

# Kajian *Exclusive Dealing* dan Pengaruhnya terhadap Tingkat Persaingan Usaha dan Iklim Bisnis pada Rantai Pasok Industri Komponen

Levinia Dian Laraswati<sup>1</sup>, Wahyudi Sutopo<sup>2</sup>, Yuniaristanto<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Jurusan Teknik Industri, <sup>2</sup>Grup Riset Rekayasa Industri dan Tekno Ekonomi,

<sup>3</sup>Laboratorium Sistem Logistik dan Bisnis, Jurusan Teknik Industri  
Fakultas Teknik, Universitas Sebelas Maret, Surakarta

E-mail: levivinia@gmail.com<sup>1</sup>, wahyudisutopo@gmail.com<sup>2</sup>,  
yuniaristanto@gmail.com<sup>3</sup>

*Received 1 February 2015; Accepted 1 May 2015*

---

## Abstract

*Supply chain of vehicle industry is one of the supply chain that involves many entities. The high number of entities make the creation of a business network to improve the effectiveness and efficiency of business activities better known as vertical integration. However, the creation of excessive vertical integration and not pay attention to the rules of fair competition can also have a negative impact on the business climate conditions. Component industry as part of the car industry in the downstream sector has shown the existence of an indication of a exclusive dealing with their customers. The research conducted an analysis using structural equation modeling to know about the relationship between exclusive dealing indication the level of competition and the business climate in Indonesia component industry. And based on the processing and analysis of data, it can be concluded that there is a relationship between the indication of exclusive dealing with the level of competition and business climate of the industry.*

**Keyword:** Supply Chain, Component Industry, Exclusive Dealing

---

## 1. PENDAHULUAN

Rantai pasok industri mobil merupakan salah satu rantai pasok yang melibatkan banyak entitas di dalamnya. Secara umum rantai pasok industri mobil diawali dengan aktivitas pada industri komponen dan diakhiri dengan aktivitas penggunaan produk oleh *customer* (Laraswati, 2014). Setiap entitas dalam rantai pasok industri mobil sendiri terbagi ke dalam beberapa sub entitas yang mewakili kompleksitas jenis dan kriteria. Tingginya jumlah entitas yang terlibat pada akhirnya akan memunculkan peluang berkurangan efektivitas dan efisiensi pada proses bisnis yang berlangsung (Mayoux et al., 2006).

Tingginya jumlah entitas juga berpengaruh terhadap tingginya tingkat daya saing antar pelaku bisnis. Hal tersebut kemudian mendorong terciptanya suatu jaringan bisnis untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi kegiatan bisnis yang lebih dikenal dengan sebutan integrasi

vertikal (Suhartati dan Rosietta, 2014). integrasi vertikal ini kemudian dapat menciptakan suatu sistem manajemen tunggal dimana dengan manajemen tunggal maka peluang pengembangan bisnis akan menjadi lebih baik dibandingkan dengan manajemen terpisah (Lubis dan Sirait, 2009).

Namun demikian, terciptanya integrasi vertikal yang ‘berlebihan’ dan tidak memperhatikan kaidah ‘persaingan usaha yang sehat’ juga dapat berdampak buruk pada kondisi iklim bisnis. Berdasarkan UU nomor 5 tahun 1999 tentang persaingan usaha, integrasi vertikal yang ‘berlebihan’ dapat berpengaruh pada menurunnya pertumbuhan pelaku usaha menengah dan kecil yang memiliki peluang sama untuk tumbuh dan berkembang. Kondisi tersebut kemudian lebih dikenal dengan sebutan hambatan vertikal. Pada umumnya terdapat empat bentuk hambatan vertikal, yaitu: *exclusive dealing*, *territorial restriction*, *tying*, dan *resale price maintenance*.

Di Indonesia, jaringan bisnis dalam industri mobil telah terbentuk dengan baik dari sektor hilir hingga sektor hulu industri. Di sektor hulu industri, Laraswati et al. (2014) dalam penelitiannya menyatakan bahwa terdapat suatu indikasi adanya penggunaan strategi hambatan vertikal antara ATPM-Diler dan Diler-*Customers* di industri mobil Indonesia. Dalam penelitiannya, didapatkan hasil bahwa dari empat bentuk hambatan vertikal, exclusive dealing dan territorial restriction merupakan dua bentuk hambatan vertikal yang dirasa mengganggu oleh customers. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat suatu indikasi penggunaan strategi hambatan vertikal di sektor hulu industri komponen. Berdasarkan hal tersebut maka perlu dilakukan analisis mengenai peluang penggunaan dan efek dari penggunaan hambatan vertikal di industri komponen yang merupakan sektor hilir industri mobil.

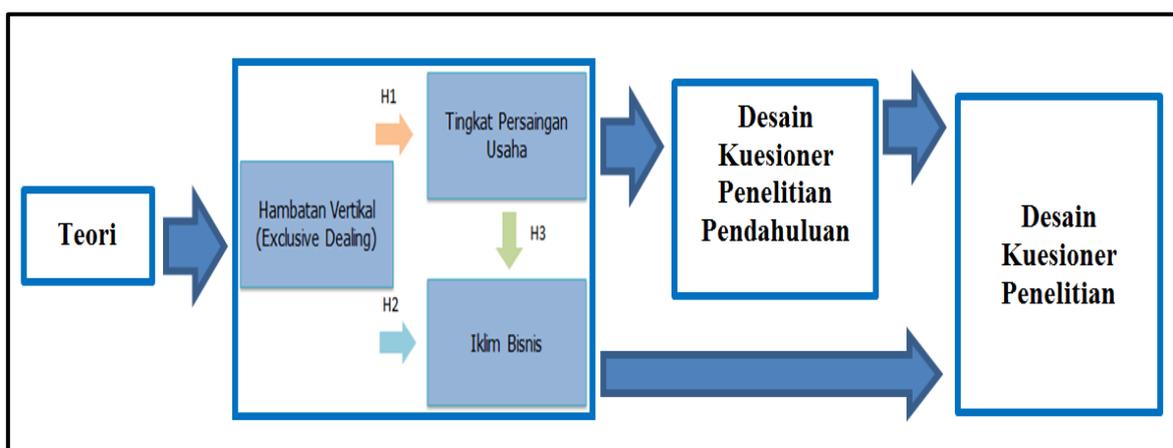
Secara umum, pasar industri komponen di Indonesia terbagi menjadi dua yaitu pasar pabrikan otomotif (OEM/ Original Equipment for Manufacturer) dan pasar suku cadang pengganti (REM/ Replacement Equipment for Market). Saat ini perkembangan industri komponen dalam negeri terus mengalami peningkatan. Terhitung pada tahun 2012 dan 2013, terdapat 1250 perusahaan dalam industri komponen yang siap melayani 20 perusahaan perakitan di Indonesia (Kementerian Perindustrian, 2013). Namun demikian, dari 1250 perusahaan komponen, hanya terdapat 155 perusahaan yang menjadi pemasok utama untuk 20 produsen (ATPM/ Agen Tunggal Pemegang Merek). Hal ini menandakan bahwa hanya terdapat 12,4% dari 1250 perusahaan komponen yang memiliki kemampuan untuk masuk kedalam pasar

pabrikan otomotif (OEM/ Original Equipment Manufacturer) di Indonesia (Kemenperin, 2014). Kondisi-kondisi tersebut menunjukkan bahwa terdapat indikasi penggunaan suatu perjanjian tertutup (exclusive dealing) antara pihak produsen mobil dengan beberapa perusahaan komponen yang menghambat ataupun menghalangi masuknya perusahaan-perusahaan baru di pasar OEM/ Original Equipment Manufacturer. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka perlu dilakukan suatu survei dan analisis terkait indikasi adanya exclusive dealing serta pengaruhnya terhadap tingkat persaingan usaha dan kondisi iklim bisnis di sektor industri komponen dalam pasar pabrikan otomotif/ *Original Equipment for Manufacturer* di Indonesia.

## 2. METODOLOGI

### 2.1 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah descriptive confirmatory. Hal ini dikarenakan penelitian dilakukan dengan melakukan observasi mendalam untuk mendapatkan data secara rinci serta mengkonfirmasi adanya indikasi penggunaan exclusive dealing dan pengaruhnya terhadap tingkat persaingan usaha dan iklim bisnis di industri komponen Indonesia. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan komponen yang terdaftar dalam Data Kementerian Republik Indonesia. Penetapan populasi tersebut dikarenakan adanya keterbatasan pada tingginya tingkat persebaran wilayah dan banyaknya jumlah perusahaan-perusahaan komponen di Indonesia.



Gambar 1. Skema Metode Penelitian *Descriptive Confirmatory*

Menurut Gay dan Diehl (1992) jumlah sampel untuk populasi kecil yang menggunakan metode penelitian deskriptif adalah 20% dari jumlah populasi yang ada. Selanjutnya, dalam menetapkan sampel penelitian, digunakan teknik quota sampling. Dengan menggunakan teknik quota sampling, target sampel yang harus dipenuhi dalam penelitian ini adalah 20% dari jumlah populasi atau sebanyak 36 perusahaan. Namun demikian, tidak semua anggota populasi dalam penelitian dapat menjadi sampel penelitian. Adapun berikut ini adalah kriteria sampel perusahaan yang ditetapkan dalam penelitian ini.

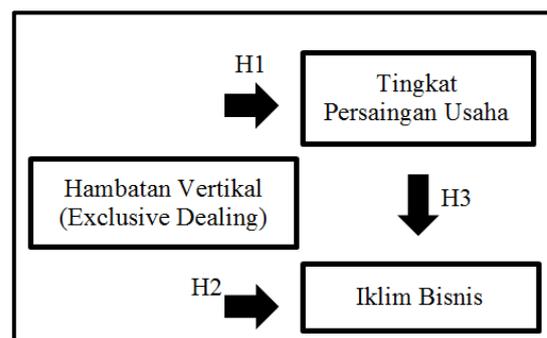
1. Sampel merupakan perusahaan yang menjadi pemasok dalam pasar pabrikan otomotif atau pasar Original Equipment for Manufacturer.
2. Sampel merupakan perusahaan yang pernah menjadi pemasok dalam pasar pabrikan otomotif atau pasar Original Equipment for Manufacturer.
3. Sampel merupakan perusahaan yang pernah mencoba untuk menjadi pemasok dalam pasar pabrikan otomotif atau pasar Original Equipment for Manufacturer.
4. Sampel merupakan perusahaan memiliki informasi terkait kondisi di pasar pabrikan otomotif atau pasar Original Equipment for Manufacturer.

Berdasarkan keempat kriteria tersebut, maka anggota populasi dapat dijadikan sampel penelitian apabila minimal telah memenuhi satu dari empat kriteria yang ditetapkan. Selain itu, agar setiap sampel yang dipilih mampu merepresentasikan kondisi dalam satu perusahaan, maka diperlukan lebih dari satu responden untuk setiap satu sampel perusahaan dalam penelitian ini. Pada penelitian ini didapatkan jumlah responden sebanyak 110 responden yang mewakili 36 perusahaan.

Pelaksanaan survei pada penelitian ini dilakukan dalam dua tahap, yaitu tahap electronic survey dan tahap direct survey. Tahap electronic survey dilakukan dengan bantuan media Email dan Facebook. Pada tahap tersebut, kuesioner akan dibagikan kepada karyawan-karyawan di beberapa perusahaan komponen yang terpilih sebagai sampel penelitian. Setelah tahap electronic survey, akan dilakukan tahap direct survey kepada beberapa perusahaan sebagai bentuk evaluasi apabila tahap electronic survey dirasa belum cukup untuk memenuhi target sampel yang diharapkan. Pada penelitian ini, jumlah sampel yang berhasil dipenuhi melalui electronic survey adalah sebanyak 32 perusahaan dan 4 perusahaan lainnya dipenuhi pada tahap direct survey.

## 2.2 Model Penelitian

Model penelitian yang dirancang pada penelitian ini merupakan pembuktian dari teori-teori yang telah ada sebelumnya. Lubis dan Sirait (2009) menyatakan bahwa terdapat hubungan sebab akibat antara exclusive dealing dengan iklim bisnis dan antara tingkat persaingan usaha dengan iklim bisnis. Selain itu, dalam UU no. 5 tahun 1999, disebutkan bahwa penggunaan perjanjian tertutup (exclusive dealing) dalam suatu industri akan mengakibatkan terjadinya penurunan tingkat persaingan usaha dalam industri tersebut. Terjadinya penurunan tingkat persaingan usaha kemudian akan menciptakan iklim bisnis yang tidak kondusif di industri tersebut.



Gambar 2. Model Penelitian

Berdasarkan Gambar 2, dapat terlihat bahwa penelitian ini melakukan tiga pengujian hipotesis, yaitu:

1. Tidak adanya pengaruh sebab akibat antara exclusive dealing terhadap tingkat persaingan usaha,
2. Tidak adanya pengaruh sebab akibat antara exclusive dealing terhadap iklim bisnis, dan
3. Tidak adanya pengaruh sebab akibat antara tingkat persaingan usaha terhadap iklim bisnis

Ketiga pengujian hipotesis tersebut diolah dengan menggunakan metode Structural Equation Modeling. Di mana metode Structural Equation Modeling merupakan metode statistik yang digunakan untuk melakukan analisis pola hubungan antara konstruk laten. Hal tersebut dikarenakan ketiga variabel dalam model penelitian ini bersifat laten/ unobserved. Pada model penelitian tersebut, juga dapat terlihat bahwa terdapat dua variabel laten endogen, yaitu tingkat persaingan usaha dan iklim bisnis serta satu variabel laten eksogen, yaitu exclusive dealing. Berikut ini adalah rumus persamaan structural dalam metode Structural Equation Modeling:

$$\eta = \sum_1^b \gamma \xi + \sum_1^a \beta \eta + \zeta \quad \dots\dots(1)$$

dimana:

- $\gamma$  : hubungan regresi antar variabel laten *eksogen* dengan variabel laten *endogen*  
 $\beta$  : hubungan regresi antar variabel laten *endogen* dengan variabel laten *endogen*  
 $\zeta$  : kesalahan struktural

### 3. HASIL DAN ANALISIS

#### 3.1 Perancangan Desain Kuesioner

Pada tahap perancangan desain kuesioner dilakukan dengan mendefinisikan indikator-indikator yang digunakan untuk dapat mengukur terjadinya variabel laten *exclusive dealing*, variabel laten tingkat persaingan usaha, dan variabel laten iklim bisnis.

##### Variabel Laten Exclusive Dealing

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Clarke dan Coronos (2000) serta Lubis dan Sirait (2009), maka dapat dikatakan bahwa variabel laten *exclusive dealing* terbagi kedalam dua dimensi, yaitu adanya hubungan eksklusif antar perusahaan di level berbeda dan adanya pemesanan eksklusif yang terjadi diantara perusahaan-perusahaan tersebut. Dimensi hubungan eksklusif terbagi ke dalam empat indikator, yaitu:

1. Adanya pengklasifikasian *customer* (HE1)
2. Adanya keterikatan saham antara perusahaan pemasok dengan mayoritas *customer* (HE2)
3. Adanya hubungan bisnis "spesial" antara perusahaan dan customer tertentu (HE3)
4. Adanya perbedaan tingkat kepentingan antara *customer* yang telah memiliki hubungan bisnis dengan *customer* yang tidak memiliki hubungan bisnis (HE4)

Dan dimensi pemesanan eksklusif terbagi kedalam tujuh indikator, yaitu:

1. Keharusan untuk menerima pesanan dari satu pihak tertentu (PE1)
2. Adanya perjanjian untuk membatasi kuota pesanan tertentu (PE2)
3. Adanya perjanjian "eksklusif" yang mensyaratkan untuk menjual seluruh/sebagian besar dari produk dan jasa ke pihak-pihak tertentu (PE3)
4. Adanya penetapan harga "khusus" kepada satu pihak tertentu (PE4)
5. Adanya pemberian harga "spesial" kepada satu pihak tertentu (PE5)
6. Perusahaan pemasok berupaya agar (PE6)

dapat menolak pesanan dari *customernon-saham*

7. Perusahaan pemasok menolak pesanan dari *customer* yang merupakan lawan bisnis dari *customer* utama (PE7)

##### Variabel Laten Tingkat Persaingan Usaha

Indikator-indikator penyusun variabel tingkat persaingan usaha didapatkan dari sumber sekunder yang didapatkan dari hasil penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Lubis dan Sirait (2009), Tambunan (2004), dan Jatmiko (2004). Berikut ini adalah kedelapan indikator tingkat persaingan usaha yang digunakan dalam penelitian ini.

1. Tingkat halangan masuk ke dalam pasar (TPU1)
2. Tingkat daya saing usaha (TPU2)
3. Jumlah pelaku bisnis (TPU3)
4. Tingkat pertumbuhan usaha baru (TPU4)
5. Tingkat penguasaan pasar (TPU5)
6. Ancaman pendatang baru (TPU6)
7. Perbandingan tingkat persaingan (TPU7)

##### Variabel Laten Iklim Bisnis

Indikator-indikator penyusun variabel iklim bisnis didapatkan dari penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Saade dan Gusasi (2006). Berdasarkan ringkasan penelitian sebelumnya, maka didapatkan tiga indikator yang dapat digunakan untuk mengukur nilai variabel laten iklim bisnis. Ketiga indikator tersebut adalah:

1. Kondisi profit perusahaan (IB1)
2. Kemampuan penetrasi pasar bagipelaku usaha baru (IB2)
3. Pertambahan jumlah tenaga kerja (IB3)

#### 3.2 Pengujian Instrumen Pengukuran

Pengujian instrumen pengukuran terbagi kedalam empat bagian, yaitu: pengujian validitas, pengujian reliabilitas, pengujian kecukupan data, dan pengujian normalitas data.

##### Pengujian Validitas

Pengujian validitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui sampai sejauh mana suatu indikator secara akurat mengukur apa yang hendak diukur (Kuncoro, 2013). Pada penelitian ini, pengujian dilakukan dengan melihat nilai *Standardized Regression Weight Factor Loading* (estimate) dari setiap indikator. Indikator akan dinyatakan *valid* apabila memiliki nilai factor loading (estimate) diatas 0,5. Pada penelitian ini, hanya indikator HE1 (adanya pengklasifikasian *customer*) yang memiliki nilai dibawah 0,5 (0,034 < 0,5). Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa indikator HE1 tidak valid dan harus dihapus karena tidak dapat mengukur secara akurat variabel *exclusive dealing*.

### Pengujian Reliabilitas

Pengujian reliabilitas merupakan uji yang dilakukan untuk melihat konsistensi suatu pengukuran (Haryono dan Wardoyo, 2013). Data akan dianggap reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,7. Berikut ini adalah hasil pengujian reliabilitas pada penelitian ini:

Tabel 1. Nilai Cronbach's Alpha

	C.R.	Keterangan
Hubungan Eksklusif (HE)	0,766	<i>Reliable</i>
Pemesanan Eksklusif (PE)	0,932	<i>Reliable</i>
Eksklusif Dealing (ED)	0,850	<i>Reliable</i>
Tingkat Persaingan Usaha (TPU)	0,706	<i>Reliable</i>
Iklim Bisnis (IB)	0,740	<i>Reliable</i>

Berdasarkan Tabel 1, dapat terlihat bahwa indikator keseluruhan data memiliki nilai Cronbach's Alpha yang lebih besar dari 0,7. hal ini menunjukkan bahwa data reliabel atau memiliki nilai konsistensi yang cukup.

### Pengujian Kecukupan data

Jumlah sampel minimal untuk metode Structural Equation Modeling dengan teknik Maximum Likelihood Estimation (MLE) adalah sebesar 5-10 kali jumlah indikator yang digunakan atau sebesar 100-200 responden. Pada penelitian ini terdapat 20 indikator yang dinyatakan valid, sehingga jumlah sampel yang harus dipenuhi adalah sebesar: 20 indikator  $\times$  5 = 100 responden. Berdasarkan pernyataan diatas, maka dapat dikatakan bahwa jumlah responden yang digunakan adalah cukup karena jumlah sampel penelitian > jumlah sampel yang disyaratkan atau 110 responden penelitian > 100 responden yang disyaratkan untuk jumlah 20 indikator.

### Pengujian Normalitas

Estimasi dalam Maximum Likelihood menghendaki variabel manifest harus memenuhi asumsi normalitas *multivariate*. Oleh karena itu, perlu dilakukan pengujian normalitas secara *multivariate*. Pengujian normalitas secara *multivariate* dapat dilakukan dengan mengamati nilai *c.r.* (*critical ratio*) dari uji kurtosis. Data dikatakan berdistribusi normal secara *multivariate* apabila nilai *c.r.* (*critical ratio*) kurtosis berada pada rentang  $\pm 2,58$ . Pada pengujian ini, didapat nilai *c.r.* kurtosis sebesar 2,204. Hal tersebut menandakan bahwa data berdistribusi normal secara *multivariate*.

### 3.3 Pengujian Hipotesis

Pengujian dilakukan dengan menggunakan t-Value pada tingkat signifikansi 0,05. Nilai t-Value dalam

program AMOS, dapat dilihat dari nilai Critical Ratio (C.R.) pada Regression Weights: (Group number 1 – Default Model) dari model yang sudah fit. Apabila nilai C.R.  $\geq 1,967$  atau nilai probabilitas (P)  $\leq 0,05$ , maka hipotesis peneliti diterima (H0 ditolak). Berikut ini adalah hasil pengolahan model dengan menggunakan AMOS terhadap model yang telah diverifikasi.

Tabel 2. Regression Weights: (Group number 1 – Default Model)

	Estimate	C.R.	P.
Tingkat Persaingan Usaha <--- Exclusive Dealing	,342	2,242	,008
Iklim Bisnis <--- Exclusive Dealing	,241	2,209	,002
Iklim Bisnis <--- Tingkat Persaingan Usaha	,321	2,222	,001

Berdasarkan Tabel 2, dapat terlihat bahwa ketiga hipotesis memenuhi kriteria pengujian. Hal tersebut dikarenakan ketiga hipotesis memiliki nilai C.R.  $\geq 1,967$  dan memiliki nilai probabilitas (P)  $\leq 0,05$ .

## 4. KESIMPULAN

Berdasarkan kajian yang telah dilakukan, diketahui bahwa terdapat suatu indikasi *exclusive dealing* dalam industri komponen yang dapat mempengaruhi tingkat persaingan usaha pada industri komponen. Selain itu, diketahui juga bahwa iklim bisnis dalam industri komponen di Indonesia dipengaruhi oleh adanya indikasi *exclusive dealing* sehingga dapat menurunkan tingkat persaingan usaha dalam industri komponen.

Penelitian selanjutnya direkomendasikan untuk lebih memfokuskan penelitian pada pengukuran tingkat kompetisi melalui perhitungan nilai Concentration Ratio 4 dan Herfindahl Hirschman Index sebagai bentuk evaluasi dan penelitian pendukung pada kajian.

## 5. DAFTAR PUSTAKA

1. Clarke, P. Dan Coronos, S. (2000). *Competition Law and Policy: cases and materials*. Oxford: University Press.
2. Haryono, S. Dan Wardoyo, P. (2012). *Strcutural Equation Modeling untuk Penelitian Manajemen Menggunakan AMOS 18.00*. Jawa Barat: PT. IPU.
3. Jatmiko, R.D. (2004). *Manajemen Stratejik. Edisi 1. Cet. 2*. Malang: UMM Press.
4. Kemenperin. (2014). *Investasi US\$ 1,5 Miliar Siap Direalisasikan*, <http://www.kemenperin.go.id/artikel/4796/Inv>

- estasi-US\$1,5-Miliar-Siap-Direalisasikan,  
Diunduh pada 24 April 2014.
5. Kementrian Perindustrian. (2013). *Laporan Perkembangan Kemajuan Program Kerja Kementrian Perindustrian Tahun 2004-2012*
  6. Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
  7. Laraswati, L.D., Astuti, R.W., Budijanto, M., Yuniaristanto, Sutopo, W. (2014). "Effect of Vertical Restraint Strategy on Supply Chain Automotive Industry: A Case Study in Indonesia" *International MultiConference of Engineers and Computer Scientists* Vol. 2. Page 1042-1046.
  8. Lubis, A. F. dan Sirait, N. N. (2009). *Hukum Persaingan Usaha Antara Teks dan Konten*. Jakarta: JICA.
  9. Moyaux, T., B., Chaib-draa, S., D'Amours. (2006). *Information Sharing as Mechanism for Reducing the Bullwhip Effect In A Supply Chain*. National Science and Engineering Research. Canada: University Laval.
  10. Saade, M.A. dan Gusasi, A. (2006). "Analisis Pendapatan dan Efisiensi Usaha Ternak Ayam Potong pada Skala Usaha Kecil" *Jurnal Agrisistem Vol 2 No 1*.
  11. Suhartati dan Rosietta. (2014). *Pengaruh Strategi Bersaing Terhadap Hubungan Antara Supply Chain Management dan Kinerja (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei)*. Madura: Universitas Trunojoyo.
  12. Tambunan, T.T.H. (2004). *Kajian Persaingan dalam Industri Retail*. Jakarta: Komisi Pengawas Persaingan Usaha.
  13. Undang-Undang No. 5 Tahun 1999. *Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*.