

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur metoda CR-4 (concentration ratio) dan strategi bersaing dari Porter (1980) yang mempengaruhi perilaku struktur pasar dan strategi bersaing yang dilakukan oleh perusahaan. Dengan menggunakan Industri Ban Kendaraan (roda-4 dan roda-2) sebagai obyek penelitian yang didapat dari CIC, Indocommercial, No. 228-26 Juni 1999, hal 3-31. Laporan Khusus.

Hasil penelitian menunjukkan semua perusahaan berperilaku oligopoli ketat. Hal ini ditunjukkan dengan derajat persentase dari empat perusahaan dengan produksi terbesar mencapai 60% hingga mendekati 100%. Pada kendaraan Roda-2 PT Gajah Tunggal berpotensi untuk menjadi perusahaan dominan, tetapi pada kendaraan roda-4 perusahaan berbagi keuntungan. Perusahaan dominan dapat melakukan strategi penurunan harga dengan cara memperluas pangsa pasar yang dikuasai dan perusahaan dominan dapat menggunakan strategi secara tidak langsung terhadap kenaikan biaya yang ditanggung oleh perusahaan pesaing dengan harapan biaya rata-rata perusahaan pesaingnya lebih tinggi dari harga pasar yang berlaku. Untuk perusahaan pesaing dalam usahanya menjadi perusahaan besar dapat melakukan efisiensi biaya dengan cara menekan biaya yang ditanggung sekecil mungkin.

Kata Kunci: Industri ban kendaraan, struktur pasar, strategi bersaing perusahaan

ABSTRACT

This research is aimed at measuring CR-4 method (concentration ratio) and competition strategy from Porter (1980) which influence the market structure behavior and competition strategies carried out by companies. The objects of this study are Vehicle Tire Industries (4 wheels and 2 wheels) obtained from CIC, Indocommercial, No. 228-26th June 1999, page 3-31 in Special Reports.

The research findings show that all companies conduct strict oligopoly. This is demonstrated by the level of percentage from 4 companies with the biggest production reaching 60% until about 100%. One the 2 wheels vehicles, PT Gajah Tunggal has potencies to be a dominant company, but on the 4 wheel vehicles, the companies seems sharing the profit. The dominant company can make a strategy of reducing the price by expanding the market coverage and the dominant company can apply strategies indirectly towards the increasing cost spent by the competitor company with the hope that the average cost of the competitor company is higher than the available market price. The competitor company in order to be able to become a dominant company, then, should undergo cost efficiency by the way of reducing the cost spent as little as possible.

Key words: *Vehicle tire industries, market structure, dominant and non-dominant company competition strategy.*