

## **Analisis Tingkat Konsentrasi Pasar Industri Rokok di Provinsi Jawa Timur Menggunakan Pendekatan Herfindahl–Hirschman Index (HHI)**

**Kharisma Bintang Maulana Tibridzi<sup>1</sup>, Muhammad Yasin<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

[kharismabmt@gmail.com](mailto:kharismabmt@gmail.com), [yasin@untag-sby.ac.id](mailto:yasin@untag-sby.ac.id)

---

### **Article Info**

#### **Article history:**

Received April 25, 2026

Revised May 18, 2026

Accepted June 20, 2026

---

#### **Keywords:**

*Cigarettes Industry, Market Share, Herfindahl Hirschman Index*

---

### **ABSTRACT**

The cigarette industry in Indonesia is structurally categorized as an oligopolistic market, where the majority of market share is controlled by only a few large companies. This study aims to calculate and analyze the level of market concentration in the Indonesian cigarette industry using the Herfindahl-Hirschman Index (HHI) method. The research employs a descriptive quantitative approach using time series data from 2016 to 2025. The results of the calculation indicate that the HHI value of the cigarette industry falls into the category of an unconcentrated market or a competitive market, as the index value obtained is below the threshold of 1,500. This condition suggests that market control is not concentrated in one or a few companies, but rather distributed among various companies operating within the cigarette industry.

*This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.*



---

### **Article Info**

#### **Article history:**

Received April 25, 2026

Revised May 18, 2026

Accepted June 20, 2026

---

#### **Keywords:**

*Rokok, Pangsa Pasar, Indeks Herfindahl Hirschman*

---

### **ABSTRAK**

Industri rokok di Indonesia secara struktural dikategorikan sebagai pasar oligopoli, di mana sebagian besar pangsa pasar dikuasai oleh beberapa perusahaan besar saja. Tujuan penelitian ini adalah untuk menghitung dan menganalisis tingkat konsentrasi pasar industri rokok di Indonesia menggunakan metode Herfindahl-Hirschman Index (HHI). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan data time series tahun 2016-2025. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai HHI industri rokok berada pada kategori pasar tidak terkonsentrasi (unconcentrated market) atau pasar kompetitif, karena nilai indeks yang diperoleh berada di bawah batas 1.500. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa penguasaan pasar tidak terpusat pada satu atau beberapa perusahaan saja, melainkan tersebar di antara berbagai perusahaan yang beroperasi dalam industri rokok

*This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.*



---

### **Corresponding Author:**

Kharisma Bintang Maulana Tibridzi

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email: [kharismabmt@gmail.com](mailto:kharismabmt@gmail.com)

---

## **PENDAHULUAN**

Industri rokok merupakan salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. Sektor ini berkontribusi terhadap penerimaan negara melalui cukai, pajak, serta penyerapan tenaga kerja, baik di tingkat hulu (petani tembakau dan cengkeh) maupun hilir (pabrik dan distribusi). Penelitian terdahulu menyebutkan bahwa industri rokok termasuk dalam kelompok industri olahan tembakau yang berperan strategis terhadap

perekonomian nasional, khususnya melalui kontribusi cukai yang signifikan setiap tahunnya (Ryan Gymnastiar Alwin et al., 2025).

Di sisi lain, industri rokok di Indonesia secara struktural dikategorikan sebagai pasar oligopoli, di mana sebagian besar pangsa pasar dikuasai oleh beberapa perusahaan besar saja. Analisis struktur industri rokok di Indonesia menunjukkan bahwa pangsa pasar rokok sebagian besar dikuasai oleh 5 perusahaan besar yang mencerminkan tingkat konsentrasi industri yang tinggi (Suprihanti et al., 2019a).

Dalam kerangka analisis struktur pasar, tingkat konsentrasi industri dapat diukur menggunakan indeks Herfindahl-Hirschman (HHI). Semakin besar pangsa pasar yang dikuasai oleh satu atau beberapa perusahaan relatif terhadap total industri, maka semakin tinggi pula konsentrasi pasar tersebut. Tingginya konsentrasi ini berimplikasi pada perilaku kompetitif di antara perusahaan-perusahaan besar, misalnya dalam strategi penetapan harga, kebijakan diskon, promosi agresif, serta diferensiasi produk berdasarkan segmen (E. Prasetyo, 2007).

Pangsa pasar merupakan salah satu indikator penting yang digunakan untuk mengukur tingkat penguasaan pasar oleh suatu perusahaan dalam industri tertentu. Melalui analisis pangsa pasar, dapat diketahui posisi kompetitif masing-masing perusahaan serta tingkat konsentrasi pasar yang terbentuk dalam industri rokok. Data pangsa pasar berikut menunjukkan distribusi penguasaan pasar perusahaan-perusahaan rokok yang beroperasi di Indonesia pada periode penelitian (Mardiana et al., 2025).

*Tabel 1 Data Penjualan GGRM Tahun 2016 - 2025*

<b>Tahun</b>	<b>Penjualan (Rp.)</b>
<b>2016</b>	73.336.192.000.000
<b>2017</b>	80.572.128.000.000
<b>2018</b>	93.077.373.000.000
<b>2019</b>	110.523.819.000.000
<b>2020</b>	114.477.311.000.000
<b>2021</b>	124.881.266.000.000
<b>2022</b>	124.682.692.000.000
<b>2023</b>	118.952.997.000.000
<b>2024</b>	98.655.483.000.000
<b>2025</b>	89.369.758.000.000

*Tabel 2 Data Penjualan HMSP Tahun 2016 - 2025*

<b>Tahun</b>	<b>Penjualan (Rp.)</b>
<b>2016</b>	95.466.657.000.000
<b>2017</b>	99.091.484.000.000
<b>2018</b>	106.741.891.000.000
<b>2019</b>	106.055.176.000.000
<b>2020</b>	92.425.210.000.000
<b>2021</b>	98.874.784.000.000
<b>2022</b>	111.211.321.000.000
<b>2023</b>	115.983.384.000.000
<b>2024</b>	117.880.017.000.000
<b>2025</b>	112.171.993.000.000

*Tabel 3 Data Penjualan WIIM Tahun 2016 - 2025*

<b>Tahun</b>	<b>Penjualan (Rp.)</b>
<b>2016</b>	1.685.795.530.617
<b>2017</b>	1.476.427.090.781
<b>2018</b>	1.405.384.153.405
<b>2019</b>	1.393.574.099.760
<b>2020</b>	1.994.066.771.177
<b>2021</b>	2.733.691.702.981
<b>2022</b>	3.704.350.294.106
<b>2023</b>	4.874.784.600.000
<b>2024</b>	4.750.889.800.000
<b>2025</b>	6.381.690.500.000

*Tabel 4 Data Penjualan ITIC Tahun 2016 - 2025*

<b>Tahun</b>	<b>Penjualan (Rp.)</b>
<b>2016</b>	82.016.907.402
<b>2017</b>	113.376.514.168
<b>2018</b>	134.518.467.847
<b>2019</b>	166.565.482.035
<b>2020</b>	224.296.360.636
<b>2021</b>	238.398.863.725
<b>2022</b>	279.179.553.590
<b>2023</b>	303.928.233.031
<b>2024</b>	324.484.368.661
<b>2025</b>	313.448.154.429

*Tabel 5 Data Penjualan RMBA Tahun 2016 - 2025*

<b>Tahun</b>	<b>Penjualan (Rp.)</b>
<b>2016</b>	19.228.981.000.000
<b>2017</b>	20.258.870.000.000
<b>2018</b>	21.923.057.000.000
<b>2019</b>	20.834.699.000.000
<b>2020</b>	13.890.914.000.000
<b>2021</b>	8.407.407.000.000
<b>2022</b>	6.758.955.000.000
<b>2023</b>	
<b>2024</b>	
<b>2025</b>	

*Tabel 6 Data Penjualan Industri Tahun 2016 - 2025*

<b>Total Penjualan Industri</b>	
<b>Tahun</b>	<b>Penjualan (Rp.)</b>
<b>2016</b>	189.799.642.438.019
<b>2017</b>	201.512.285.604.949
<b>2018</b>	223.282.223.621.252
<b>2019</b>	238.973.833.581.795
<b>2020</b>	223.011.798.131.813

<b>2021</b>	235.135.547.566.706
<b>2022</b>	246.636.497.847.696
<b>2023</b>	240.115.093.833.031
<b>2024</b>	221.610.874.168.661
<b>2025</b>	208.236.889.654.429

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya variasi pangsa pasar antarperusahaan yang menunjukkan perbedaan kemampuan bersaing dalam menarik konsumen di industri rokok. Fenomena tersebut mendasari urgensi untuk menganalisis struktur industri secara lebih mendalam melalui satu rumusan masalah utama, yaitu bagaimana tingkat konsentrasi pasar industri rokok di Indonesia jika dihitung menggunakan metode Herfindahl-Hirschman Index (HHI). Sejalan dengan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menghitung dan menganalisis tingkat konsentrasi pasar industri rokok di Indonesia dengan memanfaatkan metode HHI.

Secara akademis, hasil penelitian ini membawa manfaat teoritis sebagai kontribusi bagi pengembangan ilmu Ekonomi Industri, sekaligus menjadi referensi pengaya literatur serta bahan perbandingan bagi studi selanjutnya mengenai struktur dan persaingan pasar. Sementara itu secara praktis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata bagi berbagai pihak. Bagi perusahaan, data yang dihasilkan dapat menjadi bahan evaluasi posisi pasar dan penyusunan strategi bisnis. Bagi investor dan masyarakat, penelitian ini menyajikan informasi penting mengenai kondisi persaingan, potensi investasi, serta gambaran dominasi pasar. Terakhir, bagi pemerintah, output penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan strategis dalam merumuskan regulasi industri serta menjaga iklim persaingan usaha yang sehat di Indonesia.

## **METODE**

### **Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian dilakukan dengan mengolah data numerik berupa data penjualan perusahaan rokok untuk menghitung pangsa pasar dan tingkat konsentrasi pasar. Sementara itu, metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan kondisi struktur pasar industri rokok berdasarkan hasil perhitungan yang diperoleh tanpa melakukan manipulasi terhadap variabel penelitian.

Desain penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat persaingan dalam industri rokok di Indonesia melalui pengukuran pangsa pasar masing-masing perusahaan dan perhitungan Herfindahl-Hirschman Index (HHI). Analisis dilakukan dengan mengumpulkan data penjualan perusahaan rokok yang menjadi objek penelitian, kemudian menghitung pangsa pasar setiap perusahaan terhadap total penjualan industri. Selanjutnya, hasil perhitungan pangsa pasar digunakan untuk memperoleh nilai HHI sebagai indikator tingkat konsentrasi pasar.

Penelitian ini termasuk dalam penelitian non-eksperimental, karena peneliti tidak memberikan perlakuan tertentu terhadap objek penelitian. Peneliti hanya mengamati dan menganalisis data yang telah tersedia untuk memperoleh gambaran mengenai struktur pasar industri rokok. Dengan demikian, penelitian berfokus pada kondisi aktual yang terjadi dalam industri rokok selama periode penelitian.

Melalui desain penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh informasi mengenai distribusi pangsa pasar perusahaan-perusahaan rokok, tingkat konsentrasi pasar berdasarkan nilai HHI, serta struktur pasar yang terbentuk dalam industri rokok di Indonesia. Hasil penelitian tersebut kemudian digunakan untuk menilai tingkat persaingan yang terjadi dalam industri dan mengetahui apakah pasar bersifat kompetitif, terkonsentrasi moderat, atau sangat terkonsentrasi.

### **Populasi Penelitian**

Populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu dan menjadi perhatian dalam suatu penelitian. Menurut konsep penelitian kuantitatif, populasi adalah seluruh elemen yang dapat memberikan informasi sesuai dengan tujuan penelitian.

Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah seluruh perusahaan yang bergerak dalam industri rokok di Indonesia. Populasi tersebut mencakup perusahaan rokok yang beroperasi dan berkontribusi terhadap penjualan industri rokok nasional, baik perusahaan berskala besar maupun perusahaan berskala menengah dan kecil. Pemilihan populasi ini didasarkan pada tujuan penelitian untuk menganalisis struktur pasar industri rokok di Indonesia melalui pendekatan pangsa pasar dan Herfindahl-Hirschman Index (HHI).

### **Sampel Penelitian**

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang dipilih untuk mewakili karakteristik populasi dalam penelitian. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dua perusahaan rokok besar yang berasal dari Provinsi Jawa Timur, yaitu PT Gudang Garam Tbk (GGRM) dan PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk (HMSP). Kedua perusahaan tersebut dipilih karena memiliki pangsa pasar yang signifikan dalam industri rokok Indonesia serta merupakan perusahaan rokok yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia sehingga data penjualannya dapat diakses dan dianalisis secara objektif.

Selain itu, kedua perusahaan tersebut merupakan pelaku utama dalam industri rokok nasional dan memiliki kontribusi besar terhadap total penjualan industri. Oleh karena itu, PT Gudang Garam Tbk dan PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk dianggap mampu merepresentasikan kondisi persaingan pada industri rokok, khususnya perusahaan rokok besar yang beroperasi di Jawa Timur.

Dengan menggunakan sampel tersebut, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai distribusi pangsa pasar dan tingkat konsentrasi pasar dalam industri rokok melalui analisis terhadap perusahaan-perusahaan yang memiliki pengaruh besar terhadap struktur pasar industri rokok di Indonesia.

### **Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung oleh peneliti melalui dokumen, laporan, publikasi, maupun sumber lain yang telah tersedia sebelumnya. Penggunaan data sekunder

dipilih karena penelitian ini memerlukan data penjualan perusahaan rokok yang telah dipublikasikan dan dapat dipertanggungjawabkan keabsahannya.

Data dalam penelitian ini diperoleh dari laporan keuangan tahunan (*annual report*), laporan tahunan perusahaan, publikasi Bursa Efek Indonesia (BEI), serta sumber-sumber resmi lainnya yang berkaitan dengan perusahaan rokok yang menjadi objek penelitian. Data tersebut digunakan untuk memperoleh informasi mengenai nilai penjualan perusahaan yang kemudian dijadikan dasar dalam perhitungan pangsa pasar dan Herfindahl-Hirschman Index (HHI).

Penggunaan sumber data resmi bertujuan untuk meningkatkan tingkat validitas dan reliabilitas penelitian sehingga hasil analisis yang diperoleh dapat menggambarkan kondisi industri rokok secara objektif dan akurat.

*Tabel 7 Data Penjualan GGRM Tahun 2016 - 2025*

<b>Tahun</b>	<b>Penjualan (Rp.)</b>
<b>2016</b>	73.336.192.000.000
<b>2017</b>	80.572.128.000.000
<b>2018</b>	93.077.373.000.000
<b>2019</b>	110.523.819.000.000
<b>2020</b>	114.477.311.000.000
<b>2021</b>	124.881.266.000.000
<b>2022</b>	124.682.692.000.000
<b>2023</b>	118.952.997.000.000
<b>2024</b>	98.655.483.000.000
<b>2025</b>	89.369.758.000.000

*Tabel 8 Data Penjualan HMSP Tahun 2016 - 2025*

<b>Tahun</b>	<b>Penjualan (Rp.)</b>
<b>2016</b>	95.466.657.000.000
<b>2017</b>	99.091.484.000.000
<b>2018</b>	106.741.891.000.000
<b>2019</b>	106.055.176.000.000
<b>2020</b>	92.425.210.000.000
<b>2021</b>	98.874.784.000.000
<b>2022</b>	111.211.321.000.000
<b>2023</b>	115.983.384.000.000
<b>2024</b>	117.880.017.000.000
<b>2025</b>	112.171.993.000.000

*Tabel 9 Data Penjualan WIIM Tahun 2016 - 2025*

<b>Tahun</b>	<b>Penjualan (Rp.)</b>
<b>2016</b>	1.685.795.530.617
<b>2017</b>	1.476.427.090.781
<b>2018</b>	1.405.384.153.405
<b>2019</b>	1.393.574.099.760
<b>2020</b>	1.994.066.771.177
<b>2021</b>	2.733.691.702.981
<b>2022</b>	3.704.350.294.106
<b>2023</b>	4.874.784.600.000

<b>2024</b>	4.750.889.800.000
<b>2025</b>	6.381.690.500.000

*Tabel 10 Data Penjualan ITIC Tahun 2016 - 2025*

<b>Tahun</b>	<b>Penjualan (Rp.)</b>
<b>2016</b>	82.016.907.402
<b>2017</b>	113.376.514.168
<b>2018</b>	134.518.467.847
<b>2019</b>	166.565.482.035
<b>2020</b>	224.296.360.636
<b>2021</b>	238.398.863.725
<b>2022</b>	279.179.553.590
<b>2023</b>	303.928.233.031
<b>2024</b>	324.484.368.661
<b>2025</b>	313.448.154.429

*Tabel 11 Data Penjualan RMBA Tahun 2016 - 2025*

<b>Tahun</b>	<b>Penjualan (Rp.)</b>
<b>2016</b>	19.228.981.000.000
<b>2017</b>	20.258.870.000.000
<b>2018</b>	21.923.057.000.000
<b>2019</b>	20.834.699.000.000
<b>2020</b>	13.890.914.000.000
<b>2021</b>	8.407.407.000.000
<b>2022</b>	6.758.955.000.000
<b>2023</b>	
<b>2024</b>	
<b>2025</b>	

*Tabel 12 Data Penjualan Industri Tahun 2016 - 2025*

<b>Total Penjualan Industri</b>	
<b>Tahun</b>	<b>Penjualan (Rp.)</b>
<b>2016</b>	189.799.642.438.019
<b>2017</b>	201.512.285.604.949
<b>2018</b>	223.282.223.621.252
<b>2019</b>	238.973.833.581.795
<b>2020</b>	223.011.798.131.813
<b>2021</b>	235.135.547.566.706
<b>2022</b>	246.636.497.847.696
<b>2023</b>	240.115.093.833.031
<b>2024</b>	221.610.874.168.661
<b>2025</b>	208.236.889.654.429

### **Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif merupakan data yang dinyatakan dalam bentuk angka dan dapat diolah menggunakan metode perhitungan statistik maupun matematis. Dalam penelitian ini, data kuantitatif berupa data

penjualan perusahaan rokok yang digunakan untuk menghitung pangsa pasar dan tingkat konsentrasi pasar. Data yang dikumpulkan meliputi nilai penjualan masing-masing perusahaan rokok yang menjadi objek penelitian pada periode yang telah ditentukan. Data tersebut kemudian digunakan untuk menghitung pangsa pasar setiap perusahaan terhadap total penjualan industri. Selanjutnya, hasil perhitungan pangsa pasar digunakan dalam perhitungan Herfindahl-Hirschman Index (HHI) guna mengetahui tingkat konsentrasi pasar dan struktur pasar industri rokok.

Berdasarkan dimensi waktunya, penelitian ini menggunakan data runtut waktu (*time series*), yaitu data yang dikumpulkan pada periode tertentu sesuai dengan tahun penelitian. Data tersebut digunakan untuk menggambarkan kondisi industri rokok pada periode yang menjadi fokus penelitian sehingga dapat diperoleh gambaran mengenai tingkat persaingan dan struktur pasar yang terbentuk dalam industri tersebut.

### Alat Ukur

Alat ukur yang dipakai dalam penelitian ini adalah Herfindahl-Hirschman Index (HHI) yang merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mengukur tingkat konsentrasi pasar dalam suatu industri. Indeks ini banyak digunakan dalam kajian ekonomi industri untuk mengetahui sejauh mana pasar dikuasai oleh sejumlah perusahaan tertentu. HHI memberikan gambaran mengenai tingkat persaingan yang terjadi dalam suatu industri melalui distribusi pangsa pasar yang dimiliki oleh masing-masing perusahaan. Semakin besar nilai HHI, semakin tinggi tingkat konsentrasi pasar yang menunjukkan bahwa industri cenderung dikuasai oleh sedikit perusahaan. Sebaliknya, semakin kecil nilai HHI, semakin kompetitif pasar tersebut karena pangsa pasar tersebar di antara banyak perusahaan.

Metode HHI dikembangkan oleh ekonom bernama Albert O. Hirschman dan Orris C. Herfindahl. Indeks ini dihitung dengan menjumlahkan kuadrat pangsa pasar seluruh perusahaan yang beroperasi dalam suatu industri. Penggunaan kuadrat pada pangsa pasar bertujuan untuk memberikan bobot yang lebih besar kepada perusahaan yang memiliki pangsa pasar tinggi sehingga tingkat dominasi perusahaan dapat terlihat dengan lebih jelas. Secara matematis, nilai HHI dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$HHI = S_1^2 + S_2^2 + \dots + S_n^2$$

Keterangan:

- HHI = Herfindahl-Hirschman Index
- S = Pangsa pasar perusahaan ke-i (dalam persentase)
- n = Perusahaan ke...

Apabila pangsa pasar dinyatakan dalam persentase, maka nilai HHI berkisar antara 0 hingga 10.000. Nilai 10.000 menunjukkan kondisi monopoli, yaitu ketika satu perusahaan menguasai seluruh pasar. Sebaliknya, nilai yang mendekati 0 menunjukkan pasar yang sangat kompetitif dengan banyak perusahaan yang memiliki pangsa pasar relatif kecil. Secara umum, interpretasi nilai HHI dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

Nilai HHI	Struktur Pasar
$HHI < 1.500$	Pasar tidak terkonsentrasi (kompetitif)
$1.500 \leq HHI \leq 2.500$	Pasar terkonsentrasi moderat
$HHI > 2.500$	Pasar sangat terkonsentrasi

Klasifikasi tersebut sering digunakan untuk menilai tingkat persaingan dalam suatu industri. Pasar yang tidak terkonsentrasi menunjukkan persaingan yang relatif tinggi karena tidak ada perusahaan yang memiliki dominasi yang kuat. Sementara itu, pasar yang sangat terkonsentrasi mengindikasikan bahwa sebagian besar pangsa pasar dikuasai oleh beberapa perusahaan besar sehingga tingkat persaingan cenderung lebih rendah.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Industri**

Industri merupakan salah satu sektor penting dalam perekonomian yang berperan dalam mengolah bahan baku menjadi barang jadi atau barang setengah jadi yang memiliki nilai tambah lebih tinggi. Kegiatan industri tidak hanya berfokus pada proses produksi, tetapi juga mencakup pengelolaan sumber daya, penggunaan teknologi, serta pengorganisasian tenaga kerja untuk menghasilkan produk yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat (EKONOMI DAN KEBIJAKAN PUBLIK Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR Gd Nusantara I Lt et al., n.d.).

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian, industri adalah seluruh bentuk kegiatan ekonomi yang mengolah bahan baku dan/atau memanfaatkan sumber daya industri sehingga menghasilkan barang yang mempunyai nilai tambah atau manfaat yang lebih tinggi, termasuk jasa industri (H. Prasetyo, n.d.).

Dalam perspektif ekonomi, industri dipandang sebagai kumpulan perusahaan yang menghasilkan barang atau jasa yang sejenis atau memiliki keterkaitan yang erat dalam memenuhi kebutuhan pasar. Oleh karena itu, suatu industri dapat terdiri atas beberapa perusahaan yang saling bersaing untuk memperoleh pangsa pasar dan keuntungan. Tingkat persaingan tersebut dipengaruhi oleh jumlah perusahaan, besarnya pangsa pasar yang dimiliki, hambatan masuk pasar, serta karakteristik produk yang dihasilkan (Lestari, n.d.).

Keberadaan industri memiliki peranan penting dalam pembangunan ekonomi suatu negara. Industri mampu menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, serta meningkatkan penerimaan negara melalui pajak dan ekspor. Selain itu, perkembangan sektor industri juga dapat memicu kemajuan teknologi dan meningkatkan produktivitas faktor-faktor produksi.

Dalam penelitian ini, industri yang menjadi objek kajian adalah industri rokok di Indonesia. Industri rokok merupakan salah satu sektor manufaktur yang memiliki kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional melalui penyerapan tenaga kerja, penerimaan cukai, dan aktivitas produksi yang tersebar di berbagai daerah. Industri ini juga memiliki karakteristik persaingan yang menarik untuk dikaji karena terdapat beberapa perusahaan besar yang menguasai pangsa pasar sekaligus banyak perusahaan lain yang turut beroperasi dalam pasar yang sama. Oleh karena itu, analisis terhadap struktur pasar industri rokok menjadi penting untuk memahami tingkat konsentrasi dan persaingan yang terjadi di dalamnya.

### **Industri Rokok**

Industri rokok merupakan salah satu subsektor industri pengolahan yang mengolah bahan baku utama berupa tembakau dan cengkeh menjadi produk rokok yang siap dikonsumsi oleh masyarakat. Industri ini memiliki peran yang cukup penting dalam perekonomian

Indonesia karena mampu memberikan kontribusi terhadap penerimaan negara melalui cukai hasil tembakau, menciptakan lapangan kerja, serta mendukung kegiatan ekonomi pada sektor pertanian, perdagangan, dan distribusi. Indonesia dikenal sebagai salah satu negara dengan industri rokok terbesar di dunia, terutama karena tingginya konsumsi rokok dan keberadaan produk rokok kretek yang menjadi ciri khas nasional (Suprihanti et al., 2019b).

Perkembangan industri rokok di Indonesia telah berlangsung sejak lama dan terus mengalami perubahan seiring dengan perkembangan teknologi, perubahan preferensi konsumen, serta kebijakan pemerintah. Saat ini, industri rokok terdiri atas berbagai jenis perusahaan, mulai dari skala kecil hingga perusahaan besar yang memiliki jaringan distribusi nasional maupun internasional. Beberapa perusahaan besar menguasai sebagian besar pangsa pasar, sementara perusahaan lainnya beroperasi dengan pangsa pasar yang lebih kecil. Kondisi tersebut menciptakan persaingan yang cukup ketat dalam memperebutkan konsumen dan mempertahankan posisi di pasar (Maria, 2016).

Selain memberikan kontribusi ekonomi, industri rokok juga memiliki karakteristik yang unik dibandingkan dengan industri lainnya. Aktivitas industri ini sangat dipengaruhi oleh regulasi pemerintah, terutama yang berkaitan dengan tarif cukai, peringatan kesehatan pada kemasan, pembatasan iklan, serta pengendalian konsumsi produk tembakau. Kebijakan-kebijakan tersebut dapat memengaruhi biaya produksi, harga jual produk, dan tingkat permintaan konsumen sehingga berdampak langsung terhadap kinerja perusahaan dalam industri rokok.

Dalam perspektif ekonomi industri, industri rokok menarik untuk dikaji karena menunjukkan adanya persaingan antarperusahaan dalam memperoleh dan mempertahankan pangsa pasar. Setiap perusahaan berupaya meningkatkan penjualan melalui inovasi produk, strategi pemasaran, penguatan merek, dan perluasan jaringan distribusi. Perbedaan kemampuan perusahaan dalam menjalankan strategi tersebut menyebabkan terjadinya variasi pangsa pasar yang kemudian memengaruhi tingkat konsentrasi industri. Oleh karena itu, analisis terhadap industri rokok penting dilakukan untuk mengetahui bagaimana struktur pasar yang terbentuk dan sejauh mana tingkat persaingan yang terjadi di dalam industri tersebut.

Melalui analisis pangsa pasar dan pengukuran konsentrasi pasar menggunakan metode Herfindahl-Hirschman Index (HHI), penelitian ini berupaya mengidentifikasi karakteristik struktur pasar industri rokok di Indonesia. Hasil analisis tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai tingkat dominasi perusahaan tertentu, kondisi persaingan yang terjadi, serta implikasinya terhadap perkembangan industri rokok di masa mendatang.

### **Pangsa Pasar**

Pangsa pasar (*market share*) merupakan ukuran yang menunjukkan besarnya persentase penjualan atau penguasaan pasar suatu perusahaan dibandingkan dengan total penjualan dalam suatu industri pada periode tertentu. Pangsa pasar digunakan untuk mengetahui posisi kompetitif perusahaan di dalam pasar serta mengukur kemampuan perusahaan dalam menarik dan mempertahankan konsumen dibandingkan dengan para pesaingnya. Semakin besar pangsa pasar yang dimiliki suatu perusahaan, semakin besar pula kekuatan pasar dan pengaruh perusahaan tersebut dalam industri (Taufiqurrahman, n.d.).

Dalam kajian ekonomi industri, pangsa pasar menjadi salah satu indikator penting untuk menganalisis struktur pasar dan tingkat persaingan. Melalui data pangsa pasar, dapat diketahui

bagaimana distribusi penguasaan pasar di antara perusahaan-perusahaan yang beroperasi dalam suatu industri. Apabila sebagian besar pangsa pasar dikuasai oleh beberapa perusahaan saja, maka industri tersebut cenderung memiliki tingkat konsentrasi yang tinggi. Sebaliknya, apabila pangsa pasar tersebar secara merata di antara banyak perusahaan, maka tingkat persaingan cenderung lebih tinggi dan pasar menjadi lebih kompetitif (Rizky, n.d.).

Pangsa pasar dapat dihitung dengan membandingkan penjualan suatu perusahaan terhadap total penjualan industri, kemudian dinyatakan dalam bentuk persentase. Secara matematis, pangsa pasar dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$MS_i = \frac{S_i}{\sum S} \times 100\%$$

Keterangan:

- (MS<sub>i</sub>) = Pangsa pasar perusahaan ke-i
- (S<sub>i</sub>) = Penjualan perusahaan ke-i
- (Es) = Total penjualan seluruh perusahaan dalam industri

Hasil perhitungan pangsa pasar dapat digunakan sebagai dasar untuk berbagai analisis ekonomi industri, termasuk pengukuran tingkat konsentrasi pasar menggunakan metode Herfindahl-Hirschman Index (HHI). Dalam metode tersebut, pangsa pasar masing-masing perusahaan dikuadratkan dan dijumlahkan untuk memperoleh nilai konsentrasi pasar secara keseluruhan. Oleh karena itu, data pangsa pasar merupakan komponen utama dalam menentukan struktur pasar suatu industri.

Dalam penelitian ini, pangsa pasar digunakan untuk mengetahui tingkat penguasaan pasar masing-masing perusahaan dalam industri rokok di Indonesia. Analisis pangsa pasar dilakukan berdasarkan data penjualan perusahaan yang menjadi objek penelitian. Hasil perhitungan tersebut kemudian digunakan untuk mengukur tingkat konsentrasi pasar dan mengidentifikasi struktur pasar industri rokok melalui pendekatan Herfindahl-Hirschman Index (HHI). Dengan demikian, dapat diketahui tingkat persaingan serta dominasi perusahaan dalam industri rokok yang diteliti.

### **Herfindahl-Hirschman Index (HHI)**

Herfindahl-Hirschman Index (HHI) merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mengukur tingkat konsentrasi pasar dalam suatu industri. Indeks ini banyak digunakan dalam kajian ekonomi industri untuk mengetahui sejauh mana pasar dikuasai oleh sejumlah perusahaan tertentu. HHI memberikan gambaran mengenai tingkat persaingan yang terjadi dalam suatu industri melalui distribusi pangsa pasar yang dimiliki oleh masing-masing perusahaan. Semakin besar nilai HHI, semakin tinggi tingkat konsentrasi pasar yang menunjukkan bahwa industri cenderung dikuasai oleh sedikit perusahaan. Sebaliknya, semakin kecil nilai HHI, semakin kompetitif pasar tersebut karena pangsa pasar tersebar di antara banyak perusahaan (Peleckis, 2022).

Metode HHI dikembangkan oleh ekonom bernama Albert O. Hirschman dan Orris C. Herfindahl. Indeks ini dihitung dengan menjumlahkan kuadrat pangsa pasar seluruh perusahaan yang beroperasi dalam suatu industri. Penggunaan kuadrat pada pangsa pasar bertujuan untuk

memberikan bobot yang lebih besar kepada perusahaan yang memiliki pangsa pasar tinggi sehingga tingkat dominasi perusahaan dapat terlihat dengan lebih jelas (Pavic et al., 2016).

Secara matematis, nilai HHI dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$HHI = S_1^2 + S_2^2 + \dots + S_n^2$$

Keterangan:

- HHI = Herfindahl-Hirschman Index
- S = Pangsa pasar perusahaan ke-i (dalam persentase)
- n = Perusahaan ke...

Apabila pangsa pasar dinyatakan dalam persentase, maka nilai HHI berkisar antara 0 hingga 10.000. Nilai 10.000 menunjukkan kondisi monopoli, yaitu ketika satu perusahaan menguasai seluruh pasar. Sebaliknya, nilai yang mendekati 0 menunjukkan pasar yang sangat kompetitif dengan banyak perusahaan yang memiliki pangsa pasar relatif kecil.

Secara umum, interpretasi nilai HHI dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

Nilai HHI	Struktur Pasar
$HHI < 1.500$	Pasar tidak terkonsentrasi (kompetitif)
$1.500 \leq HHI \leq 2.500$	Pasar terkonsentrasi moderat
$HHI > 2.500$	Pasar sangat terkonsentrasi

Klasifikasi tersebut sering digunakan untuk menilai tingkat persaingan dalam suatu industri. Pasar yang tidak terkonsentrasi menunjukkan persaingan yang relatif tinggi karena tidak ada perusahaan yang memiliki dominasi yang kuat. Sementara itu, pasar yang sangat terkonsentrasi mengindikasikan bahwa sebagian besar pangsa pasar dikuasai oleh beberapa perusahaan besar sehingga tingkat persaingan cenderung lebih rendah.

Dalam penelitian ini, metode HHI digunakan untuk mengukur tingkat konsentrasi pasar industri rokok di Indonesia. Perhitungan dilakukan berdasarkan pangsa pasar masing-masing perusahaan rokok yang menjadi objek penelitian. Hasil perhitungan HHI kemudian digunakan untuk mengidentifikasi struktur pasar yang terbentuk serta menilai tingkat persaingan dalam industri rokok. Melalui analisis tersebut, dapat diketahui apakah industri rokok di Indonesia berada dalam kondisi pasar yang kompetitif, terkonsentrasi moderat, atau sangat terkonsentrasi.

Pangsa Pasar GGRM 2016 - 2025

<b>2016</b>	MS =	<b>0,3864</b>
<b>2017</b>	MS =	0,3998
<b>2018</b>	MS =	0,4169
<b>2019</b>	MS =	0,4625
<b>2020</b>	MS =	0,5133
<b>2021</b>	MS =	0,5311
<b>2022</b>	MS =	0,5055
<b>2023</b>	MS =	0,4954

<b>2024</b>	MS =	0,4452
<b>2025</b>	MS =	0,4292

Pangsa Pasar HMSP 2016 - 2025

<b>2016</b>	MS =	<b>0,5030</b>
<b>2017</b>	MS =	0,4917
<b>2018</b>	MS =	0,4781
<b>2019</b>	MS =	0,4438
<b>2020</b>	MS =	0,4144
<b>2021</b>	MS =	0,4205
<b>2022</b>	MS =	0,4509
<b>2023</b>	MS =	0,4830
<b>2024</b>	MS =	0,5319
<b>2025</b>	MS =	0,5387

HHI Industri Rokok Provinsi Jawa Timur Tahun 2016 – 2025

<b>2016</b>	MS =	<b>0,402291</b>
<b>2017</b>	MS =	0,401677
<b>2018</b>	MS =	0,402312
<b>2019</b>	MS =	0,410853
<b>2020</b>	MS =	0,435263
<b>2021</b>	MS =	0,458892
<b>2022</b>	MS =	0,458884
<b>2023</b>	MS =	0,478741
<b>2024</b>	MS =	0,481123
<b>2025</b>	MS =	0,474361

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil perhitungan pangsa pasar masing-masing perusahaan rokok yang menjadi objek penelitian, diperoleh nilai Herfindahl-Hirschman Index (HHI) yang menunjukkan tingkat konsentrasi pasar dalam industri rokok. Perhitungan HHI dilakukan dengan menjumlahkan kuadrat pangsa pasar setiap perusahaan sehingga menghasilkan nilai indeks yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi struktur pasar industri.

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai HHI industri rokok berada pada kategori pasar tidak terkonsentrasi (unconcentrated market) atau pasar kompetitif, karena nilai indeks yang diperoleh berada di bawah batas 1.500. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa penguasaan pasar tidak terpusat pada satu atau beberapa perusahaan saja, melainkan tersebar di antara berbagai perusahaan yang beroperasi dalam industri rokok.

Nilai HHI yang rendah menunjukkan bahwa tingkat persaingan dalam industri rokok relatif tinggi. Meskipun terdapat perusahaan-perusahaan besar yang memiliki pangsa pasar lebih tinggi dibandingkan perusahaan lainnya, dominasi tersebut tidak cukup kuat untuk menciptakan konsentrasi pasar yang tinggi. Dengan kata lain, perusahaan-perusahaan dalam industri rokok masih memiliki kesempatan yang relatif seimbang untuk bersaing dalam memperoleh konsumen dan meningkatkan pangsa pasarnya.

Temuan ini menunjukkan bahwa struktur pasar industri rokok cenderung mengarah pada kondisi pasar yang kompetitif, di mana persaingan antarperusahaan berlangsung secara aktif. Kondisi tersebut dapat mendorong perusahaan untuk terus meningkatkan kualitas produk, melakukan inovasi, memperkuat strategi pemasaran, serta meningkatkan efisiensi produksi guna mempertahankan dan memperluas pangsa pasarnya.

Dengan demikian, berdasarkan hasil perhitungan Herfindahl-Hirschman Index (HHI) dapat disimpulkan bahwa industri rokok yang menjadi objek penelitian memiliki tingkat konsentrasi pasar yang rendah atau tidak terkonsentrasi. Oleh karena itu, hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa industri rokok memiliki struktur pasar yang kompetitif dapat diterima. Selanjutnya, hasil ini menjadi dasar dalam pembahasan mengenai implikasi struktur pasar terhadap tingkat persaingan dalam industri rokok.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ekonomi Dan Kebijakan Publik Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR Gd Nusantara I Lt, B. R., Jend Gatot Subroto, J., & Eka Satya Abstrak, V. (n.d.). *Strategi Indonesia Menghadapi Industri 4.0*.
- Lestari, E. P. (n.d.). *Penguatan Ekonomi Industri Kecil Dan Menengah Melalui Platform Kluster Industri*.
- Mardiana, M., Dhea Aghata, C., Kristy, K., Sinaga, A., & Anggraini, R. M. (2025). Mengetahui Struktur Pasar Industri Fotocopy Menggunakan Hhi Dan CR4 (Studi Kasus:Kecamatan Tampan, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau). In *Jurnal Transformasi Ekonomi dan Inovasi Keuangan* (Vol. 9, Number 4). <https://journal.fexaria.com/j/index.php/jteik>
- Maria, E. (2016). *Analisis Struktur, Kinerja, Dan Perilaku Industri Rokok Di Indonesia Selama Periode 2003 - 2012*.
- Pavic, I., Galetic, F., & Piplica, D. (2016). Similarities and Differences between the CR and HHI as an Indicator of Market Concentration and Market Power. *British Journal of Economics, Management & Trade*, 13(1), 1–8. <https://doi.org/10.9734/bjemt/2016/23193>
- Peleckis, K. (2022). Determining the Level of Market Concentration in the Construction Sector—Case of Application of the HHI Index. *Sustainability (Switzerland)*, 14(2). <https://doi.org/10.3390/su14020779>
- Prasetyo, E. (2007). *Hubungan Struktur Pasar dan Perilaku Pasar serta Pengaruhnya terhadap Kinerja Pasar*.
- Prasetyo, H. (n.d.). *INDUSTRI 4.0: Telaah Klasifikasi Aspek Dan Arah Perkembangan Riset*.
- Rizky, N. (n.d.). *Struktur Pasar Persaingan Sempurna*.
- Ryan Gymnastiar Alwin, Agus Sukristyanto, & Muhammad Roisul Basyar. (2025). Pemberdayaan Industri Olahan Tembakau: Studi Implementasi Kebijakan di Kabupaten Sidoarjo. *Presidensial: Jurnal Hukum, Administrasi Negara, Dan Kebijakan Publik*, 2(2), 274–286. <https://doi.org/10.62383/presidensial.v2i2.819>

- Suprihanti, A., Harianto, N., Sinaga, B. M., & Kustiari, R. (2019a). Dampak Kebijakan Cukai Rokok terhadap Distribusi Surplus Ekonomi Industri Rokok di Indonesia. *Jurnal Agro Ekonomi*, 37(1), 1. <https://doi.org/10.21082/jae.v37n1.2019.1-23>
- Suprihanti, A., Harianto, N., Sinaga, B. M., & Kustiari, R. (2019b). Dampak Kebijakan Cukai Rokok terhadap Distribusi Surplus Ekonomi Industri Rokok di Indonesia. *Jurnal Agro Ekonomi*, 37(1), 1. <https://doi.org/10.21082/jae.v37n1.2019.1-23>
- Taufiqurrahman, M. (n.d.). *STRUKTUR PASAR MONOPOLISTIK*.
- Wildan, S. R., Saputra, Y., Setiawan, D., Ulfah, F., Soleh, A., Nastiti, D. P., & Dermawan, F. (2026). Sentralisasi Pangsa Pasar Shopee Dan Perubahan Atruktur Pasar E-Commerce Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 05(01). <https://jurnal.insima.ac.id/index.php/j-ebi>