

Jurnal Ekonomi

TH. XI / 02 / 2006

ISSN : 0854 - 9842

Daftar Isi

**The Asian Economic 'Tsunami' Revisited And The Role of Japan Seen
In The Economic Development Of The Region: Toward A Sequel of
A Greater East Asia Co-Prosperity Sphere?**

Nizam Jim Wiryawan

**Pengaruh Indikator Rasio Keuangan Dan Respons Pasar Terhadap Harga Saham
Di Pasar Modal Indonesia Pada Kondisi *Up Stream* dan *Down Stream*
(Studi Pada Industri Properti Yang Go Publik)**

David Sukardi Kodrat

Segi Tiga Jepang, China Dan India Dalam Perekonomian Dunia Abad 21
Bob Widyahartono & Kurniati W. Andani

Prospek Kesinambungan Fiskal Indonesia

Bernadetta Dwi Suatmi

**Pemberdayaan Petani Miskin Di Kabupaten Jeneponto,
Provinsi Sulawesi Selatan**
Burhanuddin R.

Teori Persaingan Sempurna Neoklasik Digugat
Lerbin R. Aritonang R.



JURNAL EKONOMI

TH. XI/02/Juli/2006

ISSN : 0854-9842

Terbit tiga kali setahun pada bulan Maret, Juli dan November. Berisi tulisan yang diangkat dari hasil penelitian dan kajian analisis-krisis di bidang Ilmu Ekonomi.

Pelindung

Prof.Dr.Ir. Dali S.Naga, MMSI

Penanggungjawab

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Koordinator Penyunting

Prof. Dr. Carunia Mulya Firdausy, APU

Anggota Penyunting

Dra. Nur Hidayah, M.M.

Yusi Yusianto, S.E., M.E.

Dra. Lily Djusmaliani, M.E.

Drs. Sairi Erfanie

Penyunting Kehormatan (Mitra Bestari)

Prof.DR.Budhi Paramita,SE.,MBA

Prof.DR.Toeti Soekamto

Prof. J. Supranto, M.A., APU

Prof. DR. Tiktik Sartika Partomo, M.S.

DR. Ir. Satyawati Hadi, M.Sc.

Drs. Sugeng Wahyudi, MEc.

Staf Administrasi

Sukino, S.IP

Christina Catur Widya, S.E

Alamat Penyunting dan Tata Usaha: Subbag. Pengumpulan, Pengolahan Data & Informasi (PPD&I) Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara Jakarta, Kampus II Gedung A Lantai 4, Jln. Tanjung Duren Utara No. 1 Jakarta Barat 11470 Telepon (021) 5655508-10-14-15 pesawat 0112 atau 0420 dan Fax. (021)5655521. email: ppdi@tarumanagara.ac.id

Jurnal Ekonomi diterbitkan sejak tahun 1996 oleh Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara Jakarta.

Jurnal Ekonomi telah **Terakreditasi B** berdasarkan Keputusan Dirjen Dikti No: 55/DIKTI/Kep/2005.

Dicetak di Percetakan Candi Mas Metropole-Jakarta. Isi di luar tanggung jawab Percetakan

Pengantar Editorial

Berbagai upaya untuk meningkatkan mutu Jurnal Ekonomi yang diterbitkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara terus menerus dilakukan, dan membuat hasil yang baik ditandai dengan makin meningkatnya jumlah pembaca dan penulis naskah.

Pada edisi Juli 2006 kali ini mengetengahkan berbagai artikel meliputi: The Asian economic 'tsunami' revisited and the role of Japan seen in the economic development of the region: Toward a sequel of a greater east asia co-prosperity sphere?, Pengaruh indikator rasio keuangan dan respons pasar terhadap harga saham di pasar modal Indonesia pada kondisi *up stream* dan *down stream* (Studi pada properti yang go public), Segi tiga Jepang, China dan India dalam perekonomian dunia abad 21, Prospek kesinambungan fiskal Indonesia, Pemberdayaan petani miskin di kabupaten Jeneponto, provinsi Sulawesi Selatan, dan yang terakhir adalah Teori persaingan sempurna neoklasik digugat.

Demikian berbagai artikel dalam edisi ini, kami berharap agar artikel-artikel yang tertuang dalam edisi kali ini dapat memberi masukan serta menimbulkan inspirasi bagi pembaca yang budiman.

Selamat membaca.

Jakarta, Juli 2006
Redaksi

THE ASIAN ECONOMIC 'TSUNAMI' REVISITED AND THE ROLE OF
JAPAN SEEN IN THE ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE REGION:
TOWARD A SEQUEL OF A GREATER EAST ASIA CO-PROSPERITY
SPHERE?

Nizam Jimi Wiryawan

110 - 129

PENGARUH INDIKATOR RASIO KEUANGAN DAN RESPON PASAR
TERHADAP HARGA SAHAM DI PASAR MODAL INDONESIA PADA
KONDISI UP STREAM DAN DOWN STREAM (Studi Pada Industri Properti
Yang Go Publik)

David Sukardi Kodrat

130 - 149

SEGI TIGA JEPANG, CHINA DAN INDIA DALAM PEREKONOMIAN
DUNIA ABAD 21

Bob Widyahartono & Kurniati W. Andani

150 - 163

PROSPEK KESINAMBUNGAN FISKAL INDONESIA

Bernadetta Dwi Suatmi

164 - 187

PEMBERDAYAAN PETANI MISKIN DI KABUPATEN JENEPOTO,
PROVINSI SULAWESI SELATAN

Burhanuddin R.

188 - 204

TEORI PERSAINGAN SEMPURNA NEOKLASIK DIGUGAT

Lerbin R. Aritonang R.

205 - 221

TEORI PERSAINGAN SEMPURNA NEOKLASIK DIGUGAT

Lerbin R. Aritonang R.*

Abstract: In 1995, Hunt and Morgan (1995) proposed new theory of competition, namely the resource advantage theory of competition. The theory were explicated and contrasted with the neoclassical theory of perfect competition. They argued that the new theory of competition explains key macro and micro phenomena better than neoclassical competition theory. This article describes the new theory and responses of scientific community.

Key words: Neoclassical theory, competition, scientific community.

PENDAHULUAN

Ilmu ekonomi telah lama menjadi primadona dalam kehidupan manusia, bahkan satu-satunya dari ilmu-ilmu sosial yang diberi hadiah nobel. Namun demikian, akhir-akhir ini ilmu ekonomi mulai digugat. Ormerod (dalam Dumairy, 2003), misalnya, menyatakan bahwa ilmu ekonomi sudah mati! Ilmu ekonomi yang dimaksudkan adalah ilmu ekonomi yang ada dan dikenal selama ini, yang lazim disebut sebagai ilmu ekonomi "konvensional," yang diajarkan di sekolah-sekolah ekonomi (sekolah menengah maupun perguruan tinggi) pada umumnya. Alasannya adalah bahwa ilmu ekonomi itu tidak menghasilkan kemakmuran bagi manusia tetapi justru memperparah kehidupan lapisan masyarakat, memperlebar kesenjangan.

North (1995) juga menyatakan bahwa tidak jelas ke mana ilmu ekonomi akan pergi, tetapi arahnya berkaitan dengan dua kelemahan yang menonjol dari teori neoklasik. Penyelesaian kelemahan itu menuntut ilmu ekonomi untuk dibangun kekuatannya, memodifikasi asumsi-asumsi yang tidak realistik yang membuatnya tidak bergerak, dan menyertakan waktu dalam analisisnya dalam menghadapi isu-isu perubahan ekonomi.

Dalam aliran neoklasik, teori persaingan sempurna menguraikan operasi yang ideal dari sistem pasar. Kecukupan konsep yang diidealkan mengenai pertukaran itu dipertanyakan oleh para ahli dengan menantang generalitas asumsi-asumsinya. Teori itu tidak menguraikan esensi dari proses pasar. Teori itu hanya menguraikan proses dalam satu jenis pasar khusus. Jadi, dalam teori itu masih harus dimungkinkan tipe pasar lainnya. Secara khusus, situasi pedagang di pasar dan ciri barang yang diperdagangkan dapat secara aktual mempengaruhi proses pasarnya dan hasil akhir dari proses itu. Atas dasar itu, ada pemikiran mengenai kemungkinan adanya teori umum pertukaran dengan memperlakukan model persaingan sempurna yang ada pada buku-buku teks sebagai salah satu kasus khususnya (Prasch, 1995).

Tujuan dari teori neoklasik adalah untuk memahami alokasi sumberdaya yang didasarkan pada harga, bukan manajemen. Dalam teori ini, perusahaan tidak memiliki peran yang sentral. Sebaiknya, alokasi sumberdaya ditentukan dalam suatu "kotak-hitam"

* Staf Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara Jakarta

dengan memberikan sedikit perhatian terhadap bagaimana transformasi itu tercapai. Dalam model inti teori neoklasik, yaitu persaingan sempurna, transformasi itu didasarkan pada teknologi dan harga; manajemen tidak memiliki pengaruh yang nyata (Demsetz, 1997).

Kesimpulan utama teori ekonomi mikro neoklasik adalah bahwa persaingan sempurna akan memaksimumkan kemakmuran (*welfare*) ekonomi. Kritik utama atas kesimpulan ini adalah bahwa tidak ada persaingan sempurna dalam ekonomi kapitalis moderen yang nyata. Alasannya adalah bahwa dalam ekonomi yang demikian, para produsen bersifat dominan, informasi yang tersedia tidak sempurna, terdapat eksternalitas, dll. Jadi, manfaat kemakmuran dari persaingan sempurna tidak berlaku dalam ekonomi kapitalis moderen. Bahkan kalau pun terdapat pasar persaingan sempurna, kesimpulan mengenai kemakmuran yang bermanfaat itu tidak akan terjadi, karena adanya ciri dari kapitalisme moderen yang muncul pada akhir abad ke-20, yaitu biaya tetap yang tinggi (Perelman, 1996).

Salah satu teori ilmu ekonomi yang akhir-akhir ini dimunculkan berkaitan dengan kelemahan teori persaingan sempurna neoklasik (selanjutnya disebut teori neoklasik) adalah teori keunggulan sumberdaya. Teori ini dikemukakan oleh Hunt dan Morgan (1995) dengan menggunakan pendekatan eklektik atas hasil-hasil penelitian yang ada. Pada awalnya, teori itu disebut sebagai teori keunggulan komparatif mengenai persaingan (Hunt dan Morgan, 1995; Dickson, 1996; Deligonul dan Cavusgil, 1997), kemudian berubah menjadi teori keunggulan sumberdaya mengenai persaingan (Hunt dan Morgan, 1996, 1997; Peterson, 2001), dan terakhir berubah menjadi teori umum persaingan (Hunt, 2000 dalam Peterson, 2001; Hunt, 2001; Grassl, 2003). Yang lebih terakhir dikenal sebagai teori keunggulan sumberdaya (Hunt dan Arnett, 2003; Dowling, 2004). Agar konsisten, untuk selanjutnya dalam artikel ini, teori itu disebut teori keunggulan sumberdaya.

Artikel ini dimaksudkan untuk menguraikan latarbelakang teori keunggulan sumberdaya, yaitu dengan membandingkannya dengan teori neoklasik. Hal itu dilakukan dengan lebih dulu menguraikan gejala ekonomi yang dijadikan teori keunggulan sumberdaya sebagai dasar untuk menyimpulkan bahwa teori neoklasik memiliki kelemahan. Kemudian, penjelasan dari masing-masing teori itu atas gejala tersebut diuraikan. Selain itu, pada bagian akhir artikel ini juga dikemukakan beberapa tanggapan atas teori keunggulan sumberdaya tersebut.

Gejala Ekonomi Yang Dijelaskan

Dua hal yang dijadikan dasar oleh Hunt dan Morgan (1995) untuk menunjukkan bahwa teori keunggulan sumberdaya lebih unggul daripada teori neoklasik adalah gejala ekonomi makro dan mikro. Dalam konteks gejala ekonomi makro, Hunt dan Morgan (1995) membandingkan keberhasilan ekonomi pasar dan ekonomi terpimpin, yang banyak dianut di negara-negara blok Timur, seperti Rusia dulu.

Satu-satunya gejala ekonomi makro yang terpenting pada abad ke-20, menurut Hunt dan Morgan (1995), adalah kegagalan ekonomi terpimpin (*planned, "command" economy*). Ekonomi terpimpin itu didasarkan pada premis bahwa perusahaan-perusahaan yang dimiliki negara dikendalikan oleh dewan perencanaan pusat. Kegagalannya, kemudian, dibandingkan dengan keberhasilan ekonomi yang didasarkan pada pasar. Ekonomi pasar itu didasarkan pada premis bahwa adanya persaingan antara perusahaan-

perusahaan yang dimiliki serta dikendalikan oleh swasta itu. Dari segi kemakmuran (*wealth*) yang dihasilkan, inovasi, dan kualitas meyeluruh barang dan jasa, ekonomi pasar jauh lebih unggul daripada ekonomi terpimpin.

Dalam konteks ekonomi mikro yang dijadikan dasar oleh Hunt dan Morgan (1995) adalah heterogenitas perusahaan-perusahaan dari segi ukuran, lingkup, metode operasi, dan kinerja keuangan. Sehubungan dengan itu, mereka mengemukakan bahwa beberapa perusahaan demikian besar sehingga penjualannya melebihi GDP banyak negara tetapi perusahaan lainnya hanya menjual bunga di sudut jalan. Beberapa perusahaan menghasilkan ratusan jenis produk tetapi perusahaan lainnya hanya menjual satu jenis produk. Beberapa perusahaan terintegrasi secara vertikal tetapi perusahaan lainnya berspesialisasi pada satu kegiatan. Beberapa perusahaan menguntungkan tetapi perusahaan lainnya tidak menguntungkan. Beberapa perusahaan relatif dapat mempertahankan laba yang tinggi tetapi perusahaan lainnya *“fall back into the pack.”* Jadi, menurut teori keunggulan sumberdaya, asumsi homogenitas dalam teori neoklasik tidak berlaku.

PENJELASAN TEORI PERSAINGAN SEMPURNA NEOKLASIK

Berkaitan dengan kedua gejala ekonomi di atas, Hunt dan Morgan (1995) meringkas perbedaan antara teori neoklasik dan teori keunggulan sumberdaya pada Tabel 1 berikut. Penjelasan teori neoklasik mengenai gejala itu dikemukakan pada fasal ini dan penjelasan teori keunggulan sumberdaya dikemukakan pada fasal berikutnya.

Tabel 1. Dasar Teori Persaingan Neoklasik dan Keunggulan Sumberdaya

	Teori Neoklasik	Teori Keunggulan Sumberdaya
1. Demand	<i>Homogeneous within industries</i>	<i>Heterogeneous within industries</i>
2. Consumer information	<i>Perfect and costless</i>	<i>Imperfect and costly</i>
3. Human motivation	<i>Self-interest maximization</i>	<i>Constrained self-interest</i>
4. Firm's objective	<i>Profit maximization</i>	<i>Superior financial performance</i>
5. Firm's information	<i>Perfect and costless</i>	<i>Imperfectly and costly</i>
6. Resources	<i>Capital, labor, and land</i>	<i>Financial, physical, legal, human, organizational, informational, and relational</i>
7. Resource characteristics	<i>Homogenous, perfectly mobile</i>	<i>Heterogenous, imperfectly mobile</i>
8. Role of management	<i>Determine quantity and implement production function</i>	<i>Recognize, understand, create, select, implement, and modify strategies</i>
9. Role of environment	<i>Totally determines conduct and Performance</i>	<i>Influences conduct and performance</i>
10. Competition	<i>Quantity adjustment</i>	<i>Comparative advantage</i>

Sumber: dikutip dari Hunt dan Morgan, 1995

Dalam teori neoklasik diasumsikan bahwa permintaan konsumen bersifat homogen untuk tiap produk industri sedangkan selera dan preferensi konsumen diasumsikan bersifat identik. Selain itu, konsumen juga diasumsikan memiliki informasi yang sempurna mengenai keberadaan, karakteristik, manfaat, dan harga dari semua

produk. Informasi itu diasumsikan dapat diperoleh konsumen tanpa biaya. Motivasi konsumen juga diasumsikan adalah untuk memenuhi kepentingannya sendiri (*self-interest*) atau memaksimumkan manfaat yang akan diperolehnya.

Tujuan perusahaan, menurut teori neoklasik, adalah untuk memaksimumkan laba atau kemakmuran. Dalam kondisi persaingan dan informasi yang diperoleh tanpa biaya, teori neoklasik berfokus pada perusahaan yang menghasilkan hanya satu produk tunggal dengan menggunakan sumberdaya modal, tenaga kerja, dan, kadang-kadang, tanah. Faktor-faktor produksi itu diasumsikan bersifat homogen dan memiliki mobilitas yang sempurna. Selain itu, peranan manajemen adalah untuk menanggapi perubahan lingkungan dengan menentukan kuantitas produk yang akan dihasilkan dan dengan mengimplementasikan fungsi produksi yang identik lintas semua perusahaan dalam tiap industri.

Dalam persaingan, menurut teori neoklasik, tiap perusahaan dalam satu industri (1) dalam jangka pendek menyesuaikan kuantitas produk yang dihasilkan sebagai reaksi atas perubahan harga pasar produk itu dan harga (biaya) sumberdaya dan masukan lainnya serta (2) dalam jangka panjang menyesuaikan skala pabriknya. Jadi, lingkungan perusahaan sangat menentukan apa yang akan dilakukan perusahaan. Secara khusus, semua perusahaan dalam satu industri akan berproduksi pada tingkat hasil di mana biaya marjinal sama dengan pendapatan marjinal atau harga pasar produknya. Dalam jangka pendek, di mana sumberdaya seperti pabrik dan peralatan adalah relatif tetap, tiap perusahaan akan memperoleh laba atau mengalami kerugian bergantung pada apakah harganya lebih besar atau lebih kecil daripada rata-rata total biaya untuk menghasilkan kuantitas yang memaksimumkan labanya. Dalam ekuilibrium jangka panjang, semua sumberdaya dalam pasar persaingan sempurna merupakan variabel dan tiap perusahaan menghasilkan kuantitas produk pada tingkat harga pasar yang sama dengan biaya marjinal jangka panjang, yang juga sama dengan rata-rata biaya minimum jangka panjang. Posisi ekuilibrium jangka panjang itu merupakan situasi "tanpa-laba," yaitu perusahaan-perusahaan tidak memiliki laba ("rent") maupun kerugian yang murni, tetapi hanya laba akuntansi yang sama dengan tingkat pengembalian yang dapat diperoleh dalam industri persaingan sempurna lainnya. Jadi, lingkungan perusahaan sangat menentukan kinerja (laba) suatu perusahaan.

Literatur ilmu ekonomi kemakmuran (*welfare*) menyelidiki kondisi-kondisi umum pada posisi ekuilibrium jangka panjang. Jika semua industri dalam satu perekonomian bersaing secara sempurna dan tiap perusahaan dalam tiap industri tidak dapat lagi menyesuaikan kuantitas yang dihasilkan, maka tiap perusahaan akan memiliki ukuran pabrik yang optimum dan mengoperasikannya dengan biaya yang minimum. Tiap sumberdaya yang digunakan dialokasikan pada penggunaan yang paling produktif dan memperoleh nilai marjinal produknya. Selain itu, distribusi produk yang dihasilkan akan optimal pada ekuilibrium umum karena harga tiap produk (yang merefleksikan kesediaan konsumen untuk membayar tiap unit tambahan produk) dan biaya marjinalnya (yang merefleksikan biaya sumberdaya ekstra yang bersedia dibayar oleh masyarakat atas tiap unit tambahannya) akan menjadi sama. Jadi, kata sifat "sempurna," menurut Hunt dan Morgan (1995), digunakan secara harafiah dalam teori neoklasik: persaingan sempurna adalah sempurna.

Kemakmuran dalam Ekonomi Pasar

Para pengamat neoklasik telah mengakui bahwa ekonomi yang makmur (*abundant*) seperti di Amerika Serikat tidak ditandai dengan persaingan sempurna, tetapi mendekati persaingan sempurna yang memperoleh manfaat melalui efisiensi (Shepherd, 1982). Jadi, teori neoklasik secara potensial dapat menjelaskan kemakmuran dengan berfokus pada efisiensi persaingan sempurna. Sementara itu, dalam ekonomi terpimpin terjadi pengalokasian yang salah atas sumberdaya karena tidak ada “sinyal” dari pasar untuk dijadikan masukan bagi para perencana untuk menggunakan sumberdaya. Sebaliknya, harga dan laba dalam ekonomi pasar berfungsi sebagai sinyal dan motivator dalam mengalokasikan secara efisien sumberdaya.

Seperti halnya dalam menjelaskan keunggulan inovasi ekonomi pasar, para ekonom neoklasik juga mengakui bahwa pandangan mereka bukan berasal dari teori neoklasik. Jadi, ekuilibrium jangka panjang yang merupakan ciri teori neoklasik adalah situasi yang berlaku setelah tidak ada lagi inovasi. Dalam situasi yang demikian, perusahaan telah menyesuaikan secara maksimal produk, ukuran pabrik, dan konsumsinya terhadap berbagai sumberdaya. Penyesuaian itu adalah satu-satunya jenis inovasi yang dimungkinkan dalam teori neoklasik; semua bentuk inovasi lainnya dianggap sebagai variabel eksogen dalam persaingan sempurna. Jadi, dalam persaingan sempurna, penggunaan fitur yang inovatif pada produk industri dapat dinilai sebagai “ketidaksempurnaan” pasar yang akan mengganggu ekuilibriumnya dan mendorong sistemnya untuk menyimpang dari keadaan yang ideal. Dalam kaitan itu, studi-studi neoklasik telah mempertimbangkan fitur inovasi dalam perubahan tahunan model mobil tanpa bermanfaat bagi konsumen; justru hanya menghasilkan biaya “diferensiasi produk” yang merugikan konsumen (Fisher, Griliches, dan Kayseen, 1962 dalam Hunt dan Morgan, 1995).

Persaingan sempurna tidak dapat juga menjelaskan kualitas produk dalam ekonomi pasar lebih tinggi daripada dalam ekonomi terpimpin. Asumsi homogenitas permintaan konsumen dan fungsi produksi yang identik dalam teori neoklasik berarti bahwa (1) semua konsumen pasti menginginkan secara persis tingkat kualitas yang sama dalam tiap golongan produk dan (2) kompetensi khusus perusahaan tidak dimungkinkan. Jadi, tidak ada alasan untuk meyakini bahwa perusahaan-perusahaan blok Timur dalam tiap industri tidak dapat (dan tidak akan) mengimplementasikan cara yang sama kompeten dengan fungsi produksi yang standar untuk menghasilkan produk dengan kualitas yang sama seperti dalam ekonomi pasar. Kecuali jika konsumen ekonomi blok Timur menginginkan produk berkualitas yang lebih rendah (asumsi yang ditolak dengan harga premium yang ditentukan melalui barang Barat dalam ekonomi yang demikian) atau sumbangan sumberdaya (misalnya, tenaga kerja) secara intrinsik lemah dalam ekonomi terpimpin (juga asumsi yang lemah), persaingan sempurna tidak dapat menjelaskan kelemahan historis produk blok Timur.

Orang juga harus memperhatikan implikasi persaingan sempurna atas perbaikan kualitas. Tidak ada perusahaan dalam persaingan sempurna yang akan atau dapat mengeluarkan pengorbanan ekstra untuk menghasilkan produk dengan tingkat kualitas yang lebih tinggi daripada produk yang standar karena asumsi homogenitas permintaan mengimplikasikan bahwa produk itu tidak diberi harga yang lebih tinggi. Selain itu, jika perusahaan memang menghasilkan produk berkualitas lebih tinggi sehingga dapat

menerima harga yang lebih tinggi berarti ketidaksempurnaan pasar akan menggeser pasar dari keadaan ekuilibrium yang ideal.

Diversitas Perusahaan

Persaingan sempurna mengimplikasikan sejumlah perusahaan kecil dalam tiap industri, dan masing-masing menghasilkan satu produk tunggal dengan kuantitas yang ditentukan oleh ukuran yang paling efisien dari pabriknya. Tetapi banyak industri dalam ekonomi pasar yang terdiri dari sedikit perusahaan yang berukuran sangat besar dan menghasilkan banyak produk. Karena persaingan sempurna bersifat sempurna, maka perusahaan besar yang demikian pasti tidak efisien dan mencerminkan "kegagalan pasar" melalui perilaku kolusif atau adanya "hambatan untuk masuk." Perusahaan yang memiliki laba yang lebih tinggi daripada rata-rata industri juga mencerminkan ketidaksempurnaan pasar dan adanya "kekuatan pasar." Jadi, persaingan sempurna memberi dasar untuk meragukan perusahaan besar dan menguntungkan tersebut.

Dua aliran ekonomi telah berusaha menjelaskan diversitas perusahaan tanpa harus mengacu pada hipotesis seperti "kolusi" atau "hambatan masuk." Pertama, para ekonom beraliran Chicago memodifikasi asumsi mengenai fungsi produksi industri yang luas dan identik dengan mengakui adanya perbedaan kompetensi khusus perusahaan (Demsetz, 1975). Bagi mereka, karena "para individu tidak mungkin semua sama, kelompok-kelompok yang membangun perusahaan bisnis juga tidak sama, dan efektivitas perusahaannya berbeda" (McGee, 1975 dalam Hunt dan Morgan, 1995). Karena itu, perusahaan-perusahaan besar mungkin ada lebih karena adanya perbedaan efisiensi produksi daripada kolusi. Jadi, "kebesaran" bagi aliran Chicago tidak harus berarti "kejelekan." Namun demikian, para ekonom Chicago masih berpedoman pada keyakinan neoklasik bahwa keunggulan pendapatan yang didasarkan pada perbedaan efisiensi akan diasingi oleh para peniru dalam jangka panjang dan ekuilibrium umum akan pulih. Karena itu, keunggulan kinerja yang berkelanjutan tetap meragukan (Demsetz, 1973). Selain itu, para ekonom Chicago hanya mengemukakan efisiensi diferensial, bukan kemungkinan bahwa keunggulan pendapatan akan dihasilkan dari produk yang inovatif maupun berkualitas lebih tinggi, yakni, kefektifan diferensial (Conner, 1991).

Aliran yang kedua, yaitu para ekonom biaya, juga mengkritik pandangan neoklasik. Coase (1937 dalam Hunt dan Morgan, 1995) menunjukkan bahwa selama setengah abad yang lalu perusahaan dapat menghindari biaya pencarian maupun negosiasi dengan menghasilkan sendiri *input* produksinya. Menurut Coase, tiap perusahaan dapat memperluas operasinya hingga biaya marginal untuk menghasilkan sendiri satu *input* sama dengan harga pasar *input* itu. Jadi, perluasan persaingan sempurna menjelaskan tidak hanya adanya perusahaan berdasarkan peminimuman biaya yang berkaitan dengan pertukaran pasar, tetapi ada juga perusahaan yang kecil. Caranya adalah para individu secara bersama-sama dengan kepemimpinan antreprenur membeli *inputs* dan secara bersama-sama menghasilkan satu *output*. Alasannya adalah bahwa jika dibandingkan dengan tiap individu yang bertindak sendiri, "biaya-biaya pemasaran tertentu dapat dihemat" (Coase, 1937/1952 dalam Hunt dan Morgan, 1995).

Dengan memperluas gagasan Coase, Williamson (1981) mengemukakan bahwa "perusahaan moderen terutama dimengerti sebagai hasil dari serentetan inovasi-inovasi keorganisasian yang telah memiliki tujuan dan pengaruh dalam mengekonomiskan biaya transaksi," di mana biaya yang demikian mencakup semua "biaya negosiasi, pemantauan,

dan pelaksanaan yang diperlukan untuk menjamin bahwa barang dan jasa yang disepakati antara dan dalam perusahaan-perusahaan di waktu yang akan datang" (Alston dan Gillespie, 1989). Williamson selanjutnya mengidentifikasi keadaan di mana penolakan perusahaan atas biaya transaksi pasar bersifat kritis. Jika semua perilaku manusia adalah untuk memaksimumkan kepentingannya sendiri tanpa kendala dan semua perusahaan memaksimumkan laba, maka semua perusahaan akan mengusahakan laba secara opurtinistik, mengusahakan kepentingan sendiri melalui penipuan" (1975). Jadi, ia menyatakan, tanpa asumsi oportunisme, "studi mengenai organisasi ekonomi tak berarti" (1981). Karena oportunisme "penyimpangan yang berorientasi pada pengingkaran atas kewajiban yang implisit atau eksplisit untuk dilakukan" (John, 1984), maka hal itu akan terjadi ketika menghasilkan produk yang menuntut "transaksi aset khusus," yakni, aset yang nilainya bergantung secara signifikan pada penggunaannya dalam kaitan dengan aset khusus lain. Menurut ilmu ekonomi biaya transaksi, perusahaan besar yang terintegrasi secara vertikal ada untuk oportunisme pasar (Conner, 1991).

PENJELASAN TEORI KEUNGGULAN SUMBERDAYA

Baik isi maupun epistemologi tiap premis teori keunggulan sumberdaya berbeda dari teori neoklasik. Secara khusus, karena teori keunggulan sumberdaya mengadopsi epistemologi realisme ilmiah (Hunt, 1991 dalam Hunt dan Morgan, 1995), maka tiap premis ditawarkan sebagai satu proposi yang dapat dan akan sesuai dengan pengujian empiris. Premis teori keunggulan sumberdaya itu dikemukakan pada Tabel 2. Jadi, tidak seperti epistemologi persaingan sempurna, jika tiap premis dasar ternyata palsu, maka premis itu diganti dengan premis yang menguraikan dengan lebih baik dunia yang nyata mengenai persaingan dalam ekonomi pasar. Penjelasan mengenai masing-masing premis itu dikemukakan berikut ini.

Tabel 2. Premis Dasar Teori Keunggulan Sumberdaya

1	<i>Demand is heterogeneous across industries, heterogeneous within industries, and dynamic</i>
2	<i>Consumer information is imperfect and costly</i>
3	<i>Human motivation is constrained self-interest seeking</i>
4	<i>The firm's objective is superior financial performance</i>
5	<i>The firm's information is imperfect and costly</i>
6	<i>The firm's resources are financial, physical, legal, human, organizational, informational and relational</i>
7	<i>Resource characteristics are heterogeneous and imperfect mobile</i>
8	<i>The role of management is to recognize, understand, create, select, implement and modify strategies</i>
9	<i>Competitive dynamics are disequilibrium-provoking, with innovation endogenous</i>

Sumber: dikutip dari Hunt dan Morgan, 1997

Pertama, dengan menolak asumsi neoklasik mengenai homogenitas preferensi konsumsi dalam kelompok produk yang umum, teori keunggulan sumberdaya memandang permintaan industri secara signifikan bersifat heterogen dan dinamis (Dickson, 1992). Dengan pernyataan lain, selera dan preferensi konsumen dalam satu kelompok produk yang umum, tidak hanya sangat berbeda dari fitur dan ciri produk yang diinginkan, tetapi selera dan preferensi konsumen juga selalu berubah.

Kedua, konsumen memiliki informasi yang tidak sempurna mengenai produk yang mungkin sesuai dengan selera dan perefensinya, dan untuk memperoleh informasi itu sering disertai dengan pengorbanan dari segi waktu maupun uang. Heterogenitas mengimplikasikan bahwa sedikit, jika ada, pasar industri yang demikian; yang ada hanyalah segmen-semen pasar dalam industri-industri. Misalnya, tidak ada "pasar untuk sepatu," atau bahkan pasar yang terpisah untuk sepatu perempuan dan laki-laki. Bahkan walaupun semua konsumen menginginkan *footwear* dan orang dapat mengidentifikasi sekelompok perusahaan yang menghasilkan sepatu, kelompok perusahaan yang membangun industri sepatu itu tidak secara kolektif menghadapi kurva permintaan dengan tingkat kemiringan tunggal yang menurun – kurva permintaan industri yang demikian akan mengimplikasikan selera dan preferensi yang homogen. Kurva permintaan itu ada pada satu tingkat (dis)agregasi yang terlalu halus untuk menjadi satu industri. Misalnya, bahkan jika ada pasar sepatu jalan (*walking shoe*) untuk laki-laki, orang tidak akan membicarakan industri sepatu jalan untuk laki-laki itu.

Ketiga, dalam berperan sebagai konsumen produk maupun manajer perusahaan, orang termotivasi untuk mencapai kepentingan pribadinya yang memiliki kendala. Premis ini didasarkan pada argumen Etzioni (1988 dalam Hunt dan Morgan, 1995) bahwa orang memiliki dua sumber nilai yang tidak dapat direduksi, yaitu kesenangan (atau, dalam notasi Etzioni, "P-utility") dan moralitas. Karena orang memang mengusahakan hal yang menyenangkan dan menghindari yang tidak menyenangkan, maka P-utility dapat digunakan untuk menjelaskan perilaku. Tetapi, konsumen maupun manajer memiliki kendala dalam mencapai kepentingannya sendiri, yaitu pertimbangan atas apa yang benar, tepat, etis, bermoral, dan pantas. Dalam konteks teori etika, pertimbangan deontologi membatasi pertimbangan teleologis (Hunt dan Vasquez-Parraga, 1993). Premis ini mengimplikasikan bahwa oportunitisme tidak diasumsikan berlaku dalam semua keadaan. Atas dasar itu dalam teori keunggulan sumberdaya ditolak teori biaya transaksi mengenai "guilt by axiom" (Donaldson, 1990). Berkaitan dengan orang yang berperilaku secara oportunistik dalam berbagai konteks maka diperlukan penelitian untuk mengeksplorasi dan menjelaskannya – bukan dengan diasumsikannya.

Keempat dan kelima, tujuan utama perusahaan adalah untuk mencapai kinerja keuangan yang unggul, yang, konsisten dengan ilmu ekonomi Austrian (Jacobson, 1992). Tujuan itu dicapai dalam kondisi informasi yang tidak sempurna (dan sering membutuhkan biaya untuk memperolehnya) mengenai konsumen dan pesaing. Pandangan teori keunggulan sumberdaya paralel dengan pandangan Porter (1991), yang mengidentifikasi keberhasilan perusahaan sebagai "kinerja yang unggul dan dapat dipertahankan . . . relatif terhadap saingan terbaik dunia." Ada, tanpa diragukan, tujuan lain – seperti kontribusi untuk menyelesaikan masalah sosial atau, seperti dikemukakan oleh Porter (1991), para individu "yang menikmati *slack*" – tapi tujuan sekunder yang demikian dalam teori keunggulan sumberdaya dimungkinkan dengan pencapaian kinerja keuangan yang unggul. "Keunggulan" itu mengimplikasikan bahwa perusahaan mengusahakan tingkat kinerja keuangan yang melebihi acuannya, yang seringkali adalah

pesaing terdekatnya. Kenapa “unggul” daripada kinerja keuangan yang maksimum? Alasannya adalah bahwa perusahaan tidak memaksimumkan laba karena fakta yang telah terdokumentasi dengan baik bahwa semua (sebagian) perusahaan tidak memiliki informasi untuk berbuat seperti itu (yakni, perusahaan-perusahaan beroperasi dalam rasionalitas yang terbatas dalam Simon, 1979) maupun karena pertimbangan moralitas yang kadang-kadang membatasi semua (atau sebagian) perusahaan untuk melakukan hal yang demikian. Singkatnya, kinerja keuangan yang unggul dibatasi oleh pandangan manajer mengenai moralitas. Sebagai contoh, banyak manajer yang menolak *cheating* atau pengeksploitasi secara oportunistik konsumen dan pemasoknya bukan hanya karena ketakutan atas *P-utility* menjadi “*getting caught*,” tetapi juga karena mereka mempercayai *cheating* dan eksplotasi yang demikian adalah salah dari segi deontologi (Hunt dan Morgan, 1995)..

Di Jerman dan Swiss, di mana bank dan pemilik utama saham jarang menjual sahamnya, misalnya, apresiasi modal jangka panjang dinilai lebih tinggi daripada di Amerika Serikat (Porter, 1990). *Rewards* yang mengalir ke perusahaan (dan kemudian kepada pemilik, manajer, dan pekerja) akan menghasilkan hasil keuangan yang unggul. *Rewards* itu mencakup tidak hanya dividen saham, apresiasi modal, gaji, upah, dan bonus, tetapi juga promosi, perluasan peluang karir, harga diri, dan perasaan berprestasi.

Dalam teori keunggulan sumberdaya ditolak pendapat bahwa tujuan perusahaan adalah untuk mencapai laba atau “*rents*” yang “*abnormal*” dari “*ketidaksempurnaan*” pasar, seperti dalam teori neoklasik. Sebaliknya, dalam teori keunggulan sumberdaya semua pemasar didorong untuk menghindari ekspresi neoklasik yang demikian. Walaupun orang dapat menghitung hal-hal yang demikian sebagai rata-rata laba dari sekolompok saingan sebagai pembanding, gagasan mengenai “*laba yang normal*,” yaitu rata-rata laba perusahaan dalam satu industri persaingan sempurna pada ekulilibrium jangka panjang, secara empiris tidak berarti, dapat dianggap sebagai abstraksi yang merusak, yang jahat. Ekuilibrium jangka panjang bukan sesuatu yang ada dan juga tidak ada kelompok-kelompok saingan “*yang memiliki kecenderungan*” dan juga bukan sesuatu yang, jika tercapai, diinginkan (*let alone perfect*). Pasar tidak pernah dalam keadaan ekulilibrium (Dickson, 1992; Jacobson, 1992) dan kegiatan yang menghasilkan distorsi di pasar memiliki manfat positif karena merupakan mesin pertumbuhan ekonomi: “*Kapitalisme pada hakekatnya merupakan satu bentuk atau metode perubahan ekonomi dan tidak pernah dapat bersifat stasioner*” (Schumpeter, 1950 dalam Hunt dan Morgan, 1995).

Keenam, sumberdaya merupakan entitas berwujud dan tak berwujud yang tersedia bagi perusahaan yang memungkinkan perusahaan itu untuk menghasilkan penawaran secara efisien dan/atau efektif ke pasar yang memiliki nilai bagi segmen atau segmen-segmen pasar (Barney, 1991; Wernerfelt, 1984). Misalnya, kompetensi dasar perusahaan (Parahalad dan Hamel, 1990) adalah tidak berwujud, sumberdaya jenjang yang lebih tinggi yang memungkinkan perusahaan untuk berkinerja – mungkin lebih baik daripada saingannya dalam “*rantai nilai*” Porter (1985). Berdasarkan pendapat Barney (1991 dalam Hunt dan Morgan, 1995), Day dan Wensley (1988 dalam Hunt dan Morgan, 1995) dan Hofer dan Schendel (1978 dalam Hunt dan Morgan, 1995), dalam teori keunggulan sumberdaya dikemukakan bahwa banyak sumberdaya potensial yang dapat menjadi sangat berguna, seperti keuangan (persediaan kas, akses ke pasar keuangan), fisik (seperti, pabrik, peralatan), hukum (*trademarks*, lisensi), manusia (keterampilan dan pengetahuan pekerja), keorganisasian (kompetensi, kontrol, kebijakan, budaya), informasi (pengetahuan yang berasal dari intelijensi konsumen dan saingan), dan hubungan (hubungan dengan pemasok dan pelanggan).

Ketujuh, sumberdaya secara signifikan bersifat heterogen lintas perusahaan dan juga mobilitasnya tidak sempurna. Heterogenitas sumberdaya berarti bahwa tiap perusahaan memiliki berbagai sumberdaya yang, paling tidak dalam beberapa cara, tergolong unik. Ketidakmobilan mengimplikasikan bahwa sumberdaya perusahaan, pada berbagai tingkatan, dibeli dan dijual secara tidak umum, tidak mudah, tidak tersedia di pasar ("faktor" pasar neoklasik). Karena ketidakmobilan sumberdaya itu, maka perusahaan berusaha memperoleh sumberdaya yang sama dengan pesaing tertentu yang berhasil (Collis, 1991; Dierickx dan Cool, 1989).

Ketika satu perusahaan memiliki sumberdaya (atau lebih sering berbagai sumberdaya khusus) yang jarang di antara para pesaing, perusahaan memiliki potensi untuk menghasilkan keunggulan bersaing untuk perusahaan itu (Barney, 1991 dalam Hunt dan Morgan, 1995). Keunggulan komparatif dalam sumberdaya ada jika aneka sumberdaya perusahaan memungkinkan perusahaan itu untuk memproduksi penawaran pasar yang, relatif terhadap penawaran yang ada oleh para pesaing, (1) dipersepsikan oleh segmen-semen pasar memiliki nilai yang unggul dan/atau (2) dapat diproduksi dengan biaya yang lebih rendah. Sebagaimana dikemukakan oleh Conner (1991 dalam Hunt dan Morgan, 1995), "perbedaan dalam penawaran produk atau biaya yang rendah berkaitan secara langsung dengan perbedaan dalam *inputs* – sumberdaya – yang digunakan untuk menghasilkan produk itu, yang kualitas dan biayanya banyak bergantung pada bauran khusus yang digunakan dan cara membaurnya. Jadi, keunggulan komparatif dalam sumberdaya dapat diubah menjadi posisi keunggulan bersaing di pasar dan kinerja keuangan yang unggul – walaupun tidak selalu demikian.

Kedelapan, peranan manajemen dalam perusahaan adalah untuk mengenal dan memahami strategi yang sekarang, menciptakan strategi yang baru, memilih strategi yang diinginkan, mengimplementasikan atau mengelola strategi yang dipilih itu, dan memodifikasinya sesuai dengan keadaan yang dihadapi. Strategi yang menghasilkan posisi keunggulan bersaing dan kinerja keuangan yang unggul akan digunakan karena strategi berpedoman pada sumberdaya di mana perusahaan memiliki keunggulan bersaing. Kadang-kadang ini merupakan satu sumberdaya tunggal, seperti *trademark*; yang lebih sering adalah sumberdaya itu merupakan kombinasi dari sumberdaya-sumberdaya yang saling terkait, yakni, satu aneka sumberdaya. Kinerja keuangan yang unggul, yang dapat dipertahankan, terjadi hanya jika keunggulan komparatif perusahaan dalam sumberdaya terus menghasilkan posisi keunggulan bersaing walaupun pesaing melakukan tindakan tertentu.

Karena semua perusahaan mengusahakan kinerja keuangan yang unggul, para pesaing perusahaan yang memiliki keunggulan komparatif akan berusaha menetralisir keunggulan saingannya dengan mengusahakan sumberdaya yang menghasilkan nilai yang sama. Jika sumberdaya itu bersifat mobil, yakni, tersedia untuk dijual di pasar, maka sumberdaya itu akan diperoleh pesaing, dan keunggulan bersaing itu ternetralisir dengan cepat dan efektif. Jika sumberdaya itu tidak mobil, maka pesaing akan melakukan inovasi. Menurut Barney (1991 dalam Hunt dan Morgan, 1995), perilaku yang inovatif dapat berupa peniruan sumberdaya atau penemuan sumberdaya pengganti sumberdaya yang secara strategis ekuivalen. Alternatif ketiga, yang diusulkan dalam teori keunggulan sumberdaya adalah lebih penting daripada imitasi atau substitusi, yaitu inovasi utama berupa penemuan sumberdaya baru yang menghasilkan nilai yang unggul atas – bukan ekuivalen secara strategis atas – pesaing yang unggul. Disebut lebih penting karena

penetrasi keunggulan pesaing melalui imitasi dan substitusi menghasilkan hanya paritas pengembalian sedangkan pengidentifikasi dan perolehan sumberdaya yang baru dapat menghasilkan posisi keunggulan bersaing dan pengembalian yang unggul.

Kesembilan, sementara teori neoklasik – termasuk pandangan-pandangan ilmu ekonomi organisasi industri yang tradisional (Bain, 1956 dalam Hunt dan Morgan, 1995) – mengasumsikan bahwa lingkungan perusahaan, khususnya struktur industrinya, sangat menentukan tindakan (atau strategi) dan kinerja (laba), dalam teori keunggulan sumberdaya dinyatakan bahwa faktor-faktor lingkungan hanya mempengaruhi pelaksanaan dan kinerja. Heterogenitas dan ketidakmobilan relatif sumberdaya mengimplikasikan bahwa pilihan strategis harus dibuat dan bahwa pilihan itu mempengaruhi kinerja. Semua perusahaan dalam satu industri tidak akan mengadopsi strategi yang sama. Aneka sumberdaya yang berbeda menunjukkan pentargetan segmen pasar yang berbeda dan/atau persaingan menghadapi pesaing yang berbeda.

Persaingan terdiri dari perjuangan yang konstan dari perusahaan-perusahaan untuk mencapai keunggulan bersaing dalam sumberdaya yang akan menghasilkan posisi keunggulan bersaing dalam pasar dan, karena itu, kinerja keuangan yang unggul. Begitu keunggulan komparatif perusahaan dalam sumberdaya memungkinkan perusahaan untuk mencapai kinerja yang unggul melalui posisi keunggulan bersaing dalam satu atau beberapa segmen pasar, maka para pesaing berusaha menyalip dan/atau melampaui perusahaan yang unggul melalui akuisisi, imitasi, substitusi, atau inovasi utama. Teori keunggulan sumberdaya, karena itu, adalah dinamis. Disekuilibrium adalah normanya, dalam pengertian keadaan kewajaran yang normal. Hal itu juga merupakan norma dalam hal keadaan kewajaran yang diinginkan.

Kemakmuran dalam Ekonomi Pasar

Menurut teori keunggulan sumberdaya, kemakmuran yang lebih besar dalam ekonomi pasar didasarkan pada *rewards*, dengan berjalannya waktu, yang mengalir penggunaan yang efisien dan efektif. Penjelasan secara rinci dikemukakan berikut ini. Pertama, teori keunggulan sumberdaya memperluas jenis sumberdaya (dari tanah, tenaga kerja, dan modal) dengan menyertakan sumberdaya tak berwujud, seperti budaya organisasi, pengetahuan, dan kompetensi. Jenjang sumberdaya yang lebih tinggi itu adalah yang terpenting untuk perusahaan modern dan masing-masing ekonominya, sebagaimana terbukti melalui keberhasilan Jepang, Singapura, dan Hong Kong, yang secara sebenarnya tidak memiliki sumberdaya alam.

Kedua, dalam teori keunggulan sumberdaya diidentifikasi pencarian keunggulan bersaing dalam sumberdaya sebagai motivasi yang sangat kuat untuk tidak hanya menggunakan secara efisien sumberdaya yang ada, tetapi juga untuk menciptakan sesuatu yang baru. Jadi, dibandingkan dengan ekonomi terpimpin, ekonomi pasar lebih efektif dalam menciptakan sumberdaya yang baru, seperti kompetensi keorganisasian yang berbeda, yang kemudian dapat digunakan secara efisien. Di atas semua itu, penentuan ukuran optimum pabrik, yang merupakan bagian utama efisiensi neoklasik, adalah masalah teknis yang sempit yang dapat diselesaikan dengan derajat ketepatan yang tinggi oleh perencana pusat. Tetapi baik para perencana pusat maupun para manajer individual pabrik tidak memiliki motivasi untuk menciptakan sumberdaya yang baru dan, karena itu, efisiensi yang baru. Karena itu, teori keunggulan sumberdaya menjelaskan kenapa ekonomi pasar secara berkelanjutan menciptakan sumberdaya yang dapat menghasilkan

proses produksi yang lebih efisien, yang kemudian menghasilkan kemakmuran. Jadi, teori keunggulan sumberdaya menjelaskan tidak hanya kenapa bangsa-bangsa yang miskin sumberdaya alam dapat menjadi makmur, tetapi juga kenapa ekonomi pasar tetap lebih efisien dan lebih makmur.

Teori keunggulan sumberdaya secara langsung menjelaskan kenapa ekonomi pasar lebih inovatif. Sementara dalam ekonomi terpimpin tidak ada mekanisme untuk secara otomatis mengganjar inovasi, ganjaran dalam ekonomi pasar mengalir ke perusahaan dan individu yang mengembangkan proses dan produk yang inovatif. Penjelasannya secara rinci dikemukakan berikut ini. Pertama, pencapaian inovasi atau "Schumpeterian shocks" (Barney, 1991 dalam Hunt dan Morgan, 1995) memberikan kepada inovator keunggulan komparatif yang signifikan yang seringkali dapat dipertahankan. Kedua, banyak inovasi inovasi kecil dalam proses dan produk yang juga mencirikan ekonomi pasar diprediksi dengan teori keunggulan sumberdaya. Inovasi-inovasi kecil itu akan memiliki pengaruh kumulatif pada keunggulan sumberdaya dan, karena itu, pada efisiensi dan efektivitas. Karena itu, perbaikan secara berkelanjutan proses dan produk merupakan dasar untuk program jaminan kualitas seperti yang dikemukakan oleh Deming (Gitlow dan Gitlow, 1987 dalam Hunt dan Morgan, 1995).

Sebagaimana untuk penjelasan kualitas, lebih daripada menjadi variabel eksogen atau ketidaksempurnaan pasar, kualitas yang unggul merupakan hasil alamiah dari satu sistem yang ditandai dengan pencarian keunggulan komparatif sehingga *rewards* bertambah ke perusahaan-perusahaan yang menghasilkan produk berkualitas tinggi. Sebaliknya, perusahaan dalam ekonomi terpimpin tidak memiliki mekanisme alamiah untuk memberikan *reward* atas barang dan jasa yang memiliki kualitas lebih tinggi. Hal itu terlihat pada kasus pembuat mobil Jepang tahun 1970-an dan 1980-an serta pengadopsian mereka atas pandangan Deming mengenai kualitas. Kompetensi produksi yang demikian - seperti pembelian *just-in-time* - membangun sumberdaya yang tidak hanya menghasilkan produk yang memiliki biaya yang lebih rendah tetapi lebih tahan lama, lebih reliabel, dan memiliki kualitas yang lebih tinggi. Posisi keunggulan bersaingnya juga menghasilkan pengembalian yang unggul.

Diversitas Perusahaan

Teori keunggulan sumberdaya menjelaskan diversitas ukuran, lingkup, dan profitabilitas perusahaan dalam tiap industri dengan beberapa latar berikut. Pertama, karena tidak ada asumsi mengenai oportunitisme universal, maka ukuran dan lingkup yang berbeda dari perusahaan dapat dijelaskan dengan dasar bahwa beberapa perusahaan mengembangkan hubungan dengan pemasok dan/atau pelanggan sehingga perusahaan tidak mengeksplorasinya (Morgan dan Hunt, 1994), sementara yang lain berintegrasi ke belakang atau ke depan karena tidak dapat menemukan mitra yang dapat dipercaya.

Kedua, perusahaan mungkin memutuskan untuk melakukan sendiri satu kegiatan daripada mengontrakkannya. Untuk itu, perusahaan membangun, atau merupakan bagian dari jenis sumberdaya yang membangun, satu kompetensi. Secara sederhana, perusahaan-perusahaan melakukan sendiri kegiatan yang dipercayainya – kadang-kadang secara salah – mereka memiliki kapabilitas untuk melakukannya dengan lebih baik.

Ketiga, tiap perusahaan dalam satu industri merupakan satu entitas yang unik dalam waktu dan ruang sebagai hasil dari pengalaman perusahaan itu. Karena pengalaman

yang unik itu dalam memperoleh dan menggunakan sumberdaya, perusahaan akan berbeda dari para saingannya (Barney, 1991 dalam Hunt dan Morgan, 1995).

Keempat, aneka perbedaan sumberdaya mungkin memiliki efisiensi dan efektivitas yang sama dalam menghasilkan nilai yang sama untuk segmen pasar. Perbedaan itu menyebabkan perusahaan berbeda ukuran dan lingkup, di mana "lingkupnya" mengacu pada diversitas produk pasar (Chandler, 1990 dalam Hunt dan Morgan, 1995).

Kelima, karena permintaan yang ada bersifat heterogen, maka pelayanan segmen pasar yang berbeda mungkin akan mendorong perusahaan untuk memasuki industri yang sama dengan ukuran dan lingkup yang berbeda, misalnya, pemasar "relung."

Keenam, sumberdaya individual menghasilkan keunggulan komparatif untuk hanya perusahaan tertentu, bahkan walaupun para saingannya melayani segmen pasar yang sama. Itu terjadi karena adanya satu aneka sumberdaya yang saling terkait yang menghasilkan keunggulan, seperti kompetensi yang berbeda.

Ketujuh, jika satu atau lebih perusahaan yang melayani beberapa segmen pasar memiliki keunggulan bersaing dalam sumberdaya yang tidak dapat ditiru oleh pesaingnya, menemukan pengganti atau melampaui keseluruhan sumberdaya yang baru, maka keadaan ini akan memunculkan perusahaan yang berbeda-beda dalam industri yang sama.

Kedelapan, bauran perusahaan dalam satu industri berubah karena perubahan preferensi konsumen maupun pencarian yang berkelanjutan atas keunggulan bersaing dalam sumberdaya oleh semua perusahaan yang akan mencapai posisi keunggulan bersaing di pasar. Kadang-kadang usaha-usaha itu berhasil.

Dalam konteks perbedaan yang substansial dalam profitabilitas perusahaan, apakah perbedaan itu terutama, atau secara eksklusif, dapat diatribusikan pada perbedaan struktur industri, seperti determinisme yang diimplikasikan dalam teori neoklasik? Atau apakah hanya faktor lingkungan yang mempengaruhi profitabilitas, sebagaimana dijelaskan dalam teori keunggulan sumberdaya dan aliran penelitian pilihan strategik? Dengan menggunakan data bisnis Federal Trade Commission (FTC) 1975, Schmalensee (1985 dalam Hunt dan Morgan, 1995) menyelidiki pengaruh relatif perusahaan versus industri terhadap profitabilitas perusahaan (*return on assets* perusahaan dalam tiap industri). Pengaruh industri menjelaskan 19.5% dari variansi profitabilitas perusahaan dan pengaruh perusahaan tergolong tidak signifikan. Adas dasar itu disimpulkan bahwa strategi perusahaan "tidak berpengaruh." Sejak itu, beberapa studi telah mempertanyakan penemuan Schmalensee bahwa strategi perusahaan tidak berpengaruh pada profitabilitas perusahaan (Cubbin dan Geroski, 1987; Hansen dan Wernerfelt, 1989). Rumelt (1991), misalnya, memperluas profitabilitas studi FTC Schmalensee dengan penambahan data tahun 1974, 1976, 1977. Ia menemukan bahwa pengaruh industri menjelaskan hanya 8% dari variansi tingkat pengembalian dan 45% dari variansinya dijelaskan oleh pengaruh unit bisnis. Roquebert, Phillips, dan Westfall (1994 dalam Hunt dan Morgan, 1995) juga menemukan pengaruh total industri versus perusahaan (perusahaan plus unit bisnis) adalah sebesar 10% dan 50%, masing-masing. Hasil Roquebert, Phillips dan Westfall lebih bernilai karena sampelnya jauh lebih besar (lebih dari 6800 perusahaan), memiliki dasar yang lebih luas (lebih dari 940 kategori empat-digit Standard Industrial Classification), dan mencakup perusahaan kecil maupun besar. Akumulasi hasil itu sangat mendukung posisi teori keunggulan sumberdaya bahwa faktor lingkungan hanya mempengaruhi, tidak sepenuhnya menentukan, kinerja perusahaan. Jadi, *human agency* (pilihan stratejik) juga memiliki kontribusi yang berarti dalam mencapai kinerja perusahaan.

Sebagai kesimpulan, Hunt dan Morgan (1995) mengemukakan bahwa teori keunggulan sumberdaya jauh lebih baik daripada teori neoklasik dalam menjelaskan kenapa ekonomi pasar menghasilkan lebih kemakmuran dan inovasi serta barang dan jasa yang kualitasnya lebih tinggi daripada ekonomi terpimpin. Selain itu, menurut mereka, teori keunggulan sumberdaya juga menjelaskan dengan lebih baik kenapa perusahaan-perusahaan dalam ekonomi pasar menunjukkan diversivitas yang kaya, bahkan dalam industri yang sama.

TANGGAPAN ATAS TEORI KEUNGGULAN SUMBERDAYA

Menurut Hunt, tanggapan yang bersifat positif dan negatif atas teori yang diusulkannya adalah seimbang. Namun demikian, berdasarkan publikasi ilmiah yang dapat diakses, lebih banyak yang bersifat negatif dan bahkan ekstrim negatif.

Salah satu tanggapan yang mendukung dikemukakan oleh Dickson (1996). Ia mengemukakan bahwa teori keunggulan sumberdaya menjelaskan hal-hal yang menciptakan diversitas pasar dan keunggulan bersaing, alasan pasar yang kompetitif lebih efisian, bagaimana pasar persaingan gagal, dan bagaimana mengelola pasar yang gagal dapat gagal. Hal itu disambut baik oleh Hunt dan Morgan (1996). Namun demikian, apresiasi Dickson itu lebih dikaitkan dengan pemasaran, bukan teori neoklasik.

Tanggapan yang negatif dikemukakan oleh Deligonul dan Cavusgil (1997). Mereka secara tegas menyatakan bahwa teori keunggulan sumberdaya Hunt dan Morgan itu tidak layak untuk menggantikan teori neoklasik. Deligonul dan Cavusgil mengemukakan bahwa teori keunggulan sumberdaya tidak berhasil menjelaskan kegagalan global ekonomi terpimpin *vis-à-vis* kemakmuran (*abundance*) dan diversifikasi pasar. Penjelasan teori keunggulan sumberdaya, menurut mereka, tidak memenuhi syarat untuk dijadikan sebagai teori yang baru. Mereka mengemukakan itu dengan mengacu pada filsafat ilmu Lakatos (1970 dalam Deligonul dan Cavusgil, 1997).

Berdasarkan filsafat Lakatos itu, Deligonul dan Cavusgil mengemukakan tiga alasan bahwa teori keunggulan sumberdaya tidak layak untuk menjadi teori yang baru untuk menggantikan teori neoklasik. Satu, kedua teori itu berakar dalam paradigma pertukaran yang sama. Dua, teori terlalu komprehensif sehingga lemah, mudah diserang. Dalam kaitan itu, Dowling (2004) juga mengemukakan bahwa teori Hunt tersebut terlalu *overstatement* sehingga membingungkan. Tiga, teori keunggulan bersaing sebagai pengganti teori neoklasik adalah meragukan. Dengan mengacu pada pernyataan Homans (1964) maupun Sutton dan Staw (1995), Deligonul dan Cavusgil mengemukakan tanggapan yang lebih ekstrim mengenai teori keunggulan sumberdaya sbb.: “*A collection of sentences does not necessarily make a story, and a collection of assertions, even after being verified in some form, does not necessarily make a theory. It reduces the theory to a dictionary of language without sentences.*” Singkatnya, menurut Deligonul dan Cavusgil, teori keunggulan sumberdaya tidak berarti, termasuk jika dimaksudkan untuk menggantikan teori neoklasik.

Sebagaimana lazimnya, tanggapan negatif dari Deligonul dan Cavusgil itu ditanggapi oleh Hunt dan Morgan (1997). Namun demikian, tanggapan Hunt dan Morgan itu tidak cukup mendasar dan bahkan ada kecenderungan untuk menyangkal sebagian isi tulisan mereka. Hunt dan Morgan (1997), misalnya, menyatakan bahwa mereka tidak pernah menyatakan untuk menggantikan teori persaingan sempurna neoklasik sebagaimana yang dituduhkan oleh Deligonul dan Cavusgil (1997).

Mungkin kalimat yang dijadikan sebagai dasar oleh Deligonul dan Cavusgil (1997) adalah “*We develop the foundations for a rival to perfect competition theory--we do not just critique it*” (Hunt dan Morgan, 1995). Dari kalimat itu, Hunt dan Morgan memang tidak secara eksplisit menyatakan akan menggantikan teori persaingan sempurna neoklasik, tetapi sebagai saingannya. Namun demikian, dalam konteks filsafat ilmu Khun (Anderson, 1982) maupun Lakatos (Anderson, 1983), pada akhirnya hanya satu teori dari teori-teori yang bersaing yang akan bertahan.

Dalam perkembangan berikutnya, Hunt (2001 dalam Peterson, 2001) mengubah nama teorinya menjadi teori umum persaingan dengan menjadikan teori persaingan sempurna neoklasik sebagai salah satu kasus (bagian). Menurut Peterson (2001), karena teori keunggulan sumberdaya dimaksudkan untuk menolak beberapa prinsip teori ekonomi neoklasik, seperti maksimisasi manfaat oleh konsumen, adalah sulit untuk menerima kesimpulan yang mereduksi teori ekonomi neoklasik pada teori keunggulan bersaing. Berkaitan dengan itu, Peterson mengemukakan bahwa teori keunggulan sumberdaya itu masih sangat membutuhkan pengembangan lebih lanjut.

Dengan mengutip pernyataan Foss (2000), Grassl (2003) juga menyatakan bahwa teori umum persaingan yang dikemukakan oleh Hunt sebagai “*a tapestry of diversr insights.*” Grassl mengemukakan lebih lanjut bahwa “*Hunt's book is a welcome addition to the literature though it may not fully live up to the calims it makes for itself.*”

PENUTUP

Sebagaimana lazimnya, untuk menggantikan teori yang sudah tergolong mapan – termasuk dari segi waktu – adalah tidak mudah. Hal itu akan semakin sulit jika teori yang akan menggantikannya juga tidak cukup memiliki landasan ilmiah yang kuat dan belum mendapat tanggapan yang positif dari para ilmuwan.

Jika dipelajari dengan cermat, kelemahan teori neoklasik yang dikemukakan oleh Hunt dan Morgan pada teori keunggulan bukan tidak disadari oleh para ekonom. Namun demikian, beberapa kelemahan itu *diatasi* dengan menggunakan beberapa asumsi yang juga dimaksudkan agar lebih sederhana dalam menjelaskannya (Faried, 1992). Hal ini sesuai dengan salah satu kriteria yang sering digunakan dalam menilai suatu teori, yaitu prinsip parsimoni.

DAFTAR RUJUKAN

- Alston, Lee J. and Gillespie, William (1989). Resource coordination and transaction costs: A framework for analyzing the firm/market boundary, *Journal of Economic Behavior and Organization*, 11; 191-212
- Anderson, Paul F. (1982). Marketing, strategic planning and the theory of the firm, *Journal of Marketing*, 46, 15-26
- _____. (1983). Marketing, scientific progress, and scientific method, *Journal of Marketing*, 47, 18-31
- Barney, Jay (1991). Firm resource and sustained competitive advatage, *Journal of Management*, 17; 99-120
- Collis, David J. (1991). A resource board analysis of global competition, *Strategic Management Journal*, 12; 49-68

- Conner, Kathleen (1991). A historical comparison of resource-based theory and five schools of thought within industrial-organization economics: Do we have a new theory? *Journal of Management*, 17; 121-54
- Cubbin, J. and Geroski, P. (1987). The convergence of profits in the long run: Inter-firm and inter-industry comparisons, *Journal of Industrial Economics*, 35; 27-42.
- Deligonul, Z. Seyda and Cavusgil, S. Tamer (1997). Does the comparative advantage theory of competition really replace the neoclassical theory of perfect competition?, *Journal of Marketing*. 61; 65-74
- Demsetz, Harold (1997). The firm in economic theory: A quiet revolution. *The American Economic Review*. 87; 426-30
- Dickson, Peter R. (1996). The static and dynamic mechanisms of competition: A comment on Hunt and Morgan's comparative advantage theory. *Journal of Marketing*. 60; 102-7
- Dierickz, Ingemar and Cool, Karel (1989). Asset stock accumulation and sustainability of competitive advantage, *Management Science*, 35; 1504-11
- Donaldson, Lex (1990). The ethereal hand: Organization economics and management theory, *Academy of Management Journal*, 13; 369-81
- Dowling, Grahame R. (2004). A commentary on Hunt and Arnett's paper: Market segmentation strategy, competitive advantage, and public policy: Grounding segmentation strategy in Resource-Advantage Theory. *Australasian Marketing Journal*. 12; 30-2
- Dumairy (2003). Kendala sosialisasi konsep Ekonomi Pancasila: Beberapa catatan untuk pengembangan Ekonomi Pancasila. *Jurnal Ekonomi Rakyat*, 4
- Farid Wijaya (1992) *Mikroekonomika dan Ekstensinya*. Yogyakarta: BPFE
- Grassl, Wolfgang (2003). A general theory of competition: Resources, competences, productivity, Economic growth. *Review of Austrian Economics*. 16; 4-17
- Hansen, Gary S. and Wernerfelt, Birger (1989). Determinants of firm performance: The relative importance of economic and organizational factors, *Strategic Management Journal*, 10; 399-411
- Hunt, Shelby D. (1997). Resource-advantage theory: An evolutionary of competition firm behavior?, *Journal of Economic Issues*. 31; 59-78
- _____. (2001). Commentary; A general theory of competition: Issues, answers and an invitation. *European Journal of Marketing*. 35; 524-51
- _____. and Arnett, Dennis B. (2003). Resource-advantage theory and embeddedness; Explaining R-A theory's explanatory success. *Journal of Marketing Theory and Practice*. 11; 1-17
- _____. and Morgan, Robert M. (1995). The comparative advantage theory of competition. *Journal of Marketing*. 59; 1-16
- _____. and Morgan, Robert M. (1996). The resource-advantage theory of competition: Dynamics, path dependencies, and evolutionary dimensions. *Journal of Marketing*. 60; 107-15
- _____. and Morgan, Robert M. (1997). Resource-advantage theory: A snake swallowing its tail or a general theory of competition?. *Journal of Marketing*. 61; 74-83
- _____. and Vasques-Parrage, Arturo (1993). Organizational consequences, marketing ethics, and salesforce supervision, *Journal of Marketing Research*, 30; 78-90

- Jacobson, Robert (1992). The 'Austrian' School of Strategy, *Academy of Management Review*, 17; 782-807
- John, George (1984). An empirical investigation of some antecedents of opportunism in a marketing cahnnel, *Journal of Marketing Research*, 21; 278-89
- Morgan, Rogert M. and Hunt, Shelby D. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing, *Journal of Marketing*, 58; 20-35
- North, Douglass C. (1995). The Adam Smith Address: Economic theory in a dynamic economic world. *Business Economics*. 30; 7-14
- Perelman, Michael (1996). The end of economics. *Journal of Economic Literature*. 36; 273
- Peterson, Robert A. and Prasad, Ashutosh (2001). A General Theory of Competition: Resources, Competences, Productivity, Economic Growth. *Academy of Marketing Science Journal*. Vol. 29; 422-3
- Porter, Michael E. (1985). *Competitive Strategy*. New York: The Free Press
- _____. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. New York: The Free Press
- _____. (1991). Towards a dynamic theory of strategy, *Strategic Management Journal*, 12; 95-117
- Prahald, C. K. and Hamel, Gary (1990). The core competence of the corporation, *Harvard Business Review*, 79-91
- Prasch, Robert E. (1995). Toward a 'general theory' of market exchange. *Journal of Economic Issues*. Vol. 29; 807-29
- Rumelt, Richard P. (1991). How much does industry matter?, *Strategic Management Journal*, 12; 167-85
- Shepherd, William G. (1982). Causes of increased competition in the U.S. economy, 1939-1980, *Review of Economics and Statistics*, November, 613-26
- Simon, Herbert A. (1979). Rational decision making in business organizations, *American Economic Review*, 69; 493-512
- Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm, *Strategic Management Journal*, 5; 171-80
- Williamson, Oliver E. (1981). The modern' corporation: Origins, evolution, attributes, *Journal of Economic Literature*, 16; 153-68