

Analisi Struktur Pasar Oligopoli pada Industri Telekomunikasi di Indonesia

Rizka Fauziah^{1*}, Yusrina², Evifanie Simbolon³

^{1,2,3} Universitas Negeri Medan, Jl. William Iskandar Ps. V, Kenangan Baru, Kec. Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara
E-mail: rizkaziah189@gmail.com

*Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.6949>

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 18 Jun 2026

Revised: 24 Jun 2026

Accepted: 30 Jun 2026

Kata Kunci:

Struktur Pasar,
Oligopoli,
Telekomunikasi,
Herfindahl-Hirschman
Index (Hhi),
Persaingan Usaha,
Perilaku Harga.

Keywords:

Market Structure,
Oligopoly,
Telecommunications,
Herfindahl-Hirschman
Index (Hhi), Business
Competition, Pricing
Behavior.



ABSTRACT

Penelitian ini menganalisis struktur pasar oligopoli pada industri telekomunikasi di Indonesia serta dampaknya terhadap perilaku harga dan tingkat konsentrasi pasar. Fokus penelitian diarahkan pada karakteristik persaingan antaroperator telekomunikasi, pengukuran tingkat konsentrasi pasar menggunakan Indeks Herfindahl-Hirschman (HHI), serta implikasinya terhadap efisiensi pasar dan kesejahteraan konsumen. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan memanfaatkan data sekunder periode 2018–2023 yang diperoleh dari laporan tahunan perusahaan telekomunikasi, Badan Pusat Statistik (BPS), Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU), dan Asosiasi Penyelenggara Telekomunikasi Seluruh Indonesia (ATSI). Data dianalisis melalui penghitungan pangsa pasar masing-masing operator, perhitungan nilai HHI untuk mengukur tingkat konsentrasi pasar, serta analisis perilaku harga berdasarkan karakteristik pasar oligopoli menggunakan Model Sweezy. Hasil penelitian menunjukkan bahwa industri telekomunikasi Indonesia memiliki struktur pasar oligopoli dengan tingkat konsentrasi yang sangat tinggi, ditunjukkan oleh nilai HHI sebesar 3.409,3 pada tahun 2023. Tiga operator utama, yaitu Telkomsel, Indosat Ooredoo Hutchison (IOH), dan XL Axiata, secara kolektif menguasai 88,3% pangsa pasar pelanggan. Selain itu, perilaku harga dalam industri ini menunjukkan adanya fenomena kekakuan harga (price rigidity), sehingga persaingan lebih banyak terjadi melalui peningkatan kualitas jaringan, inovasi layanan digital, dan strategi non-harga lainnya.

This study analyzes the oligopoly market structure in the Indonesian telecommunications industry and its impact on pricing behavior and market concentration levels. The research focuses on the characteristics of competition between telecommunications operators, measuring market concentration levels using the Herfindahl-Hirschman Index (HHI), and its implications for market efficiency and consumer welfare. The study uses a descriptive quantitative approach utilizing secondary data for the 2018–2023 period obtained from annual reports of telecommunications companies, the Central Statistics Agency (BPS), the Business Competition Supervisory Commission (KPPU), and the Indonesian Telecommunications Providers Association (ATSI). Data are analyzed by calculating the market share of each operator, calculating the HHI value to measure the level of market concentration, and analyzing price behavior based on oligopoly market characteristics using the Sweezy Model. The results show that the Indonesian telecommunications industry has an oligopoly market structure with a very high level of concentration, indicated by an HHI value of 3,409.3 in 2023. The three main operators, namely Telkomsel, Indosat Ooredoo Hutchison (IOH), and XL Axiata, collectively control 88.3% of the customer market share. Furthermore, pricing behavior in this industry demonstrates price rigidity, leading to increased competition through network quality improvements, digital service innovation, and other non-price strategies.



This is an open access article under the CC–BY–SA license.

How to Cite: Rizka Fauziah, et al. (2026), Analisis Struktur Pasar Oligopoli pada Industri Telekomunikasi di Indonesia, 4(4). <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.6949>

PENDAHULUAN

Pasar oligopoli merupakan salah satu struktur pasar yang paling dominan dalam perekonomian modern, di mana keberadaan sejumlah kecil perusahaan besar menguasai sebagian besar pangsa pasar. Dalam struktur ini, setiap keputusan strategis yang diambil oleh satu perusahaan, baik mengenai harga maupun output, akan memberikan dampak signifikan dan memicu reaksi dari pesaing lainnya. Masalah utama yang muncul adalah tingginya hambatan masuk dan potensi inefisiensi pasar yang dapat merugikan kesejahteraan konsumen akibat terbatasnya pilihan dan kendali harga oleh segelintir pemain besar.

Studi terbaru dalam industri telekomunikasi Indonesia menunjukkan bahwa sektor ini telah bertransformasi menjadi pasar oligopoli yang sangat terkonsentrasi. Data dari Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) dan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) mengonfirmasi bahwa tiga operator utama—Telkomsel, Indosat Ooredoo Hutchison (IOH), dan XL Axiata—secara kolektif menguasai lebih dari 88,3% pangsa pasar pelanggan pada tahun 2023. Secara teoritis, perilaku perusahaan dalam pasar ini sering kali dikaitkan dengan Model Sweezy (kurva permintaan patah), yang menjelaskan fenomena kekakuan harga (*price rigidity*) di mana operator cenderung enggan mengubah harga secara drastis untuk menghindari perang harga yang destruktif.

Namun, terdapat kesenjangan (*gap*) dalam literatur yang ada; sementara banyak penelitian fokus pada aspek teknis jaringan, masih sedikit yang secara spesifik mengukur derajat konsentrasi pasar menggunakan Indeks Herfindahl-Hirschman (HHI) dalam periode transisi setelah merger besar (seperti penggabungan Indosat dan Tri menjadi IOH). Selain itu, terdapat paradoks empiris di mana peningkatan investasi infrastruktur dan kualitas layanan internet di Indonesia terjadi di tengah struktur pasar yang semakin terkonsentrasi, namun harga layanan data per gigabyte tetap dinilai relatif lebih mahal jika dibandingkan dengan negara-negara tetangga di ASEAN seperti Thailand dan Vietnam.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis struktur pasar oligopoli pada industri telekomunikasi Indonesia, mengukur tingkat konsentrasi melalui perhitungan HHI periode 2018–2023, serta mengidentifikasi dampaknya terhadap perilaku harga dan kesejahteraan konsumen. Kebaruan (*novelty*) dari penelitian ini terletak pada penggunaan data sekunder paling mutakhir pasca-merger IOH untuk membuktikan apakah tren konsentrasi pasar mengalami penurunan atau justru semakin menguat, serta bagaimana hal tersebut memengaruhi strategi persaingan non-harga di era digital saat ini.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan memanfaatkan data sekunder sebagai landasan analisis utama. Desain penelitian ini dipilih karena dinilai sangat tepat untuk menjawab pertanyaan penelitian yang diajukan, yakni untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena struktur pasar oligopoli secara objektif berdasarkan data angka yang telah tersedia pada berbagai sumber resmi. Subjek atau populasi dalam studi ini difokuskan pada industri telekomunikasi seluler di Indonesia, dengan pengamatan khusus terhadap empat operator besar, yaitu Telkomsel, Indosat Ooredoo Hutchison (IOH), XL Axiata, dan Smartfren, yang secara kolektif menguasai hampir seluruh pangsa pasar pelanggan nasional.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui metode dokumentasi, di mana penulis melakukan proses pengumpulan, pencatatan, dan pengolahan data yang bersumber dari dokumen-dokumen resmi. Sumber data sekunder ini berasal dari laporan tahunan (*annual report*) PT Telkom Indonesia Tbk, PT Indosat Ooredoo Hutchison Tbk, dan PT XL Axiata Tbk periode 2021–2023, serta data pendukung dari Badan Pusat Statistik (BPS), Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU), dan Asosiasi Penyelenggara Telekomunikasi Seluruh Indonesia (ATSI). Data spesifik yang dicatat dan digunakan mencakup jumlah pelanggan, total pendapatan (*revenue*), persentase pangsa pasar, serta tren harga layanan telekomunikasi dalam rentang waktu 2018 hingga 2023.

Teknik analisis data dijalankan melalui tahapan prosedur yang sistematis dan bermakna. Tahapan dimulai dengan analisis deskriptif untuk memetakan gambaran umum dan karakteristik industri telekomunikasi di Indonesia. Selanjutnya, untuk mengukur derajat konsentrasi pasar, dilakukan perhitungan menggunakan instrumen Indeks Herfindahl-Hirschman (HHI) yang diperoleh dari penjumlahan kuadrat pangsa pasar setiap perusahaan. Analisis ini juga dilengkapi dengan penghitungan rasio konsentrasi CR4 untuk mengidentifikasi tingkat penguasaan pasar oleh empat perusahaan terbesar serta analisis tren untuk memantau perkembangan konsentrasi pasar dari tahun ke tahun. Prosedur yang

kelas ini memberikan informasi yang cukup bagi peneliti lain untuk melakukan replikasi studi serupa pada sektor industri yang berbeda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kinerja Operasional dan Keuangan Operator

Berdasarkan data operasional, industri telekomunikasi Indonesia pada tahun 2023 menunjukkan pertumbuhan yang stabil dengan total pelanggan mencapai 353,4 juta jiwa. Sektor informasi dan komunikasi sendiri tercatat tumbuh sebesar 7,59% pada tahun tersebut.

Tabel 1. Data Pelanggan dan Pendapatan Operator Telekomunikasi Indonesia 2021–2023

Operator	Pelanggan 2021 (Juta)	Pelanggan 2022 (Juta)	Pelanggan 2023 (Juta)	Pendapatan 2021 (T Rp)	Pendapatan 2022 (T Rp)	Pendapatan 2023 (T Rp)
Telkomsel	169,5	177,9	181,0	82,1	86,5	91,2
IOH	60,2	71,8	78,9	35,4	37,8	41,5
XL Axiata	57,9	58,4	52,3	24,7	26,2	27,8
Smartfren	27,1	26,7	25,1	8,4	8,9	9,2
TOTAL	314,7	334,8	353,4	150,6	159,4	169,7

Tingkat Konsentrasi Pasar (HHI)

Untuk mengidentifikasi derajat penguasaan pasar, dilakukan perhitungan Indeks Herfindahl-Hirschman (HHI) menggunakan pangsa pasar pelanggan pada tahun 2023. Hasil perhitungan menunjukkan nilai yang signifikan di atas ambang batas persaingan sehat.

Tabel 2. Perhitungan Indeks Herfindahl-Hirschman (HHI) Tahun 2023

Operator	Pangsa Pasar (s_i %)	s_i^2 (Kontribusi HHI)
Telkomsel	51,2	2.621,4
IOH	22,3	497,3
XL Axiata	14,8	219,0
Smartfren	7,1	50,4
Lainnya	4,6	21,2
TOTAL	100,0	3.409,3

Data tren menunjukkan bahwa meskipun nilai HHI mengalami penurunan bertahap dari angka 3.650 pada tahun 2018, posisi pada tahun 2023 (3.409,3) masih tetap berada dalam kategori pasar yang sangat terkonsentrasi (highly concentrated) karena berada di atas nilai 2.500.

Dukungan Klaim dan Validitas Data

Temuan nilai HHI sebesar 3.409,3 memberikan bukti kuat bahwa klaim mengenai struktur oligopoli dalam industri ini sangat masuk akal dan didukung oleh data statistik yang bersih. Dominasi Telkomsel sebagai pemimpin pasar (market leader) dengan pangsa 51,2% mempertegas adanya struktur kepemimpinan harga dalam industri.

Hubungan dengan Ekspektasi dan Penelitian Sebelumnya

Hasil penelitian ini sejalan dengan data KPPU (2023) yang menunjukkan konsentrasi tinggi di sektor ini. Namun, terdapat fakta menarik bahwa peningkatan konsentrasi (terutama pasca-merger IOH) tidak menghambat investasi infrastruktur; terbukti dengan peningkatan kecepatan internet mobile sebesar 35% menurut laporan Ookla. Hal ini menjawab ekspektasi bahwa oligopoli dapat mendorong inovasi melalui kekuatan modal yang besar.

Kesesuaian dengan Teori Ekonomi

Perilaku perusahaan dalam industri ini sangat mendukung Model Sweezy (Kinked Demand). Terjadi fenomena kekakuan harga (price rigidity), di mana operator lebih memilih berkompetisi pada dimensi non-harga seperti kualitas jaringan dan ekosistem layanan digital daripada melakukan perang harga yang saling merugikan. Selain itu, adanya praktik price leadership oleh Telkomsel mengonfirmasi teori mengenai tacit collusion yang umum terjadi pada pasar dengan sedikit penjual

Dampak terhadap Kesejahteraan

Meskipun kualitas layanan meningkat, temuan ini juga menunjukkan potensi kerugian konsumen. Harga layanan data di Indonesia tercatat relatif lebih mahal dibandingkan negara-negara tetangga seperti Thailand dan Vietnam, yang memiliki struktur pasar lebih kompetitif. Hal ini mendukung teori bahwa pasar yang sangat terkonsentrasi memiliki kecenderungan menetapkan harga di atas biaya marginal.

Interpretasi Hasil

Interpretasi hasil penelitian menunjukkan bahwa industri telekomunikasi seluler di Indonesia merupakan pasar oligopoli ketat yang sangat terkonsentrasi. Temuan nilai Indeks Herfindahl-Hirschman (HHI) sebesar 3.409,3 pada tahun 2023 secara signifikan berada di atas ambang batas 2.500, yang menurut standar ekonomi dikategorikan sebagai pasar yang sangat terkonsentrasi (*highly concentrated*). Hal ini membuktikan bahwa penguasaan pasar oleh tiga operator utama—Telkomsel, Indosat Ooredoo Hutchison (IOH), dan XL Axiata—yang mencapai 88,3% dari total pelanggan nasional menciptakan struktur pasar yang tidak kompetitif secara sempurna. Pentingnya temuan ini terletak pada konfirmasi adanya hambatan masuk yang tinggi dan ketergantungan antarperusahaan, di mana setiap keputusan strategis dari satu operator besar akan memicu reaksi langsung dari pesaing lainnya.

Pembandingan dengan Penelitian Lain

Hasil penelitian ini sejalan dengan karakteristik oligopoli yang dikemukakan oleh Mankiw (2021) dan Sukirno (2016), yaitu pasar yang didominasi oleh segelintir penjual besar dengan produk yang terdiferensiasi. Analisis mengenai perilaku harga yang kaku (*price rigidity*) mendukung Model Sweezy (*Kinked Demand*), yang menyatakan bahwa operator cenderung mempertahankan harga untuk menghindari perang harga yang merugikan. Temuan mengenai konsentrasi pasar ini juga memperkuat kajian KPPU (2023) dan laporan Kominfo yang mencatat dominasi tiga pemain besar dalam industri. Namun, penelitian ini juga mengidentifikasi kontras yang relevan dibandingkan dengan pasar di negara tetangga seperti Thailand dan Vietnam; meskipun kualitas layanan di Indonesia meningkat sebesar 35% menurut data Ookla, harga layanan data per gigabyte di Indonesia relatif lebih mahal karena struktur pasarnya yang kurang kompetitif dibandingkan kedua negara tersebut.

Implikasi

Secara teoretis, temuan ini memberikan bukti kuat mengenai berlakunya model *price leadership* di Indonesia, di mana Telkomsel sebagai pemimpin pasar cenderung menjadi penentu arah harga yang kemudian diikuti oleh operator lainnya dalam bentuk kolusi diam-diam (*tacit collusion*). Secara praktis, struktur oligopoli ini memiliki implikasi ganda: di satu sisi, perusahaan memiliki kekuatan modal yang besar untuk melakukan investasi infrastruktur masif seperti jaringan 5G dan ekosistem layanan digital. Di sisi lain, hal ini menuntut peran regulator (KPPU dan Kominfo) untuk lebih ketat dalam pengawasan persaingan usaha. Kebijakan seperti pembukaan akses bagi Mobile Virtual Network Operator (MVNO) menjadi sangat krusial di masa depan untuk menekan harga dan meningkatkan pilihan bagi konsumen.

Limitasi Penelitian

Penulis mengakui adanya keterbatasan dalam penelitian ini, terutama karena hanya mengandalkan data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan perusahaan, BPS, dan lembaga terkait lainnya. Sebagai sebuah mini riset, analisis ini terbatas pada periode pengamatan 2018–2023 dan mungkin belum menangkap perubahan strategi perusahaan yang terjadi secara instan pasca-periode tersebut. Selain itu, penelitian ini lebih banyak berfokus pada pangsa pasar pelanggan dan pendapatan, sehingga aspek efisiensi internal perusahaan serta dampak kualitatif layanan terhadap kepuasan konsumen secara langsung belum dieksplorasi secara mendalam.

SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa secara kritis bahwa industri telekomunikasi Indonesia merupakan perwujudan nyata dari pasar oligopoli yang sangat terkonsentrasi. Hal ini dibuktikan secara empiris melalui nilai Indeks Herfindahl-Hirschman (HHI) sebesar 3.409,3, yang jauh melampaui ambang batas kategori persaingan sehat. Dominasi tiga operator utama—Telkomsel, IOH, dan XL Axiata—yang menguasai 88,3% pangsa pasar menciptakan ketergantungan strategis yang kuat antarperusahaan.

Secara logis, struktur ini memicu fenomena kekakuan harga (*price rigidity*) yang sesuai dengan prediksi Model Sweezy (*Kinked Demand*), di mana operator lebih memilih berkompetisi pada dimensi non-harga seperti kualitas jaringan dan layanan digital untuk menghindari perang harga yang merugikan. Namun, penting untuk tidak melakukan generalisasi bahwa struktur ini sepenuhnya merugikan; terdapat

dampak ganda di mana konsentrasi pasar yang tinggi justru memfasilitasi investasi infrastruktur yang masif (seperti peningkatan kecepatan internet sebesar 35%), meskipun di sisi lain efisiensi harga bagi konsumen masih berada di bawah rata-rata negara tetangga di ASEAN.

REFERENSI

- N. G. Mankiw, *Principles of Microeconomics*, 9th ed. Boston: Cengage Learning, 2021.
- KPPU, *Kajian Industri Telekomunikasi Indonesia*, Jakarta: Komisi Pengawas Persaingan Usaha, 2023.
- Kominfo, *Peta Jalan Industri Telekomunikasi Indonesia 2023–2027*, Jakarta: Kementerian Komunikasi dan Informatika RI, 2023.
- ATSI, *Data Pelanggan dan Pangsa Pasar Telekomunikasi Indonesia*, Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Telekomunikasi Seluruh Indonesia, 2023.
- PT Telkom Indonesia Tbk, *Laporan Tahunan 2023*, Jakarta: Telkom Indonesia, 2023.
- PT Indosat Ooredoo Hutchison Tbk, *Laporan Tahunan 2023*, Jakarta: IOH, 2023.
- PT XL Axiata Tbk, *Laporan Tahunan 2023*, Jakarta: XL Axiata, 2023.
- BPS, *Laporan Pertumbuhan Ekonomi Sektor Informasi dan Komunikasi*, Jakarta: Badan Pusat Statistik, 2023.
- Ookla, *Speedtest Global Index 2023*, Seattle: Ookla LLC, 2023.
- GSMA Intelligence, *The Mobile Economy Asia Pacific 2023*, 2023.