



Beranda > Opini >

Mitos Persaingan Di Langit Indonesia: Mengapa Harga Tiket Pesawat Tetap Mahal?



Warta Kita

Maret 16, 2026



Tingginya harga tiket pesawat domestik mencerminkan interaksi antara struktur pasar yang terkonsentrasi, karakteristik industri jaringan, dan strategi penetapan harga kompleks yang digunakan oleh maskapai penerbangan.

MENJELANG musim mudik tahunan, keluhan yang akrab muncul kembali di seluruh Indonesia. Ini bukan hanya tentang kemacetan lalu lintas atau pusat transportasi yang padat, tetapi juga tentang melonjaknya harga tiket pesawat domestik. Bagi banyak orang Indonesia yang berharap untuk kembali ke kampung halaman mereka, terbang pulang seringkali berarti membayar jauh lebih dari biasanya.

Apa yang membuat situasi ini semakin membingungkan adalah perbandingan yang sering diajukan oleh wisatawan: penerbangan domestik di Indonesia terkadang lebih mahal daripada perjalanan internasional ke tujuan terdekat seperti Singapura atau Kuala Lumpur.

Bagi publik, fenomena ini dengan mudah memicu kecurigaan. Dengan hanya sejumlah maskapai penerbangan yang mengoperasikan rute domestik yang terbatas, banyak yang berasumsi bahwa maskapai penerbangan harus berkolusi untuk menjaga harga tetap tinggi. Alasannya tampak mudah: lebih sedikit pemain berarti kemampuan yang lebih besar untuk mengontrol harga.

Namun mengaitkan setiap kenaikan harga dengan perilaku kartel mungkin merupakan penyederhanaan yang berlebihan. Wawasan dari ekonomi organisasi industri menunjukkan bahwa harga tinggi dapat muncul secara alami dari struktur pasar tertentu—bahkan tanpa koordinasi eksplisit di antara perusahaan.

Rasionalitas Oligopoli

Dalam teori ekonomi, pasar yang didominasi oleh sejumlah kecil perusahaan dikenal sebagai oligopoli. Model klasik yang dikembangkan oleh Antoine Augustin Cournot menjelaskan bagaimana perusahaan berperilaku di pasar tersebut.

Di bawah struktur oligopolistik, setiap perusahaan menentukan tingkat outputnya sambil mempertimbangkan keputusan para pesaingnya. Dalam industri penerbangan, output dapat dipahami sebagai kapasitas kursi dan frekuensi penerbangan pada rute tertentu. Maskapai penerbangan tidak hanya memutuskan harga tiket. Mereka juga memutuskan berapa banyak kursi yang akan disediakan dan seberapa sering mereka mengoperasikan penerbangan di setiap rute.

Interaksi strategis ini secara alami mengarah pada tingkat kapasitas total yang lebih rendah dibandingkan dengan apa yang akan muncul di bawah persaingan sempurna. Dengan kapasitas yang lebih terbatas, harga pasar cenderung tetap di atas tingkat yang sepenuhnya kompetitif. Dengan kata lain, harga tiket yang relatif tinggi mungkin hanya mencerminkan strategi bisnis yang rasional dalam struktur pasar oligopolistik, daripada kolusi yang disengaja di antara maskapai penerbangan.

Deregulasi dan Batasan Persaingan

Perspektif ini juga membantu menjelaskan mengapa deregulasi tidak secara otomatis mengarah pada harga yang lebih rendah. Deregulasi industri penerbangan di banyak negara—sering dikaitkan dengan Undang-Undang Deregulasi Maskapai Penerbangan di Amerika Serikat—dirancang untuk membuka pasar bagi pendatang baru dan mendorong persaingan.

Namun, industri penerbangan memiliki karakteristik struktural yang membuat persaingan sempurna sulit dicapai. Sektor ini melibatkan biaya tetap yang sangat tinggi, termasuk akuisisi pesawat, pemeliharaan, dan sistem operasional yang kompleks. Selain itu, slot bandara yang terbatas dan kebutuhan akan jaringan rute yang luas menciptakan hambatan masuk yang *signifikan* bagi pesaing baru.

Akibatnya, deregulasi tidak selalu menghasilkan sejumlah besar pendatang baru yang berkelanjutan. Dalam industri dengan kebutuhan modal yang substansial dan skala ekonomi, seperti penerbangan, pasar sering tetap terkonsentrasi di antara beberapa maskapai utama. Oleh karena itu, struktur oligopolistik tetap ada bahkan setelah hambatan peraturan dilonggarkan.

Strategi Penetapan Harga dalam Industri Jaringan

Penelitian dalam organisasi industri lebih lanjut menunjukkan bahwa margin yang tinggi tidak selalu menyiratkan kolusi.

Sebuah studi oleh Aviv Nevo menunjukkan bahwa perusahaan dapat mempertahankan margin harga yang tinggi karena diferensiasi produk dan kepemilikan multi-produk.

Dalam industri penerbangan, maskapai penerbangan tidak hanya menjual kursi. Mereka juga menjual jadwal, konektivitas jaringan, kualitas layanan, dan loyalitas merek. Faktor-faktor ini berarti bahwa konsumen tidak selalu menganggap maskapai penerbangan yang berbeda sebagai pengganti yang sempurna.

Studi lain oleh Rajiv Lal dan Carmen Matutes tentang pasar multi-produk menyoroti bahwa keputusan penetapan harga seringkali merupakan bagian dari strategi portofolio yang lebih luas. Dalam industri jaringan seperti penerbangan, keputusan penetapan harga pada satu rute terkait erat dengan keseluruhan strategi jaringan rute maskapai penerbangan.

Akibatnya, rute internasional yang menghadapi persaingan ketat mungkin menawarkan tiket yang relatif lebih murah, sementara rute domestik tertentu dengan lebih sedikit pesaing mungkin tetap mahal. Apa yang tampaknya menjadi “anomali harga”—seperti penerbangan dari Jakarta ke Singapura lebih murah daripada beberapa rute domestik—sering mencerminkan perbedaan tingkat persaingan dan harga jaringan strategis.

Memahami Logika di Balik Tiket Pesawat

Pada akhirnya, tingginya harga tiket pesawat domestik mencerminkan interaksi antara struktur pasar yang terkonsentrasi, karakteristik industri jaringan, dan strategi penetapan harga kompleks yang digunakan oleh maskapai penerbangan. Harga tinggi tidak selalu menandakan kesepakatan tersembunyi di antara operator, mereka mungkin hanya hasil dari bagaimana industri penerbangan beroperasi.

Bagi wisatawan yang berharap untuk kembali ke rumah selama musim liburan, pemahaman ini tidak membuat tiket menjadi lebih murah. Namun, itu menjelaskan kekuatan ekonomi yang membentuk harga maskapai penerbangan.

Pelajaran kebijakan yang lebih luas adalah bahwa deregulasi saja tidak cukup untuk memastikan pasar yang kompetitif. Tanpa upaya untuk menurunkan hambatan masuk atau memperluas persaingan di sektor penerbangan, konsumen Indonesia mungkin terus menghadapi dilema tahunan yang sama: keinginan untuk kembali ke rumah, dibatasi oleh langit yang mahal.

(Januari Ayu Fridayani, Dosen Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma)

Penulis: Januari Ayu Fridayani

Editor: L Sukamta

SEBARKAN

Pos sebelumnya

UWM Yogyakarta Dan Dinas P3AP2KB Sleman Teken Kerja

Pos berikutnya

Kementerian ATR/BPN Berikan Penghargaan Kepada