Pajak dan Manajemen Keuangan
Volume. 2 Nomor. 2 April 2025
e-ISSN : 3046-9848, dan p-ISSN : 3046-899X, Hal. 83-92
DOI: https://doi.org/10.61132/pajamkeu.v1i5.692
Available online at: https://ejournal.areai.or.id/index.php/PAJAMKEU

Dampak Oligopoli terhadap Masyarakat dan Pertumbuhan Industri

Ikke Adelia Amanda[1], Muhammad Yasin[2]
[1,2] Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Indonesia

Alamat: Jl. Semolowaru No.45, Menur Pumpungan, Kec. Sukolilo, Surabaya, Jawa Timur 60118
Email: ikkexakl3@gmail.com[1], yasin@untag-sby.ac.id[2]

Abstract. *Oligopoly is a market structure controlled by a small number of companies that dominate market share. This research examines the impact of oligopoly on society and industrial growth, with a focus on economic, social and structural aspects. Economically, oligopoly can reduce price competition and lead to price regulation that is detrimental to consumers. Socially, this market structure can exacerbate economic inequality and limit the opportunities of small entrepreneurs. In terms of industrial growth, oligopoly can provide stability, but also reduce incentives for innovation. This research also discusses the role of government policies, such as antitrust regulations, in reducing the negative impacts of oligopolies. This research will also discuss the role of government policy in regulating oligopolies to ensure that the negative impacts of this market structure can be minimized. Policies such as antitrust and price regulation need to be implemented to maintain a balance between industrial stability and societal welfare.*

Keywords: *Oligopoly, Economic Impact, Social Inequality, Industrial Growth, Government Policy.*

Abstrak. Oligopoli adalah struktur pasar yang dikuasai oleh sejumlah kecil perusahaan yang mendominasi pangsa pasar. Penelitian ini mengkaji dampak oligopoli terhadap masyarakat dan pertumbuhan industri, dengan fokus pada aspek ekonomi, sosial, dan struktural. Secara ekonomi, oligopoli dapat mengurangi persaingan harga dan mengarah pada pengaturan harga yang merugikan konsumen. Sosialnya, struktur pasar ini dapat memperburuk ketidaksetaraan ekonomi dan membatasi peluang pengusaha kecil. Dalam hal pertumbuhan industri, oligopoli dapat memberikan stabilitas, tetapi juga mengurangi insentif untuk inovasi. Penelitian ini juga membahas peran kebijakan pemerintah, seperti regulasi antitrust, dalam mengurangi dampak negatif oligopoli. Penelitian ini juga akan membahas peran kebijakan pemerintah dalam mengatur oligopoli untuk memastikan bahwa dampak negatif dari struktur pasar ini dapat diminimalisasi. Kebijakan seperti antitrust dan regulasi harga perlu diterapkan untuk menjaga keseimbangan antara stabilitas industri dan kesejahteraan masyarakat.

Kata Kunci: Oligopoli, Dampak Ekonomi, Ketimpangan Sosial, Pertumbuhan Industri, Kebijakan Pemerintah.

1. LATAR BELAKANG

Struktur oligopoli telah menjadi fenomena yang semakin dominan dalam berbagai sektor ekonomi global (Sruti et al., 2024). Oligopoli merupakan kondisi di mana pasar dikuasai oleh sejumlah kecil pelaku usaha yang memiliki pangsa pasar yang besar, sehingga menciptakan ketidakseimbangan dalam persaingan. Struktur pasar ini umumnya muncul di sektor-sektor dengan hambatan masuk yang tinggi, seperti dalam industri energi, telekomunikasi, perbankan, dan manufaktur. Keberadaan perusahaan-perusahaan besar yang mendominasi pasar ini menimbulkan berbagai konsekuensi penting baik bagi mekanisme persaingan, inovasi, maupun kesejahteraan masyarakat (Ramadhani & Manafe, 2022).

Di satu sisi, oligopoli dapat menciptakan efisiensi dalam operasi dan menghasilkan produk berkualitas tinggi, terutama karena perusahaan-perusahaan besar memiliki sumber daya untuk berinvestasi dalam penelitian dan pengembangan (R&D) (Dharmawan et al.,

Received November 16, 2024; Revised Desember 01, 2024; Accepted Desember 15, 2024;
Published Desember 17, 2024

2019). Stabilitas pasar yang dihasilkan oleh pengendalian oleh sedikit pemain juga dapat mengurangi volatilitas harga, yang menguntungkan bagi konsumen dalam jangka pendek. Namun, di sisi lain, struktur pasar ini cenderung mengurangi persaingan sehat yang penting untuk mendorong inovasi, efisiensi, dan harga yang adil. Dalam beberapa kasus, perusahaan-perusahaan dalam pasar oligopoli dapat terlibat dalam perilaku anti-persaingan seperti kolusi harga atau pembagian pasar, yang merugikan konsumen dan mengurangi tingkat inovasi (Ayyagari et al., 2014).

Lebih jauh lagi, dominasi beberapa perusahaan besar dalam pasar oligopoli dapat memperburuk ketidaksetaraan ekonomi. Pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) kesulitan untuk memasuki pasar karena hambatan masuk yang tinggi, baik dalam hal modal, teknologi, maupun distribusi. Hal ini menyebabkan monopoli pasar oleh segelintir perusahaan besar, yang tidak hanya mengurangi keberagaman dalam pasar, tetapi juga membatasi kesempatan kerja dan peluang kewirausahaan (Ahamat et al., 2020).

Oleh karena itu, penting untuk memahami secara mendalam dampak struktural yang dihasilkan oleh oligopoli terhadap dinamika ekonomi dan sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana keberadaan oligopoli memengaruhi persaingan pasar, kebijakan pemerintah, dan kesejahteraan masyarakat. Selain itu, akan dibahas pula bagaimana kebijakan antitrust dan regulasi pasar dapat berperan dalam mengurangi dampak negatif dari oligopoli, serta menjaga keseimbangan antara stabilitas industri dan perlindungan terhadap konsumen dan pelaku usaha kecil (Yudiansah, 2020).

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan metodologis yang menggabungkan analisis kualitatif dan kuantitatif untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai dampak struktur pasar oligopoli terhadap masyarakat dan pertumbuhan industri (Jaya & Raya, 2022). Pendekatan ini memungkinkan untuk memperoleh data yang lebih mendalam dan holistik dari berbagai sumber yang relevan, baik secara teoritis maupun empiris.

a. Studi Literatur Komprehensif

Penelitian dimulai dengan studi literatur yang mendalam untuk memahami teori-teori dasar tentang oligopoli, termasuk karakteristik pasar oligopoli, model perilaku perusahaan dalam oligopoli, serta dampak ekonomi dan sosial yang ditimbulkannya. Studi ini mencakup publikasi akademik, buku, artikel jurnal, dan laporan industri yang relevan untuk membangun kerangka teori dan memperkuat argumen penelitian.

b. Analisis Data Sekunder dari Berbagai Sektor Industri

Untuk menganalisis dampak oligopoli pada berbagai sektor industri, penelitian ini akan mengumpulkan dan menganalisis data sekunder yang tersedia, seperti laporan tahunan perusahaan, data pasar, dan statistik ekonomi terkait. Analisis data ini bertujuan untuk menggambarkan sejauh mana struktur pasar oligopoli ada dalam industri-industri tertentu, serta bagaimana struktur tersebut mempengaruhi kinerja industri dan kesejahteraan masyarakat, terutama dalam hal harga, inovasi, dan distribusi pendapatan.

c. Kajian Komparatif Lintas Industri

Untuk memperoleh pemahaman yang lebih luas tentang perbedaan dampak oligopoli di berbagai sektor, penelitian ini akan melakukan kajian komparatif lintas industri. Beberapa industri yang memiliki karakteristik oligopoli, seperti sektor telekomunikasi, energi, dan otomotif, akan dibandingkan untuk mengevaluasi variasi dalam dampak struktur pasar oligopoli terhadap persaingan, inovasi, dan kesejahteraan sosial-ekonomi.

d. Wawancara dengan Para Ahli Ekonomi dan Pelaku Industri

Sebagai bagian dari pendekatan kualitatif, penelitian ini juga akan melakukan wawancara mendalam dengan para ahli ekonomi, akademisi, dan pelaku industri. Wawancara ini bertujuan untuk memperoleh perspektif langsung mengenai pengalaman dan pandangan mereka tentang dampak oligopoli dalam pasar nyata. Para responden yang dipilih mencakup pakar yang memiliki pemahaman tentang teori pasar dan kebijakan pemerintah serta pelaku industri yang memiliki pengalaman langsung dalam mengelola perusahaan di pasar oligopoli (Felix & Rembulan, 2023).

Pendekatan kombinasi kualitatif dan kuantitatif ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam dan menyeluruh tentang dinamika oligopoli, serta memberikan dasar yang kuat untuk rekomendasi kebijakan yang dapat mengurangi dampak negatifnya terhadap masyarakat dan industri (Pye et al., 2005).

3. TEMUAN DAN PENELITIAN

Dampak Ekonomi

a. **Struktur Harga**

Dalam pasar yang dikuasai oleh sedikit perusahaan besar, struktur harga sering kali menjadi tidak kompetitif. Praktik penetapan harga ini terjadi karena dominasi yang dimiliki oleh perusahaan-perusahaan besar dalam industri, yang dapat mengontrol harga produk dan layanan (Irmayanti & Mimba, 2018). Oleh karena itu, harga yang ditawarkan kepada konsumen bisa lebih tinggi daripada harga yang seharusnya terjadi dalam pasar dengan persaingan yang sempurna. Pembatasan persaingan dalam oligopoli ini menyebabkan harga barang dan jasa cenderung tidak mencerminkan nilai pasar yang sebenarnya. Harga produk yang lebih tinggi bisa mengurangi daya beli masyarakat, terutama bagi mereka yang memiliki penghasilan terbatas, dan pada akhirnya dapat mengurangi kesejahteraan sosial (Santosa, 2017).

b. **Inovasi dan Investasi**

Dalam kondisi pasar oligopoli, tekanan kompetitif yang biasanya mendorong perusahaan untuk berinovasi berkurang secara signifikan. Hal ini disebabkan oleh sedikitnya jumlah pemain di pasar yang mengurangi kebutuhan untuk bersaing dalam hal pengembangan produk baru atau perbaikan kualitas (Arrosyid & Firmansyah, 2023). Perusahaan-perusahaan dalam struktur pasar ini lebih cenderung fokus pada pengurangan biaya dan peningkatan efisiensi operasional internal mereka, alih-alih berinvestasi dalam inovasi yang dapat membawa manfaat jangka panjang. Akibatnya, dalam beberapa kasus, pasar mungkin mengalami stagnasi dalam hal perkembangan teknologi dan inovasi produk, yang bisa menghambat kemajuan industri secara keseluruhan. Ketergantungan pada efisiensi internal saja tidak cukup untuk menciptakan dinamika pasar yang sehat, terutama jika hal ini mengabaikan kebutuhan konsumen yang terus berkembang (Simamora, 2010).

Dampak Sosial

a. **Ketimpangan Ekonomi**

Salah satu dampak sosial yang paling signifikan dari struktur oligopoli adalah ketimpangan ekonomi yang semakin lebar. Ketika sejumlah kecil perusahaan menguasai pangsa pasar yang besar, maka kontrol terhadap kekayaan dan sumber daya ekonomi terpusat pada segelintir pihak. Hal ini menyebabkan pengusaha kecil

dan menengah kesulitan untuk bersaing dan mengakses pasar (Cantika et al., 2024). Kesenjangan ini memperburuk ketidaksetaraan ekonomi dalam masyarakat, di mana hanya perusahaan besar yang dapat memperoleh keuntungan maksimal, sementara usaha kecil atau pelaku usaha lainnya kesulitan untuk berkembang. Ketimpangan ini juga memengaruhi distribusi kesejahteraan, di mana kelompok tertentu dalam masyarakat yang tidak memiliki akses yang cukup ke modal atau teknologi akan terus tertinggal. Ini berpotensi menyebabkan ketidakadilan sosial dan ekonomi yang lebih besar.

b. **Dinamika Ketenagakerjaan**

Dampak sosial lainnya adalah terbatasnya penciptaan lapangan kerja. Dalam pasar oligopoli, perusahaan-perusahaan besar memiliki kapasitas untuk menggunakan teknologi dan efisiensi operasional yang memungkinkan mereka mengurangi ketergantungan pada tenaga kerja manusia (Risnawati et al., 2021). Selain itu, monopoli atau dominasi pasar oleh perusahaan besar sering kali mengarah pada sentralisasi kekuatan dalam pengelolaan sumber daya, baik itu tenaga kerja, informasi, maupun bahan baku. Hal ini menghambat kemampuan usaha kecil atau pelaku usaha lainnya untuk merekrut tenaga kerja atau mengakses peluang kerja yang sama. Dinamika ketenagakerjaan dalam pasar oligopoli juga dapat menyebabkan kecenderungan monopoli informasi, di mana informasi mengenai peluang kerja, gaji, atau kondisi pasar lainnya terpusat pada perusahaan-perusahaan besar dan tidak merata kepada seluruh masyarakat, terutama mereka yang berada di segmen pasar yang lebih kecil (Warf, 2007).

Pertumbuhan Industri

a. **Hambatan Masuk Pasar**

Oligopoli dapat menciptakan hambatan yang sangat tinggi bagi pemain baru untuk memasuki pasar. Biaya modal yang besar, regulasi yang lebih berpihak pada pemain besar, serta akses terbatas terhadap jaringan distribusi dan sumber daya membuat usaha kecil dan menengah sulit untuk bersaing. Selain itu, perusahaan besar dalam pasar oligopoli seringkali menggunakan strategi harga dan promosi agresif yang sulit untuk ditandingi oleh pelaku usaha kecil (Acemoğlu et al., 2013). Hambatan-hambatan ini menutup peluang bagi pemain baru untuk ikut serta dalam industri, yang pada akhirnya membatasi inovasi dan keberagaman dalam pasar. Kondisi ini

juga berisiko menciptakan dominasi yang lebih kuat dari pemain besar, sehingga mengurangi persaingan sehat yang seharusnya menjadi landasan bagi pertumbuhan industri yang berkelanjutan.

b. **Efisiensi dan Skala Ekonomi**

Di sisi lain, salah satu keuntungan dari pasar oligopoli adalah kemampuan perusahaan-perusahaan besar untuk memanfaatkan skala ekonomi. Dengan skala produksi yang besar, perusahaan dapat menurunkan biaya produksi per unit dan meningkatkan efisiensi dalam distribusi dan rantai pasok (Anggara & Andhaniwati, 2023). Hal ini dapat menyebabkan penurunan biaya operasional yang lebih rendah, yang pada gilirannya dapat menghasilkan produk dengan harga yang lebih kompetitif dan stabil. Meskipun demikian, ini hanya berlaku dalam konteks pasar yang dikuasai oleh perusahaan besar yang memiliki kapasitas produksi dan sumber daya yang lebih banyak. Meskipun menguntungkan bagi konsumen dalam jangka pendek, keuntungan ini dapat memudar seiring dengan berkurangnya persaingan, karena perusahaan-perusahaan besar dapat menyalahgunakan posisi dominannya untuk mengurangi insentif bagi inovasi atau efisiensi lebih lanjut (Meldrum & McDonald, 1995).

Analisis Kritis

Oligopoli menciptakan dinamika yang penuh dengan paradoks dalam sistem ekonomi. Di satu sisi, oligopoli memberikan efisiensi struktural yang dapat menguntungkan industri dan konsumen dalam hal pengurangan biaya dan stabilitas harga. Namun, di sisi lain, pembatasan kompetisi yang dihasilkan dapat menghambat inovasi, meningkatkan ketimpangan ekonomi, dan memperburuk ketidakadilan sosial. Ketergantungan pada skala ekonomi yang besar dan dominasi pasar oleh segelintir perusahaan juga dapat menyebabkan stagnasi dalam sektor-sektor tertentu yang sebelumnya berkembang pesat karena adanya persaingan yang lebih terbuka. Oligopoli memunculkan tantangan besar dalam menciptakan sistem pasar yang lebih inklusif dan berkeadilan (Diar et al., 2020).

Rekomendasi

a. Penguatan Regulasi Anti-Monopoli

   Salah satu cara untuk mengatasi dampak negatif oligopoli adalah dengan menguatkan regulasi anti-monopoli yang dapat memastikan adanya persaingan yang sehat di pasar. Kebijakan ini perlu difokuskan pada penciptaan peluang bagi pelaku usaha kecil dan menengah untuk bersaing secara adil dengan pemain besar.

b. Mendorong Inovasi Melalui Insentif Kebijakan

   Pemerintah harus menciptakan kebijakan yang mendorong inovasi di sektor-sektor yang didominasi oleh beberapa perusahaan besar. Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan insentif bagi perusahaan yang berinvestasi dalam penelitian dan pengembangan, serta mengutamakan keberagaman produk dan teknologi.

c. Menciptakan Ekosistem yang Mendukung Usaha Kecil dan Menengah

   Untuk menciptakan ekosistem yang lebih inklusif, pemerintah perlu mengimplementasikan kebijakan yang memfasilitasi pengusaha kecil, seperti penyediaan akses modal, pelatihan keterampilan, dan kemudahan dalam memperoleh lisensi atau izin usaha. Dukungan untuk UKM ini dapat membuka pintu bagi lebih banyak pemain dalam pasar, yang akan memperkaya dinamika pasar dan menciptakan persaingan yang sehat.

d. Transparansi Mekanisme Penetapan Harga

   Dalam pasar oligopoli, sangat penting untuk meningkatkan transparansi dalam mekanisme penetapan harga. Regulasi yang mewajibkan perusahaan untuk mengungkapkan alasan di balik penetapan harga tertentu akan membantu konsumen untuk membuat keputusan yang lebih informasi dan mengurangi praktik penetapan harga yang tidak adil (Octavini et al., 2023).

Oligopoli bukan sekadar fenomena ekonomi, melainkan sebuah struktur pasar yang kompleks dan multidimensi. Dampak dari oligopoli menyentuh berbagai aspek kehidupan masyarakat, baik dalam hal ekonomi, sosial, maupun industri. Struktur pasar ini dapat menciptakan efisiensi yang menguntungkan bagi konsumen dalam beberapa kasus, namun sering kali mengarah pada pembatasan kompetisi, inovasi yang terhambat, serta ketimpangan sosial yang semakin besar. Oleh karena itu, perlu adanya kebijakan yang mengelola dampak oligopoli secara bijaksana dengan menciptakan pasar yang lebih

terbuka, adil, dan berkelanjutan, serta memberikan ruang bagi usaha kecil dan menengah untuk berkembang dan bersaing (Nusantara, 1983).

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Oligopoli merupakan struktur pasar yang memiliki dampak signifikan terhadap dinamika ekonomi, sosial, dan industri. Dalam konteks ekonomi, oligopoli cenderung menciptakan harga yang tidak kompetitif dan mengurangi insentif untuk inovasi, yang berdampak negatif pada perkembangan teknologi dan produk baru. Secara sosial, konsentrasi kekuatan ekonomi di segelintir perusahaan memperburuk ketimpangan ekonomi dan membatasi kesempatan bagi pelaku usaha kecil serta menciptakan ketidakmerataan dalam penciptaan lapangan kerja. Di sisi industri, meskipun skala ekonomi yang dicapai oleh perusahaan besar dapat meningkatkan efisiensi, hambatan masuk pasar yang tinggi dan dominasi perusahaan besar dapat menghambat persaingan yang sehat.

Untuk mengatasi dampak negatif tersebut, diperlukan penguatan regulasi anti-monopoli, mendorong inovasi melalui insentif kebijakan, serta menciptakan ekosistem yang mendukung usaha kecil dan menengah. Selain itu, transparansi dalam mekanisme penetapan harga juga penting untuk memastikan pasar yang lebih adil dan kompetitif. Secara keseluruhan, oligopoli memerlukan pendekatan yang bijaksana untuk menciptakan keseimbangan antara efisiensi industri dan pemerataan ekonomi, sehingga dapat mendukung pertumbuhan yang berkelanjutan dan inklusif

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam proses penyusunan jurnal ini. Terima kasih sebesar-besarnya kepada institusi yang telah memberikan dukungan moral dan material, sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik.

DAFTAR REFERENSI

Acemoğlu, D., Robinson, J. A., & Santos, R. J. (2013). The monopoly of violence: Evidence from Colombia. Journal of the European Economic Association, 11(5). Oxford University Press. https://doi.org/10.1111/j.1542-4774.2012.01099.x

Ahamat, H., Rahman, N. A., & Anshori, M. R. A. (2020). Monopsony, powerful buyers, and small sellers: Analysis of Malaysian competition law and lessons learnt from Indonesia. International Journal of Globalisation and Small Business, 11(3), 241. Inderscience Publishers. https://doi.org/10.1504/ijgsb.2020.109548

Anggara, I. F., & Andhaniwati, E. (2023). Pengaruh likuiditas, leverage, dan profitabilitas terhadap kinerja keuangan PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. EKONOMIS Journal of Economics and Business, 7(1), 366. https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.780

Arrosyid, M. A., & Firmansyah, R. (2023). Peranan komunikasi bisnis dalam interpersonal skills profesi sales and marketing. NIAGAWAN, 12(2), 65. State University of Medan. https://doi.org/10.24114/niaga.v12i2.44071

Ayyagari, M., Demirgüç-Kunt, A., & Maksimovic, V. (2014). Bribe payments and innovation in developing countries: Are innovating firms disproportionately affected? Journal of Financial and Quantitative Analysis, 49(1), 51. Cambridge University Press. https://doi.org/10.1017/s002210901400026x

Cantika, M. L. G., Suhufa, M. S., Sijabat, R. S., Nugroho, R. H., & Ikaningtyas, M. (2024). Menuju pertumbuhan berkelanjutan: Peran teknologi dalam mendukung UMKM di era e-commerce.

Dharmawan, A., Raharjo, S. T., & Kusumawardhani, A. (2019). Analisis kinerja bea cukai Indonesia yang dipengaruhi oleh budaya organisasi, partisipasi stakeholder, teknologi informasi, dan transfer of knowledge. JURNAL BISNIS STRATEGI, 27(2), 110. https://doi.org/10.14710/jbs.27.2.110-122

Diar, A. L., Tantra, R. I., & Setiadi, F. (2020). Competitive advantage improvement of the publishing industry in Indonesia. https://doi.org/10.1145/3411174.3411178

Felix, A., & Rembulan, G. D. (2023). Digital transformation and the customer experience: Enhancing engagement and loyalty. Entrepreneur Jurnal Bisnis Manajemen dan Kewirausahaan, 4(3), 228. https://doi.org/10.31949/entrepreneur.v4i03.6195

Irmayanti, K. N. D., & Mimba, N. P. S. H. (2018). Pengaruh profitabilitas, leverage dan kepemilikan asing pada pengungkapan corporate social responsibility dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. E-Jurnal Akuntansi, 23(3), 1932. Udayana University. https://doi.org/10.24843/eja.2018.v23.i03.p12

Jaya, U. A., & Raya, A. N. (2022). Pengaruh e-commerce dan media sosial terhadap penjualan UMKM di era pandemi (studi kasus Desa Cibolang). Jurnal Valuasi Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan, 2(1), 378. https://doi.org/10.46306/vls.v2i1.100

Meldrum, M., & McDonald, M. (1995). Diffusion of innovation (p. 117). https://doi.org/10.1007/978-1-349-13877-7_23

Nusantara, A. H. G. (1983). Kebijaksanaan dan strategi pembangunan hukum di Indonesia: Sebuah tinjauan kritis terhadap politik pembinaan hukum nasional. Jurnal Hukum & Pembangunan, 13(3), 243. Badan Penerbit FHUI. https://doi.org/10.21143/jhp.vol13.no3.960

Octavini, N. A., Suryanisari, P., Rohmatulloh, P., Wiyanti, S., Sarjana, S. H., Sawitri, R. A., Mendrofa, S. A., Fadli, K., Waidah, D. F., Oktavia, N. T., Supriyadi, E., & Sutisna, A. J. (2023). Pemasaran: Konsep dan praktik.

Pye, L. W., Robison, R., & Hadiz, V. R. (2005). Reorganising power in Indonesia: The politics of oligarchy in an age of markets. Foreign Affairs, 84(1), 196. Council on Foreign Relations. https://doi.org/10.2307/20034258

Ramadhani, Y., & Manafe, L. A. (2022). Strategi lobi dan negosiasi dalam membina hubungan baik klien KSP Citra Abadi. Jurnal Ekonomi dan Bisnis (EK&BI), 5(1), 243. https://doi.org/10.37600/ekbi.v5i1.456

Risnawati, R., Lenin, A., & Tunjang, H. (2021). Pengaruh hubungan antar manusia dan lingkungan kerja terhadap etos kerja karyawan pada dealer sepeda motor Honda Armada Tunas Jaya Palangka Raya. Jurnal Manajemen Sains dan Organisasi, 2(2), 129. https://doi.org/10.52300/jmso.v2i2.2919

Santosa, M. A. (2017). Tanggung jawab lingkungan perusahaan. Jurnal Hukum & Pembangunan, 18(6), 550. Badan Penerbit FHUI. https://doi.org/10.21143/jhp.vol18.no6.1285

Simamora, M. (2010). High-tech products commercialization and the role of public policy. SSRN Electronic Journal. RELX Group. https://doi.org/10.2139/ssrn.2735434

Sruti, A. D., Rachmadhany, A. B., Ratnadewati, T., & Zuhri, S. (2024). Lobi dan negosiasi dalam komunikasi antara pihak klien dengan PT Digirmarly. JUBID, 1(3), 33. https://doi.org/10.61132/jubid.v1i3.165

Warf, B. (2007). Oligopolization of global media and telecommunications and its implications for democracy. Ethics Place & Environment, 10(1), 89. Taylor & Francis. https://doi.org/10.1080/13668790601153465

Yudiansah, B. (2020). Function of the commission for the supervision of business competition and the prohibition of monopoly practices. Indonesian Private Law Review, 1(2), 77. Lampung University. https://doi.org/10.25041/iplr.v1i2.2055