

# Struktur Pasar

# **STRUKTUR PASAR/INDUSTRI**

- 1. PASAR PERSAINGAN SEMPURNA**
- 2. PASAR MONOPOLI**
- 3. PASAR OLIGOPOLI**
- 4. PASAR MONOPOLISTIK**

# **PASAR PERSAINGAN SEMPURNA**

# DEFINISI

**“ Struktur pasar atau industri dimana banyak terdapat penjual dan pembeli, dan setiap penjual atau pun pembeli tidak dapat mempengaruhi keadaan di pasar”**

# Ciri – Ciri Pasar Persaingan Sempurna

- Perusahaan adalah penerima harga (*price taker*)
- Setiap perusahaan mudah keluar atau masuk
- Menghasilkan barang yang serupa
- Terdapat banyak perusahaan di pasar
- Pembeli mempunyai pengetahuan sempurna mengenai pasar
- Setiap produsen bisa mendapatkan informasi pasar (harga pasar yang berlaku) secara cepat dan tepat
- Tidak ada campur tangan pemerintah

# Keuntungan Maksimum

Tujuan perusahaan kompetitif adalah memaksimalkan keuntungan. Untuk memenuhi tujuan tersebut, ada dua hal yang perlu diperhatikan :

1. biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan (max

$MR = MC$ )

2. hasil penjualan dari barang yang dihasilkan

perusahaan itu ( $TR = P.Q$ )

# “Setiap Perusahaan adalah Price Taker (Penerima Harga)”

Perusahaan tidak mempunyai kekuasaan untuk menentukan harga. Harga terbentuk oleh interaksi produsen dan konsumen yang ada di pasar.

Seberapa banyak barang yang diproduksi oleh produsen, tidak akan dapat mengubah harga yang ditentukan di pasar

Kurva permintaan bersifat elastis sempurna, karena produksi perusahaan identik dan hanya sebagian kecil saja dari jumlah yang ada di pasar

## **KEKUATAN PASAR PERSAINGAN SEMPURNA**

- Merupakan bentuk pasar yang ideal
- Perusahaan memproduksi pada skala yang efisien dengan harga produk paling murah
- Output maksimum

Memberikan kemakmuran yang maksimal karena:

1. Harga jual yang termurah
2. Jumlah output paling banyak sehingga ratio output per penduduk maksimal
3. Masyarakat merasa nyaman dan tidak takut ditipu karena informasi sempurna.



# Keburukan Pasar Persaingan Sempurna

- Pasar persaingan sempurna tidak mendorong adanya inovasi
- Menimbulkan biaya sosial
- Membatasi pilihan konsumen
- Biaya dalam pasar persaingan sempurna mungkin lebih tinggi
- Distribusi pendapatan tidak terlalu rata

# Pasar Monopoli

- suatu bentuk pasar dimana dalam suatu industri hanya terdapat sebuah perusahaan dan produk yang dihasilkan tidak memiliki pengganti yang sempurna

# Karakteristik Pasar Monopoli

1. Hanya ada satu penjual
2. Produk yang dijual tidak ada penggantinya (no substitutes)
3. Hambatan untuk masuk pasar sangat kuat
4. Dapat menguasai penentuan harga
5. Promosi iklan kurang diperlukan

# Penyebab Terjadinya Monopoli

- **Adanya penguasaan suatu sumber daya inti**
- **Adanya penguasaan teknik produksi tertentu**
- **Adanya penguasaan hak patent untuk produk tertentu  
(merupakan unsur yuridis)**
- **Pemberian Pemerintah**
- **Biaya produksi lebih efisien dibanding  
produsen yang lainnya (monopoli alamiah)**

# Monopoli Alamiah (Natural Monopoly)

- Yaitu sebuah perusahaan yang menjadi monopolis bukan karena undang-undang atau perlindungan tetapi karena berusaha dengan sangat efisien sehingga biaya marjinalnya dibawah biaya rata-ratanya. Semakin banyak outputnya justru semakin efisien
- Penyebab efisiensi adalah pemanfaatan teknologi, perbaikan manajemen atau memiliki sumberdaya manusia yang unggul

# **Diskriminasi harga (price discrimination)**

- Kebijakan diskriminasi harga adalah kebijakan menjual output yang sama dengan harga berbeda-beda
- Tujuannya adalah menambah perolehan laba melalui eksploitasi surplus konsumen
- Contoh diskriminasi harga adalah perbedaan harga yang diterapkan PT.PLN dan PT.PAM

# Syarat-syarat Diskriminasi Harga

1. Barang tidak dapat dipindahkan dari satu tempat ke tempat yang lain
2. Sifat barang memungkinkan dilakukan praktek diskriminasi harga
3. Sifat permintaan dan elastisitas permintaan di masing-masing pasar berbeda
4. Biaya untuk menjalankan diskriminasi lebih rendah dari keuntungannya
5. Produsen dapat mengeksploitasi beberapa sikap tidak rasional konsumen

# Biaya Sosial Monopoli (social cost of monopoly)

- Praktek monopoli akan menimbulkan kerugian masyarakat (biaya sosial), yaitu:
  - a. Hilang atau berkurangnya tingkat kesejahteraan konsumen (dead weight loss) karena pada saat keseimbangan monopoli menjual produk lebih sedikit daripada jika bersaing sempurna
  - b. Memburuknya kondisi makroekonomi nasional, terjadi karena monopoli akan memproduksi cenderung lebih sedikit daripada persaingan sempurna sehingga potensial menimbulkan pengangguran
  - c. Memburuknya kondisi perekonomian internasional, terjadi jika monopoli terjadi karena mendapat keistimewaan dari pemerintah padahal struktur biayanya tinggi. Perusahaan asing yang lebih efisien tidak bisa masuk karena terbentur peraturan



# Pengaturan Monopoli (Monopoly Regulation)

- a. Pengaturan harga (price regulation) yaitu dilakukan dengan cara pemerintah menetapkan harga tertinggi (ceiling price) yang tidak boleh dilanggar perusahaan
- b. Pajak (taxation), yaitu dengan menerapkan pajak pada produk perusahaan monopoli. Pengenaan pajak memang akan menaikkan harga tetapi diharapkan akan membuat perusahaan menggunakan sumberdaya lebih efisien
- c. Subsidi (transfer payment), yaitu pemerintah ikut menanggung sebagian harga barang produksi monopolis jika produk ini dianggap vital bagi masyarakat

# Aspek Positif Monopoli (Monopoly Benefits)

1. Memacu pertumbuhan ekonomi, karena monopoli mendapatkan laba supernormal sehingga inovatif dan efisien. Dengan input yang sama dapat dihasilkan output yang lebih banyak
2. Pengadaan barang publik. Hanya perusahaan besar yang sanggup menyediakan barang publik dan untuk menjadi besar sebuah perusahaan perlu diberi hak monopoli
3. Meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui diskriminasi harga. Masyarakat berpenghasilan rendah bisa memperoleh produk dengan harga lebih murah

# Pasar Oligopoli

- suatu suatu struktur pasar atau industri yang terdiri dari hanya sedikit perusahaan dan setiap perusahaan memiliki kemampuan mempengaruhi harga pasar

# Karakteristik Pasar Oligopoli

- Terdapat sedikit penjual.
- Terdapat sedikit rintangan untuk memasuki industri oligopoli
- Keputusan harga yang diambil oleh satu perusahaan harus di pertimbangkan oleh perusahaan yang lain dalam industri
- Produk mempunyai ukuran standar
- Terdapat kompetisi non harga (non pricing competition) misalnya perang iklan

# Faktor Penyebab Terbentuknya Oligopoli

1. Efisiensi skala besar (hanya perusahaan yang berskala besar yang dapat mencapai efisiensi) sehingga dalam industri hanya terdapat sejumlah kecil perusahaan (semen, mobil dll)
2. Kompleksitas manajemen. Keunggulan perusahaan bukan hanya menetapkan harga dan output tetapi juga ketepatan memprediksi reaksi pesaing, dan inilah yang membuat manajemen disebut semakin kompleks.

# Hambatan Masuk Industri Oligopoli

1. Perusahaan yang lama telah menikmati skala ekonomis
2. Terjadinya perbedaan biaya produksi (pengalaman, ketrampilan, akses finansial dll)
3. Karakteristik produk perusahaan lama lebih baik (lebih terkenal, lebih canggih, atau produknya lebih beragam)

# JENIS OLIGOPOLI

## 1. Oligopoli dengan kerja sama

Yaitu Apabila perusahaan yang ada dalam industri bersepakat untuk melakukan kerja sama, misalnya dalam hal penentuan harga maupun jumlah produksi

## 2. Oligopoli tanpa kerja sama

Yaitu Apabila perusahaan yang ada dalam industri tidak melakukan kesepakatan atau kerja sama,

# PASAR MONOPOLISTIK

- **Pasar persaingan monopolistik** adalah suatu pasar dengan beberapa penjual yang menawarkan produk (barang) yang serupa, namun berbeda di beberapa aspeknya.



# Asumsi Pasar Persaingan Monopolistik

- a. Produk dari setiap penjual agak berbeda (diferensiasi produk) sehingga konsumen dapat lebih menyukai suatu produk daripada yang lain
- b. Terdapat informasi yang sempurna tentang harga dan kuantitas
- c. Terdapat banyak pembeli dan penjual. Keputusan seorang penjual tidak mempengaruhi penjual yang lain
- d. Mudah bagi perusahaan untuk keluar masuk industri
- e. Perusahaan akan berusaha memaksimalkan laba dan konsumen memaksimalkan kepuasan
- f. Tidak ada biaya atau manfaat eksternal
- g. Persaingan promosi sangat ketat

# Karakteristik Monopolistik

- Produsen banyak
- Produk beraneka ragam
- Iklan sangat penting
- Hambatan untuk memasuki industri kecil

# Perbedaan antara Pasar Monopolistik dengan Beberapa Pasar Lainnya

Struktur Pasar	Jumlah Penjual	Hambatan Untuk Masuk dan Keluar	Kemampuan untuk Menentukan Harga	Perbedaan Produk yang Dihasilkan	Contoh
<b>Persaingan Sempurna</b>	Banyak	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada	Produk pertanian
<b>Persaingan Monopolistik</b>	Beberapa	Tidak ada	Sedikit	Sedikit	Barang-barang eceran
<b>Oligopoli</b>	Sedikit	Sedikit	Sedikit	Jarang	Industri mobil, baja
<b>Monopoli</b>	Satu	Ada	Ada	Produknya unik	Perusahaan listrik

# Kelebihan dari Pasar Monopolistik

- Perusahaan terdorong untuk selalu melakukan inovasi terhadap produknya. Ini menguntungkan karena mutunya akan semakin baik.
- Pelayanan terhadap masyarakat akan semakin baik untuk meningkatkan *image* perusahaan di mata masyarakat.

# Kekurangan dari Pasar Monopolistik

- Biaya promosi mahal sehingga perusahaan harus merogoh koceknya lebih dalam.
- Harga pada pasar persaingan monopolistik berada di tingkat yang tinggi.