STRUKTUR PASAR

PERFECT COMPETITION MARKET

- Adalah struktur pasar atau industri dimana terdapat banyak penjual dan pembeli , dan setiap penjual ataupun pembeli tidak dapat mempengaruhi keadaan pasar

Ciri-Ciri Perfect Competition

- Perusahaan adalah pengambil harga
- Setiap perusahaan mudah keluar dan masuk
- Menghasilkan barang serupa
- Terdapat banyak perusahaan di Pasar
- Pembeli mempunyai Pengetahuan Sempurna mengenai pasar

PERMINTAAN & HASIL PENJUALAN

- Ciri utama dan Sifat Utama adalah setiap perusahaan adalah pengambil harga. Sehingga interaksi seluruh kegiatan produsen dan pembeli ditentukan oleh pasar. Tidak dapat mengubah harga karena jumlah yang diproduksikan hanya sebagian kecil dari jumlah yang diperjualbelikan dipasar.

HASIL PENJUALAN
TOTAL – AVERAGE & MARGINAL

- **HASIL PENJUALAN TOTAL** adalah seluruh jumlah pendapatan yang diterima perusahaan dari menjual barang yang diproduksikan.

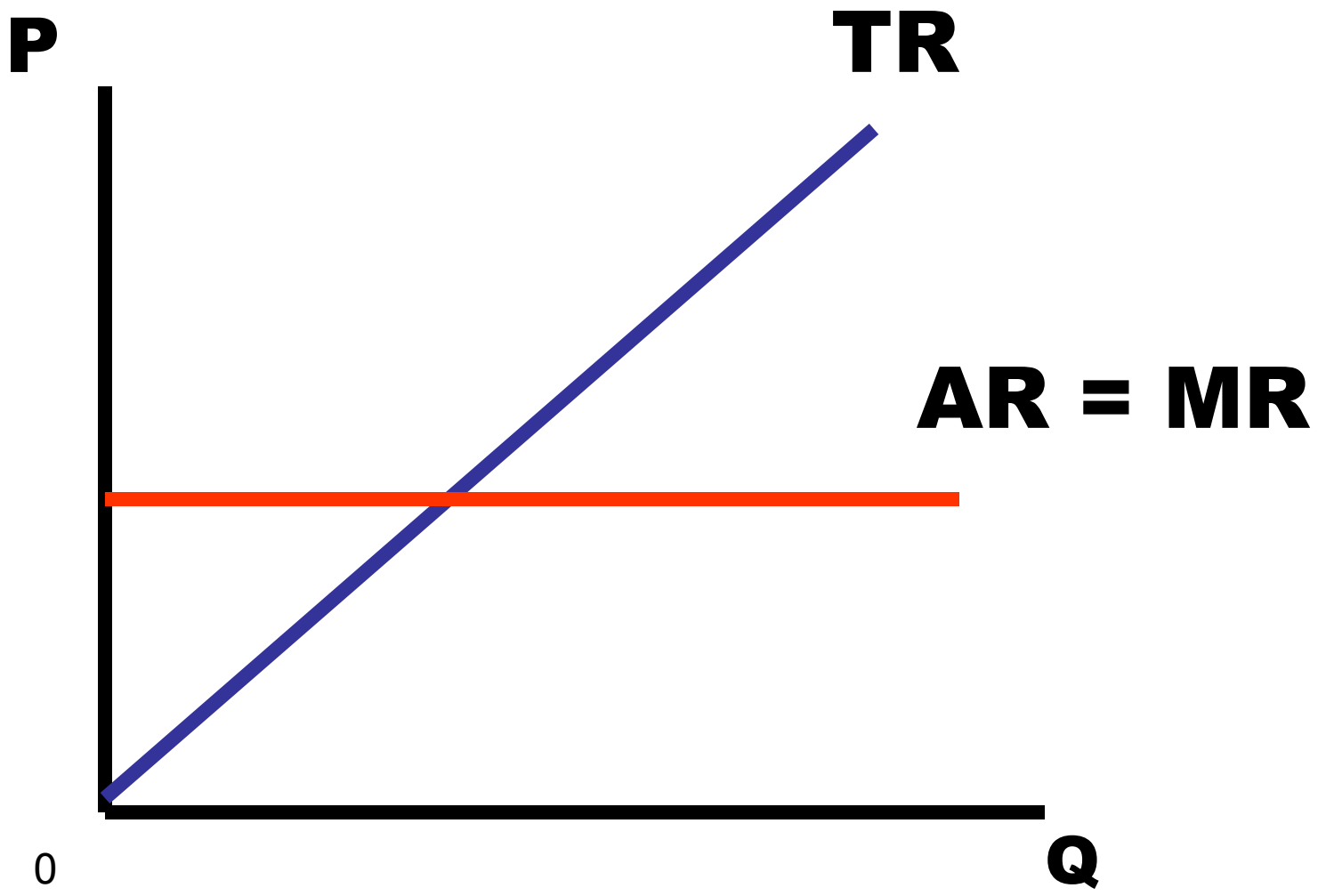
  (**TR = Total Revenue**)

- **HASIL PENJUALAN AVERAGE** adalah Total Revenue perusahaan dibagi dengan JUMLAH UNIT barang yang diperjualbelikan.

  (**AR = Average Revenue**)

- **HASIL PENJUALAN MARGINAL** adalah TAMBAHAN TR yang diperoleh perusahaan dari menjual SATU unit lagi barang yang diperjualbelikan (**MR = Marginal Revenue**)

KURVA TR – AR & MR

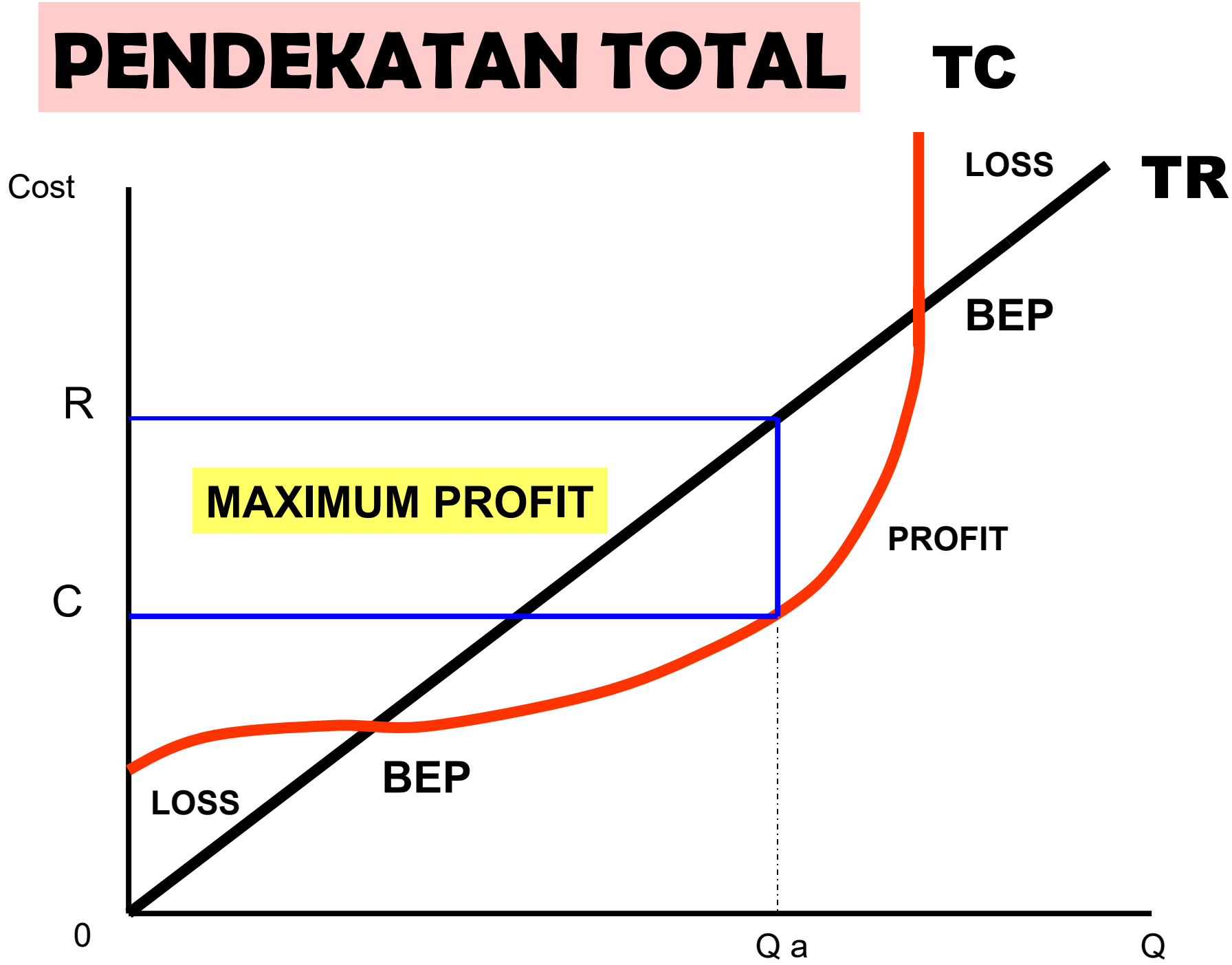


KONDISI PASAR

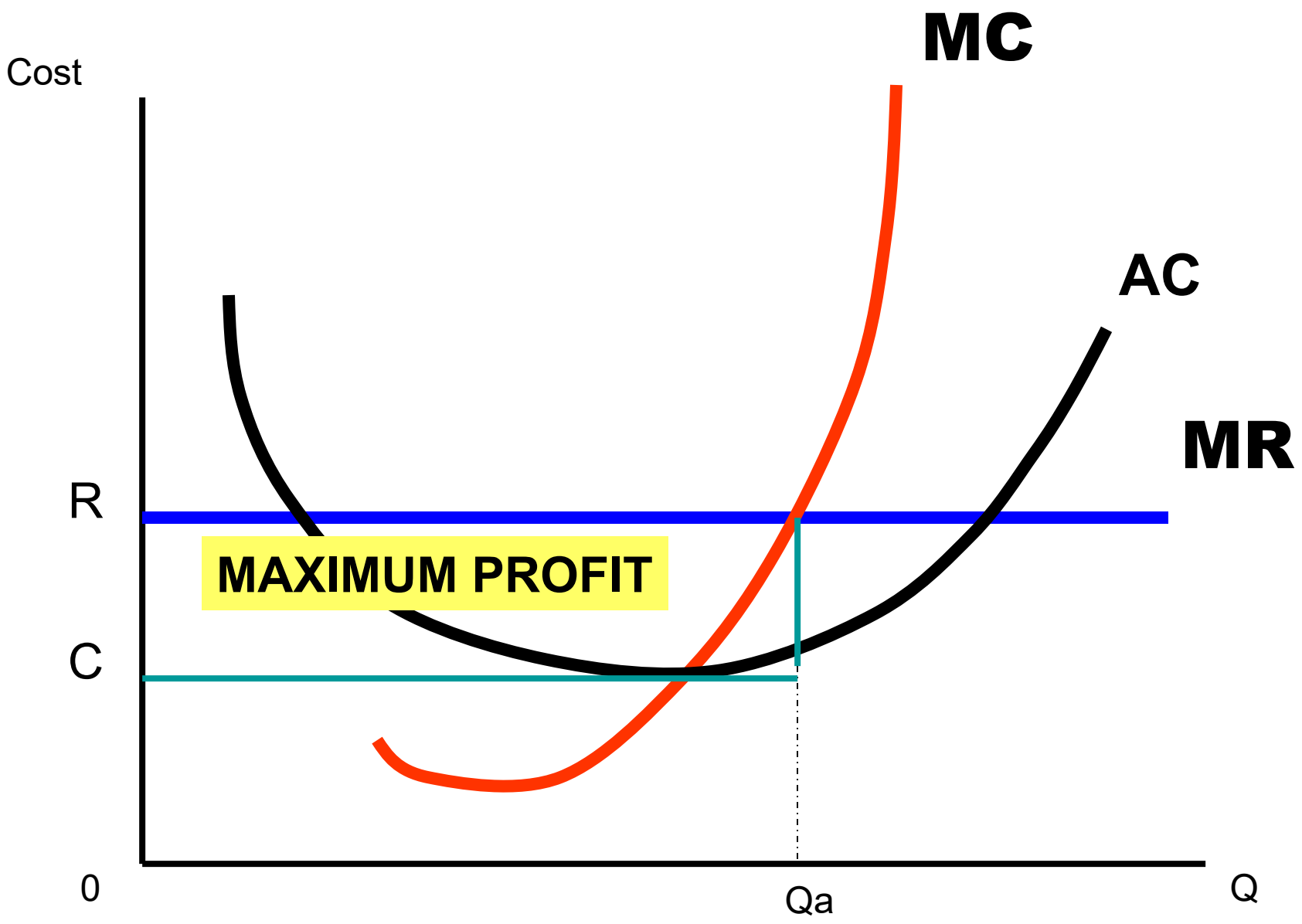
- **PENDEKATAN TOTAL**
  - MENENTUKAN MAXIMUM PROFIT
  - MENENTUKAN MINIMUM LOSS
  - MENENTUKAN BEP (BREAK EVENT POINT)

- **PENDEKATAN MARGINAL**
  - MENENTUKAN MAXIMUM PROFIT
  - MENENTUKAN MINIMUM LOSS
  - MENENTUKAN BEP (BREAK EVENT POINT)

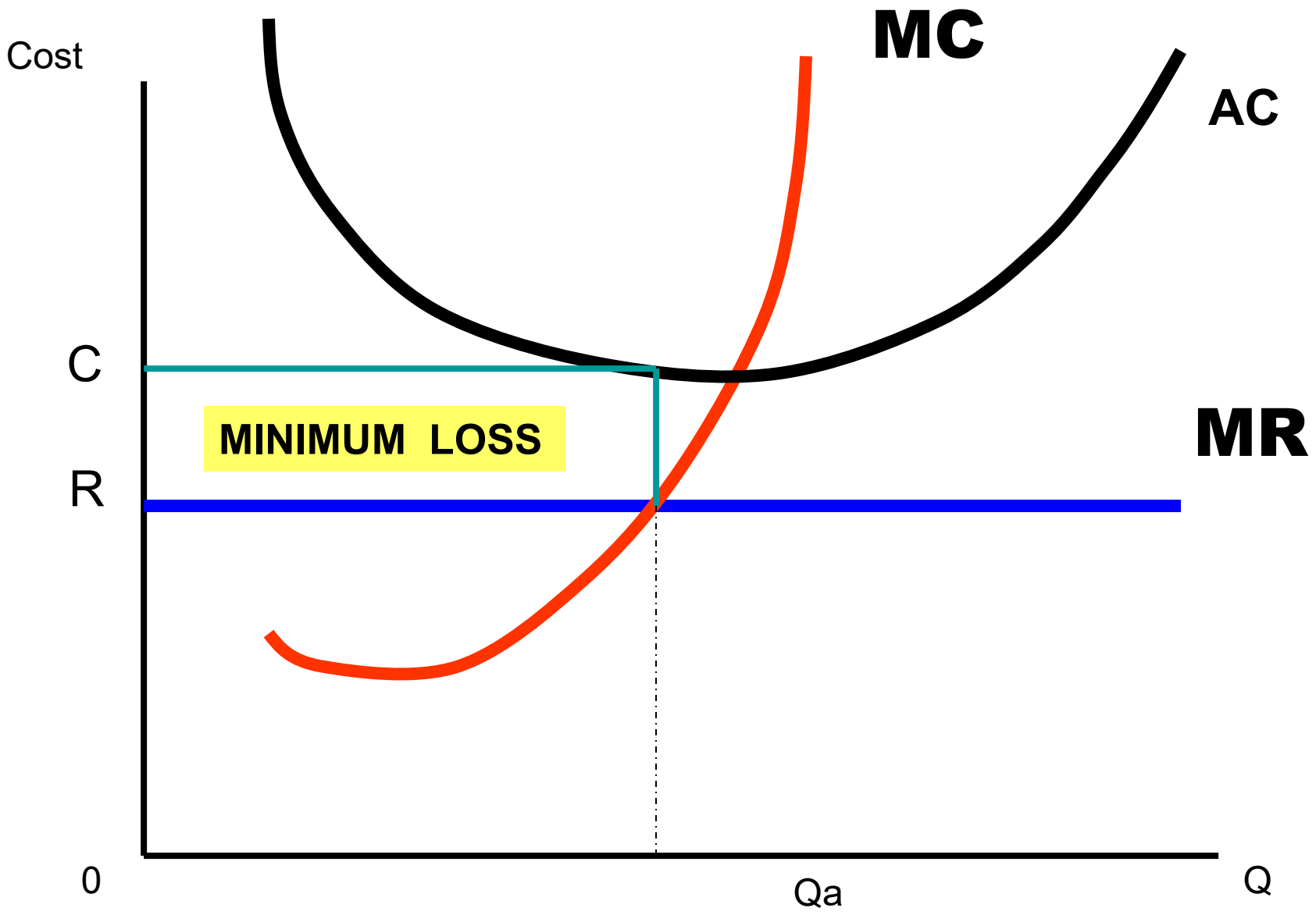
PENDEKATAN TOTAL



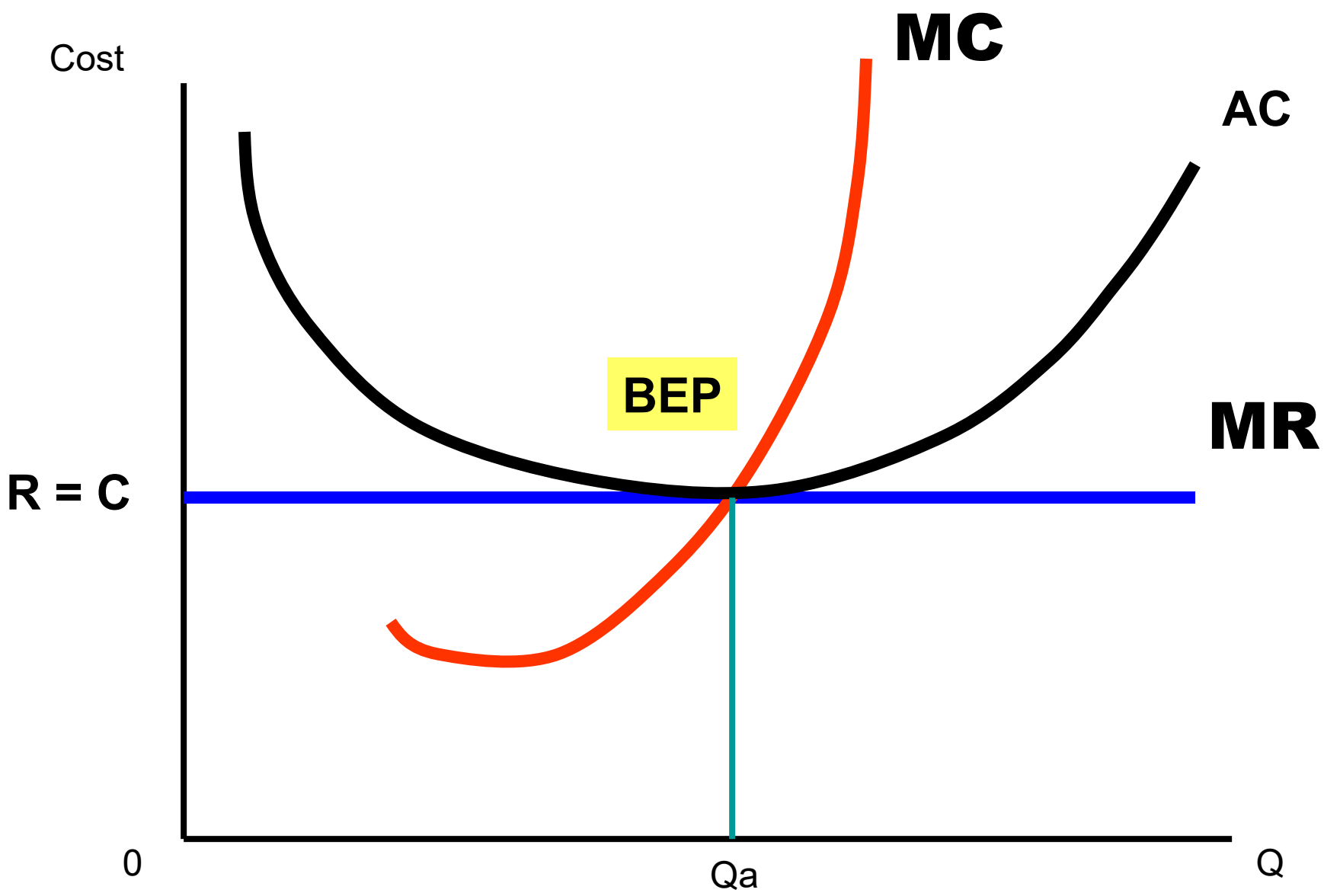
PENDEKATAN MARGINAL MAX PROFIT



PENDEKATAN MARGINAL MINIMUM LOSS



PENDEKATAN MARGINAL BREAK EVEN POINT



IN-PERFECT COMPETITION MARKET [MONOPOLI]

- Adalah salah satu bentuk pasar dengan hanya terdapat **SATU** perusahaan saja dan perusahaan ini menghasilkan barang yang tidak mempunyai barang pengganti yang sangat dekat.

BENTUK IN-PERFECT COMPETITION

- **MONOPOLI** = 1 PENJUAL , BANYAK PEMBELI
- **OLIGOPOLI** = BANYAK PENJUAL, 1 PEMBELI

- **MONOPSONY** = 1 PEMBELI , BANYAK PENJUAL
- **OLIGOPSONY** = BANYAK PEMBELI, 1 PENJUAL

PASAR MONOPOLI

- Semua bentuk pasar yang bukan persaingan sempurna , dinamakan bentuk pasar persaingan tidak sempurna **(*imperfect competition*)** yang mempunyai berbagai bentuk : monopoli-monopsoni, duopoli-duopsoni, oligopoli-oligopsoni, dan persaingan monopolistik.

- Pasar monopoli adalah suatu bentuk pasar dimana hanya terdapat satu penjual saja (penjual tunggal) → bebas menentukan harga.

- Penjual sebagai penentu harga (*price setter*) dan pembeli sebagai *price taker.*

PASAR MONOPOLI

Faktor-faktor penyebab terbentuknya pasar monopoli :

- **Teknologi tinggi**
- **Modal tinggi**
- **Peraturan pemerintah / Undang – undang**
- **Produk sangat spesifik**

PASAR OLIGOPOLI

Oligopoli adalah suatu bentuk pasar yang di dalamnya hanya ada beberapa penjual.

- Masing-masing penjual mempunyai pengaruh atas harga-harga barang yang dijual, tetapi tidak sebesar pengaruh penjual monopolis.

- Ada saling ketergantungan antara perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lain

- Untuk menguasai harga dan konsumen adalah menggunakan merek-merek dagang tertentu (*differentiated product)*, dengan mutu dan rasa agak sedikit berbeda

- Perusahaan oligopolis bersedia bekerjasama dengan saingannya menjalankan kebijakan harga dan output untuk memperoleh laba maksimal secara bersama –sama → membentuk **Kartel**

PASAR PERSAINGAN MONOPOLISTIK

→ Ada unsur monopoli dan unsur persaingan.

Sifat pasar persaingan monopolistik:

- Jumlah pembeli dan penjual agak banyak, sehingga masing-masing perusahaan mempunyai pengaruh atas harga meskipun tidak besar.
- Barang-barang yang diperjual belikan tidak homogen, bahkan sengaja dibeda-bedakan, baik dalam merek, bentuk, warna, bentuk dan ukuran (*product variation*) walaupun mutunya sama.
- Merek memegang peranan penting untuk memikat konsumen walaupun untuk itu memerlukan tambahan biaya. Akan tetapi selama MR > MC cara tersebut masih memberikan tambahan keuntungan.

Pada persaingan monopolistik perusahaan berusaha meningkatkan penjualannya dengan berbagai cara seperti pemasangan iklan, penjualan dari rumah ke rumah, pemberian hadian (bonus), dan lain-lain, akibatnya sering terjadi *perang iklan* dan *perang harga.*

PASAR MONOPSONI

- Monopsoni adalah suatu bentuk pasar dimana hanya terdapat satu pembeli atau pembeli tunggal.

- Sebagai monopsoni, sebuah perusahaan akan dapat mempengaruhi harga dengan menaikkan atau menurunkan faktor produksi yang ia beli.

- Pembeli menjadi *price setter* sedangkan penjual menjadi *price taker.* Dalam keadaan tertentu, monopsoni atas faktor-faktor produksi dapat bertindak sebagai monopolis atas hasil produksi.

- Pasar monopsoni dapat timbul karena berbagai sebab, diantaranya adalah:
    - Pengaruh letak geografis.
    - Barang yang diperjual belikan sangat spesifik.

PASAR OLIGOPSONI

- Oligopsoni adalah suatu bentuk pasar dimana terdapat beberapa pembeli, dimana masing-masing pembeli cukup besar untuk dapat mempengaruhi harga barang yang dibelinya.

- Antara monopsoni dan oligopsoni ada bentuk pasar yang dinamakan duopsoni yaitu bila hanya terdapat dua pembeli tetapi dalam prakteknya bentuk pasar ini jarang dijumpai.

- Dalam pasar oligopsoni banyak produsen menghadapi beberapa pembeli, dimana pembeli bertindak sebagai *price setter* dan penjual bertindak sebagai *price taker.*

- Biasanya keuntungan yang dinikmati oleh Monopoli adalah keuntungan melebihi normal dan ini diperoleh karena terdapat hambatan yang sangat tangguh yang dihadapi oleh perusahaan – perusahaan lain untuk memasuki industri tersebut.

CIRI-CIRI MONOPOLI

- Pasar monopoli adalah industri SATU perusahaan
- Tidak mempunyai barang pengganti yang mirip
- Tidak terdapat kemungkinan untuk masuk kedalam industri
- Dapat mempengaruhi penentuan harga
- Promosi iklan kurang diperlukan

FAKTOR YANG MENIMBULKAN MONOPOLI :

- Perusahaan monopoli **MEMPUNYAI SATU SUMBER DAYA TERTENTU YANG UNIK**
- Perusahaan monopoli pada umumnya dapat menikmati **SKALA EKONOMIS HINGGA KETINGKAT PRODUKSI YANG SANGAT TINGGI**

.

- **MONOPOLI TERWUJUD & BERKEMBANG MELALUI UNDANG-UNDANG** ; yaitu pemerintah memberi hak monopoli kepada perusahaan terdekat.

HASIL PENJUALAN
TOTAL – AVERAGE & MARGINAL

- **HASIL PENJUALAN TOTAL** adalah seluruh jumlah pendapatan yang diterima perusahaan dari menjual barang yang diproduksikan.

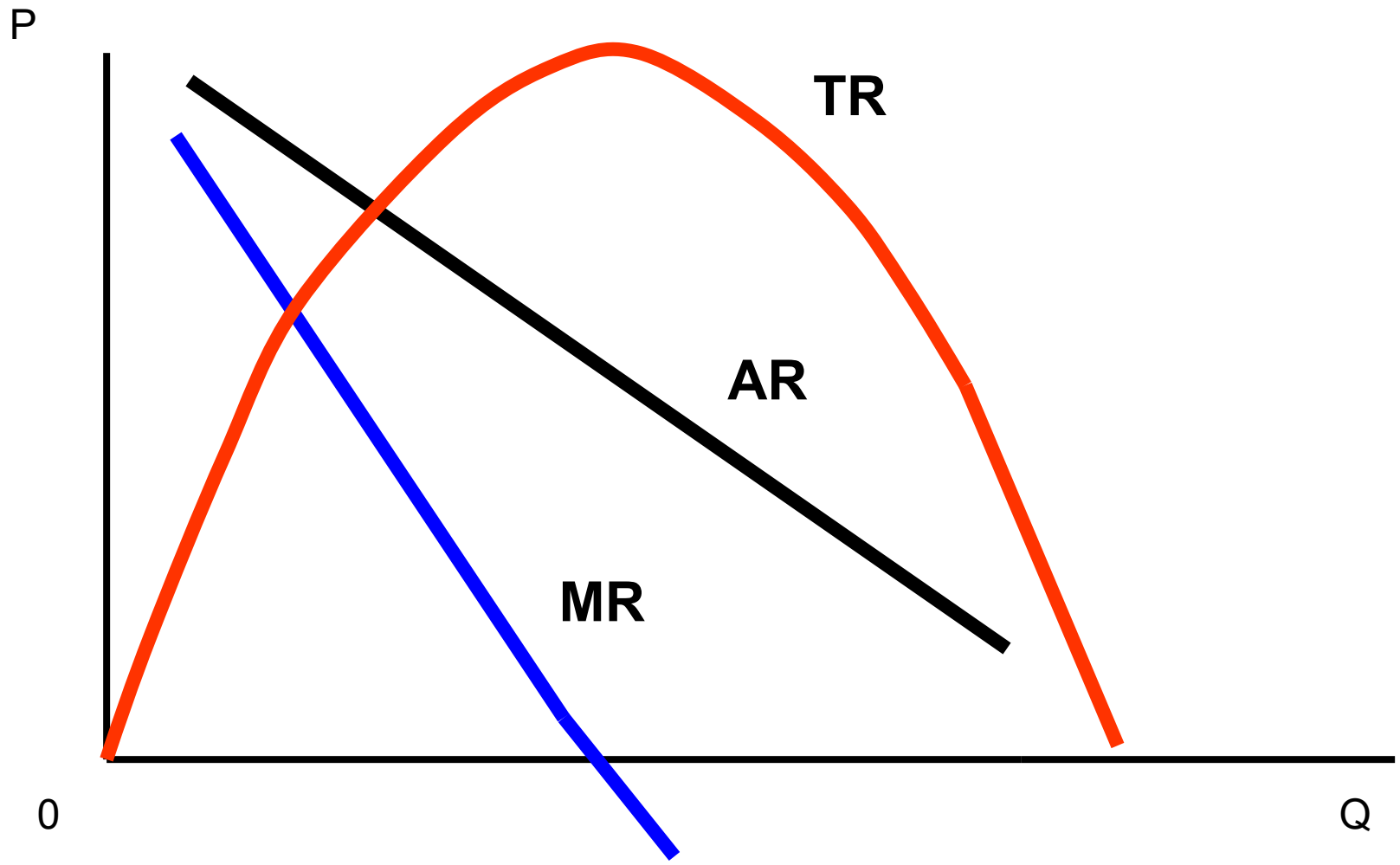
  (**TR = Total Revenue**)

- **HASIL PENJUALAN AVERAGE** adalah Total Revenue perusahaan dibagi dengan JUMLAH UNIT barang yang diperjualbelikan.

  (**AR = Average Revenue**)

- **HASIL PENJUALAN MARGINAL** adalah TAMBAHAN TR yang diperoleh perusahaan dari menjual SATU unit lagi barang yang diperjualbelikan (**MR = Marginal Revenue**)

KURVA TR – AR & MR



PRODUKSI – HARGA & PENJUALAN

- Monopoli hanya ada **satu perusahaan** dalam pasar.
- Maka **permintaan dalam industri** adalah juga **permintaan** keatas **produksi perusahaan Monopoli** tersebut.

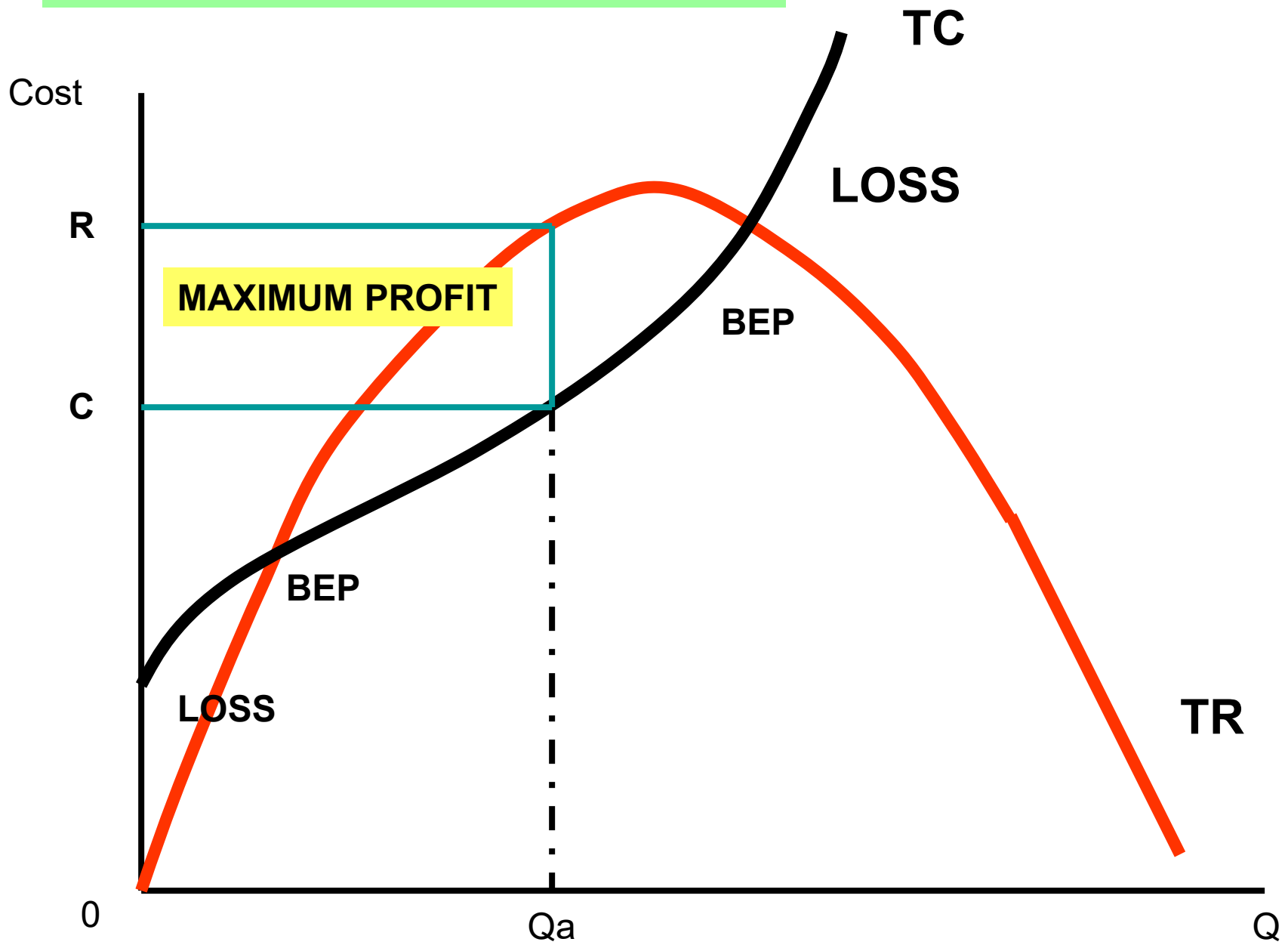
- Sifat dan **Hukum Permintaan pada Monopoli tetap sama.** Berarti pada perusahaan Monopoli akan dapat memperoleh harga penjualan yang tinggi apabila produksinya sedikit dan harga penjualannya semakin rendah apabila produksinya semakin banyak

KONDISI PASAR

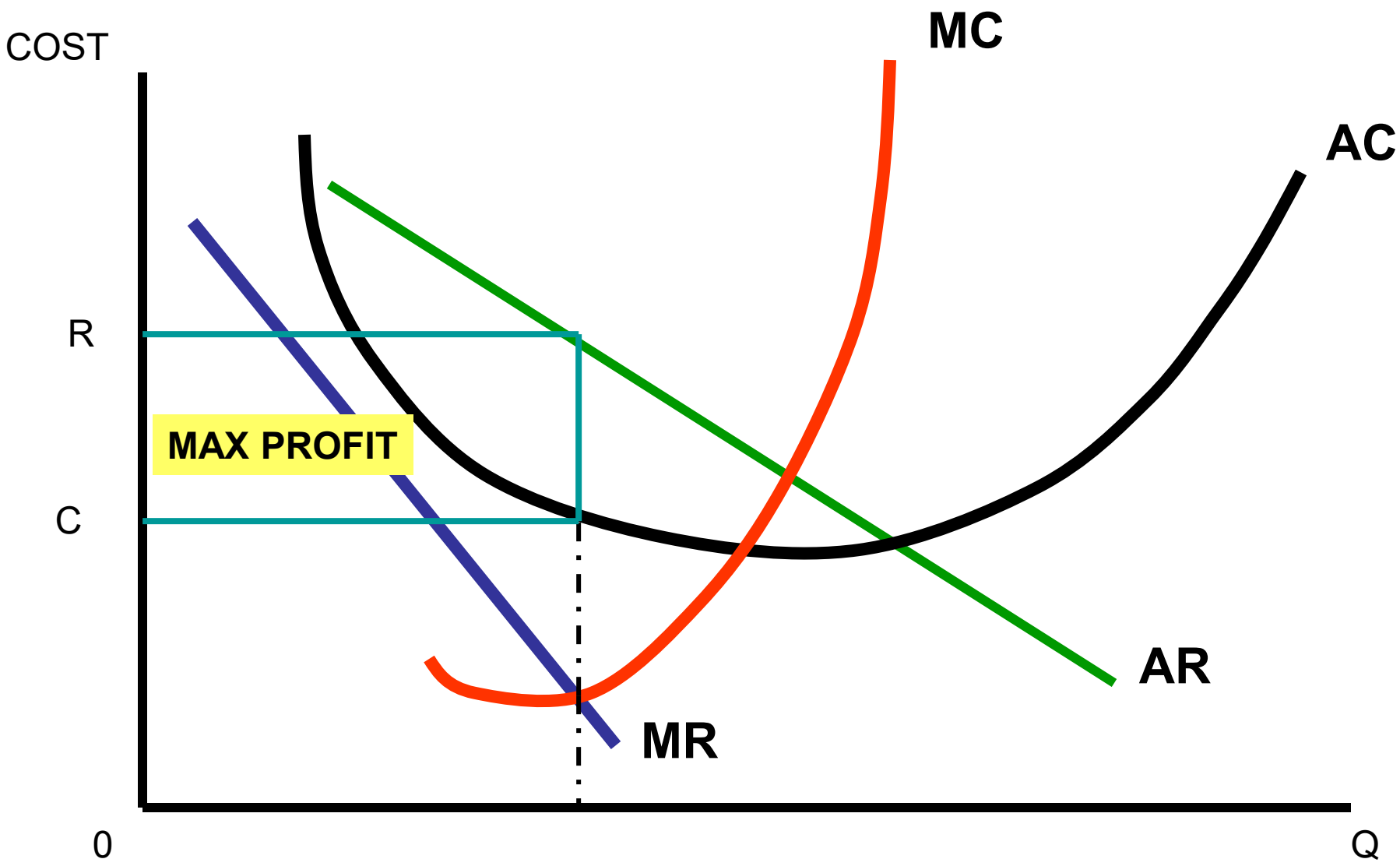
- **PENDEKATAN TOTAL**
  - MENENTUKAN MAXIMUM PROFIT
  - MENENTUKAN MINIMUM LOSS
  - MENENTUKAN BEP (BREAK EVENT POINT)

- **PENDEKATAN MARGINAL**
  - MENENTUKAN MAXIMUM PROFIT
  - MENENTUKAN MINIMUM LOSS
  - MENENTUKAN BEP (BREAK EVENT POINT)

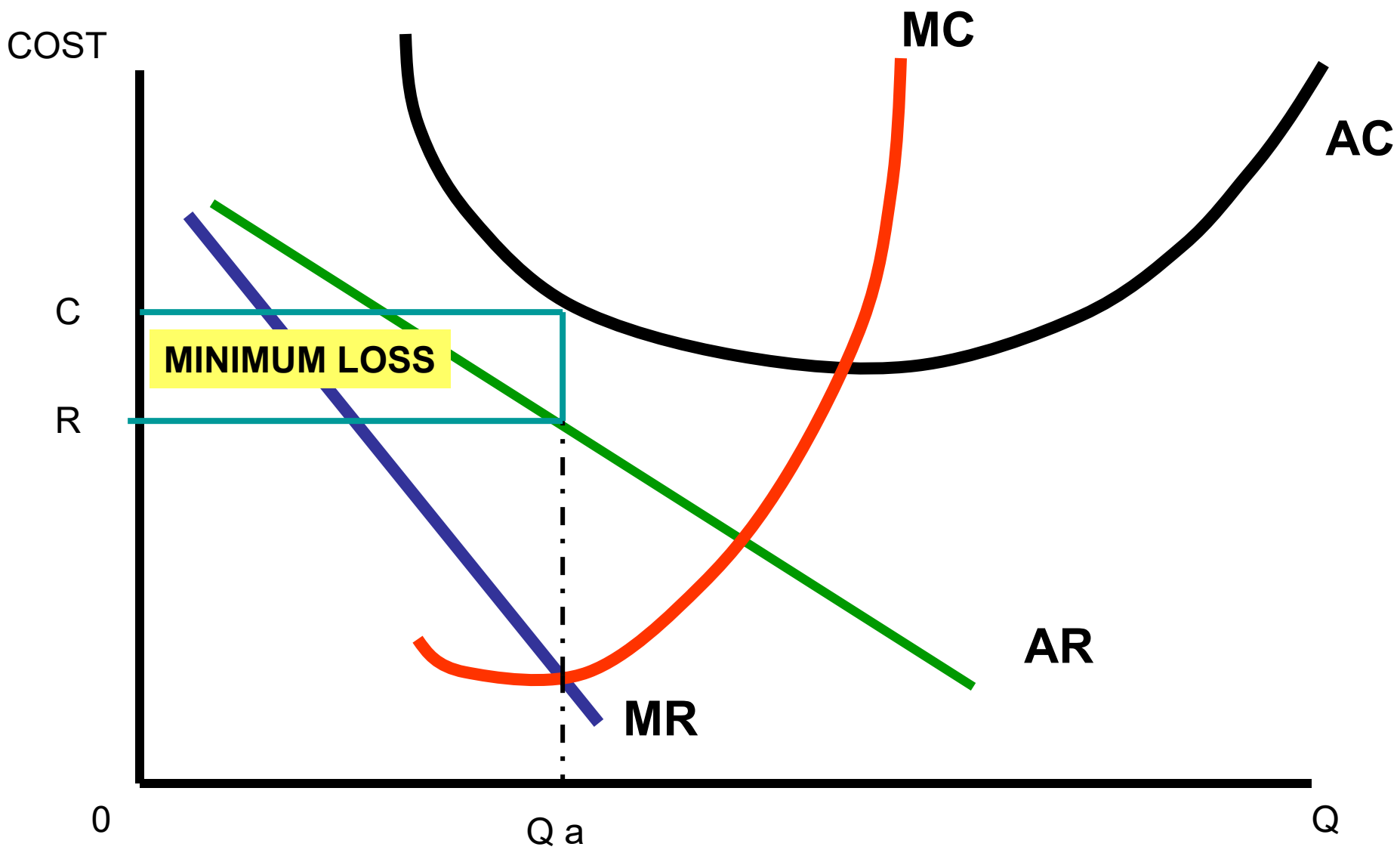
PENDEKATAN TOTAL



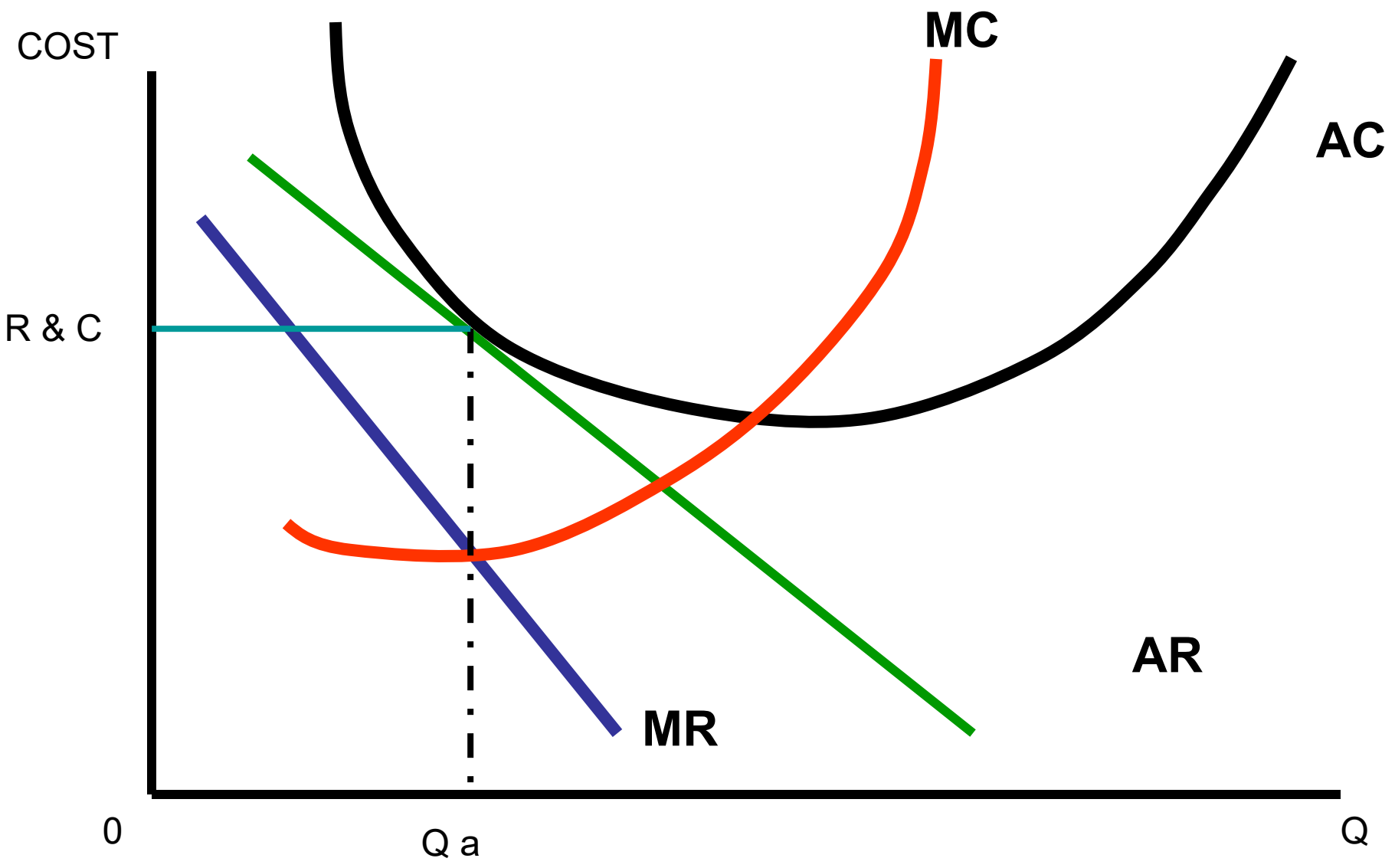
PENDEKATAN MARGINAL MAXIMUM PROFIT



PENDEKATAN MARGINAL MINIMUM LOSS



PENDEKATAN MARGINAL BREAK EVEN POINT



DISKRIMINASI HARGA

- Terbuka kemungkinan pada perusahaan Monopoli untuk menjual barangnya di **DUA PASAR** (dalam negeri & luar negeri) yang sangat berbeda sifatnya, sehingga PERMINTAAN nya juga berbeda.
- Untuk memaksimumkan keuntungannya , maka perusahaan Monopoli dapat menjalankan kebijakan **DISKRIMINASI HARGA**

.

- Persoalan intinya : ***“Berapa harga yang akan ditetapkan di tiap-tiap pasar supaya keuntungannya dapat dimaksimumkan ?.”***