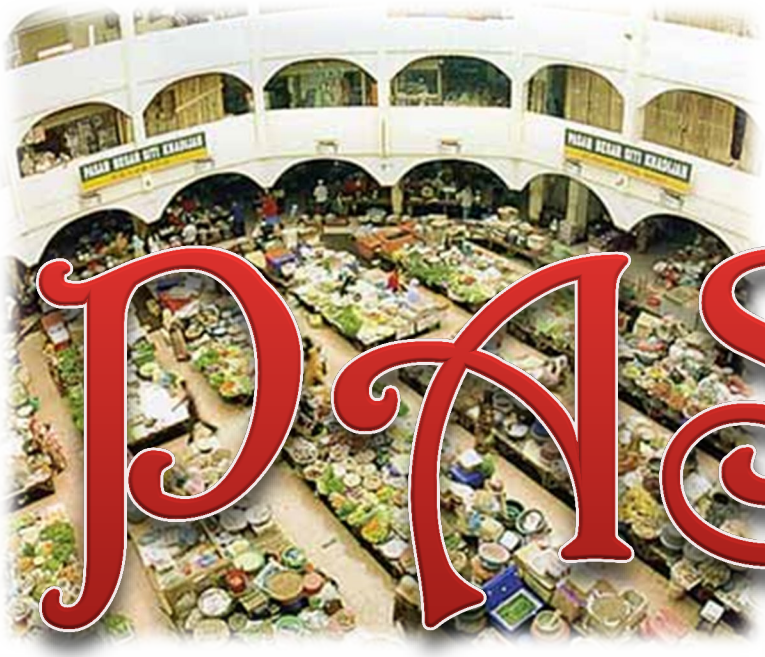


PASAR

PASAR

- Pengertian
- Fungsi & Peranan
- Jenis

Pengertian PASAR

Pasar adalah tempat atau sarana bertemunya penjual dan pembeli baik secara langsung maupun tidak langsung untuk melakukan transaksi jual/beli

Sebuah pasar dapat terjadi jika terdapat syarat-syarat berikut ini.

1. Adanya penjual dan pembeli.
2. Adanya barang dan jasa yang diperjualbelikan.
3. Adanya interaksi antara penjual dan pembeli (transaksi jual beli).
4. Adanya media atau tempat untuk interaksi penjual dan pembeli.

Fungsi & Peranan

Fungsi :

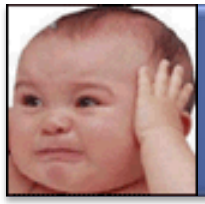
- sebagai sarana distribusi,
- pembentukan harga,
- dan sebagai tempat promosi.

Peranan :

- Peranan bagi Produsen
- Peranan bagi konsumen
- Peranan bagi Pembangunan
- Peranan bagi Sumber Daya Manusia

Jenis-jenis Pasar

- **Pasar Persaingan Sempurna,** suatu pasar dikatakan sebagai pasar persaingan sempurna jika penjual dan pembeli sangat banyak, sehingga harga tidak dapat ditentukan oleh seseorang melainkan oleh kekuatan penawaran dan permintaan, produsen menjual produk yang homogen dan mobilitas sumber daya sempurna. Contohnya adalah pasar tradisional
- **Pasar Persaingan Monopolistik** adalah pasar yang terletak diantara dua bentuk pasar, yaitu pasar persaingan sempurna dan pasar monopoli.
- **Pasar Oligopoli** adalah pasar yang hanya terdapat beberapa penjual yang saling bersaing dengan jumlah pembeli yang banyak. contoh pasar produk elektronik
- **Pasar Monopoli** adalah pasar yang terdapat satu penjual yang menguasai perdagangan barang atau jasa, produsen menetapkan sendiri harga yang diinginkan atau bertindak sebagai penentu harga
- **Pasar Duopoli** adalah pasar dimana barang dikuasai oleh dua perusahaan
- **Pasar Monopsoni** adalah pasar yang hanya terdapat satu pembeli sedangkan penjualnya banyak, sehingga pembeli bisa menntukan harga
- **Pasar Oligopsoni** adalah pasar yang terdapat beberapa pembeli. masing-masing pembeli memiliki peran yang cukup besar untuk mempengaruhi harga barang dan jasa



PASAR OLIGOPOLI

Pengertian

Pasar Oligopoli adalah suatu bentuk pasar yang terdapat beberapa penjual dimana salah satu atau beberapa penjual bertindak sebagai pemilik pasar terbesar (*price leader*). Umumnya jumlah perusahaan lebih dari dua tetapi kurang dari sepuluh.

Dalam pasar oligopoli, setiap perusahaan memposisikan dirinya sebagai bagian yang terikat dengan permainan pasar, di mana keuntungan yang mereka dapatkan tergantung dari tindak-tanduk pesaing mereka. Sehingga semua usaha promosi, iklan, pengenalan produk baru, perubahan harga, dan sebagainya dilakukan dengan tujuan untuk menjauhkan konsumen dari pesaing mereka.

Di Indonesia pasar oligopoli dapat dengan mudah kita jumpai, misalnya pada pasar semen, pasar layanan operator selular, pasar otomotif serta pasar yang bergerak dalam industri berat.

Ciri-ciri Pasar Oligopoli

1. Terdapat beberapa penjual
2. Barang yang dijual homogen atau beda corak
3. Sulit dimasuki perusahaan baru
4. Membutuhkan peran iklan
5. Terdapat satu market leader (pemimpin pasar)
6. Harga jual tidak mudah berubah

Macam-macam Pasar Oligopoli

1. *Oligopoli murni* : menjual barang yang homogen. Biasanya banyak dijumpai dalam industri yang menghasilkan bahan mentah.

   Contoh : pasar semen, produsen bensin

2. *Oligopoli diferensial* : menjual barang berbeda corak. Barang seperti itu umumnya adalah barang akhir.

   Contoh : pasar mobil, pasar sepeda motor

Kebaikan Pasar Oligopoli

1. Memberi kebebasan memilih bagi pembeli.
2. Mampu melakukan penelitian dan pengembangan produk.
3. Lebih memperhatikan kepuasan konsumen karena adanya persaingan penjual.
4. Adanya penerapan teknologi baru.

Keburukan Pasar Oligopoli

1. Menciptakan ketimpangan distribusi pendapatan
2. Harga yang stabil dan terlalu tinggi bisa mendorong

timbulnya inflasi

3. Bisa timbul pemborosan biaya produksi apabila ada

kerjasama antar oligopolis karena semangat

bersaing kurang

4. Bisa timbul eksploitasi terhadap pembeli dan

Karakteristik Pasar Oligopoli

Bentuk pasar oligopoli dikarakterisasikan berdasarkan :

a. Sejumlah besar perusahaan-perusahaan dominan, dengan beberapa yang kecil lainnya.
b. Suatu produk yang distandarisasikan maupun dibedakan,
c. kekuatan dari perusahaan-perusahaan dominan terhadap harga, namun ketakutan akan pembalasan,
d. hambatan-hambatan secara teknologi dan ekonomi untuk menjadi suatu perusahaan yang dominan,
e. penggunaan persaingan non harga yang ekstensif akibat ketakutan akan perang harga.

Pemusatan Oligopoli

Suatu bentuk pasar oligopoli dikarakterisasikan berdasarkan kehadiran beberapa perusahaan yang dominan. Disana mungkin terdapat sejumlah besar perusahaan-perusahaan kecil, tetapi hanya perusahaan besar yang memiliki kekuatan untuk membalas. Ini berakibat dalam suatu pemusatan industri tinggi dimana hanya 2 sampai 10 perusahaan dengan pangsa pasar yang besar.

- Penyebab-penyebab Pemusatan Oligopoli

a. skala ekonomis yang ada dalam produksi barang-barang tertentu,
b. siklus-siklus bisnis yang menyingkirkan pesaing-pesaing lemah,
c. keuntungan dari perusahaan-perusahaan yang bergabung, dan
d. hambatan-hambatan lainnya seperti perkembangan teknologi dan periklanan.

TERIMA KASIH