



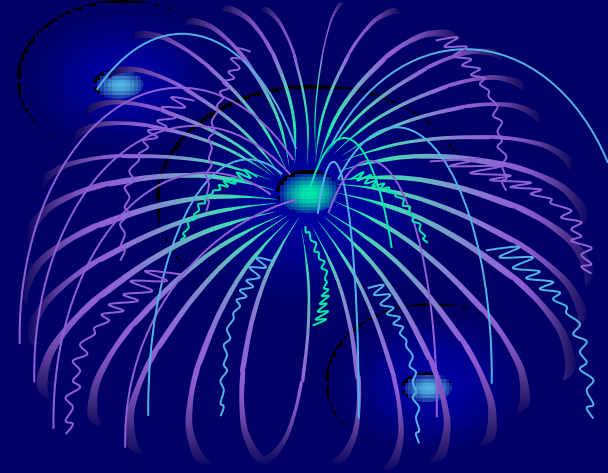
UNIVERSITAS PERSADA INDONESIA Y.A.I JAKARTA

Struktur Pasar Monopoli, Persaingan Sempurna Monopolistik & Oligopoli

(Pertemuan 7)

By : BIDA SARI, SP, MSi





Pasar Monopoli

CIRI-CIRI PASAR MONOPOLI

Struktur pasar monopoli dicirikan jika hanya ada satu produsen atau penjual (produsen tunggal/*single firm*) tanpa adanya pesaing langsung maupun tidak langsung. Output yang dihasilkan tidak mempunyai substitusi (closed substitution).

Penyebab timbulnya monopoli adalah karena perusahaan tidak memiliki pesaing, karena **adanya hambatan** (*barriers to entry*) bagi perusahaan lain untuk memasuki industri yang bersangkutan. Perusahaan monopoli tersebut sekaligus juga merupakan industrinya.

Hambatan bagi perusahaan lain untuk memasuki industri yang bersangkutan dapat berupa hambatan teknis maupun hambatan legalitas.

Hambatan (Barriers to entry) Bagi Perusahaan Lain Untuk Memasuki Pasar Monopoli

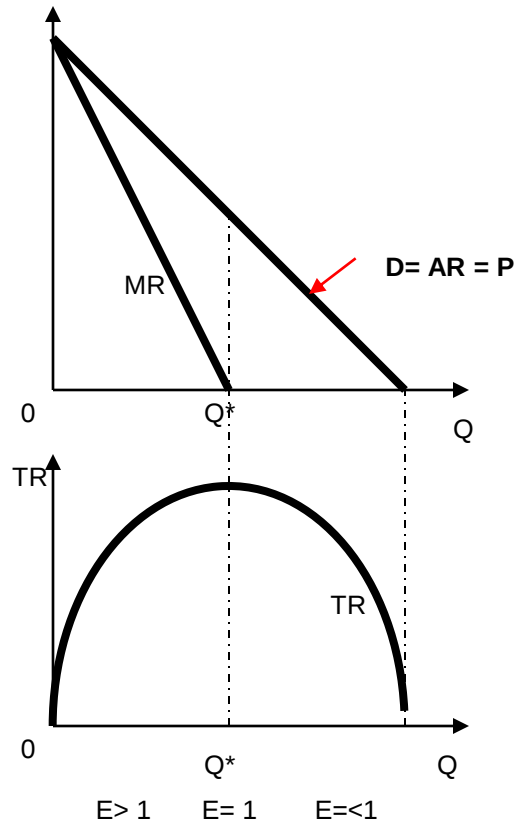
1. **Hambatan teknis**, misalnya perusahaan punya keahlian khusus (special knowledge), efisiensi yang tak tersaingi, ataupun kemampuan kontrol sumber faktor produksi yang tidak dimiliki oleh perusahaan lain → adanya ketidak mampuan pesaing dengan perusahaan yang sudah ada (existing firm).
2. **Hambatan legalitas**, misal adanya undang-undang atau hak khusus monopoli (legal monopoly) yang diberikan pemerintah kepada Badan Usaha Milik Negara (BUMN) untuk mengelola industri tertentu dan adanya Hak Paten (*patent right*) atau Hak Cipta yang diberikan kepada seseorang atau perusahaan atas kemampuan dan pengetahuan bidang tertentu/khusus yang menciptakan daya monopolis secara teknis

KARAKTERISTIK PASAR MONOPOLI

- Dalam pasar monopoli permintaan terhadap output perusahaan merupakan permintaan industri. Karena itu perusahaan mempunyai kemampuan untuk mempengaruhi harga pasar dengan mengatur jumlah output. Posisi perusahaan monopolis adalah sebagai penentu harga (***Price setter***).
- Perusahaan yang monopolistik akan menggunakan kaidah maksimal laba $MR = MC$. Bedanya dengan pasar persaingan sempurna adalah kurva permintaannya tidak horizontal atau elastis.
- Perusahaan yang berada dalam pasar monopoli, penerimaan marjinalnya lebih kecil dari harga jual ($MR < P$), ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan output yang dijual perusahaan harus menurunkan harga jual, hal ini akan berdampak pada berkurangnya Penerimaan Total (TR) dimana TR ini sangat tergantung pada besarnya elastisitas harga.

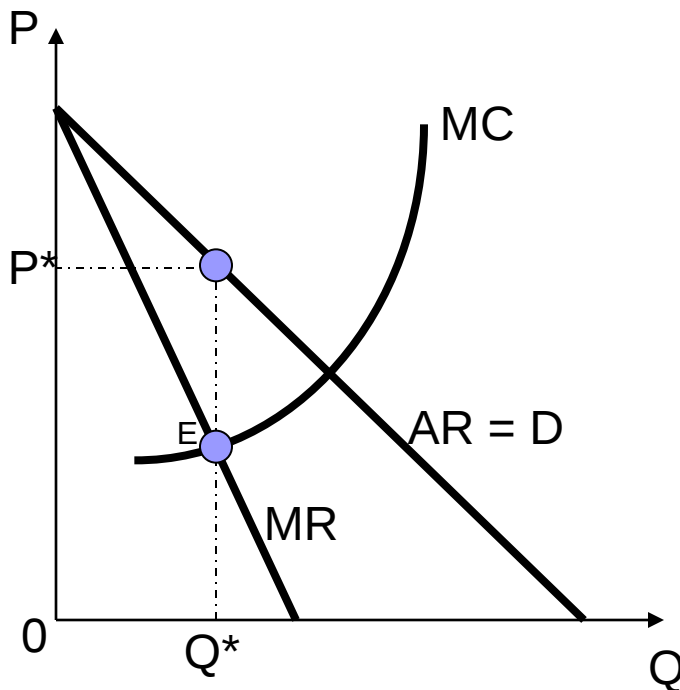
Hubungan Elastisitas, TR dan MR Pada Pasar Monopoli

■ $E = 1$



- Jika elastisitas harga > 1 (elastis) untuk menambah output 1 % perlu penurunan harga dibawah 1% ($\Delta Q > \Delta P$) sehingga TR naik, berarti MR positif
- Jika elastisitas harga $= 1 \rightarrow$ untuk menambah output 1 % harga harus diturunkan pula sebesar 1% ($\Delta Q = \Delta P$), TR tidak bertambah , $MR = 0$
- Jika elastisitas harga < 1 (inelastis) untuk menaikkan output 1% harga harus diturunkan lebih dari 1% ($\Delta Q < \Delta P$), akibatnya TR turun yang artinya $MR < 0$ (negatif)

Kondisi Pasar Pada Saat Keseimbangan

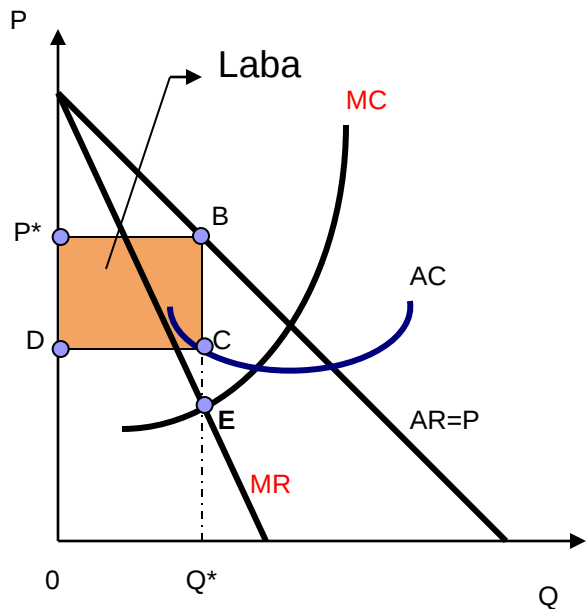


Keseimbangan terjadi pada saat $MR = MC$
Yaitu pada perpotongan kurva MR dan MC
(Pada titik E)

Jumlah output pada saat keseimbangan
adalah sebesar Q^* dan tingkat harga pada
saat keseimbangan tersebut adalah P^*

- Pada saat $MR = MC$ perusahaan akan menghadapi tiga (3) kemungkinan yaitu
 - (1) Perusahaan memperoleh laba maksimum
 - (2) Perusahaan memperoleh laba normal
 - (3) Perusahaan mengalami kerugian

(1) Monopoli Memperoleh Laba Maksimum

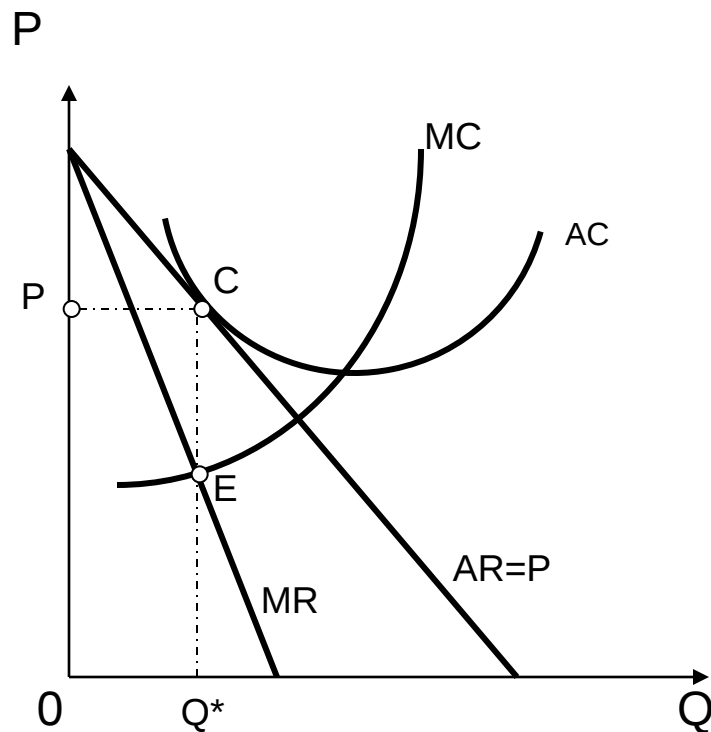


Pada saat keseimbangan $MR = MC$
yaitu pada (titik E)
besarnya output adalah Q^* dan harga P^*
Biaya rata-rata adalah sebesar Q^*C

Harga (P^*) lebih tinggi dari biaya rata
(AC) yang hanya sebesar Q^*C

Total laba yang diperoleh adalah sebesar
□ P^*BCD

(2) Monopoli Memperoleh Laba Normal



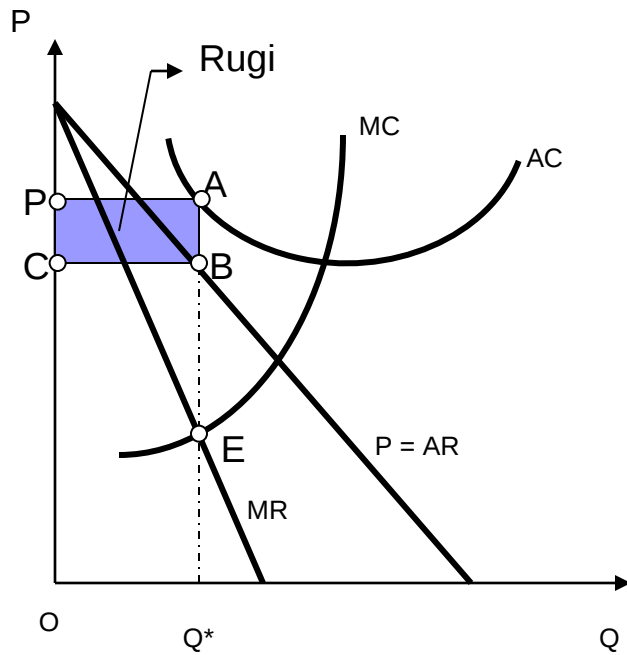
Pada saat keseimbangan $MR=MC$ (titik E)

Tingkat harga P sama besarnya dengan Biaya rata rata (AC) → (titik C)

Perusahaan memperoleh Laba normal. Laba per unit yang diperoleh adalah nol artinya perusahaan berada dalam **keadaan impas (BEP)** → $AR = AC$

$$\pi = 0 \rightarrow TR = TC \rightarrow AR = AC \rightarrow \text{BEP}$$

(3) Monopoli Mengalami Kerugian



Pada saat keseimbangan $MR=MC$ (titik E)

Tingkat harga (P) lebih kecil dari biaya rata-rata (AC)

Terjadi kerugian sebesar $\square$ PABC

Contoh Soal 1

Sebuah perusahaan monopoli yang menjual outputnya dipasar menghadapi fungsi permintaan sebagai berikut
 $Q = 25 - 0,25 P$

Untuk memproduksi outputnya perusahaan tersebut mengeluarkan biaya total sebesar $TC = 50 + 20 Q$

Agar perusahaan tersebut memperoleh laba maksimum tentukanlah :

- a. Jumlah produksi yang harus dihasilkan
- b. Harga jual dari produk tersebut
- c. Berapa besarnya laba yang diperoleh
- d. Gambarkan grafiknya

Jawaban Contoh Soal 1

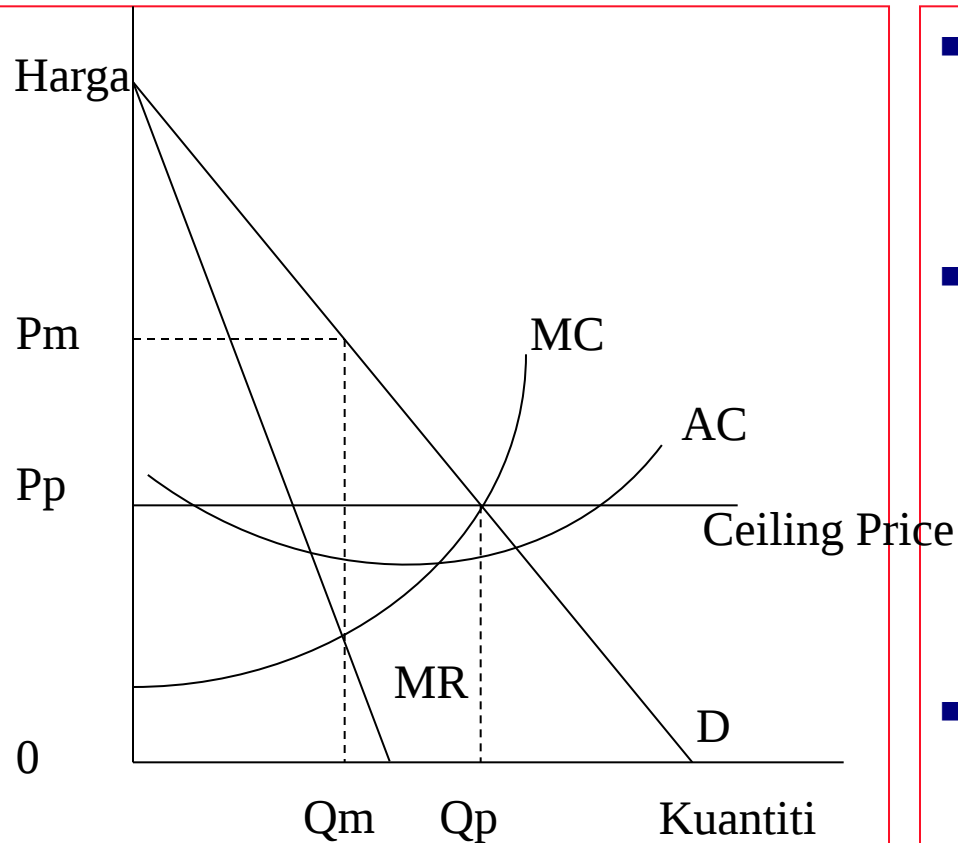
Diketahui :

- Fungsi permintaan : $Q = 25 - 0,25 P \rightarrow P = 100 - 4Q$
 - Fungsi penerimaan : $TR = P \cdot Q = (100 - 4Q)Q = 100Q - 4Q^2$
 - $TC = 50 + 20 Q$
 - Laba maksimum pada kondisi : $MR = MC$
- a. $MR = \partial TR / \partial Q = 100 - 8Q$ $100 - 8Q = 20$
 $MC = \partial TC / \partial Q = 20$ $Q = 80/8 = 10 \text{ unit}$
- b. Harga jual : $P = 100 - 4Q = P = 100 - 4(10) = 60$
- c. Laba : $\pi = TR - TC = 100Q - 4Q^2 - (50 + 20 Q)$
 $\pi = -4Q^2 + 80 Q - 50$
 $= -4(10)^2 + 80(10) - 50 = 350$

Pengaturan Perusahaan Monopoli

- Perusahaan yang diberi hak monopoli tetap harus diatur dengan UU anti monopoli yang mengatur dan membatasi kemampuan perusahaan dalam memiliki daya monopoli yang besar. Perusahaan yang diberi hak tetap harus berada dalam kontrol pemerintah → seperti penyertaan saham pemerintah di perusahaan yang bergerak di industri strategis seperti PLN, Telkom, Pertamina.
- Disamping itu tentunya pengaturan harga (*price regulation*) dan pengenaan pajak (*taxation*) menjadi fokus perhatian juga dalam upaya mengontrol keberadaan perusahaan yang diberi hak monopoli tersebut.

Pengaturan Harga (Price Regulation)



- **Kebijakan pengaturan harga** adalah menetapkan tingkat harga maksimum/ tertinggi (*ceiling price*) bagi perusahaan monopoli, yaitu pada $P=MC$ nya.
- Tujuan yang ingin dicapai dengan pengaturan harga ini adalah membatasi perilaku eksploitasi keuntungan yang cenderung memproduksi dalam jumlah sedikit dan menjual dengan harga lebih tinggi dibanding jika perusahaan beroperasi dalam pasar persaingan sempurna.
- Keseimbangan akan tercapai pada output Q_m dan harga P_m , pemerintah menetapkan harga tertinggi P_p dengan jumlah produksi sebesar Q_p

Penghalang Perusahaan Lain Memasuki Pasar

1. Hak Paten dan Hak Monopoli → hak paten diberikan kepada seseorang penemu atau pencipta → dengan batasan waktu tertentu, hak monopoli diberikan kepada seseorang atau perusahaan untuk melakukan kegiatan bisnisnya (perdagangan, distribusi, supplier), untuk suatu produk tertentu pada daerah tertentu dalam batas waktu tertentu juga.
2. Skala Produksi yang Ekonomis → Skala produksi dari satu perusahaan dengan perusahaan lainnya dapat berbeda, jika skala produksi ekonomis-nya tidak efisien dan efektif, hal ini dapat menjadi penghambat masuknya satu perusahaan ke pasar yang eksis.
3. Penguasaan Sumber Daya → sudah dapat dipastikan satu perusahaan yang menguasai sumber daya (input) akan lebih dominan dan kuat mempertahankan posisinya dalam suatu pasar yang sudah/akan terbentuk
4. Diskriminasi Harga → Perusahaan memiliki kemampuan "*bargaining*" yang tinggi dari penerapan kebijakan dan strategi harga dengan melakukan diskriminasi harga yang berbeda-beda terhadap pelanggannya, yang disesuaikan dalam derajat diskriminasi harga.

Diskriminasi Harga Pada Monopoli

- Perusahaan monopoli punya kemampuan untuk menetapkan harga, oleh karena itu monopoli dapat memberlakukan diskriminasi harga.
- **Diskriminasi harga** adalah kebijakan untuk menetapkan harga yang berbeda untuk barang yang sama kepada konsumen yang berbeda.
- Tujuan diberlakukannya diskriminasi harga adalah untuk meningkatkan keuntungan perusahaan
- Diskriminasi Harga akan menjadi efektif untuk mendapatkan laba yang maksimal ($MR=MC$) dalam kondisi pasar yang dipilah-pilah dengan menerapkan derajat diskriminasi ketiga pada setiap pasar yang berbeda.
- Harga dan kuantitas yang terjadi tidak dapat ditentukan dengan teori ekonomi → penyelesaiannya akan tergantung pada perbandingan kekuatan tawar menawar dan strategi antar pembeli dan penjual.

Diskriminasi Harga Pada Monopoli

Derajat Diskriminasi Harga :

1. Harga dapat berbeda untuk setiap unit barang yang dijual ke para pelanggannya
 2. Harga dapat berbeda untuk beberapa golongan barang yang dijual kepada pelanggannya
 3. Harga dapat berbeda-beda untuk para pelanggan pada pasar yang berbeda
- Derajat Diskriminasi Harga ini memungkinkan monopolis untuk menerima atau memperoleh penjualan dan laba yang lebih besar (keuntungan perusahaan meningkat) dibanding jika hanya menggunakan harga tunggal.
 - Dengan mendapatkan laba yang maksimal, perusahaan dapat meningkatkan/memberikan pelayanan yang lebih baik lagi bagi para pelanggannya.

Contoh Praktek Diskriminasi Harga

Perusahaan listrik (PLN) menetapkan tarif yang berbeda antara pelanggan rumah tangga dengan pelanggan bisnis

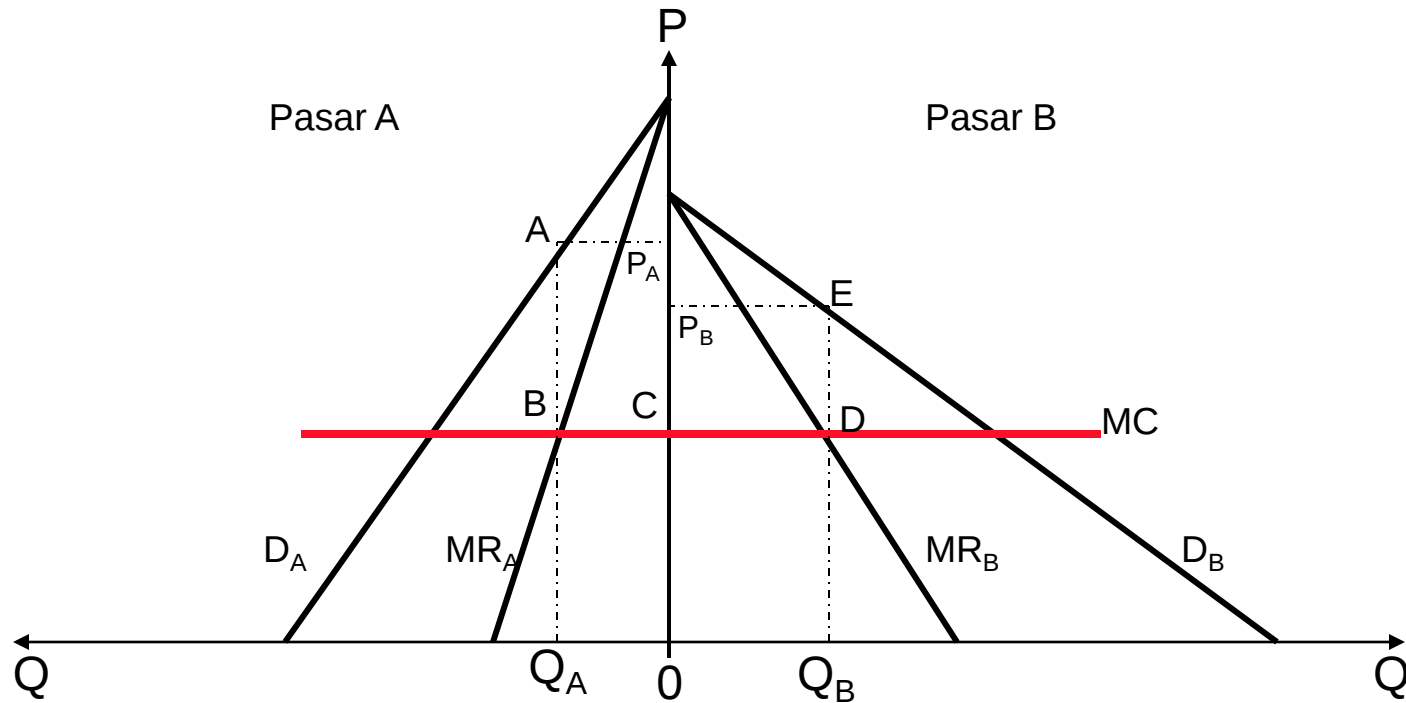
Tarif Telepon (TELKOM) antara siang hari dengan malam hari

Tempat wisata antara tarif hari biasa dengan hari libur

Syarat Diskriminasi Harga

- Barang yang dijual tidak dapat dipindahkan dari satu pasar ke pasar yang lain
- Sifat permintaan dan elastisitas permintaan di masing-masing pasar harus berbeda
- Sifat barang atau jasa memungkinkan untuk dilakukan diskriminasi harga
- Kebijakan diskriminasi tidak memerlukan biaya yang melebihi keuntungan yang akan diperoleh dari kebijakan tersebut.

Diskriminasi Harga Dalam Grafik



Kebaikan dan Kelemahan Monopoli

- Manfaat yang perlu dipertimbangkan :
 1. Monopoli, efisiensi dan pertumbuhan ekonomi → mampu mengakumulasi laba super normal dalam jangka panjang, jika monopoli dikelola dengan baik akan mendorong pertumbuhan ekonomi, dengan meningkatkan efisiensi dan sejumlah faktor produksi lainnya akan dihasilkan output yang lebih besar.
 2. Monopoli dan efisiensi pengadaan barang publik → hak monopoli untuk barang publik (transportasi, telekomunikasi, listrik, pembangunan jalan & infra strukturnya) akan menstimulir kegiatan ekonomi terutama investasi.
 3. Monopoli dan kesejahteraan masyarakat → disatu sisi perusahaan monopoli jika dibiarkan memang dapat merugikan, namun dengan pengaturan harga (dua tingkat - *two tier pricing*) kebijakan diskriminasi harga dapat memungkinkan masyarakat (kelas bawah) dapat menikmati seperti misalnya dengan kebijakan subsidi silang.

Contoh Soal 2

Sebuah perusahaan monopoli dalam menjual outputnya menghadapi dua permintaan dari dua pasar yang berbeda

Permintaan dari pasar yang pertama adalah $Q_1 = 21 - 0,1 P_1$,
sedangkan permintaan dari pasar yang kedua adalah $Q_2 = 50 - 0,4 P_2$

Dalam memproduksi outputnya perusahaan mengeluarkan biaya total sebesar $TC = 2000 + 10 Q$ (dimana $Q = Q_1 + Q_2$)

Untuk memaksimalkan labanya perusahaan bermaksud akan melakukan diskriminasi harga

Pertanyaan :

- Tentukanlah berapa jumlah produksi dan harga pada masing-masing pasar
- Hitunglah besarnya keuntungan yang diperoleh perusahaan tersebut jika dilakukan diskriminasi harga
- Jika tidak dilakukan diskriminasi harga berapa besarnya keuntungan perusahaan?
- Kesimpulan apa yang saudara peroleh dari jawaban diatas

Jawaban Contoh Soal 2

- Diketahui :
- $Q_1 = 21 - 0,1 P_1 \rightarrow P_1 = 210 - 10Q_1 \rightarrow TR_1 = P \cdot Q = (210 - 10Q_1) Q_1 = 210 Q_1 - 10Q_1^2$
- $Q_2 = 50 - 0,4 P_2 \rightarrow P_2 = 125 - 2,5Q_2 \rightarrow TR_2 = P \cdot Q = (125 - 2,5Q_2) Q_2 = 125Q_2 - 2,5Q_2^2$
- Diskriminasi harga tingkat ke 3 maka untuk memaksimalkan laba, kondisi laba yg harus dipenuhi adalah : $MR_1 = MR_2 = MR = MC$

a. $TC = 2000 + 10 Q \rightarrow MC = dTC/dQ = 10$

- $MR_1 = dTR_1/dQ_1 = 210 - 20Q_1$ $MR_2 = dTR_2/dQ_2 = 125 - 5Q_2$

- $MR_1 = MC \rightarrow 210 - 20Q_1 = 10$ $MR_2 = MC \rightarrow 125 - 5Q_2 = 10$

$$Q_1 = (210-10)/20 = 10$$

$$Q_2 = (125-10)/5 = 23$$

$$P_1 = 210 - 10Q_1 = 210 - 10(10) = 110$$

$$P_2 = 125 - 2,5Q_2 = 125 - 2,5(23) = 67,5$$

b Laba : $\pi = TR - TC$

$$= (TR_1 + TR_2) - TC$$

$$= (210 Q_1 - 10Q_1^2) + (125Q_2 - 2,5Q_2^2) - (2000 + 10(Q_1 + Q_2))$$

$$= (210 \cdot (10) - 10(10)^2) + (125 \cdot (23) - 2,5(23)^2) - (2000 + 10(10 + 23))$$

$$= (1100 + 1552,5) - 2330 = 322,5$$

Cara 1

Jawaban Contoh Soal 2

Cara 2

- $TR1 = P1.Q1 = 110(10) = 1100$
- $TR2 = P2.Q2 = 67,5 (23) = 1552,5$
- $TR = TR1 + TR2 = 1100 + 1552,5 = 2652,5$
- $TC = 2000 + 10 Q = 2000 + 10(Q1+Q2)$
 $= 2000 + 10(10 + 23) = 2330$

$$\text{Laba} = TR - TC = 2652,5 - 2330 = \mathbf{322,5}$$

c. Jika tidak dilakukan diskriminasi harga

$$\text{Total permintaan : } Q = Q1 + Q2 = (21 - 0,1 P) + (50 - 0,4 P)$$

$$Q = 71 - 0,5P \rightarrow P = 142 - 2Q$$

$$TR = P.Q = (142 - 2Q)Q = 142Q - 2Q^2 \rightarrow MR = dTR/dQ = 142 - 4Q$$

$$MC = dTC / dQ = 10$$

$$\text{Keseimbangan : } MR = MC \rightarrow 142 - 4Q = 10 \rightarrow \mathbf{Q = 33}$$

$$P = 142 - 2Q = 142 - 2(33) = 76$$

Jawaban Contoh Soal 2

$$\begin{aligned}\blacksquare \text{ Laba} : \pi &= TR - TC = 142Q - 2Q^2 - (2000 + 10Q) \\ &= 142(33) - 2(33)^2 - 2000 - 10(33) \\ &= 4686 - 2178 - 2000 - 330 = 178\end{aligned}$$

d. Kesimpulan jika dengan diskriminasi laba diperoleh sebesar **322,5** tetapi jika tidak ada diskriminasi harga laba diperoleh sebesar **178**, artinya dengan diskriminasi harga, laba perusahaan memperoleh keuntungan lebih besar, yaitu sebesar $322,5 - 178 = 144,5$

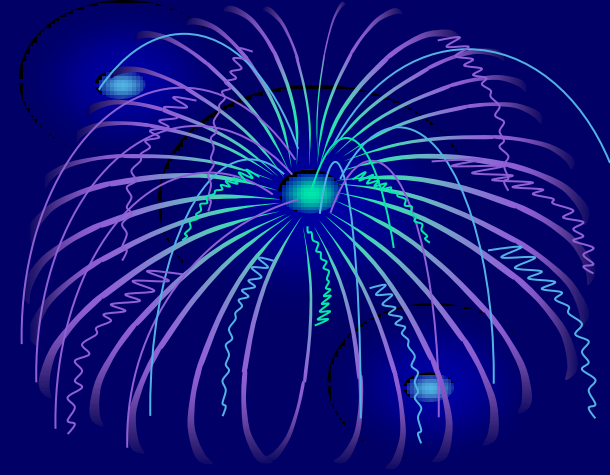
Latihan Soal 1

PT. “A” monopolis dalam industri telekomunikasi di negara “X”, mengeluarkan biaya produksi tetap sebesar 20 dan biaya variabel rata-rata konstan sebesar 2/Unit. Perusahaan menghadapi dua permintaan berbeda.

Permintaan pasar pertama : $Q_1 = 120 - 10 P_1$

Permintaan pasar kedua : $Q_2 = 120 - 20 P_2$

Buktikanlah bahwa dengan kebijaksanaan diskriminasi harga PT “A” akan dapat memperoleh laba yang lebih besar dibandingkan dengan tanpa diskriminasi harga.



Pasar Persaingan Monopolistik

Pasar Persaingan Monopolistis

- Suatu pasar dimana terdapat sejumlah perusahaan yang memproduksi barang-barang serupa tapi tidak sama atau barang-barang serupa tapi berbeda corak (product differentiation).
- Differensiasi produk dilakukan oleh perusahaan dengan tujuan untuk membedakan produk mereka dengan produk yang dihasilkan perusahaan lain.
- Dengan differensiasi produk tersebut produsen dapat sedikit mengendalikan harga.
- Struktur pasar monopolistik hampir sama dengan persaingan sempurna. Di dalam industri bisa bebas untuk masuk atau keluar, namun produk yang dihasilkan tidak lagi homogen, melainkan terdifferensiasi (differentiated product). Hal ini mendorong perusahaan untuk melakukan **persaingan non harga**.

Persaingan Bukan Harga

- ***Non Price Competition*** adalah usaha perusahaan dalam persaingan monopolistik untuk menarik lebih banyak konsumen
- Harga tidak menentukan persaingan, tetapi faktor bukan hargalah yang menjadi alat persaingan.
- **Bentuk persaingan non harga tersebut adalah differensiasi produk, iklan dan promosi penjualan**
- Mengingat barangnya terdiferensiasi, maka faktor harga tidak dapat dijadikan alat untuk persaingan. Sebagai alat untuk bersaing, industri harus lebih memfokuskan kepada pelayanan, menjaga kualitas produk, distribusi dan faktor-faktor lainnya diluar harga.

Ciri-ciri dan Karakteristik Pasar Persaingan Monopolistik

- Differensiasi produk
- Terdapat banyak penjual/produsen
- Masuk dan keluar (entry & exit) kedalam pasar/industri relatif mudah
- Promosi penjualan sangat diperlukan/aktif
- Perusahaan mempunyai sedikit kekuasaan untuk mempengaruhi harga

1) Diferensiasi Produk (differentiated product)

Tiap perusahaan akan berusaha memproduksi barang yang mempunyai kekhususan yang dengan jelas dapat dibedakan dengan produk perusahaan lain → produk dapat dibedakan oleh konsumen dengan melihat siapa produsennya.

Perbedaan ini dapat berupa kualitas, bentuk, warna/corak, kemasan, mutu, disain, mode, aroma, merek, dll.

Perbedaan juga dapat dalam bentuk pelayanan/service baik pada saat pembelian, penyyetelan, pengantaran atau layanan purna jual.

Diferensiasi ini merupakan daya tarik konsumen, sehingga konsumen tidak keberatan membeli barang walaupun harganya lebih mahal dari perusahaan sejenis yang lain.

2) Jumlah perusahaan banyak dalam industri (large number of firm)

Jumlah perusahaan (produsen) dalam industri atau pasar persaingan monopolistik banyak → hal ini menyebabkan keputusan perusahaan yang berkaitan dengan harga dan output tidak perlu memperhitungkan reaksi perusahaan lain dalam industri, karena setiap perusahaan menghadapi kurva permintaannya masing-masing.

3) Bebas Masuk dan Keluar Pasar (Free Entry and Exit))

Bebas masuk dan keluar pasar (*free entry and exit*). Pendapatan laba yang di atas rata-rata dan mengarah ke super normal menyebabkan banyak perusahaan yang tertarik untuk masuk dalam pasar persaingan monopolistik, dalam jangka panjang perusahaan saling berkompetisi dan bisa saling mengalahkan satu sama lainnya.

Promosi penjualan dan Iklan

- Promosi/iklan sangat diperlukan untuk memperkenalkan diferensiasi produk kepada konsumen, tujuannya adalah:
 1. memberi informasi kepada pembeli/calon konsumen,
 2. menjelaskan kelebihan dan keunggulan produk,
 3. menjaga hubungan baik dengan konsumen/ masyarakat,
 4. agar konsumen selalu ingat akan produk tersebut,
 5. menarik pembeli baru dan mempertahankan pembeli lama.



Penentuan Keuntungan Maksimum (Keseimbangan Perusahaan)

Keseimbangan Perusahaan

Perusahaan mencapai keseimbangan dalam jangka pendek dan jangka panjang.

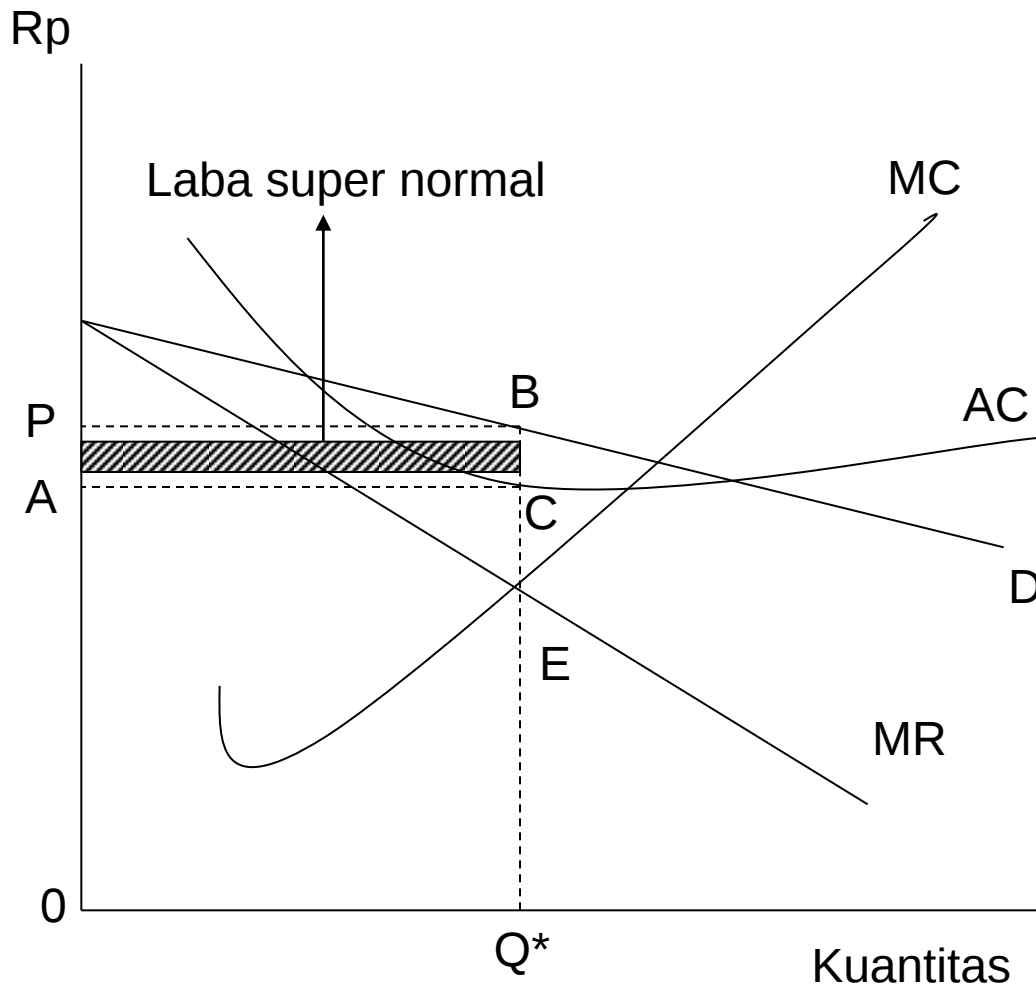
Dalam **jangka pendek** perusahaan dapat menikmati **laba super normal**, sementara dalam **jangka panjang** perusahaan hanya menikmati **laba normal**.



Keseimbangan jangka pendek perusahaan tercapai pada saat **MR = MC**

Lihat grafik

Keseimbangan dalam Jangka Pendek



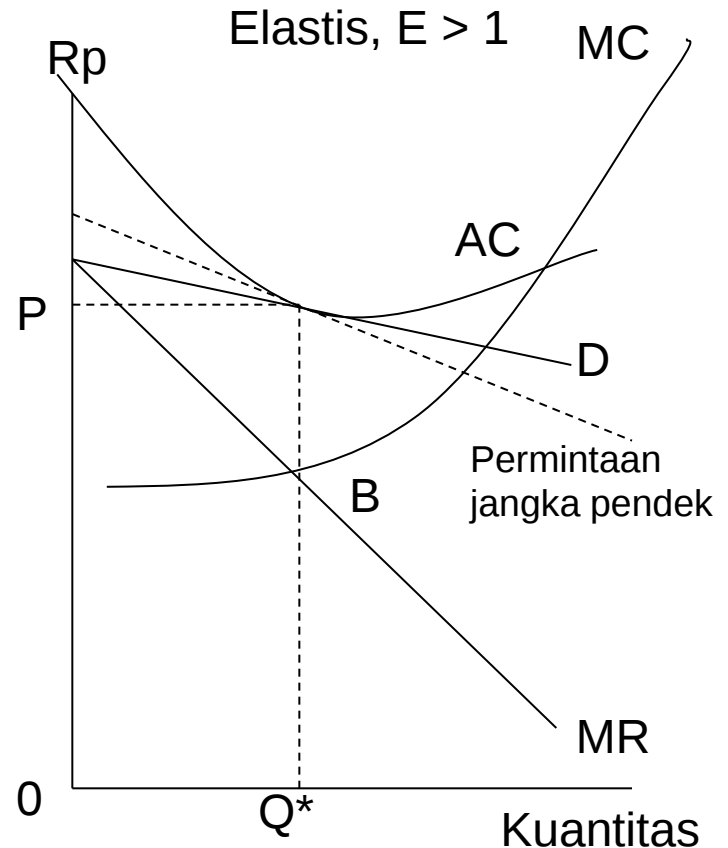
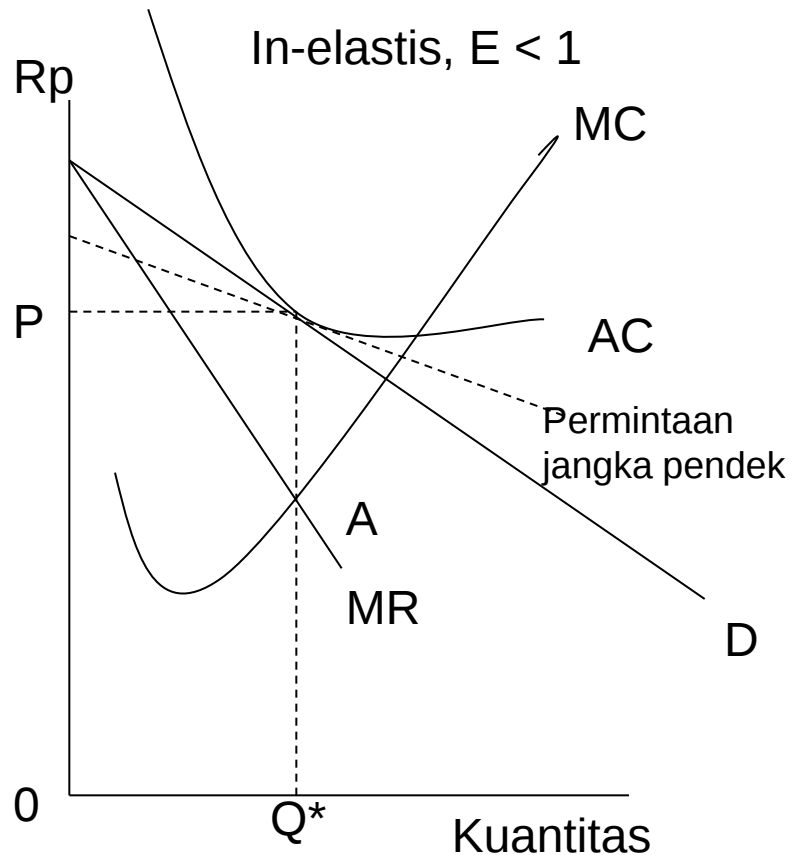
Perusahaan mencapai laba maksimum pada saat $MR = MC$ di titik E dimana $P > AC$.

Sementara laba super normal akan dinikmati oleh perusahaan sebesar luas segi empat **APBC**, dimana harga adalah P dan jumlah output yang diproduksi Q^*

$$\begin{aligned}\text{Laba : } \pi &= (P - AC) \cdot Q^* \\ &= \text{luas persegi } \mathbf{APBC}\end{aligned}$$

Keseimbangan dalam Jangka Panjang

Dalam jangka panjang perusahaan dapat mencapai laba normal saja, dengan harapan pelanggan masih tetap setia. Mengingat pilihan produk begitu beragam, pelanggan tetap menjatuhkan pilihan kepada produk yang selama ini dipakai. Dua diagram dibawah ini menunjukkan kurvanya masing-masing.





Mengukur Tingkat Efisiensi Penggunaan Sumber Daya Untuk Produk Terdiferensiasi



Fungsi permintaan yang dihadapi oleh setiap perusahaan dalam industri pasar monopolistik dipengaruhi oleh :

1. Adanya sejumlah perusahaan yang memproduksi barang-barang yang dipandang pelanggan bisa saling menggantikan (Substitusi)
2. Ada faktor-faktor penentu permintaan dan biaya memiliki pengaruh yang serentak terhadap perusahaan, yang seringkali membuat harga cenderung menjadi sama.

Pengaruh ini tentunya berkaitan erat dengan sifat produk dalam industri pasar persaingan monopolistik yang terdeferensiasi dapat menghilangkan elastisitas yang sempurna dari kurva penawaran suatu perusahaan, disamping itu penerima harga menghadapi kurva permintaan yang horizontal.

Deferensiasi yang kuat menyebabkan kesetiaan konsumen menjadi lebih besar, oleh karena itu lebih mampu mengendalikan harga.

Barang semakin terdeferensiasi akan semakin rendah dampak substitusibilitasnya terhadap produk lain.

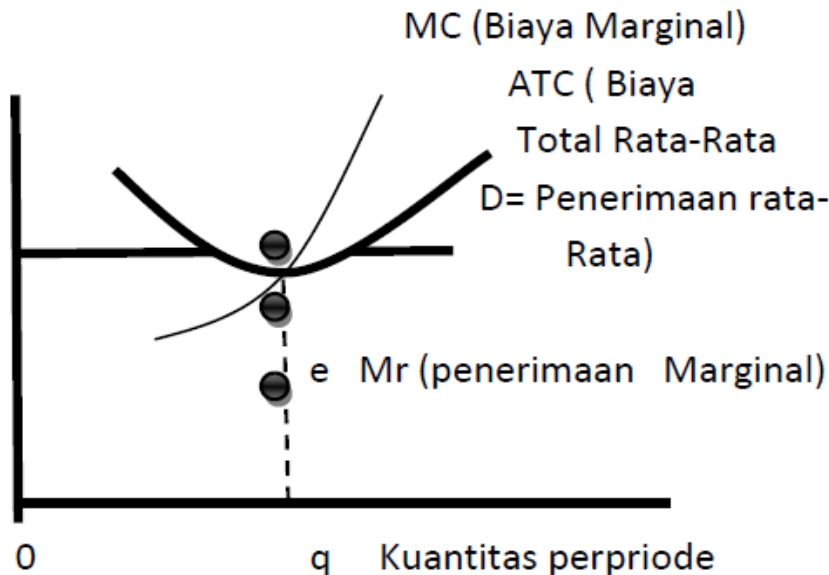


Jika tidak ada ketidakefisienan yang dihasilkan perusahaan dalam persaingan monopolistik akan menimbulkan pertanyaan, apakah perlu pengaturan? Jawabannya Tidak! Hal ini berlandaskan tiga argumen antara lain :

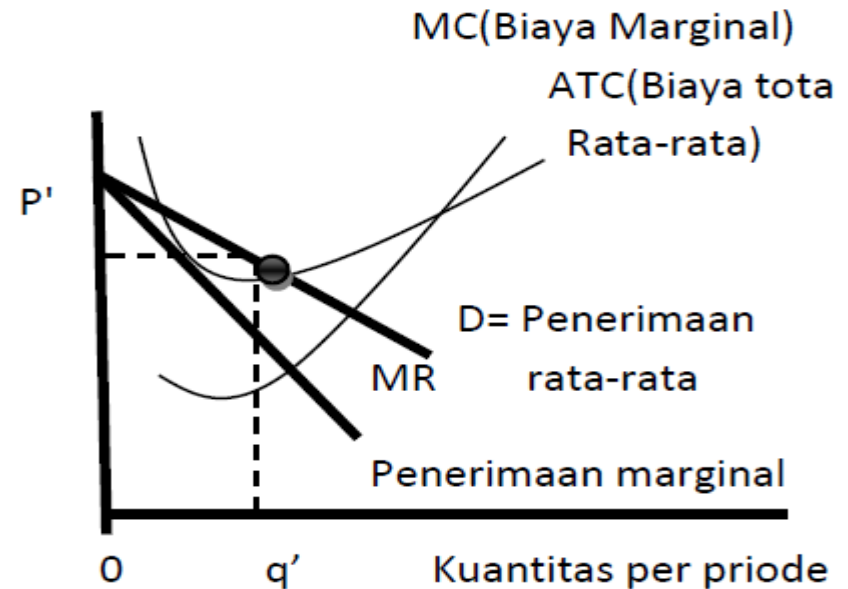
1. Daya monopoli yang relatif kecil menyebabkan tingkat kesejahteraan yang hilang (*dead weight loss*) relatif kecil
2. Permintaan yang sangat elastis menyebabkan kelebihan kapasitas produksi relatif kecil
3. Ketidakefisienan yang dihasilkan perusahaan yang beroperasi dalam pasar persaingan monopolistik diimbangi dengan kenikmatan karena beragamnya produk, peningkatan kualitas, dan meningkatnya kebebasan pelanggan (konsumen) dalam memilih output.

Persaingan Monopolistik dan Persaingan sempurna

a. Persaingan Sempurna



b. Persaingan Monopolistik



Keterangan :

Perusahaan dalam persaingan sempurna dipanel (a) menghadapi kurva yang horizontal pada harga pasar. Ekuilibrium jangka panjang terjadi pada tingkat output q , yaitu saat kurva permintaan (penerimaan rata-rata) bersinggung dengan titik terendah kurva biaya total rata-rata. Perusahaan dalam persaingan monopolistik dipanel (b) berada pada output ekuilibrium jangka panjang q' , yaitu saat permintaan minyenggung biaya total rata-rata. Mengingat kurva permintaan berslope negative, persinggungan tidak terjadi pada titik terendah biaya total rata-rata. Jadi, perusahaan dalam persaingan monopolistik memproduksi output yang lebih kecil dan menetapkan harga yang lebih tinggi dari pada perusahaan dalam persaingan sempurna (dengan keadaan kurva biaya yang sama).

Kelebihan dan Kekurangan Pasar Monopolistik

■ Kelebihan pasar monopolistik.

- a. Banyaknya produsen di pasar memberikan keuntungan bagi konsumen untuk dapat memilih produk yang terbaik baginya.
- b. Kebebasan keluar masuk bagi produsen, mendorong produsen untuk selalu melakukan inovasi dalam menghasilkan produknya
- c. Diferensiasi produk mendorong konsumen untuk selektif dalam menentukan produk yang akan dibelinya, dan dapat membuat konsumen loyal terhadap produk yang dipilihnya.
- d. Pasar ini relatif mudah dijumpai oleh konsumen, karena sebagian besar kebutuhan sehari-hari tersedia dalam pasar monopolistik.

■ Kekurangan pasar monopolistik

- a. Pasar monopolistik memiliki tingkat persaingan yang tinggi, baik dari segi harga, kualitas maupun pelayanan. Sehingga produsen yang tidak memiliki modal dan pengalaman yang cukup akan cepat keluar dari pasar.
- b. Dibutuhkan modal yang cukup besar untuk masuk ke dalam pasar monopolistik, karena pemain pasar di dalamnya memiliki skala ekonomis yang cukup tinggi.
- c. Pasar ini mendorong produsen untuk selalu berinovasi, sehingga akan meningkatkan biaya produksi yang akan berimbas pada harga produk yang harus dibayar oleh konsumen.

Contoh Soal 2

- Misalkan fungsi permintaan invers untuk produk perusahaan persaingan monopolistik ditentukan oleh $P = 100 - 2Q$ dan fungsi biaya ditentukan oleh $C(Q) = 5 + 2Q$.

Tentukan harga dan kuantitas yang memaksimalkan laba dan laba maksimal?

Hitunglah laba yang diperoleh perusahaan !

Jawaban Contoh Soal 2

- Diketahui : Fungsi permintaan $P = 100 - 2Q$
Fungsi biaya $C(Q) = 5 + 2Q$
- Fungsi Penerimaan : $TR = P.Q = (100 - 2Q).Q = 100Q - 2Q^2$
- Fungsi Marginal Penerimaan $MR = dTR/dQ = 100 - 4Q$
- $TC = 5 + 2Q \rightarrow$ Fungsi Marginal Biaya: $MC = dC/dQ = 2$
- Keseimbangan pasar : $MR = MC$

$$100 - 4Q = 2 \rightarrow 100 - 2 = 4Q$$

$$Q = 98/4 = 24,5$$

$$\text{Harga : } P = 100 - 2Q = 100 - 2(24,5) = 51$$

$$\begin{aligned}\text{Laba : } \pi &= TR - TC = P.Q - C(Q) \\ &= 51(24,5) - (5 + 2(24,5)) \\ &= 1.249,5 - 54 \\ &= \$1.195,5\end{aligned}$$

Jadi, pada $Q = 24,5$ unit dan $P = 51$ per unit maka Laba maksimal sebesar \$1.195,5

Contoh Soal 3

- Sebuah perusahaan monopolistik memproduksi barang X memiliki struktur biaya produksi yang ditunjukkan oleh persamaan;
$$TC = 250 + 200Q - 10Q^2 + Q^3$$

Persamaan kurva permintaan pasar terhadap produk (barang X) yang dihasilkan oleh perusahaan monopolistik tersebut adalah $Q = 50 - 0,1P$. Berdasarkan informasi tersebut, tentukan

 - a. Persamaan kurva permintaan individu perusahaan monopolistik tersebut.
 - b. Harga dan jumlah barang X yang harus dipilih perusahaan monopolistik agar tercapai kondisi keseimbangan perusahaan monopolistik
 - c. Laba maksimum/rugi minimum perusahaan monopolistik tersebut.

Jawaban Contoh Soal 3

Jawaban:

- a. Persamaan kurva permintaan individu perusahaan monopoli sama dengan persamaan kurva permintaan pasar, yaitu: $P = 500 - 10Q$. Karena di pasar monopoli hanya ada satu perusahaan yang beroperasi.
- b. Harga dan jumlah barang pada kondisi keseimbangan perusahaan monopoli tercapai pada saat $MR = MC$.

$$\begin{aligned} TR &= P \times Q = (500 - 10Q)Q \\ &= 500Q - 10Q^2 \end{aligned}$$

$$MR = \partial TR / \partial Q = 500 - 20Q$$

$$TC = 250 + 200Q - 10Q^2 + Q^3$$

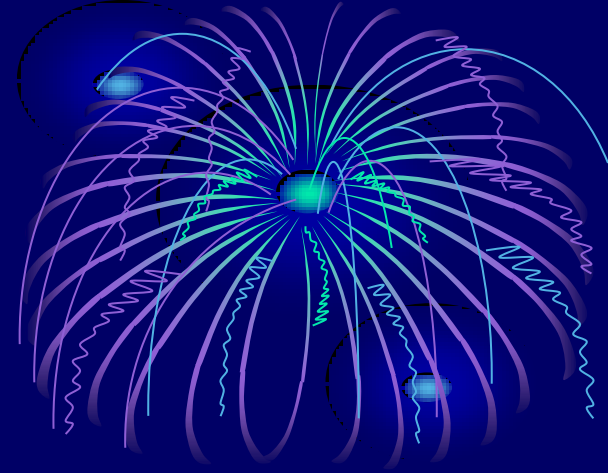
$$MC = \partial TC / \partial Q = 200 - 20Q + 3Q^2$$

$$MR = MC \rightarrow 500 - 20Q = 200 - 20Q + 3Q^2$$

$$3Q^2 = 300 \rightarrow Q^2 = 100 \rightarrow Q = \pm 10$$

$$\text{Jika } Q = 10 \text{ maka harga } P = 500 - 10Q = 500 - 10(10) = 400$$

$$\begin{aligned} \text{c. Laba maks. } \pi &= TR - TC = 500Q - 10Q^2 - (250 + 200Q - 10Q^2 + Q^3) \\ &= 500(10) - 10(10)^2 - (250 + 200(10) - 10(10)^2 + (10)^3) \\ &= 4000 - 2250 = 1750 \end{aligned}$$



Pasar Oligopoli

Pengertian Pasar Oligopoli

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 (2-10 penjual)
2. Barang yang dijual homogen atau beda corak
3. Sulit dimasuki perusahaan baru (kecuali perusahaan dengan modal besar & teknologi tinggi)
4. Membutuhkan peran iklan terus menerus
5. Terdapat satu market leader (pemimpin pasar)
6. Harga jual tidak mudah berubah (berubah jika terjadi perang harga atau kolusi harga)

Karakteristik Pasar Oligopoli

Karakteristik bentuk pasar oligopoli :

- 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.

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 pemilik faktor produksi
5. Sulit ditembus/dimasuki perusahaan baru
6. Bisa berkembang ke arah monopoli

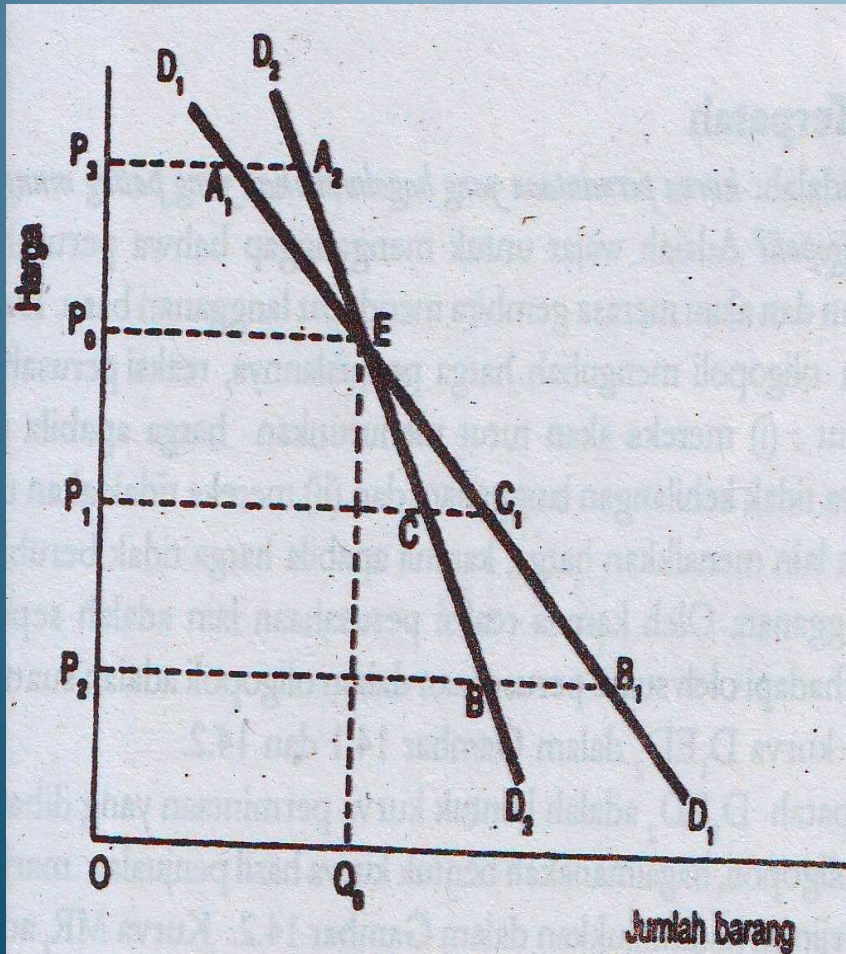
Pemusatan Oligopoli

Suatu bentuk pasar oligopoli dikarakterisasikan berdasarkan kehadiran beberapa perusahaan yang dominan. Kemungkinan 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.

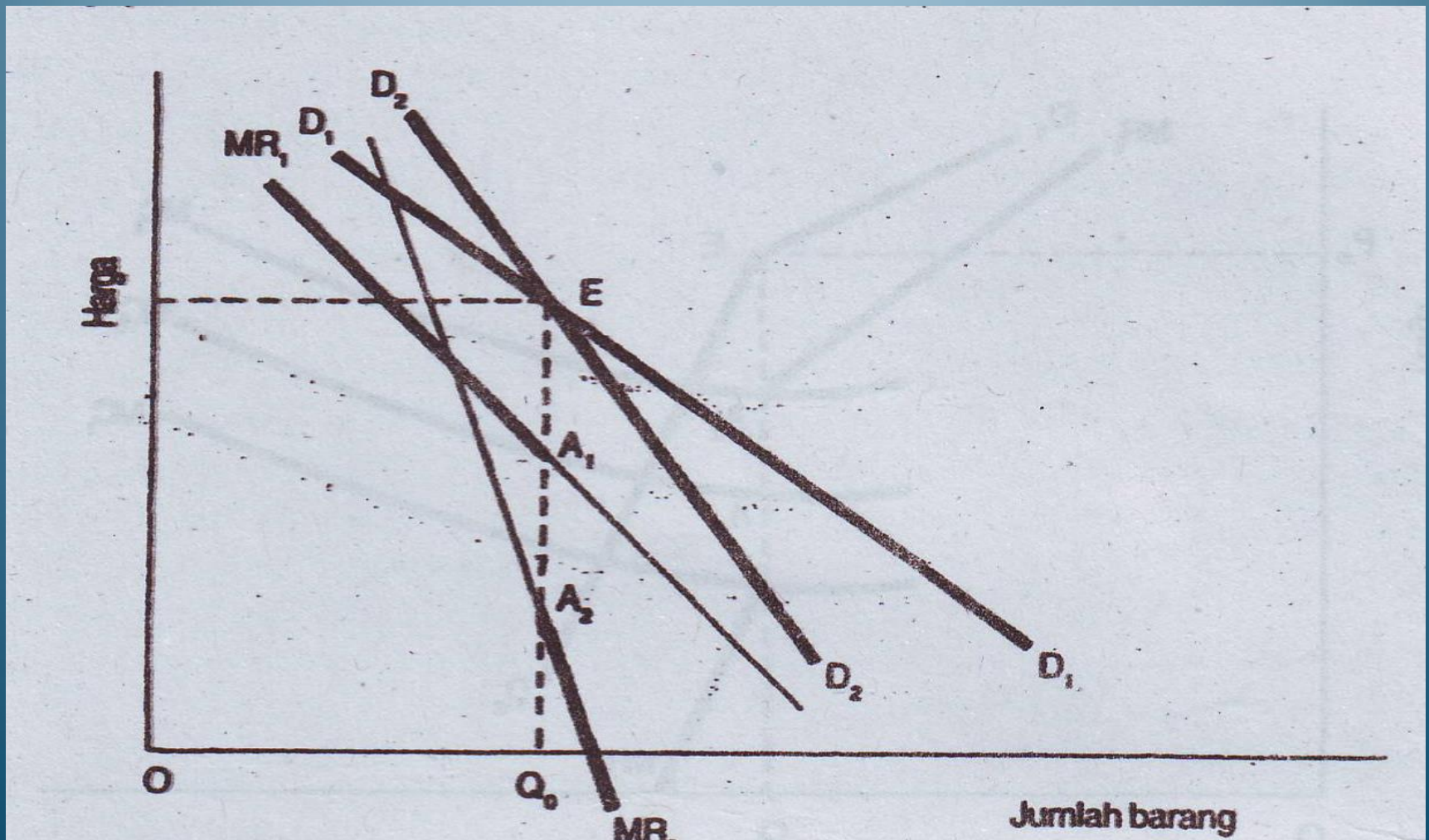
Kurva Permintaan Oligopoli



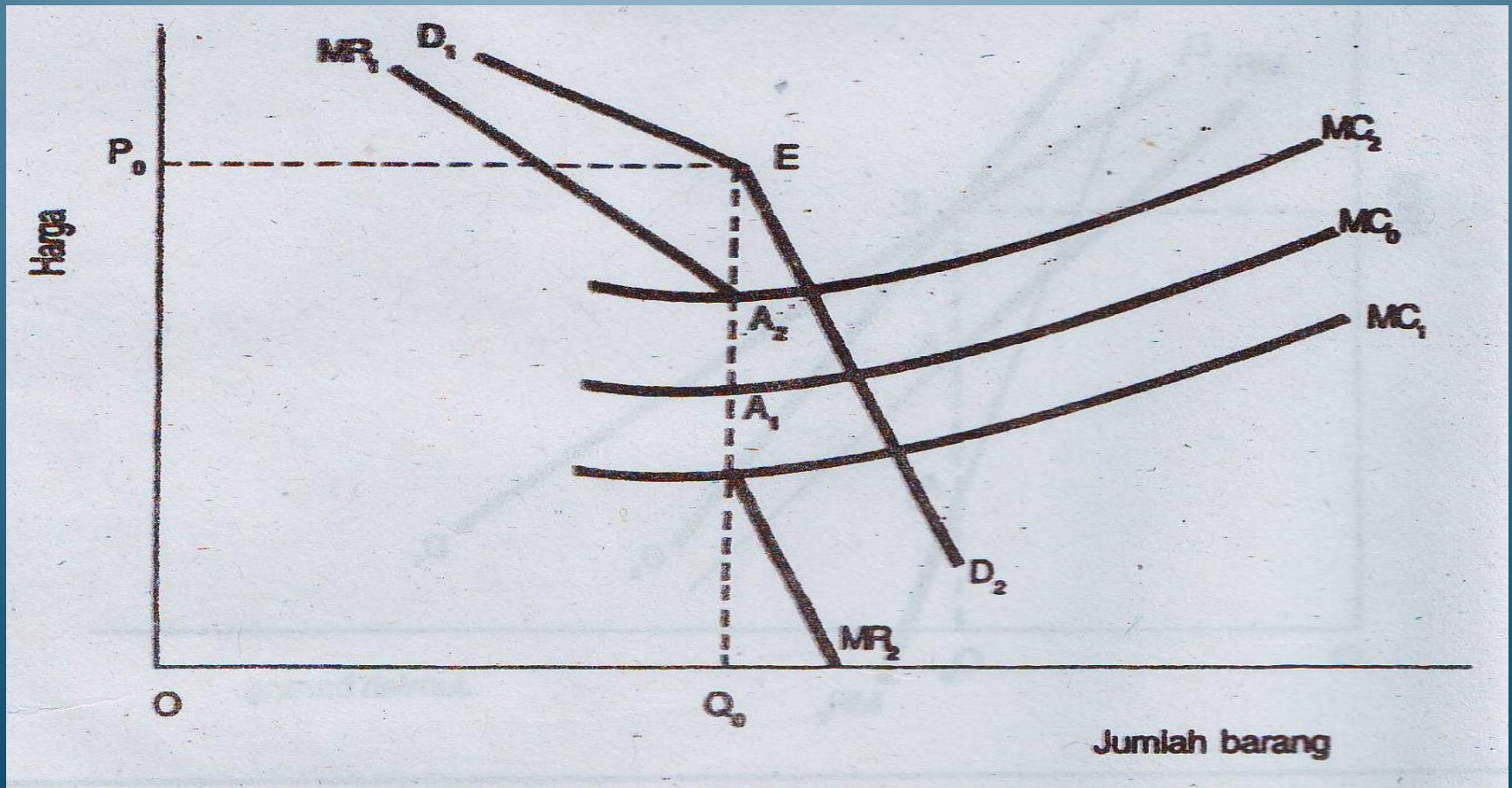
Keseimbangan dapat dicapai apabila besarnya **output** masing-masing perusahaan **sama**.
(**Keseimbangan Cournot**)

Keseimbangan Cournot adalah:
Situasi dimana tidak ada perusahaan yang ingin/tidak bergairah untuk merubah tingkat produksi/outputnya. Titik equilibrium terjadi pada perpotongan D1 dan D2

Kurva MR dalam Oligopoli



Keseimbangan Perusahaan dalam Oligopoli



CONTOH SOAL 4

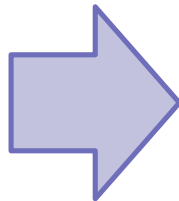
- Misal :

$$P = 30 - Q$$

$$AC = MC = 12$$

$$Q = Q_1 + Q_2$$

Total output dan
harga produk di Pasar



Metode Cournot $Q_1 = Q_2$ (identik)

Total Pendapatan Firm 1

$$TR_1 = P \cdot Q_1$$

$$= [30 - (Q_1 + Q_2)] \cdot Q_1$$

$$= 30Q_1 - Q_1^2 - Q_1Q_2$$

$$MR_1 = 30 - 2Q_1 - Q_2 \quad \text{Jika, } MR = MC = 12$$

$$= 30 - 2Q_1 - Q_2$$

$$2Q_1 = 30 - 12 - Q_2 \quad Q_1 = 18/2 - Q_2/2$$

$$Q_1 = 9 - 1/2Q_2$$

Kesimbangan Cournot : $Q_1 = Q_2$

$$Q_1 = 9 - 1/2(9 - 1/2Q_1)$$

$$Q_1 = 9 - 4,5 + 0,25Q_1$$

$$0,75Q_1 = 4,5$$

$$Q_1 = 6$$

$$Q_2 = 6$$

} Total Output 12

- Harga : $P = 30 - 12$

$$P = 18$$

CONTOH SOAL 5

Duopoly mempunyai ‘ fungsi demand” (inverse demand function) sbb.:

$$P = 10 - (Q_1 + Q_2), \text{ dan biayanya adalah } 0 \text{ (zero)}$$

Pertanyaan :

- 1) Berapa marginal revenue masing-masing perusahaan?
- 2) Berapa reaction function dari kedua perusahaan tersebut?
- 3) Berapa cournot equilibrium outputnya?
- 4) Berapakah harga (Price equilibriumnya)? .

Jawaban Contoh Soal 5

Diketahui :

$$P = 10 - (Q_1 + Q_2)$$

$$AC = MC = 0$$

1) Total Pendapatan Firm 1

$$\begin{aligned} TR_1 &= P \cdot Q_1 \\ &= [10 - (Q_1 + Q_2)] \cdot Q_1 \\ &= 10Q_1 - Q_1^2 - Q_1Q_2 \end{aligned}$$

$$MR_1 = \partial TR / \partial Q_1 = 10 - 2Q_1 - Q_2$$

Total Pendapatan Firm 2

$$\begin{aligned} TR_2 &= P \cdot Q_2 \\ &= [10 - (Q_1 + Q_2)] \cdot Q_2 \\ &= 10Q_2 - Q_1Q_2 - Q_2^2 \end{aligned}$$

$$MR_2 = \partial TR / \partial Q_2 = 10 - Q_1 - 2Q_2$$

2) Metode Cournot $Q_1 = Q_2$ (identik)

• Jika, $MR = MC = 0$

$$MR_1 = 0$$

$$10 - 2Q_1 - Q_2 = 0$$

$$\bullet Q_2 = 10 - 2Q_1$$

$$MR_2 = 0$$

$$10 - Q_1 - 2Q_2 = 0$$

$$Q_1 = 10 - 2Q_2$$

3) Cournot equilibrium output

$$Q_1 = Q_2$$

$$Q_1 = 10 - 2(10 - 2Q_1)$$

$$Q_1 = 10 - 20 + 4Q_1$$

$$10 = 3Q_1$$

$$Q_1 = 10/3 = Q_2$$

4) Price equilibrium

$$P = 10 - (10/3 + 10/3)$$

$$= 10 - (30/3)$$

Latihan Soal 2

Demand function dua perusahaan yang menghasilkan produksi yang persis sama dalam situasi pasar Stackelberg adalah :

$$P = 50 - (Q_1 + Q_2)$$

Fungsi biayanya : $C_1(Q_1) = 2Q_1$

$$C_2(Q_2) = 2Q_2$$

Pertanyaan :

- 1) Tentukan reaction function dari perusahaan 2. n?
- 2) Berapakah output perusahaan 1?
3. Berapakah output perusahaan 2?
4. Berapakah harga pasar yang terjadi? .



TERIMA KASIH ...