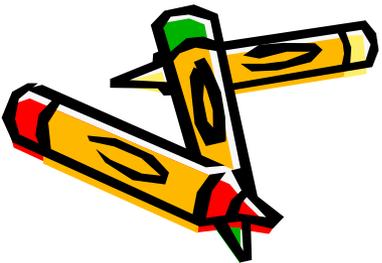


Struktur Pasar

Definisi Pasar Monopoli

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



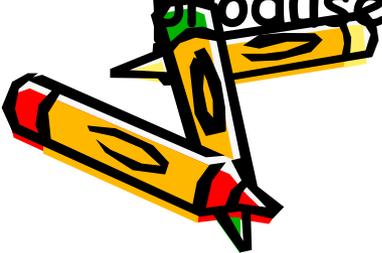
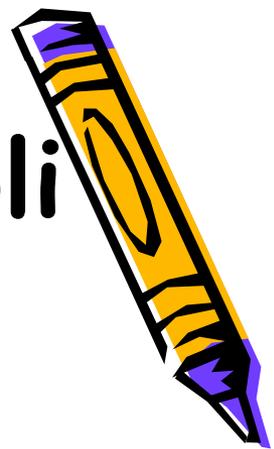
Karakteristik Pasar Monopoli

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)

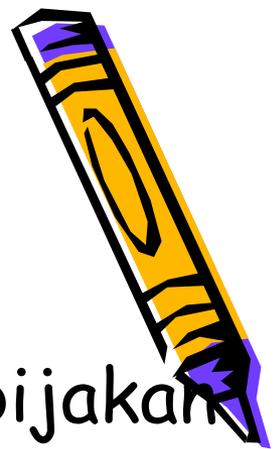


Monopoli Alamiah (Natural Monopoly)

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



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



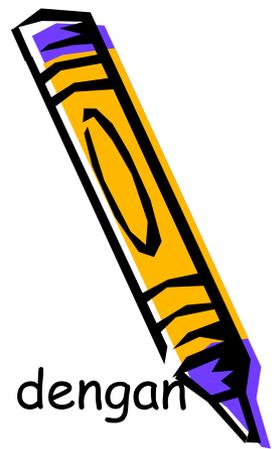
Biaya Sosial Monopoli (social cost of monopoly)



- 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



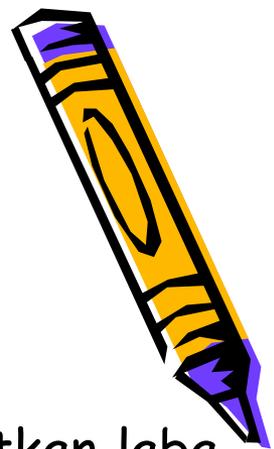
Pengaturan Monopoli (Monopoly Regulation)



- 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



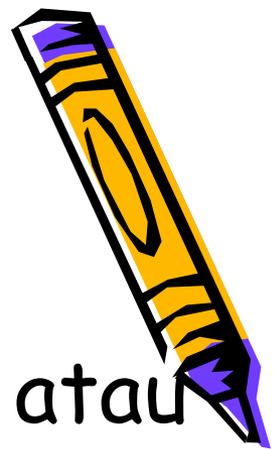
Aspek Positif Monopoli (Monopoly Benefits)



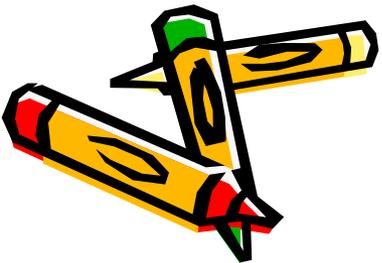
1. Memacu pertumbuhan ekonomi, karena monopoli mendapatkan laba supernormal sehingga inovatif dan efisien. Dengan input yang sama dapat dihasilkan output yang lebih banyak
2. Pengadaan barang publik. Hanya perusahaan besar yang sanggup menyediakan barang publik dan untuk menjadi besar sebuah perusahaan 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

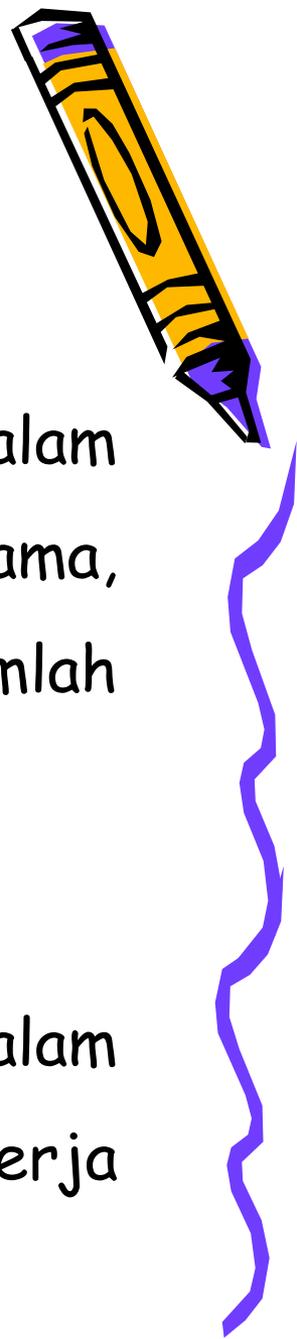
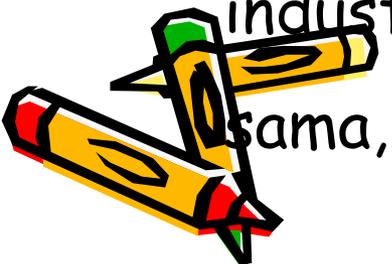
1. Oligopoli dengan kerja sama

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

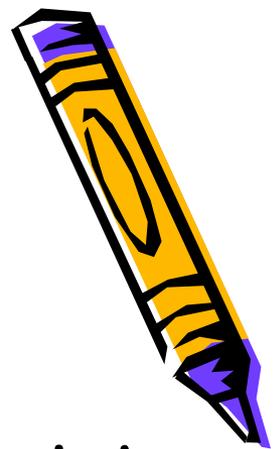
2. Oligopoli tanpa kerja sama

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

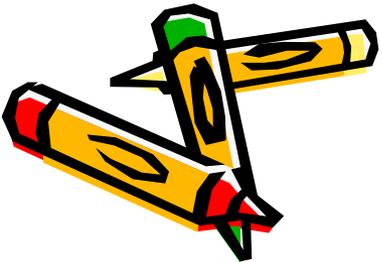
sama,



PASAR MONOPOLISTIK

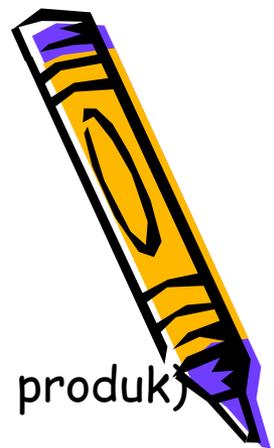


- Pasar persaingan monopolistik adalah suatu pasar dengan beberapa penjual yang menawarkan produk (barang) yang serupa, namun berbeda di beberapa aspeknya.

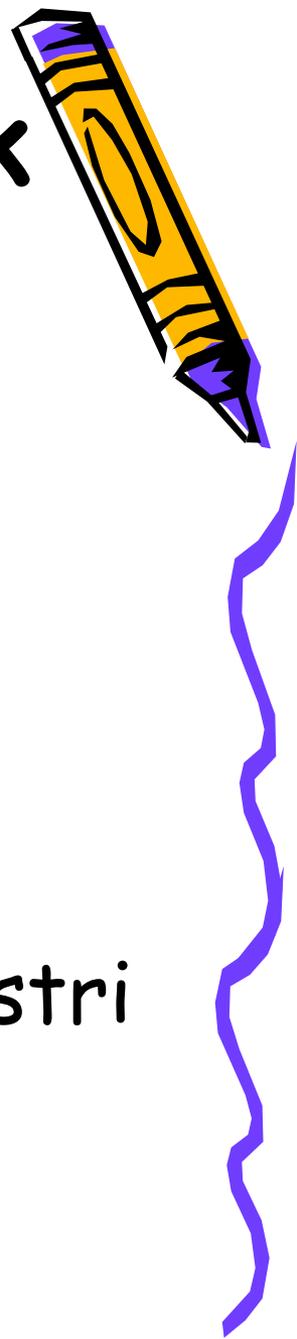


Asumsi Pasar Persaingan Monopolistik

- 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

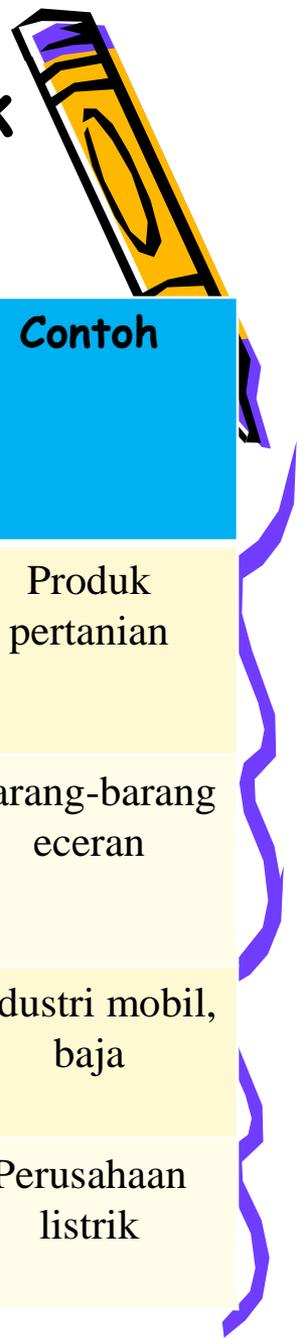


- Produsen banyak
- Produk beraneka ragam
- Iklan sangat penting
- Hambatan untuk memasuki industri

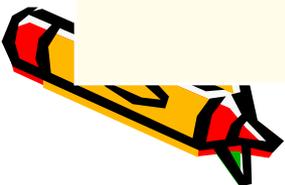
kecil



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
Persaingan Sempurna	Banyak	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada	Produk pertanian
Persaingan Monopolistik	Beberapa	Tidak ada	Sedikit	Sedikit	Barang-barang eceran
Oligopoli	Sedikit	Sedikit	Sedikit	Jarang	Industri mobil, baja
Monopoli	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.

