



Dania Ifki Ramadhina Putri  
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo-UMS  
NIM 191020700052

## HUBUNGAN ANTARA USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) JAWA TIMUR DENGAN STRUKTUR PASAR MONOPOLI

Dosen Pengampu: Dr.Renny Oktafia SE., M.EI.

Dania Ifki Ramadhina Putri (191020700052)

Prodi Teknik Industri

Fakultas Sains dan Teknologi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo – UMS

Jl. Raya Gelam No.250, Pagerwaja, Gelam, Kec. Candi. Kabupaten Sidoarjo, Jawa  
Timur 61271

### ***ABSTRACT***

Markets do have an important role in our lives. Every day we will not be separated from the buying and selling activities both directly and indirectly. Therefore, I made this journal to explain thoroughly the market, especially the structure of the monopoly market and also the relationship between Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in East Java and the monopoly market structure. In addition, I made this journal in order to be able to show all people in various parts of the world to be more aware of the structure of the monopoly market and also Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs).

Keywords: Monopoly Market Structure, Micro, Small and Medium Enterprises (SMEs)

### **PENDAHULUAN**

Dalam kehidupan sehari-hari kita memerlukan berbagai macam kebutuhan hidup yang tidak bisa kita dapatkan secara instan, dalam arti tidak semua kebutuhan hidup dapat diperoleh langsung dari alam, misalnya saja seperti pakaian, mobil, rumah, dan lain sebagainya. Oleh karena itu sering kali kita menjumpai proses jual beli kebutuhan sehari-hari di sekitar kita, baik di lingkungan pasar maupun di tempat-tempat umum.

Meskipun demikian tidak banyak orang yang memahami secara luas apa maksud dari proses jual beli sebenarnya. Proses jual beli dapat berlangsung ketika ada seorang penjual dan pembeli selain itu harus ada barang atau jasa yang di tawarkan. Dalam proses jual beli sering kali ada proses tawar menawar dimana pembeli sering kali meminta diskon atau potongan harga untuk barang atau jasa yang di tawarkan.

## PEMBAHASAN

### A. PENGERTIAN PASAR



Salah satu tempat dimana sering kali kita temui proses jual beli yaitu pasar. Pasar merupakan salah satu tempat atau sebuah tempat dimana penjual dan pembeli bisa bertemu. “Pasar merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli, dalam ilmu ekonomi pengertian pasar lebih luas. Pasar mencakup keseluruhan permintaan dan penawaran seluruh kontak atau interaksi antara penjual dan pembeli untuk mempertukarkan barang dan jasa.” ( Toti Indrawati dan Indri Yovita 2014 : 1 )

<sup>1</sup>Berikut Pengertian Pasar Menurut Para Ahli

- **Menurut Simamora**, sekelompok masyarakat dengan keinginan dan kebutuhannya untuk membeli suatu barang tertentu. Dan masyarakat itu mempunyai hak membeli barang tersebut serta memiliki hak untuk tukar menukar barang, hal itu disebut pasar.

---

<sup>1</sup>Putra. (2019). Pengertian pasar, fungsi, konsep, klasifikais, ciri & jenis jenis Pasar. Diposting pada 6 november 2019. diakses 25 maret 2020 pukul 19:44 dari <https://salamadian.com/pengertian-pasar/>



- **Menurut Atep Adya Barata**, suatu lokasi untuk bertemu antar penjual dan pembeli disebut pasar. Pertemuan antara penjual dan pembeli ini secara tidak langsung misalnya melalui perantara atau media tertentu, dan setelahnya ada pertukaran.
- **Menurut Amstrong dan Kotler**, pasar merupakan tempat bertemunya antara para pembeli yang berkeinginan serta ada penjual yang menawarkan sebuah barang atau jasa.
- **Menurut Wilian J. Stanton**, sekumpulan dari masyarakat yang memiliki tujuan untuk mendapatkan rasa puas disebut pasar. Untuk mendapatkan rasa puas itu dengan menukar uang yang mereka miliki dengan barang atau jasa yang mereka inginkan.
- **Menurut Handri Ma'aruf**, pasar adalah tempat bagi para penjual dan pembeli untuk bertemu. Didalam pasar pasti terjadi tawar menawar antara penjual dan pembeli sehingga terjadilah transaksi jual beli.<sup>1</sup>

Dari beberapa pendapat yang berbeda-beda terkait pasar menurut beberapa para ahli tersebut. Namun, pada dasarnya semuanya merujuk pada proses bertemunya masyarakat atau orang-orang yang membutuhkan suatu barang atau jasa dan menukarnya dengan alat tukar bisa berupa uang atau yang lainnya.

## **B. FUNGSI PASAR**

Pasar memiliki fungsi yang cukup penting dalam kehidupan sehari-hari. Berikut merupakan beberapa fungsi dari pasar yang berada di tengah kalangan masyarakat di dunia ini.

### **1. Untuk Mempertemukan antara pembeli dengan barang atau jasa yang diinginkan atau dibutuhkan**

Banyak hal yang kita butuhkan tapi tidak kita miliki. Oleh karena itu, pasar bisa menjadi solusi untuk memenuhi kebutuhan kita. Karena di dalam pasar kita dapat membeli apa yang kita inginkan atau kita butuhkan. Dimana sebelumnya kita sulit untuk mendapatkan barang atau jasa tersebut, didalam pasar kita kan mudah untuk mendapatkan barang atau jasa tersebut.

Namun, untuk bisa mendapatkan dan memiliki hal tersebut, kita wajib untuk memiliki alat tukar baik uang tunai maupun saldo dalam kartu kredit atau debit yang kita miliki.

### **2. Sebagai Sumber Penghasilan**



Pasar juga bisa menjadi tempat untuk masyarakat mencari pundi penghasilan atau bisa dikatakan sumber mata pencaharian. Didalam pasar banyak ruang untuk para produsen ( orang yang memproduksi barang atau jasa ) untuk menukar apa yang mereka jual atau pasarkan dengan uang atau alat pembayaran lainnya dari pembeli.

Dari sinilah para penjual bisa mendapatkan laba dari persentase keuntungan dari produk (margin) yang sudah mereka tetapkan. Dan dari keuntungan itulah modal yang mereka keluarkan dapat kembali atau mengembangkan kembali bisnis atau usaha yang sedang mereka jalankan.

### **3. Untuk Meningkatkan Perekonomian dari Sebuah Komunitas atau Suatu Negara**

Salah satu media yang bisa untuk meningkatkan suatu perekonomian negara adalah pasar. Dengan adanya pasar, maka tingkat kesejahteraan masyarakat pun bisa meningkat pula. Dengan melakukan proses ekspor sebuah negara mampu meningkatkan devisa negaranya .

### **4. Untuk Menjaga Stabilitas**

Kebutuhan sosial dan ekonomi masyarakat bisa jadi stabil karena adanya pasar, dengan begitu seseorang bisa mencari dan mendapatkan kebutuhannya tanpa harus melakukan tindakan yang bisa melanggar hukum. Dengan adanya pasar penjual bisa mendapatkan uang, sehingga dapat meningkatkan perkonomiannya dan membuat kondisi sosial ekonomi masyarakat menjadi stabil.<sup>1</sup>

## **C. JENIS-JENIS PASAR**

Jika sudah membahas jenis jenis pasar sudah pasti beraneka macam jenisnya. Ada pasar yang menjual lengkap kebutuhan pokok ada pula pasar yang hanya menjual barang tertentu saja Secara sederhana pasar dapat dikelompokkan menjadi beberapa bagian yakni:

- a. <sup>2</sup>Menurut dari segi fisiknya, pasar dapat dibedakan menjadi beberapa bagian, di antaranya yakni:

1. Pasar Tradisional



Pasar yang diberdirikan atau dibangun oleh pemerintah, swadaya masyarakat, kperasi dan swasta yakni pasar tradisional. Didalam pasar tradisional tempat berdagang atau berjualannya bisa berbentuk kios, toko, los, dan tenda yang kebanyakan menyediakan barang-barang konsumsi sehari-hari masyarakat. Pedagang kecil menengah dan koperasilah yang biasanya mengelolah pasar. Tentu saja ada proses tawar menawar didalammnya. Modal yang di keluarkan pengelolanya kecil namun keuntungan yang didapatkan bisa dikatakan lumayan cukup besar.

## 2. Pasar Tidak Nyata (Abstrak)

Pasar yang tidak memberikan tempat untuk pertemuan penjual dan pembeli disebut pasar abstrak. Salah satu contoh pasar abstrak seperti pasar saham, pasar modal, serta jual beli online yang saat ini sedang marak dikalangan masyarakat. salah satu faktor melemahnya pasar nyata yakni pasar abstrak. Karena, zaman yang sudah canggih ini orang orang lebih suka dengan pasar abstrak. Pasalnya, pasar abstrak bisa dilakukan kapanpun dan di mana saja, serta pilihan barangnya juga beraneka macam.

Kelebihan dari pasar abstrak ini adalah jika beli di pasar ini bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja, mudah untuk mencari barang yang kita butuhkan atau kita inginkan, dan tidak menyulitkan kita selaku pedagang dan pembeli. Namun dari banyaknya kelebihan pasar abstrak ini adapula kekurangannya yakni, sebagai pembeli, kita tidak bisa melihat langsung kondisi barang yang akan kita beli, dan jika ada kesalahan kita tidak bisa complain sepenuhnya. sedangkan, kekurangan dari sisi penjual adalah kita harus percaya pada jasa pengiriman yang ada saat ini. padahal kesalahan kesalahan yang terjadi bisa disebabkan dari jasa pengiriman yang kita gunakan. seperti merusak, menghilangkan barang, dan lain sebagainya.

---

<sup>2</sup> \_\_\_\_\_. (2016) . Struktur pasar dan persaingan harga pada pasar persaingan sempurna, pasar monopoli, persaingan monopolistik, dan pasar oligopoli dalam perspektif konvensional dan islam . diakses 25 maret 2020 pukul 16:23 . dari [https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&scioq=sadono+sukirno&q=STRUKTUR+PASAR+DAN+PERSAINGAN+HARGA++PADA+PASAR++PERSAINGAN+SEMPURNA%2C+PASAR+MONOPOLI%2C+PERSAINGAN+MONOPOLISTIK%2C+DAN+PASAR+OLIGOPOLI+DALAM+PERSPEKTIF+KONVENSIONAL+DAN+ISLAM&btnG=](https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&scioq=sadono+sukirno&q=STRUKTUR+PASAR+DAN+PERSAINGAN+HARGA++PADA+PASAR++PERSAINGAN+SEMPURNA%2C+PASAR+MONOPOLI%2C+PERSAINGAN+MONOPOLISTIK%2C+DAN+PASAR+OLIGOPOLI+DALAM+PERSPEKTIF+KONVENSIONAL+DAN+ISLAM&btnG=)



### 3. Pasar Raya

Pasar raya adalah pasar tradisional yang besar yang menawarkan berbagai produk makanan dan rumah tangga. Biasanya di setiap kota pasti ada pasar raya hanya saja di setiap kota pasti berbeda menyebutnya.

### 4. Pasar Konkrit atau Pasar Nyata

Hanya di pasar nyata inilah penjual dan pembeli bisa bertatap muka secara langsung. Karena proses jual beli dilakukan secara langsung jadi kesalahan seperti penipuan atau miskomunikasi minim terjadi. Di dalam pasar nyata inilah pembeli bisa memilih barang barang atau jasa yang di beli secara langsung. Maka dari itu, saat terjadi kekeliruan, penjual akan ikut bertanggung jawab atas kesalahan karena pembelian dilakukan secara langsung. Dari kelebihan tersebut adapun kekurangan dari pasar nyata yakni konsepnya terlalu karena pembeli harus datang ke tempat penjual barang atau jasa yang dibutuhkan terlebih dahulu dan bertemu penjualnya secara langsung.

### 5. Toko Serba Ada

Toko Serba Ada merupakan tempat yang menyediakan dan menjual segala kebutuhan pokok yang kita butuhkan sehari-hari. Seperti bahan makanan, kebutuhan dapur, kebutuhan kamar mandi dan lain sbagainya. Sesuai dengan Namanya yaitu toko serba ada maka took ini sudah pasti menyediakan apapun yang kita butuhkan.

### 6. Toko Swalayan

Toko swalayan toko yang bisa memenuhi kebutuhan kita sehari hari karena tokko ini menjual kebutuhan pokok atau rumah tangga. pembeli bisa memilih barang secara langsung dan memilih barang yang akan dibelinya. Biasanya barang barang yang dijual barang kebutuhan pokok. Seperti sayur mayur, beras, daging, perlengkapan mandi sampai radio dan televisi. dan lain sebagainya. Saat kita.

berada di dalam toko swalayan jangan heran jika kita tidak dilayani pemilik swalayan atau pegawainnya secara langsung, karena didalam toko swalayan



pembeli di persilahkan memilih dan mengambil barang yang dibutuhkan secara mandiri, setelah itu baru dibayar di kasir yang sudah disediakan toko.

b. <sup>3</sup>Berdasarkan jenis produk yang dijual, pasar bisa dibedakan menjadi beberapa bagian di antaranya yakni:

1. Pasar ikan

Pasar ikan merupakan pasar yang khusus menjual ikan saja. Namun di dalam pasar ikan kita dapat menemukan atau membeli berbagai jenis ikan, mulai dari ikan tawar hingga ikan laut. Tidak jarang pula didalam pasar ikan menjual hewan laut seperti cumi-cumi, lobster, udang dan lain sebagainya

2. Pasar buah-buahan

Pasar buah-buahan adalah pasar yang hanya menjual buah-buahan saja. Baik buah ekspor maupun impor. Didalam pasar buah-buahan ini kita dapat menemukan berbagai jenis buah mulai dari buah yang sulit kita dapatkan hingga buah yang sering kita konsumsi atau yang bisa kita tanam sendiri. Namun tidak jarang pula penjual tidak menyediakan buah-buahan yang sulit di temukan seperti buah buah musiman (buah yang akan tumbuh hanya pada musimnya saja), atau buah import yang langka lainnya seperti buah kiwi.

3. Pasar sayuran

Pasar sayuran adalah pasar yang hanya menyediakan sayur mayur saja. Mulai dari sayuran hijau hingga jenis jenis sayur lainnya. Biasanya para penjual akan menata rapi setiap sayur mayur yang mereka jual sehingga para pembeli tidak akan kesusahan untuk memilih sayur.

4. Pasar barang perhiasan

Pasar perhiasan inilah merupakan pasar yang menjual perhiasan. Didalam

---

<sup>3</sup> \_\_\_\_\_. (2016) . Struktur pasar dan persaingan harga pada pasar persaingan sempurna, pasar monopoli, persaingan monopolistik, dan pasar oligopoli dalam perspektif konvensional dan islam . diakses 25 maret 2020 pukul 16:23 . dari [https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&scioq=sadono+sukirno&q=STRUKTUR+PASAR+DAN+PERSAINGAN+HARGA++PADA+PASAR++PERSAINGAN+SEMPURNA%2C+PASAR+MONOPOLI%2C+PERSAINGAN+MONOPOLISTIK%2C+DAN+PASAR+OLIGOPOLI+DALAM+PERSPEKTIF+KONVENSIONAL+DAN+ISLAM&btnG=](https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&scioq=sadono+sukirno&q=STRUKTUR+PASAR+DAN+PERSAINGAN+HARGA++PADA+PASAR++PERSAINGAN+SEMPURNA%2C+PASAR+MONOPOLI%2C+PERSAINGAN+MONOPOLISTIK%2C+DAN+PASAR+OLIGOPOLI+DALAM+PERSPEKTIF+KONVENSIONAL+DAN+ISLAM&btnG=)



pasar perhiasan ini biasanya tidak hanya menjual perhiasan asli, adapula yang menjual perhiasan imitasi. Oleh karena itu didalam pasar perhiasan ini pembeli bisa juga membeli perhiasan imitasi yang biasanya terbuat dari kuningan atau bahan metal lainnya.

#### 5. Pasar barang bangunan

Pasar barang bangunan merupakan pasar yang menjual segala jenis bahan bahan bangunan, mulai dari semen, pasir, batu bata dan lain sebagainya yang digunakan untuk membangun sebuah bangunan.

#### 6. Pasar bahan elektronik

Pasar bahan elektronik adalah pasar yang menyediakan segala bentuk bahan atau barang untuk elektronik. Biasanya pasar elektronik ini menyediakan segala benda atau barang elektronik rumah tangga. Namun jika benda seperti laptop atau handphone akan jarang kita temui di dalam pasar elektronik.

#### 7. Bursa saham

Kata bursa memiliki arti sama dengan pasar, jadi bursa saham merupakan pasar saham. istilah yang lebih resmi dari bursa saham yakni bursa efek. Kata pasar lazim digunakan pada saat terjadi proses jual beli secara langsung sedangkan kata bursa lazim digunakan pada saat proses jual beli secara tidak langsung atau tidak bertemu secara fisik. Didalam bursa saham terdapat beberapa Lembaga yang terlibat Lembaga yang utama adalah.

- a. Bursa Efek Indonesia, selaku pengelola.
- b. Perusahaan Publik (Emiten), selaku supplier saham.
- c. Perusahaan sekuritas, selaku pedagang efek.
- d. Investor, selaku konsumen.

c. <sup>5</sup>Berdasarkan luas jangkauannya, pasar dibedakan menjadi 3 bagian yakni :

---

<sup>4</sup> \_\_\_\_\_. Di posting pada 17 januari 2020, oleh blitar . Pengertian, ciri, dan macam-macam pasar kongkret pasar nyata beserta contohnya. diakses 26 maret 2020 pukul 14:26 dari <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-ciri-dan-macam-macam-pasar-kongkret-pasar-nyata-beserta-contohnya-lengkap/>



### 1. Pasar Lokal

Pasar lokal merupakan sebuah pasar dimana jangkauannya untuk pemasarannya hanya di daerah daerah tertentu saja. Karena jangkauannya hanya daerah daerah tertentu saja, biasanya pasar local hanya menyediakan barang barang kebutuhan masyarakat didaerah itu sendiri. Bentuk dan jenis barang atau produk yang di pasarkan biasanya di pengaruhi selera dan budaya derah tersebut.

### 2. Pasar Nasional

Pasar nasional adalah sebuah pasar dimana wilayah pemasarannya meliputi satu negara saja. Penjul dan pembeli dari berbagai tempat atau daerah akan bertemu langsung untuk melakukan transaksi jual beli di pasar nasional ini. beberapa contoh pasar nasional yakni pasar modal, pasar cengkih (Manado), pasar tenaga kerja, pasar kayu putih (Ambon), pasar kakao (Makassar), pasar tembakau (Deli, Sumatra).

### 3. Pasar Internasional

Pasar internasional merupakan pasar yang daerah pemasarannya meliputi berbagai negara di dunia ini. para penjual dan pembeli akan bertemu langsung di pasar ini untuk memperjual belikan komoditas internasional. Contoh dari pasar internasional yaitu pasar karet di Malaysia, pasar tembakau di Bremen, dan pasar kopi di Amerika.

## D. CIRI CIRI PASAR

Setiap pasar pasti memiliki ciri ciri khusus, adapun ciri ciri dari pasar. Berikut adalah ciri ciri dari pasar.

- Adanya transaksi jual beli antara penjual dan pembeli.
- Jika ada transaksi jual beli, ada barang atau jasa yang akan diperjual belikan.
- Interaksi antara penjual dan pembeli juga termasuk ciri dari pasar.
- Kesepakatan yang disepakati antara penjual dan pembeli juga termasuk ciri ciri dari pasar.

---

<sup>5</sup>Setiadi, Inung Oni, dkk . 2016 . Ekonomi Peminatan Ilmu Ilmu Sosial . Klaten : PT Intan Pariwara



## **E. PENGERTIAN STRUKTUR PASAR**

Adapula struktur pasar yang ada di seluruh dunia ini. Namun sebelum membahas struktur pasar yang ada di seluruh dunia ini pasti terselip pertanyaan apa itu struktur pasar ?. Struktur Pasar memiliki pengertian yakni pembagian produsen kebeberapa bentuk pasar berdasarkan pada jenis produk yang dihasilkan atau di produksi, banyaknya perusahaan dalam industri, keluar masuk dalam industri mudah atau tidak, dan penggunaan iklan dalam perindustrian. Menurut analisa ekonomi struktur pasar dibedakan menjadi menjadi 4 jenis yaitu : Pasar Persaingan Sempurna, Pasar Monopoli, Persaingan Monopolistis, dan Pasar Oligopoli.

Menurut Moh. Athoillah (2010:2), Teori tentang struktur pasar yaitu setiap perusahaan ataupun pabrik yang beroperasi dalam rangka menghasilkan output harus memutuskan dua hal yang sangat penting. Yang pertama yaitu memutuskan untuk menentukan seberapa besar output yang akan diproduksi dan yang kedua yaitu menentukan harga barang yang akan dijual atau dipasarkan. Dua hal tersebut alangkah baiknya sangat di perhatikan, karena dua hal tersebut sangat teramat berpengaruh dalam mejalankan atau mengoperasikan sebuah perusahaan atau pabrik.

## **F. MACAM MACAM STRUKTUR PASAR**

Di dunia ini memiliki beberapa struktur pasar, berikut merupakan struktur pasar yang ada di dunia ini.

### **1. Struktur Pasar Monopsoni**

Struktur pasar monopsoni ini Kebalikan dari monopoli, dimana seorang konsumenlah yang menguasai pasar. Hal ini bisa terjadi pada saat kemampuan membeli dan menawar tertinggi ada pada seorang konsumen atau pembeli.

Contohnya salah satunya seorang pembeli besar atau bisa dikatakan tengkulak dan petani . petani ini tidak memiliki posisi tawar yang tinggi, melainkan pembeli besar yang memiliki posisi tawar yang tinggi, sehingga Para petani tersebut pasti akan menuruti harga dari tengkulak atau pembeli besar tersebut.

### **2. Struktur Pasar Oligopoli**



Struktur pasar ini hampir sama dengan konsep pasar monopoli. Hanya saja, konsep pasar oligopoli masih ada mayoritas penjual lebih dominan. Penjual-penjual tersebut mempunyai modal yang cukup besar dan menguasai sumber daya secara bersama. mereka tetap berjualan secara berdampingan Namun tetap saja, Penjual-penjual tersebut bersaing dalam memperebutkan konsumen. Contoh dari pasar oligopoli terdapat pada industry telekomunikasi seluler, otomotif, kosmetik, air mineral, dan jasa penerbangan.

Ada beberapa ciri ciri dari pasar oligopoli pembeli cukup banyak di pasar oligopoli ini, jika ada perusahaan lain yang ingin masuk kedalam pasar oligopoli ini sebaiknya jangan karena hambatan yang ada di pasar oligopoli ini sangat kuat, perusahaan oligopoli inilah yang memiliki pangsa pasar terbesar, dalam mempromosikan produknya iklan adalah aspek terpentingnya, serta penetapan harga oleh suatu perusahaan akan mempengaruhi harga di perusahaan lain juga.

Berdasarkan ciri ciri dari pasar oligopoli ini adapun kelebihan dan kekurangan dari pasar oligopoli ini, berikut adalah kelebihan dan kekurangan dari pasar oligopoli.

Kelebihan :

- a. Produk yang dihasilkan di pasar oligopoly ini memiliki corak yang berbeda dengan produk lainnya.
- b. Laba yang besar memungkinkan produsen melakukan inovasi melalui penggunaan teknologi baru.
- c. Dalam pasar oligopoli ini bukanlah persaingan harga melainkan persaingan produk yang berkualitas tinggi.
- d. Pelaksanaan produksi terjadi secara efisien.

Kekurangan :

- a) Persaingan usaha yang ketat menimbulkan persaingan secara tidak sehat.
- b) Dalam memperoleh laba yang tinggi perusahaan akan mengeksploitasi konsumen dan tenaga kerja.
- c) Harga yang ditetapkan cukup tinggi.
- d) Biaya produksi yang di tanggu sangat tinggi karena adanya promosi atau peiklanan yang terlalu tinggi.



- e) Perusahaan baru yang bermodal sedikit akan kesulitan masuk kedalam pasar oligopoli.

### 3. Struktur Pasar Oligopsoni

Struktur pasar oligopsoni adalah sebuah pasar yang memiliki lebih dari satu konsumen, dimana tiap konsumen yang ada mempunyai daya tawar dan daya beli yang bisa dikatakan cukup tinggi. Konsep pasar oligopsoni ini hampir sama dengan monopsoni, di mana penjual- penjual yang ada tidak mempunyai hak tawar yang tinggi, sehingga mereka mengikuti tawaran dari pembeli.

### 4. Struktur Pasar Monopolistik

Struktur monopolistik ini memiliki kemiripan dengan pasar monopoli. Namun bedanya produk produk yang dihasilkan atau yang di pasarkan bersifat heterogen atau beragam. Didalam pasar monopolistik ini produsen akan memproduksi produk yang sedang dibutuhkan di pasaran, hal ini mendorong seorang produsen untuk meningkatkan kreatifitasnya. Contoh produk yang dihasilkan didalam pasra monopolistik ini adalah novel, kaset, compact disk (CD), sabun, dan permainan komputer.

Ciri ciri dari pasar monopolistik antara lain penjual atau produsen di pasar ini jumlahnya lebih banyak, barang atau produk yang di pasarka juga beragam,

setiap produsen atau penjual aktif mempromosikan produknya, produk yang ditawarkan memiliki ciri khas, perusahaan lain mudah untuk keluar masuk di pasar monopolistik ini.

Berikut merupakan kelebihan dan kekurangan dari pasar model monopolistik ini.

Kelebihan:

- a) Pembeli lebih mudah untuk memilih produk yang terbaik.
- b) Tidak ada hambatan untuk penjual masuk atau keluar dari pasar monopolistik ini.
- c) Adanya diferensiasi produk sehingga konsumen lebih selekti dalam memilih produk dan loyal atas produk pilihannya.



- d) Sebagian besar barang kebutuhan sehari-hari ada di dalam pasar monopolistik ini.

Kekurangan:

- a) Di dalam pasar monopolistik ini persaingannya sangat ketat.
- b) Penjual yang tidak memiliki pengalaman atau modal yang cukup banyak akan cepat keluar dari pasar ini.
- c) Produsen dalam pasar ini memiliki skala ekonomi yang tinggi.
- d) Adanya dorongan untuk berinovasi menyebabkan biaya produksi meningkat sehingga berdampak pada harga jual produknya yang menjadi mahal.

#### 5. Struktur Pasar Persaingan Sempurna

Struktur pasar persaingan sempurna inilah yang masih dapat kita jumpai saat ini. Konsep pasar ini merupakan konsep pasar yang pas dan baik, untuk para penjual dan pembeli. Karena hanya di pasar persaingan sempurna inilah seorang penjual dan pembeli sama-sama memiliki posisi tawar yang sama. Karena konsep dari pasar ini seperti itu maka setiap orang bisa menjadi konsumen dan bisa juga menjadi produsen. Dan bisa memilih barang atau jasa sesuai kebutuhan atau keinginan mereka masing-masing.<sup>6</sup>

Adapun ciri-ciri dari pasar persaingan sempurna yaitu harga ditentukan berdasarkan mekanisme pasar, produsen mudah untuk masuk dan meninggalkan pasar, produk yang ditawarkan bersifat homogen atau sama (tidak beragam), jumlah penjual dan pembeli sama-sama banyak, pembeli memiliki informasi yang baik mengenai produk yang diperjualbelikan.

Berdasarkan ciri-ciri di atas berikut merupakan kelebihan dan kekurangan dari pasar persaingan sempurna.

Kelebihan:

- a) Biaya dalam produksi tidak lah banyak.
- b) Konsumen bebas memilih dan membeli produknya.
- c) Produsen bebas masuk dan keluar pasar tanpa ada hambatan.
- d) Stok produk di dalam pasar banyak.



- e) Tidak memerlukan iklan dalam mempromosikan produknya, sebab pembeli sudah mengetahui kondisi pasar.

Kekurangan:

- a) Penjual tidak bisa menetapkan harga tinggi sehingga keuntungan yang didapatkan pun sedikit.
- b) Pembeli sulit mencari alternatif lain sebab barang yang bersifat homogen.
- c) Muncul pasar gelap (Black Market) sewaktu-waktu.
- d) Kreativitas dan inovasi penjual tidak berkembang.
- e) Pada waktu tertentu akan terdapat biaya sosial yang tinggi.

## 6. Struktur Pasar Monopoli

Struktur pasar monopoli ini ada dan terbentuk ketika ada pasar yang hanya dikuasai oleh satu produsen saja. Hal seperti ini terjadi saat sebuah perusahaan atau pihak menguasai sumber daya tertentu, dan hanya dia yang dapat menyediakan sumber daya tertentu tersebut.

Salah satu contoh dari pasar monopoli di Indonesia adalah PERTAMINA, PERTAMINA merupakan perusahaan milik negara yang menyediakan bahan bakar, saat ini di Indonesia ini hanya PERTAMINA saja yang menyediakan bahan bakar. Ciri-Ciri pasar monopoli yakni hanya ada satu penjual atau produsen yang menguasai pasar, tidak ada barang pengganti yang mirip (close substitute). di dalam pasar monopoli perusahaan atau si produsen memiliki hak atau kekuatan dalam menentukan harga dan pasar lain tidak dapat memasuki pasar monopoli karena ada hambatan tertentu.

Adapun kelebihan dan kekurangan dari pasar monopoli ini, berikut kelebihan dan kekurangan pasar monopoli ini.

Kelebihan :

- a) Laba atau keuntungan yang diperoleh perusahaan atau produsen sangatlah tinggi.
- b) Produsen dapat menentukan harga barang yang di pasarkan atau di jual (price taker).



- c) Biasanya produk yang di produksi atau dihasilkan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat luas.
- d) Harga produk biasanya diatur pemerintah sehingga harga produk cenderung stabil.
- e) Kelangsungan proses produksi terjamin karena negara lah yang memberikan modal.

Kekurangan :

- a) Seorang konsumen atau pembeli tidak bisa menawar dan juga tidak memiliki pilihan lain untuk membeli barang kebutuhan.
- b) Laba hanya tertuju pada satu penjual saja sehingga sering kali memivu terjadinya kesenjangan pendapat.
- c) Seringkali terjadi eksploitasi pembeli oleh penjual melalui penetapan harga barang.

## F. STRUKTUR PASAR MONOPOLI

Setelah tadi kita bahas berbagai macam struktur pasar yang ada di berbagai belahan dunia ini, kali ini kita akan membahas lebih detail mengenai struktur pasar monopoli. Menurut Hasanudin Pasiama (2018:1) Struktur pasar monopoli itu sifatnya sangat berbeda dengan pasar persaingan sempurna. Monopoli berasal dari kata “**monos polein**” (bahasa Yunani) yang berarti menjual secara sendiri atau individu.

Mengapa dikatakan berlawanan dengan pasar persaingan sempurna ? karena pasar monopoli inilah dimana didalam pasar monopoli ini hanya ada satu produsen atau perusahaan. Dan produsen atau perusahaan ini tidak memiliki barang pengganti yang sangat dekat. Produsen atau perusahaan inilah yang yang dikatakan pemilik kekuatan monopoli terbesar, dialah yang bisa menjadikan harga dan jumlah barang atau jasa yang di pasaran menjadi sama.

Perusahaan monopoli inilah yang menajdi penentu harga dipasaran. Menjadi satu-satunya penjual, ia mempunyai “kurva permintaan” (**demand curve**) yang identik dengan kurva permintaan dipasaran. Berapapun banyaknya jumlah permintaan yang ada dipasaran pada harga tertentu, perusahaan monopoli akan dapat memenuhi permintaan itu. Kurva identik inilah sebagai petunjuk jumlah barang atau jasa yang ingin dibeli

konsumen pada tingkatan harga yang ada, serta pada setiap harga yang sudah ditetapkan perusahaan ini menentukan jumlah yang dapat di jualnya.

Permintaan yang dihadapi oleh perusahaan monopoli yakni jika harga dari barang itu turun atau murah maka permintaan akan naik dan banyak, sehingga saat perusahaan akan menjual lebih banyak lagi maka perusahaan akan menurunkan harga yang dipatok. Keadaan yang diterangkan tersebut adalah perusahaan monopoli murni atau **“pure monopoli”**. (Hasanudin Pasiama, 2018:1).

### **G. <sup>6</sup>CIRI – CIRI STRUKTUR PASAR MONOPOLI**

Karena pasar monopoli bisa dikatakan sebagai pasar yang berbeda atau special, adapun ciri ciri dari struktur pasar monopoli yakni:

- Didalam pasar monopoli hanya ada satu penjual
- Produk atau barang yang diproduksi atau dijual hanya satu satunya tidak ada produk yang mirip.
- Produsen atau perusahaan monopoli berhak menentukan harga sesuai keinginannya
- Perusahaan yang akan masuk kedalam pasar ini akan mengalami hambatan yang cukup sulit.<sup>6</sup>

### **H. USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI JAWA TIMUR**

Jawa Timur merupakan salah satu dari sekian banyaknya provinsi yang memiliki Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dengan jumlah yang bisa dikatakan cukup besar atau banyak, bagaimana tidak “Total jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Jawa Timur pada tahun 2016, berada diangka sekitar 6.825.931 UMKM yang tersebar di seluruh kabupaten dan kota di wilayah Jawa Timur. Dari banyaknya kabupaten dan kota diwilayah jawa timur, Terdapat 2 (dua) kabupaten di Jawa Timur, yang memiliki jumlah UMKM terbesar, yaitu kabupaten Malang dan kabupaten Jember. UMKM yang berjumlah hampir 7 (tujuh) juta ini, bergerak diberbagai sektor,

---

<sup>6</sup>Alihamdan. (2018). Pengertian struktur pasar beserta fungsinya. diakses 29 maret 2020 pukul 15:42 . dari <https://alihamdan.id/struktur-pasar/>



mulai dari sektor pertanian sampai dengan sektor jasa. Dengan jumlah UMKM di Jawa Timur yang bisa dikatakan cukup besar ini, mampu pula menyerap tenaga kerja yang besar pula, yaitu sekitar 11.117.439 tenaga kerja. UMKM yang paling besar menyerap tenaga kerja berada di kabupaten Malang, yaitu sebesar 826.375 tenaga kerja.” (Renny Oktafia, 2017:88)

Tidak hanya di kabupaten itu saja, bahkan di tahun 2017 Sidoarjo yang merupakan salah satu kabupaten di Jawa Timur yang mampu menurunkan tingkat kemiskinan masyarakat. Pada tahun itu pula Sidoarjo berada di peringkat enam menurut data Badan Statistik Provinsi Jawa Timur untuk presentase penduduk miskin paling rendah se-Jawa Timur. Bagaimana tidak, jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Sidoarjo sangatlah banyak. Di Sidoarjo Angka persentase kemiskinan berada pada angka 6,23% setelah beberapa kota atau kabupaten yang ada di Jawa Timur, dengan urutan dari yang paling rendah tingkat persentase kemiskinannya, yaitu : kota Malang sebesar 4,17%; kota Batu sebesar 4,31%, kota Madiun sebesar 4,94%; kota Surabaya sebesar 5,39%; dan kota Mojokerta sebesar 5,73%. (Renny Oktafia dan A.R Hidayat 2018:65)

Melihat begitu rendah tingkat persentase di beberapa kota tersebut membuat Jawa Timur menjadi salah satu provinsi dengan sejuta Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Yang mampu mengatasi tingkat kemiskinan. Dan dengan pengolahan khusus Jawa Timur mampu mengatasi kemiskinan yang ada di berbagai daerah lainnya dengan cara terus menerus mengembangkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), jika memungkinkan kembangkan sehingga bisa menjadi usaha yang besar.

## **I. HUBUNGAN ANTARA STRUKTUR PASAR MONOPOLI DENGAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI JAWA TIMUR**

Sebagaimana yang sudah kita bahas sebelumnya dimana struktur pasar monopoli adalah struktur pasar yang memiliki satu penjual atau perusahaan saja, contoh pasar monopoli di Indonesia ini adalah PLN yang menyediakan listrik dan juga PERTAMINA yang menyediakan bahan bakar. Meskipun demikian tidak menutup kemungkinan untuk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) untuk masuk kedalam pasar monopoli.



Bagaimana bisa ? dengan melihat begitu banyaknya Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia salah satunya yaitu di Jawa Timur yang hingga saat ini (2020) bisa dikatakan semakin banyak dan akan terus meningkat, bisa saja menembus pasar monopoli. Seandainya tidak menembus pasar monopoli setidaknya para produsen dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bisa menjadi pesaing dari perusahaan pasar monopoli. Mengapa demikian ? melihat perkembangan yang signifikan dengan sangat teramat pesat dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) ini serta konsumen yang sangat banyak membeli produk produk yang di hasilkan oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Namun dengan melihat hambatan yang cukup besar di pasar monopoli peluang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk masuk kepasar monopoli kira kira 30%. Karena kebanyakan perusahaan monopoli di miliki serta di biayai atau di modali oleh negara. Namun jika dilihat dari laba atau keuntungan yang di peroleh, laba dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) pun bisa dikatakan cukup tinggi. Salah satu contohnya yang ada di kota sidoarjo lebih tepatnya di Tanggulangin, Sidoarjo. Dimana daerah kecil yang dari dulu memang sudah ada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) namun tidak terlalu ramai pembeli, sekarang menjadi berkembang pesat akibat dari jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di daerah tersebut semakin banyak dan setiap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Tanggulangin bisa dikatakan cukup maju karena banyaknya konsumen baik dari daerah itu sendiri maupun dari daerah lain.

Di Tanggulangin ini mayoritas dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memproduksi barang berupa tas, koper, sepatu dan sejenisnya. Dimana setiap orang atau masyarakat pasti membutuhkan itu, melihat hingga saat ini (2020) Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Tanggulangin semakin maju kemungkinan di masa yang akan datang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) tersebut bisa saja menembus pasar monopoli, namun tetap saja kembali lagi dengan mempertimbangkan hambatan hambatan yang cukup sulit untuk menembus pasar monopoli di Indonesia ini. namun untuk saat ini Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang ada di Tanggulangin, Sidoarjo ini adalah salah satu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dari banyaknya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia yang berhasil merauk laba cukup



besar serta menarik perhatian konsumen atau pembeli dari segala daerah di Indonesia.  
<sup>7</sup>Seperti halnya produksi tas, koper dari INTAKO yang ada di Tanggulangin sudah mengekspor ke negara Italia, kerja sama itu didukung oleh Indonesian Trade Promotion Center (ITPC) di Milan, Italia.<sup>7</sup>

Oleh karena itu melihat hal tersebut memang saat ini tidak memungkinkan untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Jawa Timur menembus pasar monopoli di Indonesia namun melihat perkembangan yang cukup pesat suatu saat Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Jawa Timur tidak memungkiri dapat masuk kedalam pasar monopoli Indonesia.

### PENUTUP

Pasar monopoli merupakan satu satunya struktur pasar yang sangat sulit dimasuki oleh pasar lainnya bagaimana tidak pasar monopoli ini hanya ada satu perusahaan atau produsen didalamnya, dimana satu perusahaan itu menjual barang atau jasa yang hanya perusahaan atau produsen itu saja yang mampu menyediakannya, dalam kata lain produk atau jasa yang dihasilkan tidak ada di pasar pasar atau produsen atau perusahaan lainnya.

Berdasarkan sumber sumber yang sudah saya baca dan sudah saya bahas diatas, dapat saya simpulkan bahwasannya struktur pasar monopoli di Indonesia memang ada, namun untuk masuk kedalam struktur pasar monopoli tidaklah mudah, karena hambatan hambatan yang ada di dalam struktur pasar monopoli cukup ketat. Serta Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Jawa Timur memanglah bisa dikatakan cukup besar dan berkembang secara signifikan, namun sebesar apapun Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Jawa Timur untuk menembus kedalam pasar monopoli pun tidak akan mudah.

---

7\_\_\_\_. (2016) . Produk Intako Tanggulangin Tembus Pasar Italia, Bupati Sidoarjo Minta UKM Jaga Kualitas Produk . di akses 28 maret 2020 pukul 15:56  
<https://www.bangsaonline.com/berita/27966/produk-intako-tanggulangin-tembus-pasar-italia-bupati-sidoarjo-minta-ukm-jaga-kualitas-produk>



## DAFTAR PUSTAKA

- Oktafia, R. (2017). Percepatan Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Melalui Perkuatan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) di Jawa Timur. *Proceedings of Annual Conference for Muslim Scholars*, (Seri 1), 85-92. Retrieved from <http://proceedings.kopertais4.or.id/index.php/ancoms/article/view/11>
- Oktafia, R. Hidayat, AR. (2018). Penguatan Kapasitas Pelaku Bisnis Mikro Melalui Penataan Pengolaan Keuangan Usaha : Pandangan Islam. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 3 (2), 65-73, Retrieved from <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Mas/article/viewFile/2090/1538>
- Indrawati, Toti. Yovita, Indri. (2014). Analisis Sumber Modal Pedagang Pasar Tradisional di Kota Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi*, Vol 22 No 1, 1-8. Retrieved from <https://je.ejournal.unri.ac.id/index.php/JE/article/view/2050>
- Athoillah, Moh. (2010). Struktur Pasar Industri Perbankan Indonesia: Rosse-Panzar Test. *Journal of Indonesian Applied Economics Universitas Brawijaya*, 4 (1), 1-10. Retrieved from <https://jiae.ub.ac.id/index.php/jiae/article/view/94/150>
- Pasiama, Hasanuddin. (2018). Struktur Pasar Monopoli. *Universitas Mercu Buana*, 1,3,5. Retrieved from [http://mercubuana.ac.id/files/Ekonomika/EKONOMIKA\\_MODUL%207\\_HSN-ok.pdf](http://mercubuana.ac.id/files/Ekonomika/EKONOMIKA_MODUL%207_HSN-ok.pdf)
- Setiadi, Inung Oni, dkk . 2016 . Ekonomi Peminatan Ilmu Ilmu Sosial . Klaten : PT Intan Pariwara
- \_\_\_\_\_. (2016) . Struktur Pasar Dan Persaingan Harga Pada Pasar Persaingan Sempurna, Pasar Monopoli, Persaingan Monopolistik, Dan Pasar Oligopoli Dalam Perspektif Konvensional Dan Islam . diakses 25 maret 2020 pukul 16:23 . dari [https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&scioq=sadono+sukirno&q=STRUKTUR+PASAR+DAN+PERSAINGAN+HARGA++PADA+PASAR++PERSAINGAN+SEMPURNA%2C+PASAR+MONOPOLI%2C+PERSAINGA](https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&scioq=sadono+sukirno&q=STRUKTUR+PASAR+DAN+PERSAINGAN+HARGA++PADA+PASAR++PERSAINGAN+SEMPURNA%2C+PASAR+MONOPOLI%2C+PERSAINGA)



N+MONOPOLISTIK%2C+DAN+PASAR+OLIGOPOLI+DALAM+PERSPEKI  
F+KONVENSIONAL+DAN+ISLAM&btnG=

- Putra. (2019). Pengertian pasar, fungsi, konsep, klasifikasi, ciri & jenis jenis pasar. Diposting pada 6 november 2019. diakses 25 maret 2020 pukul 19:44 dari <https://salamadian.com/pengertian-pasar/>
- \_\_\_\_\_. Di posting pada 17 januari 2020, oleh blitar . pengertian, ciri, dan macam macam pasar kongkret pasar nyata beserta contohnya. diakses 26 maret 2020 pukul 14:26 dari <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-ciri-dan-macam-macam-pasar-kongkret-pasar-nyata-beserta-contohnya-lengkap/>
- Sutan kayo, Edison . (2020) . Apa Itu Bursa Saham dan Bursa Efek. diakses 26 maret 2020 pukul 23:18. dari <https://www.sahamok.com/apa-itu-bursa-saham/>
- Selvyani, Irma. (2013). Saturday,11 november. Struktur Pasar Monopoli. diakses 27 maret 2020, pukul 21:14 Wib, dari <http://irmaselvyani.blogspot.com/2013/11/struktur-pasar-monopoli.html>
- \_\_\_\_\_. (2016) . Produk Intako Tanggulangin Tembus Pasar Italia, Bupati Sidoarjo Minta UKM Jaga Kualitas Produk . di akses 28 maret 2020 pukul 15:56 <https://www.bangsaonline.com/berita/27966/produk-intako-tanggulangin-tembus-pasar-italia-bupati-sidoarjo-minta-ukm-jaga-kualitas-produk>
- Alihamdan. (2018). Pengertian struktur pasar beserta fungsinya. diakses 29 maret 2020 pukul 15:42 . dari <https://alihamdan.id/struktur-pasar/>