

PENGARUH DARI PASAR OLIGOPOLI TERHADAP PEREKONOMIAN UMKM

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

Dewi Fortuna Kusuma (191020700146)

Prodi Teknik Industri

Fakultas Sains dan Teknologi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

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

ABSTRAK

Pasar oligopoli sangat mempengaruhi perekonomian umkm, terjadinya persaingan yang ketat mengakibatkan banyak kecurangan yang terjadi sehingga dapat merugikan pengusaha kecil dan masyarakat. Didalam pasar oligopoli ini produsen lah yang menentukan harga pasar karena semisal suatu perusahaan akan meningkatkan penjualannya dengan cara menurunkan harganya, maka akan banyak pembeli yang membeli di perusahaan tersebut. Sedangkan perusahaan lainnya akan kehilangan pangsa pasar. Untuk mempertahankan pembelinya maka perusahaan lain akan bereaksi untuk menurunkan harganya pula. Apabila perusahaan tersebut juga ingin menaikkan harga produknya, perusahaan lain pastinya juga akan menaikkan harga lebih sedikit dari perusahaan tersebut. sehingga di dalam sistem pasar ini tidak ada satupun perusahaan yang dapat bertindak secara bebas. Karena keduanya sama sama ingin mencari keuntungan sebanyak-banyaknya. Pasar oligopoli memberikan dampak bagi pebisnis umkm seperti para produsen baru akan lebih susah untuk masuk kedalam pasar ini dikarenakan system pasar ini biasanya terdiri dari perusahaan perusahaan besar karena mereka kerap kali mengeluarkan uang dengan jumlah yang besar untuk mengembangkan produknya. Masyarakat cenderung lebih percaya perusahaan besar dibanding umkm oleh karena itu Pengaruh kepercayaan masyarakat juga merupakan factor yang sangat penting. Oleh karena itu pemerintah juga harus ikut serta dalam pengembangan umkm dengan memberikan sarana prasarana dan pelatihan khusus untuk masyarakat. Karena terjadinya banyak kecurangan yang ditimbulkan oleh pasar oligopoli peran pemerintah sangatlah penting untuk melindungi hak hak konsumen agar terhindar dari penyalahgunaan atau kecurangan yang dapat merugikan pihak konsumen.

Kata kunci: *Oligopoli, UMKM*

PENDAHULUAN

Pengertian pasar secara sederhana adalah proses atau tempat terjadinya jual beli yang dimana terdiri dari produsen, konsumen, dan distributor. Dimana pasar terdapat transaksi jual beli biasanya pasar tidak hanya menyediakan barang saja tetapi bisa juga dengan jasa. Kegiatan jual beli harus dengan kesepakatan bersama, didalam transaksi jual beli baik penjual ataupun pembeli memiliki keinginannya masing masing, pembeli menginginkan harga yang serendah-rendahnya tetapi memiliki kualitas yang sangat baik sedangkan penjual menginginkan keuntungan yang setinggi tingginya atas barang atau jasa yang dijualnya. Oleh karena itu kualitas produk dan harga menjadi hal utama dalam transaksi antara penjual dan pembeli.¹

Didalam mekanisme pasar terdapat proses penentuan berdasarkan permintaan dan penawaran, permintaan adalah keinginan konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa pada berbagai tingkat harga selama periode tertentu. Sedangkan penawaran adalah jumlah barang atau jasa yang ingin ditawarkan pada berbagai tingkat harga selama satu periode tertentu. Didalam permintaan, Semakin rendah harga dari suatu barang atau jasa maka akan semakin banyak permintaan barang atau jasa tersebut sedangkan apabila semakin tinggi harga dari suatu barang atau jasa maka akan semakin sedikit pula permintaan atas barang atau jasa tersebut. pernyataan tersebut berbanding terbalik dengan penawaran.²

Kelangkaan terjadi dikarenakan disaat terdapat nya banyak sekali konsumen yang membutuhkan suatu barang sedangkan alat pemuasnya tidak mampu untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Sehingga muncullah penawaran. Seperti saat ini, kebutuhan masker dan hand sanitizer yang sangat banyak sehingga membuat para produsen kewalahan untuk memenuhi kebutuhan tersebut sehingga semakin hari harga yang ditetapkan semakin meningkat. Apalagi untuk saat ini para pekerja diharuskan mengalami pembatasan social agar tidak mengakibatkan penularan yang semakin meningkat. Itulah yang menyebabkan perekonomian kian hari semakin terpuruk.

Didalam pasar terdapat macam macam jenis pasar, salah satunya yang akan dibahas saya kali ini adalah pasar oligopoli. Pasar oligopoly adalah pasar dengan jumlah konsumen yang banyak sedangkan didalamnya hanya ada beberapa produsen. Maksudnya adalah dimana perusahaan tersebut adalah perusahaan besar tetapi hanya berjumlah sedikit, tetapi memiliki konsumen yang sangat banyak. Sehingga pasar ini menimbulkan keketatan persaingan antar perusahaan didalamnya. dan didalam pasar ini tidak ada satu perusahaan yang bisa bertindak secara bebas.

UMKM atau usaha mikro kecil menengah adalah suatu usaha yang dimiliki oleh perorangan. Terjadinya persaingan yang ketat antara pasar oligopoli dan umkm. Tapi yang paling merasakan impectnya adalah umkm dikarenakan masyarakat lebih percaya terhadap perusahaan perusahaan besar dibanding umkm. Adanya banyak sekali kecurangan atau kolusi

¹ Andi Fahmi Lubis, dkk. 2009. Hukum Persaingan Usaha Antara teks & Konteks. Jakarta: KPPU. Hal. 29.

² <https://portal-ilmu.com/prinsip-mekanisme-pasar/>

yang ditimbulkan diantara pasar oligopoli yang dapat mempermainkan mekanisme pasar. Kolusi adalah niat buruk yang dilakukan secara diam-diam, kolusi ini biasanya terjadi karena adanya kesamaan niat pada pelaku produksi dengan menetapkan harga ataupun jumlah produksi barang untuk menyalahgunakan kekuatan pasar.

Usaha UMKM sangat sulit untuk membuat perijinan dengan pemerintah. Namun demikian keberadaan UMKM sangat bermanfaat dalam pendistribusian pendapatan bagi masyarakat, UMKM mampu menyerap tenaga kerja dalam skala yang besar dikarenakan jumlah penduduk di Indonesia yang sangat banyak sehingga hal ini dapat mengurangi jumlah pengangguran. UMKM adalah sebuah usaha yang memiliki potensi untuk mengembangkan perekonomian Indonesia sehingga dalam pelaksanaannya dibutuhkan peran pemerintah untuk mengoptimalkan segala potensi yang ada.

Pembahasan

Pengertian dari pasar oligopoly ini sendiri adalah pasar dengan jumlah konsumen yang banyak sedangkan didalamnya hanya ada beberapa produsen. Sehingga bentuk persaingan antar produsen sangat ketat. Didalam pasar oligopoly ini biasanya menghasilkan produk atau jasa yang sama sehingga menimbulkan ketetapan persaingan. Semisal suatu perusahaan akan meningkatkan penjualannya dengan cara menurunkan harganya, maka akan banyak pembeli yang membeli di perusahaan tersebut. Sedangkan perusahaan lainnya akan kehilangan pangsa pasar. Untuk mempertahankan pembelinya maka perusahaan lain akan bereaksi untuk menurunkan harganya pula. Apabila perusahaan tersebut juga ingin menaikkan harga produknya, perusahaan lain pastinya juga akan menaikkan harga lebih sedikit dari perusahaan tersebut. Sehingga di dalam sistem pasar ini tidak ada satupun perusahaan yang dapat bertindak secara bebas. Karena keduanya sama-sama ingin mencari keuntungan sebanyak-banyaknya.

Didalam sistem pasar ini biasanya terdiri dari perusahaan-perusahaan besar karena mereka kerap kali mengeluarkan uang dengan jumlah yang besar untuk mengembangkan produknya. Mereka tidak segan-segan untuk merogoh kocek yang dalam demi inovasi terbaru untuk memuaskan para konsumen, tetapi bagi kebanyakan konsumen tidak terlalu mementingkan produk tersebut kecuali produk tersebut memiliki nilai guna yang tinggi dan tentunya harga sesuai dengan kualitas produk.

Tindakan-tindakan (dalam lingkup produsen yg sama) yang diambil oleh satu perusahaan pasti akan menimbulkan perhatian perusahaan lainnya. Contoh pasar oligopoli yang ada seperti perusahaan otomotif, perusahaan semen, perusahaan elektronik dan lain-lain. Perusahaan didalam pasar ini memiliki modal biaya yang besar sehingga dibutuhkan kerja sama yang baik, oleh karena itu tidak heran jika perusahaan tersebut merupakan kerjasama dari beberapa perusahaan. Kebanyakan perusahaan yang ada di Indonesia merupakan kerjasama dengan perusahaan asing. Didalam dunia bisnis perlu dilakukannya kerjasama antara beberapa pihak untuk melancarkan proses pemasaran, karena relasi di dunia nyata adalah yang utama. Jika beberapa perusahaan tersebut saling berkerjasama dan dapat

menentukan harga secara bersama sama maka akan dengan mudahnya untuk memaksimalkan laba yang didapat. Jika antara perusahaan melakukan persetujuan kerjasama secara sah dan sesuai hukum maka itu disebut kartel, tetapi apabila didalamnya dilakukan secara diam diam atau tanpa persetujuan bersama maka itu disebut kolusi. Kolusi adalah niat buruk yang dilakukan secara diam diam, kolusi ini biasanya terjadi karena adanya kesamaan niat pada pelaku produksi dengan menetapkan harga ataupun jumlah produksi barang untuk menyalahgunakan sistematisa pasar. Biasanya kerjasama kartel tidak berumur panjang dikarenakan banyak sekali kecurangan yang terjadi didalamnya dikarenakan mengetahui banyaknya laba yang didapat sehingga ada beberapa yang beniat untuk mengingkari kontrak awal kerjasama. Hal itu bisa terjadi dikarenakan perusahaan dapat menurunkan harga tanpa sepengetahuan anggota kartel lainnya, karena pada dasarnya bisnis adalah mencari keuntungan sebanyak banyaknya, sehingga sifat alami manusia adalah egois yang tanpa memikirkan keadaan atau kondisi yang lainnya. Dan juga hadirnya perusahaan perusahaan baru yang memasuki pasar yang dapat membuat bisnis kartel ini tidak dapat bertahan lama. Permasalahan dapat terjadi ketika produsen memiliki posisi yang lebih unggul, sehingga produsen dapat mengendalikan harga pasar. Meskipun didalam pasar oligopoly ini hanya terdapat sedikit produsen, namun jika mereka melakukan kerjasama dengan produsen lain untuk menurunkan produksi maka dapat dinilai bahwa didalamnya mengacu pada persaingan yang tidak sehat diantara para produsennya.

Pada umumnya sesuatu dapat disebut kartel dikarenakan memiliki karakteristik berikut :

1. Adanya persekongkolan dari pihak pelaku usaha
2. terdiri dari beberapa perusahaan yang sama sama memproduksi barang yang sejenis
3. Persetujuan bersama sangat diperlukan dengan maksud mengendalikan harga barang dagangan tertentu
4. jika para anggota kartel melakukan pelanggaran kesepakatan maka akan dikenakan sanksi atau ancaman
5. diberlakukan mekanisme kompensasi bagi para perusahaan yang telah melebihi target dari awal perjanjian, kompensasi yang diberikan dapat berupa uang, saham ataupun bentuk yang lainnya
6. melakukan tindakan dalam menetapkan harga ataupun menetapkan kuota produksi.

Pasar oligopoly biasanya terjadi karena 2 hal yaitu untuk membatasi persaingan diantara produsen, dan karena pasar oligopoly ini membutuhkan biaya yang sangat besar karena ditakutkan terjadi monopoli yang dapat mengendalikan harga pasar sehingga pemerintah membuat undang undang tentang larangan praktik monopoli yang tidak sehat.

Ada pula karakteristik dari pasar oligopoly meliputi :

1. Memiliki konsumen atau peminat produk yang banyak
2. Pasar oligopoli hanya memiliki beberapa produsen atau penjual. Dikarenakan susah nya produsen baru untuk dapat masuk ke jenis pasar ini
3. Produk yang dipasarkan serupa atau identic tetapi tentunya setiap perusahaan pasti berbeda untuk menyajikan produknya masing masing
4. Seringnya memasang iklan untuk meingkatkan pemasaran
5. Adanya saling ketergantungan antar perusahaan perusahaan didalamnya sehingga perusahaan tidak dapat bertindak secara bebas dalam menentukan harga produknya.
6. Harga yang ditetapkan cenderung memiliki kesamaan , atau selisih yang sedikit. Sehingga perusahaan menetapkan harga yang cenderung umum
7. Perusahaan baru akan lebih susah masuk di sstem pasar ini.

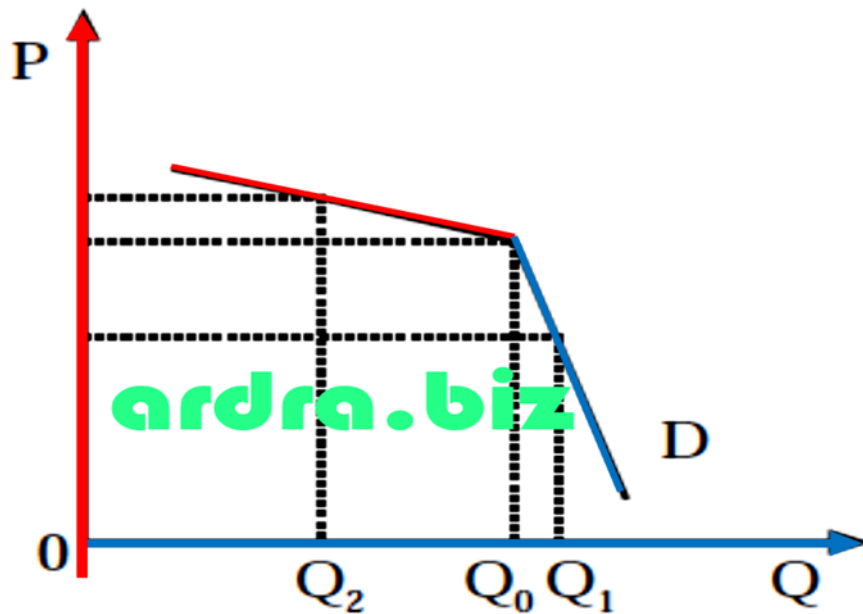
Kelebihan dari pasar oligopoli:

1. Perusahaan sering melkukan inovasi baru dalam pengembangan produknya dikarenaka terjadinya persaingan yang ketat antar perusahaan.
2. Harga yang diberikan bisa langsung diterima konsumen, karena terjadinya keketatan persaingan, sehingga produsen memiliki ketepatan pemasaran yang baik.
3. Kegiatan produksi pada pasar ini menjadikan lebih aktif karena untuk memuaskan permintaan dari konsumen
4. Produk yang dihasilkan pastinya lebih berkuailtas dan terjaminnya perizinan pemasaran dari pemerintah, karena mereka adalah perusahaan yang besar pastinya juga memerhatikan pasar,
5. Persaingan yang terjadi diantara produsen dapat menguntungkan bagi para konsumen, karena itu konsumen dapat memilah milah sikiranya produk yang tepat untuk dibeli.

Disamping itu pasar oligopoli juga memiliki kekurangan yaitu :

1. Perusahaan baru akan lebih susah masuk di system pasar ini dan sulit berkembang.
2. Perusahaan yang sudah lama beroperasi akan mudah mengetahui sistematika pasar yang akan dituju, sehingga perusahaan baru akan lebih susah untuk menyaingi mereka
3. Karena perusahaan yang sudah lama terjun kemungkinan besar mendapatkan pelanggan yang tetap sehingga akan susah untuk berpaling ke merk dagang lainnya
4. Seringnya terjadi perang harga antar produsen untuk menarik perhatian konsumen.
5. Karena perusahaan perusahaan ini sudah memiliki hak paten, sehingga membuat kesulitan untuk perusahaan lain. Sehingga ketika ada yang menyalahgunakan hak paten ini akan mendapat ancaman hukuman
6. Sering terjadinya monopoli dagang yang dapat merugikan konsumen
7. Membutuhkan modal yang besar sehingga dapat menimbulkan pemborosan produksi

Kurva oligopoly



3

Kurva tersebut menunjukkan bahwa kurva permintaan pada pasar oligopoly berbentuk kurva patah kedalam . yang menunjukkan bahwa sifat pasar oligopoly dalam persaingan untuk memperebutkan konsumen. suatu perusahaan akan meningkatkan penjualannya dengan cara menurunkan harganya, maka akan banyak pembeli yang membeli di perusahaan tersebut Sedangkan perusahaan lainnya akan kehilangan pangsa pasar. Untuk mempertahankan pembelinya maka perusahaan lain akan bereaksi untuk menurunkan harganya pula. Apabila perusahaan tersebut juga ingin menaikkan harga produknya, perusahaan lain pastinya juga akan menaikkan harga lebih sedikit dari perusahaan tersebut. sehingga kurva permintaan berbentuk elastis dibagian atas.

Umsida merupakan usaha mikro, kecil, dan menengah yang dimiliki oleh perorangan. Usaha ini cenderung memerlukan bantuan dari pemerintah agar semakin berkembang, karena dimiliki oleh perorangan itulah yang membuat banyak kendala darisegi modal dan pemasaran. Tetap umkm lah yang merupakan factor penting untuk memajukan perkonomian Negara, dari situlah banyaknya masyarakat yang dapat perkerjaan sehingga dapat mengurangi jumlah pengangguran. Contoh umkm yang terkenal disidoarjo adalah tas yang terkenal di tanggulangun dan kerupuk udang. Meskipun banyaknya penjual yang menjual dengan produk yang sama, tetapi produk tersebut tetap laku dipasaran. Bahkan terkenal

³ https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fardra.biz%2Ftag%2Fkurva-permintaan-pasar-oligopoly%2F&psig=AOvVaw0emUEHF5s60RSVmOP2rObk&ust=1585722818649000&source=images&cd=vfe&ved=0CAIQjRxqFwoTCPjnm_yLxOgCFQAAAAAdAAAAABAD

hingga keluar kota dan mancanegara. Tetapi disitulah umkm harus berusaha bersaing dengan perusahaan besar. Meskipun produk dari umkm tidak kalah dengan produk yang dikeluarkan oleh perusahaan besar, tetapi masih saja kurangnya pengetahuan tentang pemasaran yang membuat produk ini susah untuk mendapatkan pelanggan tetap. Biasanya pun ada produsen umkm tidak tau target pemasarannya, mereka menjual dengan harga yang jauh lebih tinggi dari perusahaan besar.

Banyak sekali tantangan yang dihadapi oleh umkm ini, sehingga banyak yang merugi atau usaha putus ditengah jalan. Oleh karena itu Umkm perlu meninjau tujuan pasar dan memiliki strategi pasar yang baik agar dapat diterima oleh konsumen. Pelaku usaha juga turut ikut mengikuti seminar seminar tentang bisnis agar dapat menambah pengetahuan target pasar. Dengan begitu umkm dapat mampu bersaing di pasar bebas. Sehingga umkm berkembang dan dapat mandiri. Inilah yang diupayakan oleh pemerintah dengan melakukan berbagai cara untuk membatu bisnis umkm ini. Pemerintah memberikan bimbingan dan bantuan fasilitas untuk memajukan bisnis umkm . Dengan membantu permodalan umkm dapat menurangi beban yang ditanggung oleh setiap pelaku usaha. Dengan begitu umkm dapat berkembang

Hambatan hambatan dalam mengembangkan bisnis umkm adalah dari segi sumber daya manusianya, mereka cenderung tidak memiliki ketrampilan dalam berwirausaha, tidak pandai dalam membuat hal hal yang baru. Karena aspek pasar saat ini adalah menurut keeksian suatu barang semisal , ada suatu produsen yang baru memperkenalkan bubble tea dan itu menjadi minuman trend saat ini, adapun bisnis yang sangat meroket dipasaran yaitu banyaknya kafe kafe dengan produk yang hamper sama seperti janji jiwa, lain hati, dan lain lain. Kemunculan banyaknya kafe yang membuat semakin banyaknya orang untuk meniru bisnis tersebut, sehingga muncullah banyak produsen dengan menjual produk yang sama tanpa memerhatikan kualitas barang yang dijual. Sehingga konsumen akan merasa mudah bosan. Sehingga banyaknya persaingan yang ditimbulkan berdampak pada usaha tersebut akan mudah mati dipasaran, kecuali usaha tersebut dapat menjaga kualitas produknya dan mengembangkan hal hal baru. Oleh Karenna itu dibutuhkannya inovasi inovasi baru yang belum pernah ada sebelumnya untuk memuaskan para konsumen. Dibutuhkannya strategi pemasaran yang baik dan keikutsertaan pemerintah dalam memajukan usha mikro kecil menengah.

Terjadinya persaingan antara pasar oligopoli terhadap bisnis umkm membuat beberapa dampak bagi para pengusaha umkm, karena oligopoly terdiri dari beberapa perusahaan yang besar dan mengembangkannya membutuhkan modal atau biaya yang besar pula. Apalagi pemerintah lebih berpihak terhadap perusahaan besar dibandingkan para pebisnis kecil. Dipunya aksi suap menyuap yang membuat seolah olah pemerintah berada didalam kendali pengusaha kaya, oleh karenanya hukum di Indonesia mudah dibeli. Umkm cenderung susah maju karena banyaknya factor.

Biasanya masyarakat cenderung memilih atau lebih percaya terhadap bisnis umkm karena menilai produk yang dihasilkan lebih baik ketimbang produk buatan umkm. Tidak memungkiri benar adanya atas pernyataan tersebut, karena banyak sekali produsen umkm

yang tidak memiliki perijinan dari pemerintah dan memiliki kualitas yang tidak baik. Karena untuk membuat usaha umkm tidak memerlukan biaya yang besar seperti pada pasar oligopoly. Usaha umkm sangat sulit untuk membuat perijinan dengan pemerintah. Namun demikian keberadaan umkm sangat bermanfaat dalam pendistribusian pendapatan bagi masyarakat, umkm mampu menyerap tenaga kerja dalam skala yang besar dikarenakan jumlah penduduk di Indonesia yang sangat banyak sehingga hal ini dapat mengurangi jumlah pengangguran. Umkm adalah sebuah usaha yang memiliki potensi untuk mengembangkan perekonomian Indonesia sehingga dalam pelaksanaannya dibutuhkan peran pemerintah untuk mengoptimalkan segala potensi yang ada demi memajukan kesejahteraan perekonomian Indonesia. Dengan begitu akan pemerintah ikut mengurangi beban dari umkm, karena sebagian besar pengusaha umkm adalah rakyat kecil. Campur tangan dari pemerintah dalam pengembangan umkm akan juga dapat menguntungkan negara, karena sangat banyaknya jumlah para pelaku usaha umkm ini, bayangkan jika setiap usaha dapat berjalan dengan baik pasti akan membuat Negara dapat meningkatkan ekonominya.

Kendala kendala apa saja yang dihadapi dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

1. Harga bahan baku semakin meningkat

Semakin berkembangnya jaman maka akan semakin meningkat pula harga BBM yang mempengaruhi pasar, ketika harga BBM naik, maka harga bahan baku juga naik dan akan berdampak pada harga penjualan. Ini yang menjadi kendala ketika berbisnis umkm. ketika harga penjualan naik, konsumen juga pasti merasakannya, padahal sebelumnya permintaan pasar cukup banyak tetapi sekarang hanya sedikit karena dampak dari kenaikan harga bahan baku. Apalagi jika ada bahan baku yang didapat adalah bahan baku musiman sehingga itu akan pasti memengaruhi penjualan.

2. Sumber daya manusia yang belum memadai

Sumber daya manusia adalah faktor utama atau aspek terpenting dalam melakukan usaha. Ketika memperkerjakan orang, mereka harus memiliki kemampuan dibidang yang dibutuhkan oleh perusahaan, sedangkan di jaman sekarang jarang ada yang memiliki kreativitas dan kualitas yang baik. Karena mayoritas keterampilan itu diturunkan dari generasi sebelumnya. Karena umkm biasanya terdiri dari rakyat kecil atau daerah-daerah pelosok sehingga sulitnya akses untuk mengenyam pendidikan. Karena itu pemerintah haruslah meratakan pendidikan sampai ke daerah pelosok sekalipun agar dapat menciptakan generasi yang lebih baik lagi.

3. Memiliki permasalahan pada aspek permodalan

Karena pada umkm ini untuk permodalannya berasal dari modal pribadi, itulah yang membuat mereka kesulitan untuk mengembangkan produk jual. Strategi pemasaran yang kurang tepat, sehingga para pelaku usaha cenderung melakukan hal yang merugikan usahanya karena keputusan yang tidak memperhatikan harga yang diinginkan konsumen. Sehingga diperlukannya peran pemerintah untuk menangani permasalahan ini dengan membantu permodalan mereka mungkin dengan cara membuat koperasi-koperasi yang telah berkerja sama dengan BUMN dengan bunga pinjaman yang sedikit. Sehingga para penjual akan tetap terus berinovasi dalam mengembangkan produknya.

4. Menyusun strategi pemasaran

Pengusaha umkm belum mampu menyusun strategi pemasaran yang baik, mereka belum mampu menilai selera yang diinginkan oleh konsumen sehingga ketidaktepatan target pasar dan pengelolaan keuangan yang cenderung ceroboh untuk memperhatikan aspek kedepannya.

Hal hal yang dapat memengaruhi kemajuan umkm

1. Adanya kemudahan dalam aspek permodalan umkm

Salah satu yang menjadi permasalahan pada umkm adalah biaya permodalan, umkm mengalami kendala pada administrasi untuk menambah modal pada pihak bank, sehingga umkm sering bermasalah dengan renteneir atau tidak bankable (Renny Oktafia,2017)

Usaha mikro, kecil, dan menengah ini pada umumnya modal berasal dari dana pribadi, sehingga untuk tetap menjalankan bisnisnya harus meminjam pada bank, itulah mengapa yang membuat mereka terus terkait dengan renteneir, karena kurangnya akses permodalan bagi mereka

2. Menyediakan pelatihan dan pembinaan

Kendala pada umkm salah satunya adalah keterbatasan sumber daya manusia, biasanya mereka kurang memahami ilmu untuk berbisnis dan memiliki kemampuan yang terbatas. Hal itulah yang membuat bisnis umkm susah untuk berkembang, apalagi mereka tidak tau menau tentang teknologi dan itu yang membuat umkm sulit untuk meningkatkan daya saing di pasaran. Oleh karena itu untuk mendapatkan sumber daya manusia yang baik pemerintah harus menyediakan tempat pelatihan khusus untuk memenuhi tujuan bersama. Dengan adanya tempat pelatihan diharapkan untuk memotivasi dan mendorong masyarakat untuk mengembangkan kemampuan dan kreativitas yang dimiliki sehingga ilmu tersebut dapat menjadi bekal mereka untuk membuka usahanya sendiri.

3. Meningkatkan pemasaran produk untuk memperluas pemasaran

Meningkatkan pemasaran produk sangat penting untuk memperluas jaringan pemasaran. Biasanya pemerintah daerah turut ikut serta dalam membantu para pebisnis umkm dengan menyediakan beberapa tempat pameran atau festival. Pada saat ini dengan adanya kecanggihan teknologi dapat memperluas pemasaran dengan menggunakan system belanja online. Karena dengan itu mereka dapat dikenal luas hingga sampai ke luar negeri. Karena terjadi banyak kendala mengenai teknologi, maka pemerintah juga memberikan pelatihan khusus dalam bidang teknologi.

4. Sarana dan prasarana yang memadai

Pemerintah menyediakan sarana dan prasarana yang cukup dengan memberikan booth atau tempat gratis kepada para pelaku umkm sebagai bentuk pelatihan usaha. Pemerintah daerah biasanya menyediakan tempat seperti pameran dan bazar yang ada disuatu

festival. Pemerintah juga menyediakan sarana untuk konsultasi, sehingga masyarakat yang memiliki permasalahan dalam usahanya dapat berkonsultasi disana.⁴

Pengaruh dari pasar oligopoly terhadap perekonomian UMKM

Pasar Oligopoli umumnya terdiri dari beberapa perusahaan yang besar, sedangkan UMKM merupakan usaha kecil mikro dan menengah. Terjadinya persaingan yang ketat antara pasar oligopoli dan umkm. Tapi yang paling merasakan impectnya adalah umkm dikarenakan masyarakat lebih percaya terhadap perusahaan perusahaan besar dibanding umkm karena dilihat juga dari perijinan pemerintah. Kualitas produk yang dihasilkan oleh perusahaan besar juga lebih baik tetapi tidak memungkirinya pula apabila kualitas produk yang dihasilkan oleh umkm lebih baik pula. Disamping itu pula perusahaan besar memiliki sumber daya yang juga memadai.

Perbedaan antara pasar oligopoli dengan UMKM

1. Pasar oligopoli membutuhkan modal biaya yang sangat besar untuk perkembangannya sedangkan UMKM tidak memerlukan biaya yang terlalu besar, tetapi dikarenakan para pelaku usaha umkm adalah rakyat kecil maka mereka cenderung kesulitan untuk dalam biaya permodalan
2. Pasar oligopoli berani mengiklankan produknya dimana mana sedangkan umkm memiliki keterbatasan biaya untuk mengiklankannya dan tidak tau menau akan teknologi sehingga mereka cenderung susah untuk memahami
3. Pasar oligopoli sudah pasti memiliki perizinan dengan pemerintahan sedangkan umkm ada beberapa yang belum memiliki perizinan dengan pemerintahan, dikarena perizinan sangatlah susah dan harus sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh pemerintah.
4. Sumber daya manusia yang berada pada pasar oligopoli memiliki kuliatas yang lebih baik ketimbang sdm pada umkm yang memiliki ilmu dalam berbisnis yang terbatas, banyaknya pelaku umkm ini daerah daerah terpencil sehingga kurangnya akses pendidikan.
5. Pasar oligopoli cenderung lebih kreatif dibandingkan dengan umkm
6. Laba yang diperoleh lebih banyak pada perusahaan- perusahaan oligopoly , karena perusahaan oligopoly adalah perusahaan yang besar dibutuhkan modal yang besar sehingga keuntungannya juga pasti lebih besar
7. Masyarakat lebih percaya terhadap kualitas produk pada perusahaan oligopoli karena telah memiliki perizinan yang terpercaya dibandingkan dengan umkm karena banyak sekali khusus umkm yang memalsukan izin pemasaran dikarenakan produknya tidak memenuhi standar kualitas yang ditetapkan. Oleh karena itulah yang menimbulkan kecurangan kecurangan para usaham umkm untuk memalsukan perijinan, karena pelmasuan perijinan dapat merugikan para konsumen
8. Harga produk dari pasar oligopol cenderung lebih mahal dibandingkan dengan umkm Produk yang dihasilkan dari pasar oligopoli memiliki kualitas yang baik dan terjamin tetapi tidak memungkirinya juga hasil produk umkm juga memiliki kualitas yang baik pula.

⁴ Feni Dwi Anggraeni, Imam Hardjanto Jurnal Administrasi Publik (JAP), Vol. 1, No. 6, Hal. 1286-1295

Tetapi ada juga beberapa produsen yang menaikkan harga hanya untuk serta merta untuk mendapatkan keuntungan tanpa mengetahui keadaan pasar seperti apa.

Mengapa sekarang umkm harus menggunakan kecanggihan ekonomi. Dengan pemasaran melalui online, penjualan akan semakin lebih menguntungkan. Karena melalui pasar online, kita bisa menjangkau seluruh kalangan hingga mencapai luar negeri. Peluang yang didapat umkm dalam bisnis online pun sangat besar, jumlah keuntungan meningkat pesat dikarenakan penyeberannya dengan cara konsumen melihat promosi yang dipajang. Dengan online, Konsumen dapat dengan mudah menemukan produk yang diinginkan melewati aplikasi belanja online yang didapat dan bisa langsung membeli barang tanpa harus keluar rumah. Strategi pemasaran online ini juga akan meningkatkan nama perusahaan. Dengan online juga akan lebih menguntungkan bagi para pebisnis umkm yang tidak memiliki lahan toko untuk berjualan dan mereka bisa lebih mudah untuk mengatur waktu berbisnis. Ketika kita juga memiliki produk dengan kualitas yang baik dan dengan harga yang terjangkau maka kita akan lebih mudah untuk mendapatkan pelanggan, sehingga mereka bisa kembali lagi untuk membeli produk kita. Oleh karena itu diperlukan strategi bisnis yang baik agar perkembangan bisnis umkm ini semakin meningkat. Dan umkm perlu mengembangkan ide-ide baru agar dapat menarik konsumen. Semakin maraknya produk yang sama yang dijual dipasaran akan semakin mematakannya usaha tersebut. Melalui inovasi baru akan menarik perhatian para konsumennya.

Akhir – akhir ini terjadinya pandemik virus korona yang mengakibatkan perekonomian di Indonesia tidak berjalan dengan baik. Sudah ribuan khusus dan ratusan orang meninggal membuat semakin resahnya masyarakat Indonesia, awalnya masyarakat dan pemerintah menganggap remeh virus ini, apalagi Negara Indonesia adalah Negara dengan penduduk yang banyak sehingga penyebarannya sangatlah cepat. Kita harus berkaca dari pengalaman buruk Negara Italia yang sudah merenggut ribuan korban jiwa. Apalagi banyak terjadinya pelanggaran dan kecurangan terhadap pasar. Terutama saat ini sangat membutuhkan apd kesehatan untuk mengatasi virus corona ini. Banyak sekali kecurangan kecurangan dan monopoli pasar hingga menaikkan harga alat-alat kesehatan yang tidak masuk akal. Sehingga praktek dari pasar oligopoly semakin luas karena kebutuhan masyarakat yang sangat banyak tetapi produsennya sedikit. Perusahaan perusahaan di bidang kesehatan telah menjual dengan harga normal tetapi para distributorlah yang bertindak curang sehingga terjadinya kolusi, ada juga banyak konsumen yang menimbun beberapa apd kesehatan. Apalagi saat ini harus melakukan physical distancing yang mempengaruhi ekonomi rakyat kecil. Banyak beberapa penjual yang menjual harga masker atau hand sanitizer lebih mahal 10 kali lipat dibandingkan biasanya. Kepanikan inilah yang membuat semakin parahnya penanganan virus corona. Maka pemerintah harus segera menangani permasalahan ini, dan jika dibiarkan maka perekonomian di Indonesia juga akan merosot dibuktikan dengan harga nilai dollar yang semakin hari semakin naik. Masyarakat juga harus berkerjasama dengan pemerintah dan mengikuti saran dari pemerintah agar tidak semakin merembaknya khusus ini. Pemerintah juga berencana untuk mengurangi bagi para pengusaha umkm dengan menunda pembayaran kredit selama satu tahun.

Keadaan tersebut membuat bisnis bisnis umkm semakin hari kian merosot penjulannya. Tidak hanya umkm saja tetapi juga memengaruhi perusahaan perusahaan besar, yang mengakibatkan banyaknya pengangguran. Terjadinya kesenjangan ekonomi membuat rakyat kecil tidak dapat memenuhi kebutuhan hidup, sedangkan kian hari harga sembako kian meningkat. Oleh karena itu para pelaku usaha dapat dengan menjalankan bisnis dirumah dengan melalui pemasaran online. Dengan kita berbisnis melalui rumah kita juga akan mengurangi pengeluaran yang tidak terduga. Kita juga dapat bebas leluasa untuk mengatur jam jam usaha.

Banyaknya kecurangan yang terjadi yang mengakibatkan kerugian bagi para produsen lain dan konsumen, adanya permainan harga dan campur tangan dari pemerintah untuk melindungi perusahaan yang berbuat curang. Perusahaan tersebut akan menghalalkan segala cara untuk mendapatkan keuntungan yang banyak, mereka tidak peduli atas kerugian yang dtimpa oleh konsumen. Pemerintah mampu untuk disuap oleh perusaha nakal agar tetap diam, itulah yang mebuat Negara kita tidak maju maju. Oleh karena itu peran pemerintah sangatlah penting untuk melindungi hak hak konsumen agar terhidar dari penyalahgunaan atau kecurangan yang dapat merugikan pihak konsumen. Dan pemerintah juga harus memperkuat hukum dan akan terus berpihak kepada kebenaran.



PENUTUP

Kesimpulan

Pasar oligopoli memberikan dampak bagi pebisnis umkm maupun terhadap konsumen seperti para produsen baru akan lebih susah untuk masuk kedalam pasar ini dikarenakan system pasar ini biasanya terdiri dari perusahaan perusahaan besar karena mereka kerap kali mengeluarkan uang dengan jumlah yang besar untuk mengembangkan produknya. Mereka tidak segan segan untuk merogoh kocek yang dalam demi inovasi terbaru untuk memuaskan para konsumen. Didalam pasar oligopoly ini biasanya menghasilkan produk atau jasa yang sama sehingga menimbulkan keketatan persaingan. Semisal suatu perusahaan akan meningkatkan penjualannya dengan cara menurunkan harganya, maka akan banyak pembeli yang membeli di perusahaan tersebut Sedangkan perusahaan lainnya akan kehilangan pangsa pasar. Untuk mempertahankan pembelinya maka perusahaan lain akan bereaksi untuk menurunkan harganya pula. Apabila perusahaan tersebut juga ingin menaikkan harga produknya, perusahaan lain pastinya juga akan menaikkan harga lebih sedikit dari perusahaan tersebut. sehingga di dalam sistem pasar ini tidak ada satupun perusahaan yang dapat bertindak secara bebas. Karena keduanya sama sama ingin mencari keuntungan sebanyak-banyaknya. Terjadinya persaingan ketat antara bisnis oligopoly dengan Umkm. masyarakat cenderung memilih atau lebih percaya terhadap bisnis umkm karena menilai produk yang dihasilkan lebih baik ketimbang produk buatan umkm. Tidak memungkiri benar adanya atas pernyataan tersebut, karena banyak sekali produsen umkm yang tidak memiliki perijinan dari pemerintah dan memiliki kualitas yang tidak baik. Karena untuk membuat usaha umkm tidak memerlukan biaya yang besar seperti pada pasar oligopoli. Banyak sekali hal hal mengapa masyarakat lebih memilih pasar oligopoli dibandingkan dengan UMKM, seperti dilihat dari kualitas produknya, terjaminnya keamanan dan perizinan pemasaran. Pemerintah juga ikut serta untuk memajukan bisnis umkm dengan memberikan pelatihan pelatihan khusus, menyediakan tempat pemasaran sehingga para pelaku usaha umkm masih dapat mengembangkan bisnisnya. Karena dari umkm lah beberapa masyarakat dapat memenuhi kebutuhan ekonomi dan memperoleh pekerjaan. Oleh karena itu pemerintah juga telah menyediakan beberapa fasilitas sarana dan prasarana dan memberikan pelatihan pelatihan khusus terhadap masyarakat agar dapat meningkatkan kualitas dari umkm itu sendiri, dan untuk menghindari kecurangan atau monopoli peran pemerintah sangatlah penting untuk melindungi hak hak konsumen agar terhidar dari penyalahgunaan atau kecurangan yang dapat merugikan pihak konsumen maupun negara.

Saran

Kita sebagai konsumen juga harus turut ikut serta untuk mengawasi jalannya perekonomian, pemerintah juga harus meningkatkan UMKM yang ada di Indonesia agar lebih maju lagi, dengan menyediakan banyaknya pelatihan bagi para warga, meningkatkan pendidikan di daerah-daerah terpencil, membantu perizinan para usaha UMKM, membantu permodalan dengan menyediakan koperasi-koperasi dengan biaya yang tidak membebankan, dan menyediakan sarana-prasarana bagi para pengusaha UMKM. Yang paling penting adalah memperbaiki kualitas sumber daya manusia sehingga berhasil untuk membuat inovasi-inovasi baru. Dengan begitu semakin berkurangnya tingkat pengangguran, sehingga perekonomian Negara menjadi lebih maju. UMKM juga harus mengembangkan pemasaran melalui social media agar dapat memperoleh keuntungan dan bisnis dapat berkembang. Pemerintah juga harus mengawasi jalannya perekonomian di Indonesia, sehingga tidak ada satu produsen pun yang berani untuk bertindak curang. Banyaknya kecurangan yang terjadi yang mengakibatkan kerugian bagi para produsen lain dan konsumen, adanya permainan harga dan campur tangan dari pemerintah untuk melindungi perusahaan yang berbuat curang. Perusahaan tersebut akan menghalalkan segala cara untuk mendapatkan keuntungan yang banyak. Pemerintah mampu untuk disuap oleh perusahaan nakal agar tetap diam, itulah yang membuat Negara kita tidak maju-maju. Oleh karena itu peran pemerintah sangatlah penting untuk melindungi hak-hak konsumen agar terhindar dari penyalahgunaan atau kecurangan yang dapat merugikan pihak konsumen. Dan pemerintah juga harus memperkuat hukum dan akan terus berpihak kepada kebenaran. Dan saran saya untuk konsumen, agar tetap membantu usaha UMKM agar tetap lancar di musim penyakit seperti ini dengan cara melakukan pembelian secara online. Dengan kita membantu sesama maka kita juga ikut berkontribusi untuk mengurangi dampak yang ditimbulkan oleh kasus ini. Sehingga perekonomian di Indonesia tidak semakin terpuruk dan perlahan-lahan akan berhasil membaik.

DARI SINI PENCERAHAN BERSEMI

Daftar Pustaka

- Arsyad, lincoln. 2008. ekonomi mikro terapan untuk manajemen bisnis. Yogyakarta: BPFE
- Fahmi Andi Lubis. dkk. 2009. Hukum Persaingan Usaha Antara teks & Konteks. Jakarta: KPPU.
- Boediono. 1982. Ekonomi Mikro. Yogyakarta: BPFE-UGM
- Hafsah, M. Jafar. (2004) Upaya Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah (UKM). Diakses pada tanggal 29 maret 2020 pukul 22.15 WIB dari www.smeccda.com
- Oktafia, Renny. (2017) Percepatan pertumbuhan usaha kecil mikro dan menengah . Diakses pada tanggal 26 maret 2020 pukul 22.15 WIB dari <https://scholar.google.co.id/citations?user=GttFzKYAAAAAJ&hl=id>
- marina, anna dan fatihudin, didin . PASAR OLIGOPOLI DI INDONESIA (Kasus Trading Term dan Dominansi Carrefour pada Pasar Ritel Modern di Indonesia) diakses pada 28 maret 2020 dari <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/balance/article/download/695/514>
- Rizki Tri Anugrah Bhakti, Analisis Yuridis Dampak Terjadinya Pasar OLIGOPOLI Bagi Persaingan Usaha Maupun Konsumen Vol 3. No. 2 diakses pada 28 maret 2020 dari https://www.researchgate.net/publication/331796037_ANALISIS_YURIDIS_DAMPAK_TERJADINYA_PASAR_OLIGOPOLI_BAGI_PERSAINGAN_USAHA_MAUPUN_KONSUMEN_DI_INDONESIA
- Feni Dwi Anggraeni, Imam Hardjanto, Ainal Hayat Jurnal Administrasi Publik (JAP), Vol. 1, No. 6, Hal. 1286-1295 dari <https://media.neliti.com/media/publications/75851-ID-pengembangan-usaha-mikro-kecil-dan-menemen.pdf>
- www.id.wikipedia.org
- https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fardra.biz%2Ftag%2Fkurva-permintaan-pasar-oligopoly%2F&psig=AOvVaw0emUEHFSs60RSVmOP2rObk&ust=1585722818649000&source=images&cd=vfe&ved=0CAIQjRxqFwoTCPjnm_yLxOgCFQAAAAAdAAAAABAD