

STRUKTUR PASAR PERSAINGAN SEMPURNA

Oleh:

Naufal Rizky

191020700112

Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

E-mail: naufalrisky567@gmail.com

ABSTRAK

Pasar adalah tempat yang penting dalam kegiatan ekonomi. Pasar adalah suatu tempat dimana berbagai prosedur, infrastruktur tempat usaha menjual produk, social community, jasa, dan tenaga kerja bagi orang-orang yang melakukan transaksi dengan menggunakan alat pembayaran yang sah seperti uang. Struktur pasar persaingan sempurna adalah struktur yang di anggap paling bagus karena, merupakan sistem pasar ini menjamin terciptanya kegiatan transaksi ekonomi dalam memproduksi barang dan jasa dengan efisiensi yang tinggi di banding dengan struktur pasar yang lain, seperti pasar persaingan monopoli. karena bersifat menguntungkan bagi pembeli dan penjual, seringkali para pakar ekonom menghendaki terwujudnya pasar persaingan sempurna. Pola transaksi dalam kehidupan sehari-hari. Pasar persaingan sempurna merupakan dimana jumlah pembeli dan penjual sangat banyak dan produk yang di jajakan atau ditawarkan juga seragam atau hampir sama, karena barang yang di tawarkan mirip, serta penjualnya yang banyak maka barang-barang yang di jual itu barang yang paling di cari oleh masyarakat atau konsumen seperti sembako, sayur mayur, buah-buahan, alat-alat kebutuhan dapur dan berbagai produk lainnya. Karena di pasar persaingan sempurna ini barang yang di jual serupa maka para pembeli bisa membeli suatu produk dengan harga yang lebih murah dibandingkan dengan membeli di luar pasar tersebut.

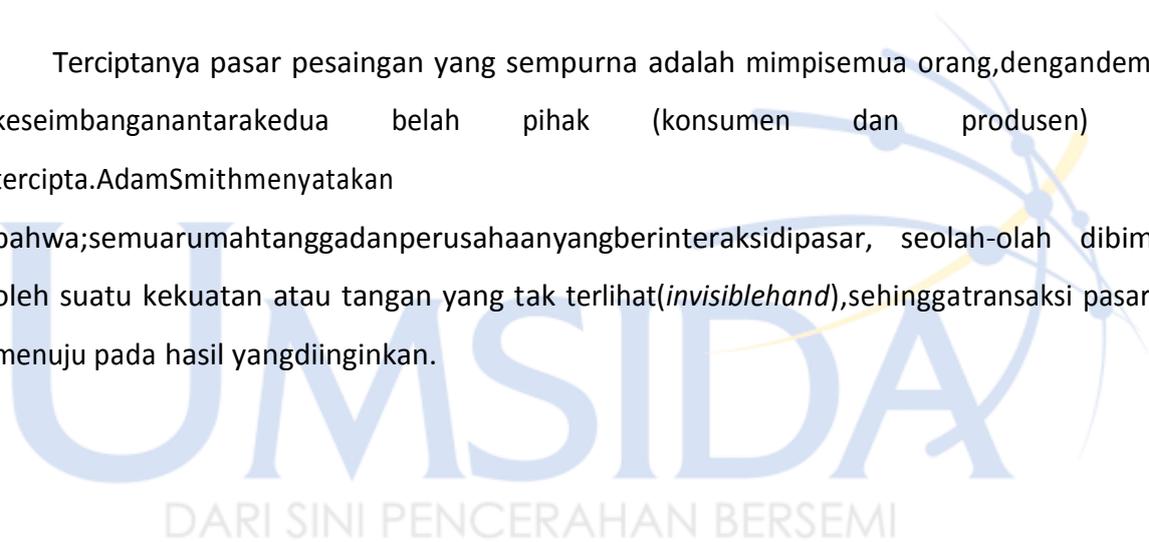
PENDAHULUAN

Pasar adalah sekumpulan orang yang berada di tempat dimana pembeli maupun penjual melakukan transaksi jual beli barang dan jasa. Menurut ilmu ekonomi, pasar merupakan

kegiatannya bukan tempatnya. Ciri khas pasar adalah adanya kegiatan transaksi atau. Para pembeli datang ke pasar untuk berbelanja dengan uang untuk membayar harganya. Pasar merupakan sekumpulan orang yang mempunyai hasrat dalam berbelanja serta merasa puas akan hal itu, dan ada keinginan untuk membeli sebuah produk. Jadi, dalam arti tersebut memiliki beberapa segi sisi yang bisa membuat terbentuknya pasar, yakni: keinginan, daya beli, dan tingkah seseorang dalam melakukan transaksi.

Terciptanya pasar persaingan yang sempurna adalah mimpi semua orang, dengan demikian keseimbangan antara kedua belah pihak (konsumen dan produsen) akan tercipta. Adam Smith menyatakan

bahwa; semua rumah tangga dan perusahaan yang berinteraksi di pasar, seolah-olah dibimbing oleh suatu kekuatan atau tangan yang tak terlihat (*invisible hand*), sehingga transaksi pasar bisa menuju pada hasil yang diinginkan.



Rumusan masalah

Ada beberapa hal yang melatar belakangi pentingnya masalah tentang apa itu pasar persaingan sempurna, apa saja fungsi pasar persaingan sempurna, dan apa karakteristik pasar persaingan sempurna yang membedakannya dengan jenis pasar lainnya. Upaya dalam mengetahui inflasi dari segi konsumen menjadi sangat penting, karena harga yang diterima oleh konsumen sangat terikat oleh harga yang di berikan dari produsen dan pengusaha. Penentuan harga suatu produk oleh produsen dan pengusaha di pengaruhi oleh lonjakan pasar. Selain itu harga di tingkat konsumen juga di pengaruhi oleh pola distribusi suatu produk. Apabila pola distribusi kacau akan sangat berdampak pada ketersediaan atau kelangkaan suatu produk yang akan berdampak pada harga suatu barang atau produk. Upaya dalam pengendalian harga suatu produk pada suatu daerah akan sangat di perlukan. Dengan cara identifikasi terhadap pola produsen, pedagang yang besar, dan pedagang tingkat kecil.



PEMBAHASAN

Pengertian Struktur Pasar

Pasar ialah merupakan tempat dimana terjadi proses transaksi antara konsumen dan produsen, maka dengan begitu dapat menentukan harga yang seimbang

Sehingga, apabila konsumen dan produsen bertemu, sehingga akan tercipta harga yang di tentukan oleh konsumen dan produsen.

Pasar memiliki bebrapa jenis:

- a. Dari jenis fisiknya, pasar bisa dikategorikan jadi beberapa jenis, antara lain:
 - 1) Pasar Tradisional
 - 2) Pasar/pekan Raya
 - 3) Pasar Abstrak
 - 4) Pasar Konkrit
 - 5) Swalayan
 - 6) toserba
- b. Sedangkan dari segi barang yang dijual, pasar dibedakan jadi beberapa macam antara lain:
 - 1) Pasar yang menjual ikan
 - 2) Pasar yang menjual sayur
 - 3) Pasar yang menjual buah
 - 4) Pasar yang menjual barang-barang elektronik
 - 5) Pasar yang menjual berbagai perhiasan
 - 6) Pasar yang menjual bahan material
 - 7) Pasar saham

Struktur Pasar memiliki definisi, produsen memiliki berbagai bentuk pasar mengacu pada faktor-faktor barang yang di produksi.

Dari analisa, ekonomi struktur pasar di bedakan menjadi 4 jenis yaitu : pasar persaingan sempurna, pasar monopoli, pasar monopolistis dan, pasar oligopoli

Dalam perekonomian, suatu negara, masyarakat, serta individu senantiasa jadi perundingan. pasar kapitalisme menjalankan peran yang penting, kapitalis berarti bebas dalam menyelesaikan masalah perekonomian, dari produksi, konsumsi hingga distribusi. Konsep *laissez faire* (biarkan kami bebas), pasar tidak boleh diganggu oleh siapapun, meskipun itu pemerintahan. *invisible hand*-nya, akan mengatur segala masalah perekonomian dengan baik.

Sistem sosialisme bermakna berkebalikan, yaitu peran dari pasar tidak ada. Pemerintahan harus mendominasi semua segi ekonomi untuk mewujudkan keadilan, agar mereka menikmati hasil jerih payah mereka.

Pentingnya Struktur Pasar

Struktur pasar sangatlah penting, karena terkait dengan harga yang akan diterima oleh pembeli. Struktur pasar juga akan berpengaruh pada tingkat efisiensi, jadi semakin banyak jumlah pelaku dalam pasar, maka tingkat persaingan akan semakin tinggi.

Pasar ialah di mana konsumen dan produsen melakukan transaksi jual beli, konsumen berperan sebagai golongan yang menentukan suatu kebutuhan akan berbagai macam produk, sedangkan produsen berperan sebagai golongan yang menyediakan atau menawarkan produk yang menjadi permintaan konsumen. Transaksi yang ada di pasar umumnya hanya di lakukan oleh pembeli dan penjual, mereka (pembeli dan penjual) berperan besar sebagai penentu nilai jual sebuah produk.

Mekanisme pasar ialah suatu sistem yang menyeimbangkan permasalahan yang terjadi dalam perekonomian suatu pasar. Mekanisme pasar biasanya menyesuaikan suatu permintaan (demand) dan suatu penawaran (supply), sehingga para produsen dapat melakukan yang terbaik dalam memenuhi kebutuhan. Mekanisme pasar di jalankan dengan bebas sehingga dapat terjadi pemerataan.

Arti Pasar Persaingan Sempurna

Pasar persaingan sempurna ialah suatu pasar di mana jumlah penjual (produsen) dan pembeli (konsumen) sangat banyak dan produk atau barang yang ditawarkan atau dijual sejenis atau seragam. Contoh barang yang di jual pada pasar jenis ini adalah beras, gandum, sembako, sayur, buah-buahan, dan keperluan rumah tangga lainnya. Pasar persaingan sempurna merupakan pasar di mana penjual dan pembeli tidak dapat mempengaruhi harga sehingga harga di pasar betul-betul merupakan hasil kesepakatan dan interaksi antara penawaran dan permintaan.

Fungsi pasar persaingan sempurna

A. Kelebihan pasar persaingan sempurna

1. Tidak ada kekuasaan di pasar

Harga yang ada di ditetapkan di pasar cenderung stabil karena produk yang di jual sangat banyak, oleh karena itu penjual tidak dapat megubah nilai jual.

2. Efisien

Efisiensi produksi adalah menggunakan biaya se-minimal mungkin dalam melakukan

produksi. Ada juga yang disebut Efisiensi alokasi adalah setiap barang/jasa sampai ke titik maksimal memberikan manfaat marjinal ke konsumen.

3. Dapat meminimalkan biaya iklan dan produksi

Karena produk atau barang yang di hasilkan hampir sama kualitasnya, maka setiap jenis produk akan sulit di bedakan satu dengan yang lain.

4. Informasi pasar yang jelas

Pembeli bisa meminimalkan tingkat kecurangan yang bisa di lakukan suatu oknum yang ada di pasaran. Semua aturan dan prosedur yang sudah ada menjadi hal yang harus di patuhi oleh semua orang melakukan transaksi di pasar.

B. Kekurangan pasar persaingan sempurna

1. Minim produk

Karena barang yang di jual hampir sama, maka akan terjadi perebutan pembeli oleh para produsen yang mengakibatkan ketidakmerataan hasil.

2. Minim Inovasi

Dikarenakan semua produk yang di tawarkan seragam, kondisi ini juga membuat produsen tidak memiliki motivasi dalam mengembangkan usahanya melalui berbagai inovasi yang sebetulnya dapat dilakukan.

Karakteristik Pasar Persaingan Sempurna

Antara pasar persaingan sempurna (perfect competition) dengan pasar persaingan yang murni (pure competition) ada banyak orang yang memperdebatkannya. Persaingan sempurna memiliki syarat yang lebih sedikit dibandingkan persaingan yang murni. Tetapi, beberapa ahli lebih suka menggunakan istilah persaingan yang sempurna (perfect competition) dibandingkan persaingan yang murni (pure competition). Pasar persaingan sempurna secara umum memiliki arti adanya mobilitas sempurna dari sumber daya dan

juga baik pembeli maupun penjual memiliki pengetahuan yang baik atau sempurna. Maka persaingan bisa bersifat sempurna dan murni, ada juga yang sempurna tapi tidak murni.

Menurut Gregory Mankiw dalam bukunya mendefinisikan pasar persaingan sempurna sebagai berikut: *"Pasar persaingan sempurna (perfectly competitive market) adalah suatu pasar dimana terdapat banyak sekali pembeli dan penjual sehingga pengaruh masing-masing terhadap harga pasar dapat diabaikan karena sedemikian kecilnya"*.

Disebut pasar persaingan sempurna apabila memenuhi beberapa faktor, yaitu:

1. produk homogen (*Homogeneous Product*)

Berarti bahwa, tidak ada merek atau suatu hal yang membedakan produk dari suatu perusahaan satu dengan lainnya, dengan begitu perusahaan dapat bersaing secara sempurna menghasilkan barang dengan karakteristik yang hampir sama.

2. Pengetahuan yang sempurna (*perfect knowledge*)

Tentang harga dan kualitas antara pembeli dan penjual dalam pasar persaingan sempurna, konsumen sepenuhnya sadar akan harga dan kualitas yang di berikan penjual, sehingga perusahaan tidak dapat memberikan harga tinggi di banding perusahaan lainnya.

3. Output Relatif Kecil (*Small Relatively Output*)

Apabila di hitung secara individu output dari suatu perusahaan itu lebih kecil dari pada output pasar.

4. Ketentuan harga pasar (*Price Taker*)

Akibat dari faktor ke tiga bahwa perusahaan menjual barang atau produknya hanya berpatokan dari harga yang telah ditentukan oleh (*price taker*). Karena perusahaan secara individu tidak bisa menentukan harga seandainya. Maka yang dilakukan adalah mencari keuntungan sebanyak mungkin dengan meminimalkan biaya produksi.

5. Kebebasan keluar masuk Pasar (*Free Entry and Exit*)

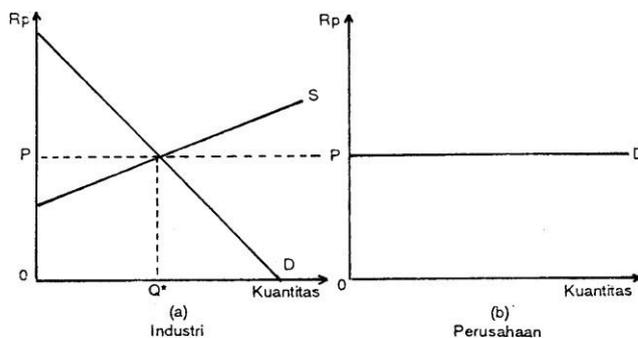
Berarti produsen dan konsumen bebas keluar masuk pasar tanpa adanya biaya khusus yang membebani orang-orang yang ada di pasar.

Permintaan dan Penerimaan dalam Pasar Persaingan Sempurna

1. Permintaan

Harga di pasar ditentukan oleh permintaan dan penawaran. Contoh jika kita berbicara mengenai tentang baju untuk anak kecil, maka harga baju anak kecil ditentukan dengan tingkat permintaan dan penawaran baju, seperti kurva berikut.

Kurva Permintaan dari Industri dan Perusahaan

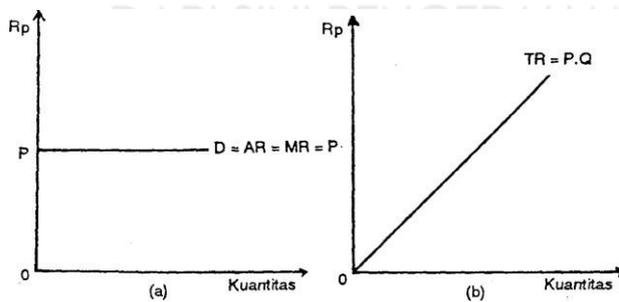


2. Penerimaan

Penerimaan total atau *total revenue* suatu perusahaan sama dengan output dikalikan nilai jual. Dengan begitu kurva permintaan sama dengan kurva penerimaan.



Kurva Penerimaan



kemiringan positif, bergerak mulai dari titik $(0,0)$, seperti ditunjukkan oleh gambar

FUNGSI PERMINTAAN

Permintaan adalah keinginan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga selama periode waktu tertentu.

Kita asumsikan bahwa ada m konsumen, dan k produsen. dan setiap produsen memproduksi n barang yang ingin dikonsumsi oleh konsumen. Kita asumsikan pula bahwa jumlah konsumen tidak berubah sepanjang waktu. Secara umum, fungsi permintaan dapat dinyatakan dengan

$$y_i = f_i(x_1, x_2, \dots, x_n), i = 1, 2, \dots, N$$

yang diasumsikan fungsi kontinu. Jika x_1 adalah harga, maka sesuai hukum permintaan, ceteris paribus

$$\frac{df_i(s_1)}{ds_1} < 0$$

Pertidaksamaan tidak berlaku untuk barang-barang yang memiliki unsur spekulasi, prestise, dan gifen. Fungsi persamaan yang memenuhi dinamakan fungsi permintaan individu terhadap suatu barang, dan dinamakan persamaan perilaku konsumen. Selanjutnya, fungsi permintaan pasar adalah

$$y = \sum f_i(x_1, x_2, \dots, x_n)$$

Mekanisme Pasar Dalam Pandangan Ekonomi Konvensional

Adam Smith dalam the wealth of Nation:

“Dengancaramengarahkanproduksi,halinidapatmenggerakkan produksiyangmampumenghasilkanlabayangpalingbesar,padahal dia hanya menginginkan untuk keuntungan dirinya sendiri, dan digerakkan oleh tangan yang tak terlihat (*invisible hand*) yang mengarahkan kepada batas yang tidak ia inginkan.”

Smith mengatakan bahwa meskipun orang-orang mengerjakan suatu hal berdasarkan ego sendiri. Akibat aktivitas setiap orang dalam mengerjakan kepentingan pribadi dalam memajukan masyarakat, justru lebih efektif bila dibandingkan orang melakukan secara bersama.

Smith tidak setuju dengan perdagangan yang di batasi sistem merkantilisme yang mengakibatkan keuntungan bagi perusahaan dan orang yang memonopoli pasar. Maka dari itu merkantilisme tidak ada manfaat bagi konsumen.

Marx Dan Komunisme

Marx merupakan penentang garis keras dari mekanisme pasar bebas yang diungkapkan oleh Adam Smith. Adatigah yang menjadi alasannya (Delliarnov):

1. Dalam ilmu ekonomi. Laissez faire menghendaki surplus value dan menguasai kekayaan oleh segelintir orang. Buruh diperas dan hanya di beri upah yang sedikit.
2. Dalam ilmu psikologi. Mengakibatkan konflik antara pemilik tanah dengan buruh yang bekerja di situ.
3. Dalam sosial. Masyarakat terpecah menjadi kelas tuan tanah dan buruh.

Sistem transaksi double auction di pasar persaingan sempurna

Langkah-langkah dalam sistem double auction ialah:

1. Pedagang diizinkan lebih dulu untuk memulai penawaran, pedagang diizinkan mengatakannilai jual sebuah pensil (pensil pertama) yang akan ditawarkan kepada konsumen.
2. Sesudah pedagang mengatakan harga pensilnya, konsumen diizinkan memulai penawaran, konsumen mulai untuk menawar nilai jual dari pensil (pensil pertama)
3. Pedagang yang telah berhasil menjual pensil kepada para konsumen, melanjutkan ke penawaran pensil ke dua.
4. Pembeli yang telah berhasil membeli pensil dari pedagang, dipersilahkan untuk menawar pensil ke dua.
5. Proses ini akan berlanjut sampai tidak ada lagi transaksi, setelah itu mereka (penjual dan pembeli) menuliskan nilai jual yang di sepakati kedua belah di pihak.

DARI SINI PENCERAHAN BERSEMI

Sistem desentralisasi di pasar persaingan sempurna

Langkah-langkah dalam sistem double auction ialah:

1. Pedagang diizinkan memilih konsumen yang di jadikan partner. Sesudah semua partner sudah ada, semua pasangan memposisikan diri agar renggang.
2. Setiap pedagang lebih dulu memulai penawaran dengan mengatakannilai jual untuk pensil (pensil pertama) yang akan ditawarkan pada partner masing-masing.
3. Konsumen yang sudah mengetahui harga yang di tawarkan oleh pedagang mulai menawar harga pensil (pensil pertama).
4. Pedagang yang sudah berhasil menjual pensil (pensil pertama), melanjutkan dengan menawarkan pensil (pensil ke dua).
5. Konsumen yang telah melakukan pembelian pensil (pensil pertama), melanjutkan untuk menawar harga pensil (pensil ke dua).
6. Proses ini akan berlanjut sampai tidak ada lagi transaksi, setelah itu mereka (penjual dan pembeli) menuliskan nilai jual yang di sepakati kedua belah di pihak.

KESIMPULAN

Pasar persaingan sempurna adalah pasar yang terdiri atas banyak penjual dan pembeli yang mana penjual menerima harga pasar karena output yang dihasilkan relatif kecil. Ciri-ciri untuk pasar persaingan sempurna adalah: 1) Produk harus bersifat homogen. 2) Antar pelaku transaksi (pembeli dan penjual) tidak ada asymmetric information. 3) Pengeluaran suatu perusahaan relatif kecil dari pada pengeluaran pasar, 4) Perusahaan berlaku sebagai price taker, dan 5) orang-orang bebas keluar masuk pasar.

Struktur pasar persaingan sempurna berkaitan dengan struktur pasar islami. buktinya adalah: 1) Kebebasan untuk keluar masuk pasar, 2) Adanya perfect knowledge atau pengetahuan sempurna bagi penjual dan pembeli, 3) Faktor-faktor monopolistik harus dihapus dari pasar, 4) Homogen dan standar produk sangat dianjurkan ketika terjadi pemalsuan produk, penipuan dan praktek kecurangan dalam menawarkan produk-produk tersebut, dan juga 5) Setiap produsen harus mengaplikasikan ekonomi yang jujur dan menghindari dari praktek kecurangan seperti, sumpah palsu, penimbangan yang tidak tepat, dan lain-lain.

UMSIDA
DARI SINI PENCERAHAN BERSEMI

Daftar pustaka

Lidyana, Novita.2016."PASAR PERSAINGAN SEMPURNA DALAM ISLAM" Institut Ilmu Keislaman Zainul Hasan Genggong:JURNAL Iqtishodiyah volume 2, nomer 2.

Adam, Pasrun.2014."Dinamika Harga Dalam Pasar Persaingan Sempurna Dengan Fungsi Permintaan bentuk Eksponensial dan fungsi Penawaran bentuk cobweb linear" kendari:JURNAL volume 18 NO 2

Zaini, Ahmad afan.2014."PASAR PERSAINGAN SEMPURNA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM"Jurnal ummul qura Vol IV,no 2.

Faruk, dkk.2016." STRUKTUR PASAR DAN PERSAINGAN HARGA PADA PASAR PERSAINGAN SEMPURNA, PASAR MONOPOLI, PERSAINGAN MONOPOLISTIK, DAN PASAR OLIGOPOLI DALAM PERSPEKTIF KONVENSIONAL DAN ISLAM"Surabaya:JURNAL UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM.

Amril.2013." KOMPARASI EFISIENSI PASAR, KERAGAMAN HARGA,SURPLUS PEMBELI-PENJUAL PADA PASAR PERSAINGAN SEMPURNA DAN PASAR MONOPOLI(SUATU APLIKASI METODE EKONOMI PERCOBAAN).Jambi : Jurnal volume 15, nomer2, hal 11-12.

Rusydiana, Aam S. dan Afifah, Kuni.2014."PASAR PERSAINGAN SEMPURNA DALAM PERSPEKTIF ISLAM"

