

STRUKTUR PASAR MONOPOLISTIK

Dani sulistiono

Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Muhammadiyah
Sidoarjo

Email: Dani.donat8@gmail.com

ABSTRAK

Analisis struktur pasar monopolistik merupakan salah satu indikator untuk mengetahui efisiensi pasar. Pengetahuan tentang struktur pasar monopolistik akan dapat bermanfaat untuk mengetahui kecepatan respon pelaku pasar terhadap perubahan harga sehingga dapat dilakukan pengambilan keputusan secara tepat dan tepat. Struktur pasar monopolistik merupakan sebuah pasar memiliki banyak terdapat produsen, yang menjual produk yang memiliki kesamaan fungsi tapi dijual dengan corak dan kemasan yang berbeda beda. Dalam pasar ini banyak factor yang mempengaruhi sebuah harga, salah satu factor utama adalah kemampuan produsen untuk menciptakan citra dan nama baik di mata konsumen. Didalam pasar monopolistik ini.

UMSIDA
DARI SINI PENCERAHAN BERSEMI

Pendahuluan

Pasar Monopolistik adalah suatu pasar yang terdapat banyak penjual ,yang memasarkan produknya yang hampir memiliki fungsi yang sama tapi berbeda corak.. produk yang dihasilkan pasti mempunyai karakteristik kelebihan dan kekurangan tersendiri yang membedakannya dengan produk-produk lainnya dan saling berlomba memasarkan produknya dengan caranya sendiri sendiri.

Contoh produk yang ada di pasar monopolistik shampo, sikat gigi, dan dll. walaupun semua barang tersebut memiliki fungsi sama akan tapi setiap produk yang dihasilkan oleh produsen yang berbeda memiliki perbedaan pada setiap produk, contoh perbedaannya warna, kemasan,cara penyajian, bentuk dll..

Di pasar persaingan monopolistik, harga merupakan salah faktor yang dapat mendongkrak nilai penjualan. tapi kemampuan produsen atau perusahaan menciptakan citra yang baik di dalam benak konsumen sehingga membuat mereka ingin membeli produk tersebut merupakan faktor utama pendongkrak nilai penjualan. Maka dari itu , perusahaan yang ada di pasar monopolistic harus selalu aktif mempromosikan produknya untuk meningkatkan nilai penjualan tetapi harus tetap menjadi nama baik dan citra perusahaan yang sedang mereka promosikan.

Rumusan masalah

Ada beberapa hal yang melatar belakangi pentingnya studi yang menganalisis tentang apa itu pasar monopolistik, apa saja fungsi pasar monopolistik, apa karakteristik pasar monopolistik yang membedakan dari pasar pasar yang lainnya. Serta pengaruh terhadap kegiatan ekonomi. Upaya memahami inflasi dari sisi kami sebagai konsumen menjadi sangat relevan karena harga di tingkat konsumen sangat terkait dengan harga yang ditentukan oleh produsen dan pedagang. produsen dan pedagang menentukan harga produknya dipasar dipengaruhi oleh perilaku perusahaan yang sangat berhubungan dengan struktur pasarnya. harga di tingkat konsumen juga dipengaruhi oleh pola distribusi suatu barang juga dapat mempengaruhi harga di tingkat konsumen. pola dari distribusi yang buruk terhadap ketersediaan/kelangkaan barang dapat mempengaruhi tingkat harga.



Tujuan dari materi:

Tujuan penulisan membahas tentang materi struktur pasar monopolistik agar pembaca dapat lebih mengerti dan memahami apa itu pasar monopolistik, dan dapat menjelaskan kembali setelah membaca jurnal ini. Semoga dengan dibuatnya karya penulisan ini dapat bermanfaat bagi pembacanya.

PEMBAHASAN

Pasar

Bagaimanapun bentuk dan istilahnya, pada dasarnya pasar adalah sesuatu kegiatan yang didalamnya ada penjual dan pembeli. Baik itu pasar tradisional, pasar modern, dan banyak lagi macam bentuknya

Ada beberapa macam model pasar, yang dulu hanya kita ketahui tempat bertemunya penjual dan pembeli secara langsung, dengan berkembangnya jaman, muncul pasar yang tidak mengharuskan si penjual dan pembeli bertemu secara langsung .

Contoh pasar yang mengharuskan penjual dan pembelinya bertemu secara langsung adalah pasar yang sering kita jumpai disekitar kita yaitu pasar tradisional dan lain sebagainya.

Sedangkan contoh pasar yang penjual dan pembelinya tidak harus berhubungan secara langsung adalah pasar yang menggunakan sistem telepon atau pemesanan yang menggunakan media untuk mememesannya. Contohnya pasar yang menggunakan media internet, kita memerlukan fasilitas internet untuk mememesannya. Dan dengan cara ini, antar pembeli dan penjual, tidak bertatap muka secara langsung.

Pada masa kini pasar menunjukkan perkembangan yang cukup pesat. Hal ini dapat dilihat dari semakin berkembangnya pasar dengan banyaknya jenis pasar pasar yang baru.

Dampak adanya Pasar Modern terhadap Pasar Tradisional

Tidak bisa dipungkiri bahwa, pada saat pasar modern masuk dalam satu wilayah atau kota diharapkan akan mampu menyerap banyak tenaga kerja dalam hal ini adalah pemuda dan remaja yang baru lulus sekolah tingkat atas yaitu SMA atau yang setara. dalam beberapa survey penelitian singkat di berbagai daerah industri menunjukkan bahwa pengangguran memerlukan solusi segera . dengan banyaknya pasar modern yang sudah ada diharapkan banyak mampu mengatasi masalah pengangguran lebih banyak. Tapi masalah barunya akan di dalam bisnis-bisnis retail bahwa manajemen lebih memprioritaskan tenaga kerja yang baru lulus sma derajat dibandingkan tenaga kerja yang berumur 30 tahun keatas. Pada awalnya pasar modern ini tercipta dari pasar pasar tradisional yang melakukan perkembangan. ada kalanya pasar modern ini dibangun diatas pasar pasar tradisional dan perlahan mengusur pasar tradisional tersebut yang sudah berada lebih lama dikawasan tersebut, dan akan membuat pedagang pedagang pasar tradisional merasa tersisih..

Dengan permasalahan dalam hal ini membuat calon customer bingung kemanakah mereka akan membeli kebutuhan sehari hari mereka. Namun pada prinsip dasarnya yang diharapkan oleh pedagang dipasar tradisional, banyaknya pasar modern atau yang sejenisnya yang sedang berkembang saat ini tidak menagngu keberadaan pasar tradisional yang sudah ada sejak dulu .

Banyak dibangunnya pasar modern dimasa kini membuat kegunaan pedagang pasar tradisional skala menengah kebawah di wilayah perkotaan. Semakin Hilangnya pasar yang sudah menjadi tempat mata pencarian setiap yang telah ada sejak puluhan tahun ,dan sudah menjadi penghubung perekonomian desa dengan perkotaan, dan jika tidak segera ditemukan solusinya dikhawatikan akan membuat nanyak orang kehilangan mata percariannya dan beresiko meningkatkan angka pengangguran. Di samping Dengan banyaknya dibangun pasar-pasar modern, pemerintah juga diharapkan cepat memberikan solusi yang dapat mengatasi masalah ino agar tidak terus semakin berlarut larut. Akan tetapi juga tidak mematikan hadirnya pasar-pasar modern. Walaupun dari satu sisi pasar tradisional memiliki banyak kekurangan ketimbang pasar modern , seperti kadang keberadaannya yang kerap kali berada memakan bahu jalan dan mengganggu lalu lintas,kumuh,dan bias dikatakan kurang tertata. Harus di diketahui bahwa pasar tradisional memegang peranan yang cukup penting dalam memegang perekonomian, karena banyak masyarakat kalangan menengah kebawah mengandalkan perdagangan melalui pasar tradisional. Sehingga sudah sepatutnya pemerintah kota memperhatikan eksistensi pasar tersebut agar tetap ada dan terus ada, walaupun tengah gencarnya pembangunan pasar modern ditengah tengah masyarakat. Solusi terhadap permasalahan yang muncul dengan adanya keberadaan kedua pasar tersebut harus segera ditemukan jalan keluarnya. Salah satu contohnya dengan membatasi jarak keberadaan kedua pasar tersebut agar tidak berada dikawasan yang berdekatan.

Pembenahan dan solusi solusi untuk permasalahan kedua pasar tersebut tidak semata mata hanya untuk melindungi pasar tradisional dengan para pedagang didalamnya ,tapi juga diharapkan dapat meningkatkan pasar tradisional dalam hal segala aspek agar tetap bisa bersaing dengan pasar pasar modern lainnya,dan juga diharapkan dapat menarik minat wisatawan lokal maupun asing . Hal tersebut merupakan langkah yang cukup bijak mengingat pembenahan masalah yang ada dipasar bukan hanya bertujuan untuk menjaga keberlangsungan pasar, tetapi juga untuk meningkatkan pemasukan perekonomian. Sehingga dapat menguntungkan-banyak pihak.

tetapi kebanyakan masyarakat lapisan bawah tingkat pendidikannya bisa dikatakan rendah, membuat pembenahan diatas tidak mudah membalikkan telapak tangan. Selain itu pola kebiasaan masyarakat juga turut menjadi penghambat penataan pasar. Diharapkan juga Kebijakan-kebijakan pemerintah haruslah bersifat memberikan solusi kepada pasar-pasar tradisional. Karena pasar tradisional adalah salah satu wadah yang pas untuk meningkatkan perekonomian. Perlu digaris besar i , bahwa Pasar tradisional merupakan sumber kehidupan bagi para pedagang dari kalangan masyarakat menengah kebawah. Pasar tradisional harus tetap ada ,walaupun harus mengalami banyak pembenahan dalam hal segala aspek agar dapat menguntungkan semua pihak .

Struktur pasar

Struktur Pasar memiliki pengertian penggolongan produsen kepada beberapa bentuk pasar berdasarkan pada karakteristik dan ciri-ciri seperti jenis produk yang dihasilkan, banyaknya perusahaan dalam industri. Pada analisa ekonomi dibedakan menjadi pasar persaingan sempurna dan pasar persaingan tidak sempurna (yang meliputi monopoli, oligopoli, monopolistik dan monopsoni).

PASAR MONOPOLISTIK

Dalam pasar monopolistik ini , ketika produsen baru yang masuk kedalam pasar monopoli umumnya belum dapat menyaingi produsen lama. Dengan begitu akan terjadi suatu monopoli murni pada dalam pasar yang dikuasai oleh satu produsen.

Sedangkan Produsen lama yang sudah ada dipasaran dan produknya sudah dikenal konsumen atau masyarakat umumnya tidak memerlukan sebuah promosi terhadap produk utamanya karena sudah dikenal. Biasanya hanya akan melakukan promosi ketika memunculkan produk terbaru dengan tujuan dapat dikenal konsumen atau masyarakat. Aktivitas yang berjalan didalam pasar pada dasarnya melibatkan 2 aspek yaitu produsen dan konsumen. Kedua aspek tersebut masing-masing mempunyai peranan yang sangat besar terhadap pembentukan harga barang di pasar.

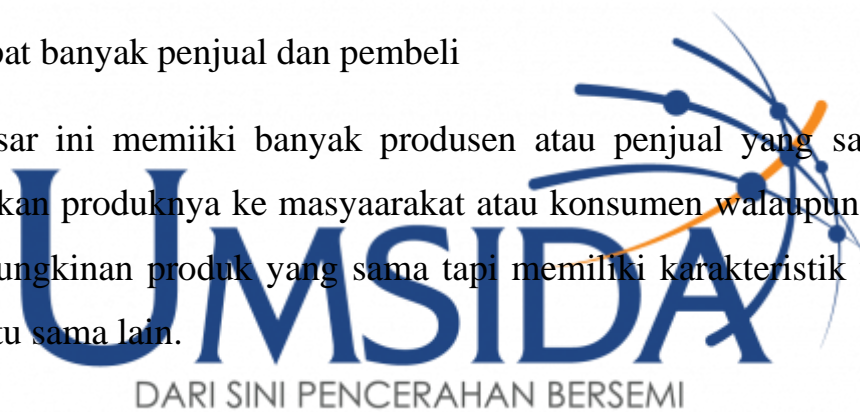
Atau dengan istilah lain bahwa monopolistik adalah pasar yang terjadi bila dalam suatu pasar terdapat banyak produsen, dengan kata lain, pasar ini banyak menjual barang yang sama, fungsi yang sama tapi berbeda corak dan merk.

Sedangkan Struktur Pasar memiliki pengertian penggolongan produsen kepada beberapa bentuk pasar berdasarkan pada ciri-ciri seperti jenis produk yang dihasilkan, banyaknya perusahaan dalam industri, mudah tidaknya keluar atau masuk ke dalam industri dan peranan iklan dalam kegiatan industry

CIRI CIRI PASAR MONOPOLISTIK

1. Terdapat banyak penjual dan pembeli

Pasar ini memiliki banyak produsen atau penjual yang saling bersaing memasarkan produknya ke masyarakat atau konsumen walaupun yang mereka jual kemungkinan produk yang sama tapi memiliki karakteristik yang berbeda antara satu sama lain.



2. produsen dapat menentukan harga

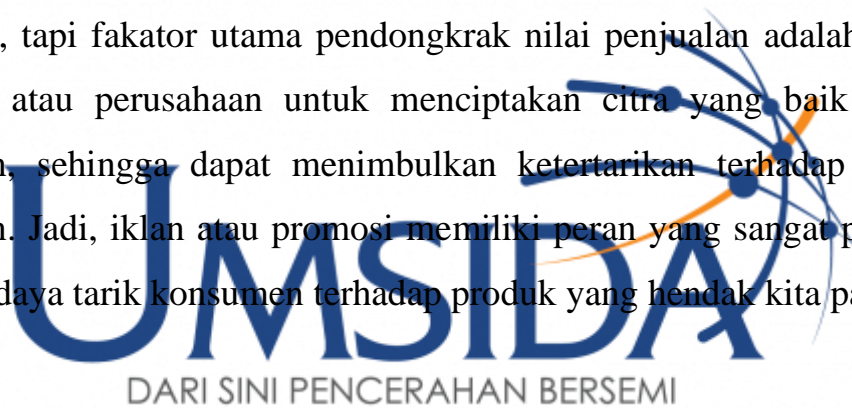
Produsen yang memproduksi produk berkualitas dan keistimewaan tersendiri akan membuat produsen mematok harga dengan harga dari mereka sendiri. Karena produsen mereka pantas menentukan harga sendiri yang sesuai dengan kualitas yang produsen sajikan. Contohnya pada industry sabun muka, produsen pertama menciptakan sabun muka dengan mempunyai manfaat menghilangkan dan mencegah jerawat, untuk produsen yang kedua membuat produk sabun muka dengan mempunyai manfaat mencerahkan kulit.

3. Produsen dapat keluar masuk pasar.

Hal ini dipengaruhi laba ekonomis, yang dimaksud dengan hal ini adalah jika produsen didalam pasar banyak dan beragam maka otomatis konsumen memiliki banyak pilihan dan membuat laba yang diterima produsen kecil. Sebaliknya jika didalam pasar jumlah produsen sedikit maka bisa dikatakan laba yang diterima lebih banyak.

4. Promosi penjualan harus aktif.

Di pasar ini harga merupakan salah faktor satu pendongkrak nilai penjualan, tapi faktor utama pendongkrak nilai penjualan adalah kemampuan produsen atau perusahaan untuk menciptakan citra yang baik dimata para konsumen, sehingga dapat menimbulkan ketertarikan terhadap produk oleh konsumen. Jadi, iklan atau promosi memiliki peran yang sangat penting dalam memikat daya tarik konsumen terhadap produk yang hendak kita pasarkan.



Kelebihan Dan Kelemahan Pasar Monopolistik

Kelebihan pasar monopolistic

- Banyaknya produsen di pasar memberikan sebuah keuntungan dan kemudahan bagi konsumen yang hendak mencari barang , mereka bisa memilih produk dengan harga yang menurut mereka terbaik baginya.
- Produsen dapat keluar masuk pasar, membuat produsen ingin melakukan peningkatan dalam produknya ,baik dari segi kualitas dan yang lainnya, dan membuat produsen melakukan sebuah inovasi baru untuk produknya, agar produknya tetap dapat berada dipasar an dan tidak tergeser produk produk dari produsen lainnya..
- Pasar monopolistik ini banyak menjual kebutuhan pokok sehari hari ,hingga pasar ini sangat mudah dijumpai konsumen.

Kelemahan pasar monopolistik

- Dibutuhkan modal yang cukup besar untuk masuk ke dalam pasar monopolistik, karena pemain pasar di dalamnya mempunyai skala ekonomis yang cukup tinggi

Fungsi dan Peran Pasar Yang Paling Utama

1. Sarana Distribusi

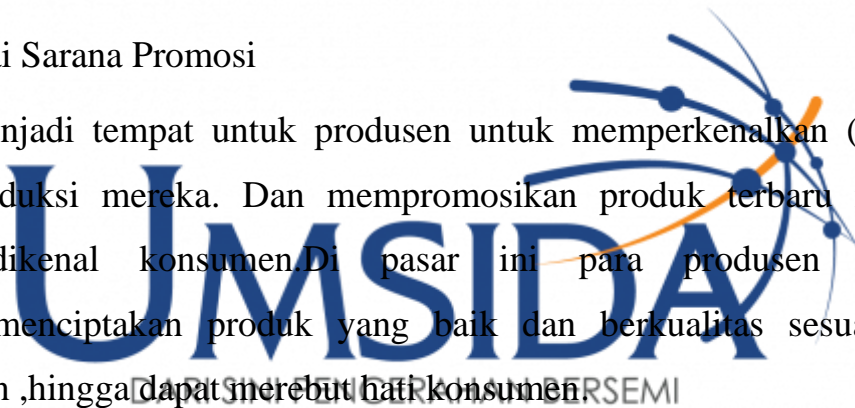
Pasar sebagai sarana distribusi, berfungsi memperlancar proses penyaluran barang atau jasa dari produsen ke konsumen. Didalam sebuah pasar, produsen dapat menawarkan hasil produksinya kepada konsumen dan mempromosikan produk-produk terbarunya yang sedang dibutuhkan konsumen.

2. Pembentuk Harga / Menetapkan Nilai

Pasar menetapkan harga berdasarkan kesepakatan dengan pembeli dalam tawar-menawar. Setelah terjadi kesepakatan, terbentuklah harga

3. Sebagai Sarana Promosi

Pasar menjadi tempat untuk produsen untuk memperkenalkan (memasarkan) hasil produksi mereka. Dan mempromosikan produk terbaru mereka yang belum dikenal konsumen. Di pasar ini para produsen akan saling bersaing, menciptakan produk yang baik dan berkualitas sesuai kebutuhan konsumen, hingga dapat merebut hati konsumen.

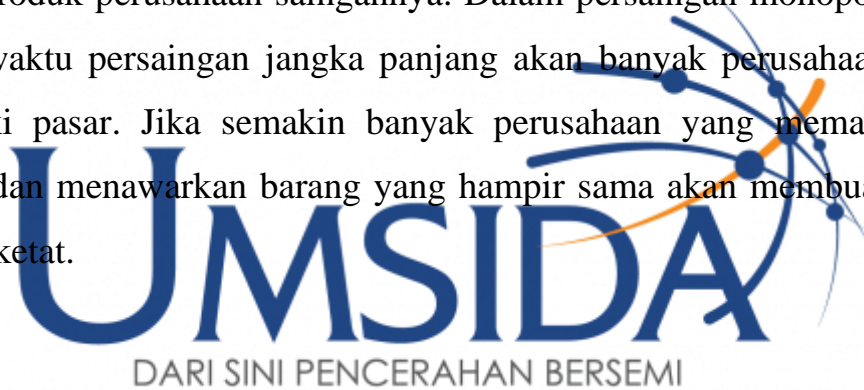


RINGKASAN

1. Ciri-ciri utama struktur pasar monopolistic adalah: terdapat banyak produsen, dan pada umumnya barangnya memiliki fungsi yang sama tetapi berbeda corak mempengaruhi harga, melakukan persaingan “bukan-harga” .
2. nilai penjualan dalam pasar monopolisti ini sangat dipengaruhi kemampuan produsen menciptakan produk produk yang berkualitas tinggi, dan meningkatkan produk produk lama mereka agar tetap bisa bersaing didalam pasar, tapi disamping hal itu faktor utama yang sangat mempengaruhi nilai penjualan adalah, kemampuan produsen memikat hati konsumen dengan membuat citra dan nama baik perusahaan dimata konsumen. .
3. Dua kebaikan penting dari perusahaan dalam pasaran monopolistic adalah:
 - a. Menghasilkan barang yang berbeda corak ciri ini menguntungkan buat konsumen, karena mereka dapat lebih leluasa memilih barang yang mereka butuhkan sesuai dengan criteria yang mereka inginkan.
 - b. Distribusi pendapatan dalam masyarakat lebih merata dan hampir sama. karena disebabkan terdiri dari perusahaan-perusahaan kecil yang memperoleh untung normal. Pemilik modal mungkin tidak mendapatkan keuntungan yang cukup besar dan berlebihan dan kesempatan kerja yang diciptakan lebih besar.
4. Pengiklanan dalam pasar ini merupakan hal yang penting untuk memberikan sumbangan penting kepada masyarakat, yaitu: dapat menurunkan biaya produksi, membantu konsumen memilih barang yang sesuai dengan yang mereka inginkan, mengembangkan industri komunikasi dan menambah kesempatan kerja.

PENUTUP

nilai penjualan dalam pasar monopolisti ini sangat dipengaruhi kemampuan produsen menciptakan produk produk yang berkualitas tinggi ,dan meningkatkan produk produk lama mereka agar tetap bisa bersaing didalam pasar, tapi disamping hal itu faktor utama yang sangat mempengaruhi nilai penjualan adalah, kemampuan produsen memikat hati konsumen dengan membuat citra dan nama baik perusahaan dimata konsumen. . di pihak perusahaan perubahan harga yang mereka tentukan dianggap tidak akan menentukan perusahaan lain.. setiap perusahaan dianggap mampu untuk membedakan produknya paling tidak dalam beberapa tingkat atau derajat dari produk-produk perusahaan saingannya. Dalam persaingan monopolistik sejalan dengan waktu persaingan jangka panjang akan banyak perusahaan yang akan memasuki pasar. Jika semakin banyak perusahaan yang memasuki industri tersebut dan menawarkan barang yang hampir sama akan membuat persaingan semakin ketat.



DAFTAR PUSTAKA

Faruk,dkk.(2016). “*struktur pasar dan persaingan harga pada pasar persaingan sempurna,pasar monopoli,persaingan monopolistik,dan pasar oligopoly dalam perspektif konvensional dan islam*”. univesitas negeri islam sunan ampel fakultas syariah dan ekonomi islamj jurusan ekonomi syariah program pasca sarjana.

Bhinadi,ardit.(2012). “ *Struktur pasar,distribusi dan pembentukan harga beras*”. Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan Volume 13, Nomor 1, April 2012, hlm.24-32

Asmara,rosihan.ar dhiani,ruri.(2010). “*integrasi pasar dalam system pemasaran bawang merah*”. AGRISE Volume X No. 3 Bulan Agustus 2010 ISSN: 1412-1425.

Aminursita,Orsidia.Abdullah, M. Faisal.(2018) “*identifikasi struktur pada industry keramik kota malang*”.Jurnal Ilmu Ekonomi Vol 2 Jilid 3/Tahun 2018 Hal. 409 – 418

