

Abstrak

Analisis struktur persaingan dan sistem pasar monopolistik

Oleh

Rizal Fajar

Analisis ini mempunyai tujuan untuk mengetahui struktur pasar industri persaingan monopolistik yang terjadi di Indonesia terhadap peluang perkembangan bidang sektor ekonomi di Indonesia yang pasar sangat didominasi oleh sistem pasar monopolistik dimana ketentuan harga yang diberikan oleh perusahaan sangat berpengaruh dengan kinerja usaha perusahaan tersebut, selain harga produk pasar monopolistik juga sangat berpengaruh dengan kualitas produk karena banyak sekali produk dari perusahaan lain yang mempunyai bidang sama.



abstract

Analysis of competition structures and monopolistic market system

By

Rizal Fajar

This analysis have a goals to determinithe market structure of monopistic industry competiton that occurs in Indonesia to the development opportunitis in the economic sector in Indonesia where the market is dominated by a monopolystic market system where the price provisons provided by a company are very influential with the company's business performance, in addition to prices monopolystic market productare also very influential on product quality because there are many products from other companies that have the same filed



Pendahuluan

Latar Belakang

Kita hidup sangat tidak lepas di hal yang disebut kebutuhan, mulai dari kebutuhan primer sekunder hingga tersier, supaya manusia bisa memenuhi kebutuhan mereka mengelola sumber daya alam yang ada hingga menjadin barang atau produk yang mempunyai nilai jual sehingga bisa di tukar dengan mata uang yang berlaku didaerah tersebut untuk memenuhi kebutuhan primer sampai tersier.

Para pengusaha dan pedagang menjual barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia, seiring berjalannya waktu semakin banyak perusahaan atau produsen yang menyajikan barang atau jasa ke konsumen sehingga terbentuklah sebuah tatanan aturan dan sistem yang disebut sebagai pasar, pasar bisa diartikan sebagai tempat sebuah institusi, sosial hingga insfrastruktur untuk melakukan proses timbal balik dalam bidang kebutuhan hidup manusia melalui proses jual beli.

Pasar sendiripun dibagi menjadi dua yaitu pasar persaingan sempurna dan pasar persaingan tidak sempurna, pasar persaingan tidak sempurna dapat di bagi lagi menjadi tiga yaitu pasar monopoli, pasar oligopoli, dan pasar monopolistik.

Di Indonesia produsen sangat mudah memproduksi suatu barang dengan jumlah yang sangat banyak karena di Indonesia memiliki sumber daya alam yang sang melimpahruah, ketika banyak perusahaan atau produsen yang memproduksi barang atau jasa yang sama dalam bidangnya akan tetapi memiliki beberapa perbedaan mulai dari warna corak dan spesifikasi disitulah tercipta sebuah sistem yang di sebut pasar monopolistik.

Rumusan Permasalahan

Sesuai dengan pendahuluan di atas maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan seperti berikut :

1. bagaimana penjelasan pasar monopolistik ?
2. bagaimana pasar monopolistik bisa terbentuk ?
3. bagaimana ciri dan karakter pasar monopolistik ?
4. bagaimana kelebihan dan kekurangan struktur monopolistik ?

Landasan Teori

Pasar adalah tempat seorang penjual dan pembeli bertemu untuk melakukan sebuah transaksi jasa atau barang, di bawah tercantum kutipan tentang pasar menurut beberapa ahli :

1. Menurut Stanton, " pasar adalah tempat sekelompok manusia yang ingin membelanjakan uangnya sebagai bentuk kepuasan "
2. Menurut H. Nystrom, " pasar adalah aktivitas dimana salah satu pihaknya menyalurkan barang atau jasa kepada pihak lain dan pihak lain tersebut memberikan uang sebagai bentuk timbal balik

Teori Pasar Monopolistik

Pasar Monopolistik ialah sebuah sistem pasar yang dimana terdapat banyak produsen atau perusahaan didalamnya yang mempunyai barang atau jasa sama dengan perusahaan lainnya akan tetapi tetap memiliki beberapa aspek pembeda seperti warna produk bentuk hingga spesifikasi yang disajikan, jumlah produsen di

pasar monopolistik sangat banyak namun setiap produk yang ada tetap mempunyai ciri khas masing sebagai bentuk pembeda.

Karakteristik Pasar Monopolistik

Di dalam sistem struktur pasar monopolistik mempunyai beberapa karakteristik, diantaranya :

1. Produk Diferensiasi

Produk diferensiasi adalah usaha memberikan perbedaan pada produk yang dihasilkan oleh produsen atau perusahaan untuk memberikan suatu daya tarik ke konsumen sehingga konsumen lebih memilih produk yang dihasilkan perusahaan tersebut daripada produk yang dihasilkan oleh perusahaan lain.

2. Jumlah Produsen yang sangat banyak

Produsen atau perusahaan di sistem pasar monopolistik sangat banyak, bisa dilihat dengan begitu banyaknya merk pakaian hingga barang primer lainnya, dikarenakan banyak produk yang sama maka setiap perusahaan harus memperhatikan output harga agar tidak mempengaruhi perusahaan lainnya.

3. Mudah masuk dan keluar

Dikarenakan melimpahnya sumber daya dan peluang bisnis yang terbuka lebar sehingga banyak orang yang ingin masuk dalam pasar monopolistik akan tetapi hal itu di imbangi dengan kerasnya persaingan sehingga banyak sekali produsen yang keluar masuk pasar monopolistik.

Ciri – ciri pasar Monopolistik

1. Banyaknya penjual di pasar

Pasar monopolistik tidak mempunyai produsen atau penjual sebanyak pasar persaingan sempurna dan tidak ada produsen atau perusahaan yang mempunyai skala produksi lebih besar dari perusahaan lainnya.

2. Produk serupa tapi tak sama

Jika dilihat sekilas suatu produk atau jasa yang ada akan terlihat sebuah cirikhas dari perusahaan atau produsen penyedia barang atau jasa tersebut dan terlihat perbedaannya antara produk perusahaan A dan produk perusahaan B, sehingga produk atau jasa pada industri pasar monopolistik tidak masuk kategori barang pengganti sempurna akan tetapi masuk kategori barang pengganti dekat atau sementara.

3. Harga

Setiap perusahaan tidak mempunyai kemampuan penuh untuk merubah atau mempengaruhi harga karna akan merusak pasar monopolistik.

4. Keluar masuk pasar

Dalam pasar Monopolistik setiap orang bebas untuk masuk atau keluar dalam pasar tersebut sesuai kemampuan perusahaan untuk bertahan dalam persaingan.

5.Promosi

Iklan atau promosi sangat mempengaruhi kemampuan sebuah produsen atau perusahaan dalam bertahan di dalam persaingan pasar monopolistik.

Faktor penyebab pasar monopolistik

Pasar Monopolistik tidak tercipta begitu saja,ada beberapa faktor yang mempengaruhi terbentuknya pasar monopolistik,yaitu :

1.Ketidakpuasan terhadap pasar sempurna dan monopoli

Dikarenakan produsen yang tidak puas dengan sistem pasar sempurna dan pasar monopoli sehingga banyak sekali produsen atau perusahaan yang berpindah ke sistem pasar monopolistik.

2.Sumber alam

Sumber daya alam yang amat sangat melimpahruah di Indonesia membuat setiap orang atau produsen mudah terjun dalam industri monopolistik,karena sangat mudah untuk mencari bahan baku maupun bahan pendukung dalam produksi suatu barang.

3.produk diferensial

Dikarenakan produk diferensial yang tidak terlalu tinggi membuat setiap produsen lebih mudah dalam persaingan non harga seperti iklan dan hal lainnya.

Memaksimalkan Keuntungan

Tingkat kurva permintaan yang ada dalam struktur pasar monopolistik sangat fleksibel akan tetapi tidak sefleksibel kurva permintaan yang diterima perusahaan dalam struktur pasar persaingan sempurna.

Dalam memaksimalkan keuntungan atau laba dalam struktur pasar monopolistik bisa dibedakan menjadi 2, yaitu :

1. memaksimalkan laba jangka pendek

Keuntungan maksimal produsen atau sebuah perusahaan dapat dicapai jika produsen atau perusahaan terus menerus memproduksi dan memproduksi barangnya sampai pada titik mencapai $MC = MR$ maka perusahaan menerima laba maksimal dalam jangka pendek.

Dalam pasar monopolistik keseimbangan yang dicapai produsen atau perusahaan sama dengan yang dicapai ditingkat monopoli hanya beda dalam jumlah permintaannya atau dengan kata lain pasar monopoli menerima permintaan seluruh pasar sedangkan pasar monopolistik hanya menerima sebagian permintaan pasar.

Contoh perhitungan

Permintaan sebuah perusahaan adalah $p=100-2Q$, biaya $TC=5+2Q$
 p =tingkat harga Q =tingkat output TC =biaya total, tentukan harga dan kondisi produksi maksimum laba perusahaan

$$\begin{aligned} P &= 100 - 2Q & 100 - 4Q &= 2 & p &= 100 - (2 \times 24,5) \\ TR &= PQ & 4Q &= 98 & p &= 51 \\ TR &= (100 - 2Q^2) & Q &= 24,5 & \pi &= PQ - TC = (51 \times 2,5) - (5 + 2 \times 2,5) \\ MC &= 2 & & & &= 1195,5 \end{aligned}$$

2. memaksimalkan laba jangka panjangm pasar monopolistik

Semakin banyaknya produsen dan perusahaan baru yang masuk dalam sistem pasar monopolistik membuat penurunan kurva di berbagai sektor industri yang berakibat pada penurunan laba penghasilan turun sampai ke tingkat normal sebaliknya jika banyak perusahaan atau produsen yang keluar dari pasar persaingan monopolistik mengakibatkan naiknya kurva permintaan yang dialami oleh produsen atau perusahaan yang masih bertahan membuat pendapat menjadi ke tingkat laba normal pada saat mencapai laba normal berarti tidak ada lagi produsen atau perusahaan yang masuk atau keluar dalam pasar monopolistik, intinya produsen atau perusahaan hanya akan menerima laba keuntungan normal dalam jangka panjang

Dikarenakan hal tersebut bisa diartikan itu adalah salah satu kelemahan industri pasar persaingan monopolistik, penyebab ketidakefisienan itu ada dua yaitu

1. marjinal lebih rendah daripada harga jual
2. berlebihnya kapasitas

Corak pasar monopolistik

Dalam pasar persaingan monopolistik mempunyai beberapa corak yang menjadi ciri khas pasar persaingan monopolistik diantaranya adalah

1. pengoptimalan dan pembedaan produk

Di dalam pasar monopolistik terdapat banyak sekali produk yang sama sebab itu setiap perusahaan melakukan berbagai cara untuk melakukan diferensiasi atau membuat pembeda dengan produk perusahaan lain bisa dari aspek kemasan warna bentuk hingga spesifikasi, perbedaan ini membuat konsumen mempunyai lebih banyak pilihan dan alternatif produk, setiap perusahaan berlomba-lomba membuat produk yang benar-benar mempunyai ciri khas khusus.

2. Improvisasi teknologi dan inovasi

Sistem pasar monopolistik cenderung sangat terbatas dalam melakukan improvisasi teknologi dan inovasi dikarenakan jika pada saat mendapat laba yang tinggi maka akan banyak perusahaan baru yang masuk ke pasar monopolistik sehingga membuat laba menjadi normal dengan kata lain laba tinggi hanya dalam kurun waktu singkat dibanding proses improvisasi teknologi dan inovasi

3. persaingan non harga

Dalam pasar monopolistik upaya dalam melakukan perubahan harga untuk menarik pelanggan termasuk kurang efisien karena dalam pasar monopolistik yang terpenting adalah iklan dan promosi bukan persaingan harga.

4.pendapatan merata

Ketika suatu perusahaan mendapat laba tinggi maka perusahaan lain akan ikut meniru dan membuat produk yang sama ketika banyak barang produk yang sama maka kurva pendapatan setiap perusahaan akan kembali normal bisa dibidang pendapatan terbagi rata.

Pengiklanan

1.iklan membantu konsumen memutuskan pilihan

Dengan adanya iklan setiap produsen atau perusahaan bisa menjelaskan produk atau mempromosikan produk terbarunya bisa juga produk lama yang mendapatkan *upgrade* peningkatan mutu produk tersebut.

2.meningkatkan niat untuk berinovasi

Biasanya di dalam iklan setiap produsen atau perusahaan sangat ingin menonjolkan keistimewaan barang yang dipromosikan hal ini membuat perusahaan selalu berusaha melakukan peningkatan dan inovasi pada produknya sehingga mempunyai cirikhas tersendiri sebelum diiklankan.

3.membiayai perusahaan telekomunikasi

Dengan melakukan kegiatan pengiklanan melalui jasa perusahaan telekomunikasi dapat membantu pembiayaan perusahaan yang menyediakan jasa pengiklanan tersebut karena perusahaan yang ingin mempromosikan produknya harus membayar sesuai kesepakatan dan jika sudah membayar maka perusahaan penyedia jasa pengiklanan akan melakukan promosi sesuai perjanjian

Pro dan kontra pengiklanan

Selain mendapat hal positif dari pengiklanan ada beberapa orang yang berpendapat terbalik dan bertentangan dengan pengiklanan, beberapa kritik tersebut ialah

1. iklan sama dengan penghamburan

Walaupun pengiklanan bisa menambah grafik peningkatan penjualan produk suatu perusahaan akan tetapi juga menurunkan penjualan perusahaan lain, berarti iklan tidak akan menaikkan jumlah produksi suatu perusahaan

2. informasi tidak selalu benar

Terkadang informasi yang disampaikan dalam iklan tidak selalu benar dan jujur, setiap perusahaan hanya akan menunjukkan sifat khusus suatu produk dengan kata-kata yang dapat menyakinkan pembeli dan pembeli akan tertarik tanpa mengetahui kualitas sebenarnya suatu produk.

3. iklan menjadi penghalang produsen baru

Ketika sistem pengiklanan berhasil dan kurva permintaan barang meningkat yang otomatis meningkatkan produksi maka perusahaan lain akan mengalami penurunan produksi dan penurunan kegiatan perusahaan dan perusahaan baru akan berfikir ulang untuk masuk

Kesimpulan tentang pengiklanan

Pengiklanan dalam sistem pasar monopolistik memang mempunyai pengaruh yang cukup luas walaupun mempunyai beberapa aspek yang bersifat menguntungkan dan positif tetapi iklan juga memiliki beberapa hal negatif yang cukup dapat terlihat jelas dan kita rasakan hal itu dapat dihindari dengan beberapa cara yaitu sebagai berikut

Iklan harus bersifat terbuka dan jujur tentang produk atau jasa yang disediakan oleh perusahaan karena itu juga menyangkut hak konsumen untuk mengetahui detail dari produk yang akan dibelinya

Perlu adanya undang-undang atau peraturan yang benar-benar mengawasi suatu perusahaan dalam melakukan pengiklanan dan jika melanggar akan mendapat peringatan denda dan hukuman yang berlaku

Harus ada lembaga pengiklanan yang berperan mengorganisir setiap pengajuan pengiklanan agar lebih sesuai prosedur dan adil dengan perusahaan lainnya atau perusahaan yang baru akan masuk dalam pasar monopolistik

Rugi dan untung pasar monopolistik

Kerugian

1. memerlukan modal yang sangat besar karena perusahaan yang sudah lebih dulu masuk ke pasar monopolistik dan sukses mempunyai skala ekonomi yang besar dan digunakan untuk produksi sampai promosi
2. memiliki skala dan tingkat persaingan yang cukup luas dan tinggi dalam bidang kualitas harga dan jasa pelayanan, jadi produsen atau perusahaan baru harus siap dengan persaingan yang terjadi dalam sistem pasar monopolistik
3. setiap perusahaan harus melakukan inovasi pada produknya sehingga tidak akan kalah dengan perusahaan lainnya dibidang yang sama akan tetapi hal ini akan meningkatkan biaya produksi yang berpengaruh pada output harga produk yang harus dibayar konsumen
4. untuk perusahaan kecil atau yang baru masuk pasar monopolistik tingkat keoptimalan atau efisiensi bisa dibilang cukup rendah
5. karena kurang efisiennya suatu produk dan produksi di perusahaan kecil maka harga produk juga akan semakin murah dan mempengaruhi biaya operasional suatu perusahaan
6. terdapat kemungkinan akan terjadi pemborosan biaya produksi pengiklanan dan hal lainnya dalam pasar monopolistik hal ini sangat berbanding terbalik dengan sistem pasar persaingan sempurna dan monopoli

keuntungan

1. kebebasan setiap produsen atau perusahaan untuk keluar dan masuk sistem pasar monopolistik membuat setiap perusahaan selalu melakukan inovasi jika tidak ingin kehilangan konsumen.
2. sangat banyaknya produsen dan produk membawa keuntungan untuk konsumen karena konsumen akan mempunyai banyak opsi pilihan produk sesuai kebutuhan dan pastinya mempunyai kesempatan untuk memilih produk terbaik yang ada
3. karena kebutuhan sehari-hari tersedia didalam sistem pasar monopolistik ini sehingga konsumen lebih mudah untuk menemukannya
4. diferensiasi produk atau perbedaan produk membuat para konsumen benar-benar berhati-hati dan selektif untuk memilih suatu produk dan biasanya konsumen akan menjadi konsumen tetap produk tersebut



Kesimpulan

Pasar monopolistik adalah pasar homogen atau berarti pasar dimana produsen dan konsumen hanya saling memenuhi kebutuhan barang yang sama atau sejenis tetapi setiap produsen mempunyai ciri khas produk masing-masing, dalam pasar monopolistik tingkat persaingan bisa dibidang sangat tinggi karena setiap perusahaan mempunyai produk yang sama dan biasanya berupa barang primer atau kebutuhan sehari-hari, setiap pengusaha sangat mudah masuk dan keluar dalam pasar monopolistik karena banyaknya sumber daya alam dan peluang yang cukup lebar, setiap perusahaan berlomba-lomba menciptakan produk terbaik yang sekilas sama tapi tetap mempunyai perbedaan



Daftar pustaka

http://www.academia.edu/download/51255360/STRUKTUR_PASAR_DAN_PERSAINGAN_HARGA_PADA_PASAR_PERSAINGAN_SEMPURN_A_PASAR_MONOPOLI.docx

<https://repository.unej.ac.id/handle/123456789/10477>

<http://www.hukumonline.com/berita/baca/hol5505/persaingan-terhambat-karena-kebijakan-pemerintah-yang-monopolistik>

<http://www.ekonomikontekstual.com/2013/12/mengenal-pasar-persaingan-monopolistik-dengan-benar.html>

https://id.wikipedia.org/wiki/Pasar_monopolistik

