

# Struktur Pasar Persaingan sempurna

Andhika Wahyu Ramadhan

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SIDOARJO

## Abstrak

Pasar persaingan sempurna merupakan hal yang bagus dalam kategori untuk meningkatkan ekonomi masyarakat sekaligus meningkatkan kesejahteraan. Dalam pasar persaingan sempurna antara pembeli dan penjual itu berjumlah tidak sedikit, yang artinya bahwa jumlah pembeli dan penjual itu tidak bisa terhitung atau semuanya masyarakat bisa tergolong kedalam kategori tersebut. Struktur pasar persaingan sempurna memiliki metode yang sangat sempurna untuk menciptakan iklim perdagangan yang tidak saling merugikan. Karena dalam struktur pasar ini sudah ada ikatan batin bahwa antara penjual dan pembeli untuk tidak saling merasakan siapa yang rugi dan untungnya. Jadi struktur dalam pasar persaingan tersebut dapat dikatakan struktur persaingan sempurna dan akan terjadi sebuah jaminan bila dalam melaksanakan proses produksi barang dan jasa selalu menjadi lebih efisien jika dibandingkan dengan salah satu jenis pasar persaingan jenis lainnya. Adapun ciri-ciri dari pasar persaingan sempurna yaitu harus memiliki penjual dan pembeli yang jumlahnya banyak, pedagang bebas membuka dan menutup usahanya, barang yang dijual bersifat homogen, penjual dan pembeli mengetahui informasi harga yang jelas, pemerintahnya tidak ikut campur serta pemerintah juga tidak mengetahui bahwa pembeli dan penjual telah menadakan sebuah perjanjian untuk tidak merugikan sesama. Karakter utama dalam pasar seperti kebanyakan penjual adalah perusahaan kecil, produk yang dijual oleh semua perusahaan identik (homogen), mobilitas sumber daya yang sempurna atau kebebasan masuk dan keluar dari industri, dan pengetahuan sempurna tentang harga dan kualitas antara penjual dan pembeli.

Kata kunci : pasar persaingan sempurna, penjual, pembeli

## **Pendahuluan**

Untuk saat ini pasar sangat lah di butuhkan karena keberadaanya dalam sebuah keiatan ekonomi.struktur pasar persaingan sempurna ini di bedakan berbagai proses yang meliputi produksi, konsumsi,distribusi yang di harapkan dengan adanya ini semua masyarakat Indonesia bisa berkecimpung kedalam hal ini berbagai peranan yaitu distributor,produsen,konsumen dan ada juga masyarakat yang tidak berkecimpung secara langsung kedalam ini sebagai contoh pemerintah dikarenakan semuanaya memiliki kepentingan masing-masing.

Pasar persaingan sempurna merupakan hala yang bagus dalam kategori untuk meningkatkan ekonomi masyarakat sekaligus meningkatkan kesejahteraan. Menurut (cintya, 2015) pasar memiliki peran sangat penting bagi roda perekonomian suatu Negara.

Dalam pasar persaingan sempurna banyak transaksi di dalamnya contohnya jual beli produk,akan tetapi dengan harga yang sudah di kendalikan oleh suatu pihak. Dalam ilmu ekonomi penegertian pasar lebih secara konseptual yakni sebagai tempat bertemunya antara permintaan dan penawaran sehingga mencapai titik keseimbangan (cintya, 2015). Maka siapa saja yang berinteraksi di sini berdasarkan ingin membantu sesamanya tanpa saling bermusuhan. Sehingga harga di pasar benar-benar merupakan hasil kesepakatan dan interaksi antara penawar dan permintaan (fikriansyah, 2019)

Dalam pasar persaingan sempurna antara pembeli dan penjual itu berjumlah tidak sedikit,yang artinya bahwa jumlah pembeli dan penjual itu tidak bisa terhitung atau semuanya masyarakat bisa tergolong kedalam kategori tersebut.

Struktur pasar persaingan sempurna memiliki metode yang sangat sempurna untuk menciptakan iklim perdagangan yang tidak saling merugikan.karena dalam struktur pasar ini sudah ada ikatan batin bahwa antara penjual dan pembeli untuk tidak saling merasakan siapa yang rugi dan untungnya.

## **Rumusan masalah**

1. Apa pengertian struktur pasar persaingan sempurna.
2. Apa saja ciri-ciri dari struktur pasar persaingan sempurna.
3. Cara memaksimalkan keuntungan jangka pendek dalam pasar persaingan sempurna.

4. Cara meminimalkan biaya tanpa mengurangi produk pasar persaingan sempurna.
5. Apa saja kelebihan dan kekurangan struktur pasar persaingan sempurna.
6. Bagaimana cara menghadapi persaingan pasar pada struktur pasar persaingan sempurna.
7. Apa karakter utama dalam struktur pasar persaingan sempurna.
8. Bagaimana fungsi struktur pasar persaingan sempurna.
9. Jenis-jenis pasar persaingan sempurna.

## TUJUAN

- a. Untuk mengetahui apa ciri-ciri dalam pasar persaingan
- b. Untuk mengetahui struktur apa saja yang ada di pasar persaingan sempurna.
- c. Untuk mengetahui gimana cara memaksimalkan keuntungan jangka pendek.
- d. Untuk mengetahui pengertian pasar persaingan sempurna.
- e. Untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan dalam pasar persaingan.



**UMSIDA**

DARI SINI PENCERAHAN BERSEMI

## PEMBAHASAN

### 1. Pengertian pasar persaingan sempurna

Struktur pasar persaingan sempurna adalah pasar yang memiliki jumlah penjualan dan pembelian yang banyak dengan berbagai varian barang yang dijual, namun barang yang di jual memiliki jenis yang sama dan serupa. Contoh barang yang dijual pada pasar yang memiliki persaingan sempurna ialah beras, kentang, gandum, bawang, dan lain sebagainya. Menurut (trysutriani, 2015) di dalam pasar persaingan sempurna terdapat mobilitas sempurna dari sumber daya serta adanya pengetahuan yang sempurna baik pembeli maupun penjual, sehingga harga di dalam pasar benar-benar merupakan kesepakatan dan interaksi antara seorang penawaran dan permintaan. Keinginan dari konsumenlah yang membentuk permintaan produk tersebut, sementara penawaran mencerminkan keinginan dari produsen.

Dalam pasar, penjual dan pembeli tidak memiliki kemampuan untuk mempengaruhi harga pasar karena sudah ada persetujuan bahwa antara penjual dan pembeli telah mengetahui struktur dan informasi yang ada di dalam. Jadi struktur dalam pasar persaingan tersebut dapat dikatakan struktur persaingan sempurna dan akan terjadi sebuah jaminan bila dalam melaksanakan proses produksi barang dan jasa selalu menjadi lebih efisien jika dibandingkan dengan salah satu jenis pasar persaingan jenis lainnya.

## 2. Ciri-ciri pasar persaingan sempurna

Pasar persaingan sempurna dapat didefinisikan sebagai struktur pasar atau industry dimana terdapat banyak penjual dan pembeli (ahmadsukhron28, 2017) Tidak semua jenis pasar memiliki system persaingan yang sempurna. Maka dari itu berikut adalah ciri-ciri dari pasar persaingan sempurna.

### a. Harus Memiliki Penjual dan Pembeli yang Jumlahnya Cukup Banyak

Ciri – ciri yang pertama ini adalah harus adanya seorang penjual dan seorang pembeli yang jumlah perbandingannya sama banyak. Dengan kondisi seperti ini seorang penjual tidak semua bisa memainkan harga jual, karena bila ada permainan harga, akan tetapi seorang pembeli pasti mengetahui informasi tentang harga jual asli yang beredar di pasar tersebut.

Maka dari itu, sebanyak apapun produk yang dibeli harganya pasti tidak akan pernah berubah atau konsisten dengan harga di pasaran. Dalam hal ini salah satu di antaranya yang menentukan keberhasilan transaksi adalah kekuatan dari masing-masing penawaran dan permintaan atas suatu produk.

### b. Pedagang Bebas Membuka dan Menutup Usahanya

Di dalam sistem pasar persaingan sempurna salah satu pihak dari seorang pedagang diberi kebebasan untuk membuka maupun menutup usahanya. Jika gagal didalam sistem persaingan, pihak pedagang berhak menghentikan barang dagangannya maupun sebaliknya.

Ciri-ciri ini mungkin sangat berbeda dengan pasar jenis lainnya. Karena pihak pedang bisa menutup usahanya sesuai keinginan dia tapi kalau pasar jenis lainnya, seorang

pedagang hanya boleh menutup usahanya sesuai waktu yang ditentukan. Dalam hal ini biasanya sudah tercantum dalam surat perjanjian sebelum membuka usaha.

c. **Barang yang Dijual Bersifat Homogen**

Supaya tidak adanya perbedaan harga dengan kualitas barang yang di jual, maka di dalam struktur pasar tersebut harus ada yang dijual dan setiap produk harus setipe atau homogen. Sehingga, sekalipun pembeli melakukan pembelian, pembeli mendapatkan harga dan kualitas yang tetap sama di penjual lainnya.

d. **Penjual dan Pembeli Mengetahui Informasi Harga yang jelas**

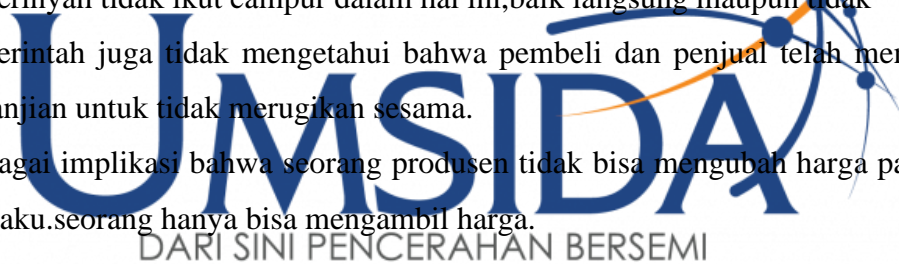
Penjual dan pembeli harus mencari informasi dari harga yang benar beredar di pasar tersebut. Ini juga berlaku saat harga berubah dengan cepat di pasaran.

Maksud dari pemahaman informasi ini adalah untuk mencegah penjual melakukan penjualan dengan harga di kisaran harga pasar akibat ketidaktahuannya. Hal ini juga sangat bermanfaat bagi pembeli agar salah satu seorang pembeli tidak membeli barang dengan harga yang lebih tinggi dari harga pasar.

e. **Pemerintah tidak ikut campur dalam hal ini, baik langsung maupun tidak**

f. **Pemerintah juga tidak mengetahui bahwa pembeli dan penjual telah menadakan sebuah perjanjian untuk tidak merugikan sesama.**

Sebagai implikasi bahwa seorang produsen tidak bisa mengubah harga pasar yang sudah berlaku. Seorang hanya bisa mengambil harga.



### **3. Memaksimalkan pasar keuntungan jangka pendek**

Di dalam pasar persaingan sempurna ini ada yang namanya keuntungan jangka pendek dalam hal ini pemaksimalan keuntungan oleh suatu perusahaan dapat diterangkan dengan berbagai cara salah satunya sebagai berikut:

1. Membandingkan hasil penjualan total dengan biaya total
2. Menunjukkan keadaan dimana hasil penjualan marginal sama dengan biaya marginal.

Dalam cara yang saya dapatkan yaitu keuntungan ditentukan dengan cara menghitung dan membandingkan berbagai hasil penjualan yang sudah di total dengan biaya total. Keuntungan adalah perbedaan antara hasil penjualan total yang diperoleh dengan biaya total

yang dikeluarkan. Keuntungan untuk mencapai hasil maksimal dengan perbedaan antara keduanya adalah maksimal. Maka dengan ini keuntungan yang maksimal akan dicapai apabila perbedaan nilai antara hasil penjualan total dengan biaya total adalah hasil yang paling ditentukan dengan secara maksimal.

#### **4. Meminimalkan biaya tanpa mengurangi kualitas**

Dalam hal berbisnis Salah satu hal yang cukup sulit untuk dilakukan dalam pasar persaingan ialah ini. Karena cukup banyak mengurangi pengeluaran dan ada banyak upaya yang dapat di lakukan untuk bisa menanggulangi pengeluaran kualitas, namun untuk melakukannya hal yang seperti ini cukup banyak tantangan yang tidak terlihat, akan tetapi ada berbagai upaya cara untuk menanggulangnya. sebagai berikut;

Mengetahui strategi untuk menurunkan harga biaya merupakan sesuatu contoh cara berbisnis yang sempurna. Dana yang di dibutuhkan tidak terlalu menelan biaya operasional, anda juga bisa mengalihkan perhatian lebih luas lagi untuk pengembangan bisnis ini.

Menekan dana untuk biaya operasional bisa dilakukan dengan mengorbankan kualitas produk Anda, atau sedikit mengurangi untuk kebutuhan karyawan Anda. Hal tersebut adalah cara untuk menghemat biaya operasional yang tercepat dan termudah. Namun tentunya hal ini tidak baik untuk perkembangan bisnis anda dalam jangka panjang.

Tapi anda tidak perlu khawatir tentang hal ini, ada banyak cara upaya yang lebih baik untuk menanggulangi biaya operasional. Cobalah beberapa upaya untuk menurunkan biaya operasional, berikut ini adalah solusi tanpa mengurangi kualitas atau pun kesejahteraan karyawan.

##### **a. Fokus Kepada Pelanggan Tetap**

Biaya untuk mendatangkan pelanggan baru jauh lebih tinggi biaya operasioalnya ketimbang mempertahankan pelanggan lama/tetap. Maka dari itu

akan lebih efisien lagi dengan cara menjaga pelanggan Anda supaya terus menerus membeli produk dari Anda ketimbang mengeluarkan dana yang besar lagi untuk beriklan agar pelanggan baru berdatangan dan juga menurut (arthurmartan, 2016) mempertahankan konsumen adalah bagaimana mempertahankannya supaya konsumen tetap loyal dengan satu perusahaan di bandingkan perusahaan lain.

Sementara itu menurut (elqorni, 2016) suatu ancangan yang menekankan pada upaya membangun hubungan ketimbang sekedar promosi produk. Maka dari Manfaatkanlah data-data lama dari pelanggan anda seperti riwayat pembelian, data diri, alamat email, dan tanggal lahir yang dapat Anda catat ketika mereka melakukan transaksi diakhir/diawal. Anda juga dapat memberikan beberapa diskon pada konsumen anda dalam pembelian berikutnya, atau penawaran spesial di hari ulang tahunnya.

Dengan cara ini, pelanggan akan merasakan kenyamanan dan berpotensi untuk kembali membeli produk yang anda jual dari biaya jauh lebih rendah ketimbang Anda beriklan ke luar baik secara online, maupun offline.



**b. Fokus Pada Elemen Kejutan Bagi Pelanggan Tetap**

Hampir menyamai cara apa yang sudah dijelaskan di atas, Anda dapat sedikit lebih memaksimalkan lagi pendapatan dengan mendapatkan pelanggan setia. Manfaatkan berbagai situasi untuk mengkejutkan bagi mereka, dan buatlah mereka merasa lebih spesial dan memberikan kesan yang tidak bisa mereka bayangkan ketika mendapatkan tawaran menarik sesuai dengan kebutuhan mereka.

Sehingga membuat mereka lebih merasa sangat berharga dan membuat mereka merasa di rugikan sehingga membuat mereka ingin kembali lagi. Sebagai contoh, Anda dapat menawarkan promosi seperti buy 1 get 2, atau kupon undian khusus keluar negeri sehingga mereka dapat mengklaim bahwa keberuntungan akan datang setelah membeli produk.

### **c. Fokus Pada Kualitas dan Pelayanan Terbaik**

Selain sering melakukan promosi dan penawaran menarik lainnya bagi pelanggan yang setia, cara berbisnis yang baik lainnya yakni dengan memberikan pelayanan yang luar biasa dan memberikan kualitas barang terbaik.

Dengan menawarkan produk serta pelayanan luar biasa, dari sinilah peran ini dibutuhkan karena produk akan lebih dikenal melalui mulut ke mulut, sehingga berpotensi mendapatkan pelanggan setia dan juga meningkatkan produk.

Menurut (wirotama, 2017) retensi pelanggan adalah kunci untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan dengan memanfaatkan otomatisasi untuk mengoptimalkan fokus pelanggan. Dari pada berinvestasi untuk beriklan, seringkali cara mereka mengalihkan dananya untuk menciptakan produk terbaik di kelasnya. Mereka juga memberikan kepercayaan pelanggan sebagai mitra untuk menyebarkan informasi mengenai produk-produk yang sudah mereka tawarkan.



### **d. Memperkecil Lini Produk**

Mungkin Anda memiliki terlalu banyak lini produk yang dijual, hingga pada akhirnya hanya bersarang di display. Lakukanlah dengan cara mulai menyortir produk-produk tersebut, dan coba pikirlah lagi untuk tidak menjualnya lagi di masa mendatang.

Dengan situasi ini dapat membingungkan pelanggan untuk memilih, terlalu banyak macam-macam produk membuat biaya produksi, serta biaya marketing meningkat drastis. Menjual sedikit lini produk sangat mampu meningkatkan penjualan karena pembeli akan lebih fokus kepada apa yang benar-benar dibutuhkan.

### **e. Meningkatkan Jumlah Pesanan atau Produksi**

Kebanyakannya semakin banyak anda memesan jumlah produk, maka biaya yang dibutuhkan semakin rendah pula. Maka langkah baiknya anda mulai untuk



membeli barang dalam kuantitas yang besar. berhasilnya sebuah bisnis dapat dilihat berdasarkan tingginya penjualan (kurniawan, 2019)

#### **f. Menjalin Hubungan Baik dengan Distributor**

Jadilah pelanggan terbaik bagi distributor Anda. dengan demikian anda bisa menjalin hubungan baik. Yang pertama adalah dengan mendirikan rintangan beralih yang tinggi. menurut (tjahyadi)

Dengan demikian, Anda bisa membuka peluang untuk mendapatkan penawaran terbaik darinya. Secara tidak langsung anda akan lebih mudah melakukan negosiasi dengannya untuk mendapat penawaran yang tepat bagi anda. melainkan menghindari stok mati di toko Anda.

#### **g. Menjaga Kesejahteraan Karyawan Lama**

Menurut (el, 2010) karyawan adalah asset perusahaan Karen tanpa adanya sumber daya manusia maka perusahaan tidak akan bisa berjalan. Maka berbisnis yang baik lainnya yaitu dengan memulai untuk melakukan investasi pada kesejahteraan dan kebahagiaan karyawan. terutama untuk mereka yang sudah berkecimpung diperusahaan cukup lama dan mendedikasikan dirinya. Selalu berikan motivasi, pelatihan, serta bonus terbaik untuknya.

Jika budget Anda tidak memungkinkan, Anda cukup menawarkan sesuatu hal yang lain kepada mereka seperti ; menawarkan keleluasaan waktu, atau memberinya hadiah di setiap tahunnya. Dan juga memberikan bonus prestasi yang dapat menjadi alternatif murah.

#### **h. Memanfaatkan Otomatisasi dalam Berbisnis**

Setiap hari anda harus melakukan pengecekan pada segala aktivitas bisnis Anda, dan lakukanlah dengan cara otomatisasi untuk hal-hal tersebut. Tugas-tugas seperti

data entry, jadwal pegawai, mencatat keluar masuk barang, dan lain sebagainya dapat Anda lakukan dengan otomatisasi memanfaatkan teknologi yang ada.

Dan selalu pikirkan setiap waktu adalah uang. Semakin banyak Anda mengerjakan tugas secara manual, semakin banyak pula waktu yang dibutuhkan. Sedangkan waktu yang telah terbuang seharusnya bisa di manfaatkan untuk kegiatan lainnya.

## **5.Kelebihan dan kekurangan pasar**

### **A.Kelebihan**

1. Di struktur pasar ini, jumlahnya mungkin sangat sedikit atau tidak adanya biaya iklan karena produknya homogen. Oleh karena itu secara tidak langsung fundamental memiliki kualitas dan karakteristik fisik yang sama dengan yang lain.
2. Pasar persaingan sempurna ini di anggap berorientasi pada konsumen.seorang Penjual tidak bisa mengganggu konsumen. jika menggagnggu konsumen atau konsumen merasa tidak adanya kenyamanan yang di berikan oleh penjual maka pembeli akan berpindah ke penjual lain secara instan.
3. Peluang eksploitasi konsumen sangatlah rendah dalam persaingan sempurna. Karena penjual di pasar tidak memiliki harga monopoli. Oleh karena itu,penjual tidak memiliki pengaruh besar terhadap harga produk atau mereka tidak dapat membebanilagsung kepada konsumen lebih tinggi dari harga yang sudah di tentukan oleh penjual.
4. Di persaingan pasar ini penjual Juga tidak perlu mengeluarkan uang yang terlalu banyak untuk biaya iklan. Karena secara tidak langsung jug penjualan akan terjadi secara otomatis jika perusahaan menentukan harga lebih rendah dari pesaingnya.
5. Harga jual produk adalah harga yang termurah di berikan ke konsumen.
6. Harga cenderung stabil karena kondisi pasar ditentukan jauh-jauh hari.
7. Barang yang sudah diproduksi mudah di peroleh dengan biaya yang serenda-rendahnya.

## B. Kekurangan

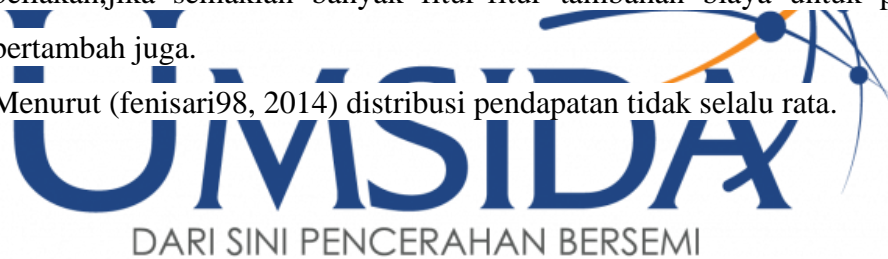
1. Ada hambatan untuk memasuki pasar persaingan sempurna karena perusahaan mana pun tidak dapat memasuki pasar ini untuk menjual berbagai produknya, di karenakan jika salah satu perusahaan manapun yang masuk dalam pasar ini besar kemungkinan pesaing akan bertambah lebih banyak.

2. Lokasi sangat berpengaruh besar dalam strategi yang sehingga menghasilkan penjualan.

Jika perusahaan berlokasi yang tidak strategis akan tetapi memiliki lahan yang luas cenderung hanya mendapatkan lebih banyak penjual dari pada konsumen yang membeli.

3. Dalam bentuk struktur pasar ini, penjual tidak mendapatkan apapun salah satunya adalah motivasi untuk menghadirkan inovasi atau menambahkan fitur ke dalam produk. karena penjual tidak mendapat tekanan bear dari pembeli,maka dari itu mereka tidak perlu memberikan inovasi-inovasi yang baru untuk di perjual beilakan,jika semakin banyak fitur-fitur tambahan biaya untuk produknya akan bertambah juga.

4. Menurut (fenisari98, 2014) distribusi pendapatan tidak selalu rata.



## 6.Cara menghadapi persaingan pasar

1.Ada hambatan untuk memasuki pasar persaingan sempurna karena perusahaan mana pun tidak dapat memasuki pasar ini untuk menjual berbagai produknya, di karenakan jika salah satu perusahaan manapun yang masuk dalam pasar ini besar kemungkinan pesaing akan bertambah lebih banyak.

2.Lokasi sangat berpengaruh besar dalam strategi yang sehingga menghasilkan penjualan.

Jika perusahaan berlokasi yang tidak strategis akan tetapi memiliki lahan yang luas cenderung hanya mendapatkan lebih banyak penjual dari pada konsumen yang membeli.

3. Dalam bentuk struktur pasar ini, penjual tidak mendapatkan apapun salah satunya adalah motivasi untuk menghadirkan inovasi atau menambahkan fitur ke dalam produk.

karena penjual tidak mendapat tekanan bear dari pembeli, maka dari itu mereka tidak perlu memberikan inovasi-inovasi yang baru untuk di perjual belikan, jika semakin banyak fitur-fitur tambahan biaya untuk produknya akan bertambah juga.

## **7..Karakter utama dalam pasar**

### **1. Kebanyakan penjual adalah perusahaan kecil**

Pasar persaingan sempurna terlihat mengandung sejumlah besar perusahaan kecil, lebih kecil dibandingkan dengan ukuran keseluruhan pasar. Hal ini merupakan bahwa tidak ada salah satunya perusahaan yang dapat melakukan kontrol pasar dalam biaya atau kuantitas. Jika ada salah satu perusahaan yang memutuskan untuk menggandakan outputnya atau berhenti memproduksi seluruhnya, pasar tidaklah terpengaruh oleh hal ini. Harga juga tidak berubah dan tidak ada perubahan dalam kuantitas yang dipertukarkan.

Ada berbagai macam perusahaan kecil yang diperlukan dalam industri persaingan sempurna, sehingga masing-masing perusahaan tidak mempunyai wewenang atas kendali dalam pasar? Tidak ada penjelasan yang aktual untuk menjawab pertanyaan ini. Hal ini bahwa fakta pasar persaingan sempurna mempunyai struktur pasar ideal yang tidak ada di dunia nyata. Hal ini juga sebagian besar dianggap bahwa jumlah perusahaan tidak mementingkan hasil atau bahwa harus ada perusahaan yang memiliki kendali pasar.

### **2. Produk yang dijual oleh semua perusahaan identik (homogen)**

Setiap perusahaan mempunyai ciri tersendiri untuk menjual produknya, atau juga biasa disebut dengan "barang homogen." Ciri utama dari karakteristik ini tidak begitu banyak sehingga barang itu sendiri mempunyai kesamaan yang persis, sama persis, akan tetapi disini pembeli tidak bisa membedakan apa pun. Secara khusus, seorang pembeli tidak bisa mengetahui bahwa perusahaan mana yang menghasilkan produk tertentu. Tidak memberikan nama merek atau fitur pembeda yang membedakan produk dengan perusahaan.

Karakteristik ini berarti memiliki perusahaan yang bersaing sempurna untuk menghasilkan suatu barang yang merupakan pengganti sempurna untuk output di setiap perusahaan lain di pasar. Dengan demikian, tidak ada perusahaan yang bisa membebaskan harga dari barang yang telah

diterima oleh perusahaan lain. Jika mereka mencoba untuk membebankan biaya yang lebih tinggi, maka dari itu seorang pembeli akan segera beralih ke barang lain yang merupakan pengganti yang lebih sempurna.

### **3. Mobilitas sumber daya yang sempurna atau kebebasan masuk dan keluar dari industri**

Perusahaan dengan pasar persaingan sempurna bebas masuk dan keluar dari industri. Mereka juga tidak memiliki batas aturan dari peraturan pemerintah, biaya awal, atau hambatan biaya untuk masuk. Sementara itu banyak perusahaan mengeluarkan biaya awal yang lebih tinggi atau wajib memiliki izin pemerintah untuk memasuki kawasan industri tersebut, hal ini juga tidak berlaku pada perusahaan pasar persaingan sempurna. Demikian juga, perusahaanlah yang memiliki peran masuk pasar persaingan sempurna tidak dapat dicegah untuk meninggalkan industry ini sama seperti halnya utilitas publik yang telah diaturoleh pemerintah.

Perusahaan dengan pasar persaingan sempurna dapat memperoleh tenaga kerja, modal, dan sumber daya apa saja yang dibutuhkan tanpa penundaan dan tanpa pembatasan apapun. Tidak ada lagi yang namanya diskriminasi rasial, etnis, atau gender.

### **4. Pengetahuan sempurna tentang harga dan kualitas antara penjual dan pembeli**

Dalam pasar persaingan sempurna, pembeli sepenuhnya akan melihat harga dan kualitas yang diberikan penjual, sehingga salah satu perusahaan tidak bisa menjual barang dengan harga yang lebih tinggi daripada perusahaan lain. Setiap penjual juga mengetahui informasi lengkap tentang harga yang tafsirkan oleh penjual lain sehingga mereka tidak bisa menaikkan harga meskipun lebih sedikit daripada harga pasar yang sedang terjadi. Teknologi juga akan memperluas pengetahuan yang sempurna. Dengan ini Semua perusahaan dengan persaingan sempurna memiliki jalan yang sama ke dalam teknik produksi.

## **8.Fungsi struktur pasar persaingan**

antara lain :

### **1. Fungsi terbentuknya Harga**

Fungsi terbentuknya harga. artinya pasar merupakan tempat dimana harga (nilai) suatu produk karena pasar juga merupakan tempat dimana bertemunya para penjual dan para pembeli yang saling berinteraksi atau saling tawar menawar sehingga memunculkan suatu kesepakatan dengan harga (nilai) barang tersebut.

### **2. Fungsi Distribusi**

Fungsi Distribusi; dimana seorang distributor sangat memudahkan produsen dalam mendistribusikan suatu produk untuk konsumen atau pembeli secara langsung.

### **3. Fungsi Promosi**

Fungsi Promosi; artinya pasar tempat yang paling cocok untuk produsen dalam memperkenalkan atau mempromosikan produk kepada konsumen secara langsung. hal ini juga penjual bisa mengetahui harga produk saat ini.

Mungkin saat ini banyak jenis-jenis pasar diklasifikasikan ke dalam beberapa kategori seperti jenis-jenis pasar menurut sifat dan waktu terjadinya, berdasarkan wujudnya, dll.

## **9.Jenis-jenis pasar persaingan sempurna.**

### **a. Pasar beras**

Kebanyakannya di kalangan sekitar yang paling banyak di temui dan paling mudah adalah pasar beras, karena beras juga sebagai bahan makanan setiap hari, kebutuhan beras juga sangat tinggi di Indonesia dan membuat hal ini sangat cocok di jajakan pada pasar dengan jenis persaingan sempurna.

Pasar beras memiliki ciri yang dimiliki oleh pasar sempurna sempurna, yang pertama dari jumlah penjual dan pembelinya, kebebasan berjualan, hingga harga yang tidak bisa di ubah sesuka hati penjual.

b. Pasar buah & sayur

Sama halnya dengan pasar beras pasar buah juga tergolong ke dalam contoh pasar persaingan sempurna. Sayur dan buah adalah salah satu komoditi yang tidak dapat di tinggalkan oleh seluruh masyarakat. Meskipun pasar sayur dan buah tidak sebanyak pasar besar akan tetapi masyarakat Indonesia masih butuh mengonsumsi buah dan sayur untuk setiap harinya.

Untuk harga dari buah dan sayur dalam pasar adalah hasil dari komunikasi tawar menawar untuk menemukan harga jual dan tidak merugikan dari pihak penjual dan pembeli. Jadi, tidak ada oknum yang memaksakan kehendaknya untuk memengaruhi harga dan merugikan satu sama lainnya.

c. Pasar modal atau bursa efek

Ini adalah sebuah pasar persaingan sempurna ialah pasar modal atau bursa efek. Pasar modal ini bukanlah pasar yang menjajakan produk kebutuhan utama bagi masyarakat. Akan tetapi, pasar bursa efek ini memiliki ciri-ciri seperti yang ada. Mungkin sebagian orang belum tahu bahwa harga produk yang di tawarkan dalam pasar modal telah di tentukan pada sistem. Tidak ada pihak apapun yang bisa mempengaruhi harga jual saham dalam bursa efek. Maka dari itu pasar modal menjadi contoh dari pasar dengan jenis persaingan sempurna.

d. Pasar daging

Pasar daging juga termasuk salah satu contoh pasar persaingan sempurna. Harga daging pun juga di tentukan mekanisme pasar, jenis barang yang di jual bersifat homogeny atau sejenis serta terdapat banyak penjual dan pembeli juga. Sehingga pasar daging juga memenuhi kriteria untuk di sebut pasar persaingan sempurna.

e. Pasar gandum

Pasar gandum merupakan bahan utama juga untuk membuat roti dan makanan lain, pada dasar gandum juga menjadi komoditi yang diminati. Pada pasar gandum, harga barang di tentukan oleh permintaan dan penawaran terhadap gandum tersebut. Barang yang dijual juga bersifat homogeny.

f. Pasar kentang

Kentang juga tergolong salah satu makanan pokok di beberapa Negara di eropa namun di Indonesia kentang di jadikan makanan sampingan saja. Untuk itu,pasar yang menjual kentang termasuk sebagai pasar persaingan sempurna jika melihat harganya yang di tentukan oleh permintaan dan penawarnyaeski begitu kentang termasuk komoditi yang di minati masyarakat Indonesia.

g. Pasar kopi

Pasar kopi termasuk dalam contoh pasar persaingan sempurna.hal ini di karenakan dalam pasar komodtiti kopi banyak penjual dan pembeli, sehingga harga kopi tidak berpengaruh oleh penjual atau pembeli saja. Dalam pasar persaingan sempurna,harga juga bisa mempengaruhi terjadinya kekuatan tawar menawar.

## **KESIMPULAN**

Dari berbagai jenis pasar yang di informsikan di bagian atas, dari sini dapat di pahami bahwa pasar persaingan sempurna adalah struktur pasar yang terlihat baik jika diterapkan kedalam persaingan pasar. Akan tetapi perlu diingat lagi, metode pasar yang seperti ini tidak selalu efektif bila mana diberlakukan kedalam komoditas tertentu dikarenakan banyak sisi kelebihan dan sisi kekuranganya yang tadi kami beritahukan diatas.

Mungkin Anda tertarik untuk mencoba bisnis, awali dengan memilih jenis pasar yang tepat dan rencakan strategi dan gunakan pembukuan bisnisnya. Hal ini sangat penting untuk menyimpulkan perkembangan bisnis anda secara bertahap.

pasar persaingan sempurna merupakan salah satu pasar dimana produk yang diperjual bersifat homogeny serta para penjual dan pembeli tidak mempunyai dampah besar untuk mempengaruhi keadaan pasar sekarang maupun kondisi yang akan terjadi di berbagai perusahaan cara untuk memaksimumkan sebuah keuntungan terdapat 2 hal yang harus di utamakan : (1).berapa ongkos produksi Yang sangat perlu di keluarkan oleh perusahaan, (2)berapa hasil penjualan dan barang yang di keluarkan perusahaan pada setiap waktunya.



## DAFTAR PUSTAKA

- ahmadsukhron28. (2017). manajemen dan bisnis.
- arthurmartan. (2016). makalah menarik dan mempertahankan pelanggan (manajemen pemasaran). 3.
- cintya, a. (2015). pasar persaingan sempurna. halaman 1.
- el, a. r. (2010). kesejahteraan karyawan. 1.
- elqorni, a. (2016). post from the 'strategi pemasaran" category. 2.
- fenisari98. (2014). kebaikan dan keburukan pasar persaingan sempurna.
- fikriansyah. (2019). ciri-ciri pasar persaingan sempurna dan contohnya.
- kurniawan, k. (2019). 11 cara meningkatkan omset penjualan di 2019. 1.
- tjahyadi, r. a. (n.d.). membangun hubungan jangka panjang pelanggan melalui relationship marketing. 5.
- trysutriani. (2015). makalah pasar persaingan sempurna. 1.
- wirotama, s. h. (2017). tips untuk meningkatkan fokus pelanggan. 1.