

STRUKTUR P A S A R

Oleh
T.Parulian

Tujuan mempelajari pasar.

Sangat penting dalam menganalisis fenomena ekonomi, bagi pelaku maupun pembuat keputusan di bidang bisnis dan ekonomi.

Konsep & Pengertian Pasar

Pengertian sempit :

Pasar adalah tempat berkumpul dan bertemunya para penjual (produsen) dan pembeli (konsumen) di suatu lokasi tertentu.

Pasar disebut efisien :

Jika tidak ada yang dirugikan dalam kegiatan yang membuat orang lain menjadi lebih baik
(No one worse off to make some one better off).

Pengertian luas :

1. Tempat atau mekanisme yang mempertemukan kepentingan produsen dan konsumen.
2. Sumber informasi bagi produsen, konsumen dan pemerintah.
3. Sarana untuk mendistribusikan barang dan jasa bagi produsen.
4. Merupakan sarana untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan produsen.

Fungsi Pasar :

Pasar berfungsi sebagai alat untuk meningkatkan efisiensi nasional melalui persaingan sehat untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Sifat Pasar :

Pasar tidak peduli dengan dengan masalah pemerataan dan berorientasi jangka pendek.

Oleh karena itu, bila di pasar terjadi persaingan yang tidak sehat sehingga mengganggu kesejahteraan publik, maka pemerintah wajib melakukan intervensi pasar untuk melakukan koreksi dalam rangka menjaga kepentingan dan kesejahteraan publik.

KELOMPOK PASAR

- I. Berdasarkan luas dan banyaknya pemain serta keragaman produk yang ditawarkan :**
 - 1. Pasar persaingan sempurna.**
 - 2. Pasar persaingan monopolistik.**
 - 3. Pasar oligopoli.**
 - 4. Pasar monopoli.**

KELOMPOK PASAR

II. Berdasarkan area cakupannya :

- 1. Pasar domestik.**
- 2. Pasar ekspor (luar negeri).**

Parameter yang menentukan struktur pasar.

1. Jumlah pelaku ekonomi.
Jumlah produsen dan jumlah konsumen.
2. Keragaman produk (barang dan jasa).
Keragaman dari fungsi atau manfaat barang dan jasa tersebut.
3. Market Barrier (halangan masuk & keluar pasar).
Teknologi produksi, investasi, dan aturan pemerintah.
4. Jenis persaingan dalam pasar (harga dan non harga).

PASAR

Parameter	Persaingan Bebas	Monopolistik	Oligopoli	Monopoli
1. Produsen	Sangat Banyak	Masih Banyak	Beberapa	Satu
2. Produk	Seragam	Berbeda	Beragam	Unik
3. Kendali Harga	Tidak bisa	Bisa	Mungkin	Mungkin
4. Entry/Exit Barriers	Mudah	Masih Mudah	Sulit	Sangat Sulit
5. Non Price Competition	Harus	Bisa	Mudah	Mudah
Contoh Komoditas	Beras, Cabe	Sepatu, Pakaian	Semen	Listrik

1. PASAR PERSAINGAN SEMPURNA

- Pelakunya (buyers dan sellers) atau pesaing sangat banyak.
- Barang & jasa yang diperdagangkan relatif seragam.
- Tidak ada konsumen ataupun produsen yang mempengaruhi pasar.
- Keseimbangan pasar (harga dan kuantitas) ditentukan oleh pasar, bukan produsen atau konsumen.
- Konsumen dan produsen hanya sebagai price taker.
- Tidak ada barrier bagi pembeli dan penjual untuk masuk dan keluar pasar (free barriers).
- Tidak ada pembatasan harga.
- Penjual dan pembeli mengetahui semua informasi yang diperlukan untuk bertransaksi.
- Tidak ada ruang untuk diskriminasi dan kolusi.

Perusahaan menawarkan harga yang serendah-rendahnya agar dapat bersaing di pasar (keuntungan biasanya sangat sedikit).

Kelemahan dari PASAR PERSAINGAN SEMPURNA.

- 1. Tidak ada intervensi pemerintah, maka yang bermodal kuat yang akan menang.**
- 2. Pemodal kuat akan lebih leluasa melakukan transaksi dagang dan mempunyai banyak pilihan.**
- 3. Perusahaan akan menawarkan harga yang serendah-rendahnya.**
- 4. Keuntungan perusahaan biasanya sangat sedikit.**
- 5. Akumulasi kekayaan bukan dari margin keuntungan yang tinggi, tetapi dari omzet penjualan yang tinggi.**
- 6. Keuntungan perusahaan maksimum hanya dalam jangka pendek, sedangkan dalam jangka panjang menjadi habis (zero economic profit)**

Catatan untuk Pasar Persaingan Sempurna (Free Market).

Pasar persaingan sempurna ini hanya dalam konsep atau tex book saja, dalam kenyataan sehari-hari, tidak ada pasar yang benar-benar persaingan sempurna. Jadi ini digunakan hanya untuk konsep berpikir untuk memudahkan analisa.

Contoh :

1. Fungsi biaya suatu barang adalah $TC = 2Q^2 + 3Q$ (dalam 000). Produk tersebut berada dalam persaingan sempurna, dimana harga pasar $(P) = 11$ (Rp.000).
 - a. Berapakah penjualan barang tersebut ?
 - b. Berapakah besarnya keuntungan jangka pendek ?

Perusahaan akan berusaha untuk mendapatkan profit maksimum. Tingkat produksi untuk mencapai profit maksimum adalah pada tingkat **MR = MC**.

- a. Tingkat produksi dan penjualan .

$$TR = P Q = 11Q \rightarrow MR = TR' = 11$$

$$TC = 2Q^2 + 3Q \rightarrow MC = TC' = 4Q + 3$$

$$\mathbf{MR = MC}$$

$$11 = 4Q + 3 \rightarrow Q = 2 \text{ (Penjualan 2000 unit)}$$

- b. Keuntungan jangka pendek

Keuntungan = Penerimaan - Biaya

$$TR = PQ = 11000 \times 2.000 = \text{Rp. } 22.000.000$$

$$TC = 2(2000)^2 + 3(2000) = \text{Rp. } 8.006.000$$

Maka, keuntungan jangka pendek = TR - TC

2. PASAR PERSAINGAN MONOPOLISTIK

- Pelakunya atau pesaing cukup banyak.
- Namun barang & jasa yang diperdagangkan relatif beragam atau terdiferensiasi (tidak standar) dan tampil beda.
- Keseimbangan pasar dipengaruhi oleh produsen (monopolistic) dan oleh konsumen (monopsonistic).
- Konsumen dan produsen sebagai price setter atau price making.
- Kurva permintaan dan kurva penawaran cenderung agak tegak atau miring, tidak horizontal. Pelakunya cukup banyak.
- Perusahaan dapat memperoleh profit maksimum dalam jangka pendek dan dalam jangka panjang keuntungan akan habis.

Pada pasar produsen dikenal istilah monopolistic, untuk pasar konsumen dikenal istilah monopsonistic.

Contoh :

Fungsi permintaan suatu produk: $P=12-4Q$ (Rp.000), & fungsi biayanya adalah $TC = 2Q^2+3Q$ (dalam 000). Produk tersebut berada dalam persaingan monopolistik.

Berapakah harga (P) dan volume (Q) penjualan barang tersebut ?. Berapakah besarnya keuntungan jangka pendek ?

a. $P= 12-4Q \rightarrow TR=PQ=12Q-4Q^2 \rightarrow MR=12-8Q$
 $TC = 2Q^2+3Q \rightarrow MC = 4Q+3$
Agar profit maksimum, perusahaan berproduksi pada $MC = MR$
 $4Q+3=12-8Q \rightarrow Q = 0,75$ (Q=750 unit)
 $P=12-4Q=9$ (P=Rp 9.000).

b. Keuntungan jangka pendek
Keuntungan = Penerimaan - Biaya
 $TR = PQ = 9000 \times 750 = \text{Rp.}6,75 \text{ juta}$
 $TC = 2(9000)^2+3(9000) = \text{Rp.}$
Maka, keuntungan jangka pendek = $TR-TC$

3. PASAR OLIGOPOLI

- Hanya ada beberapa produsen (oligos = beberapa, polis=pasar atau penjual).
- Beberapa produsen dapat berkolaborasi untuk mencari profit maksimum dengan cara menurunkan supply agar harga meningkat.
- Produsen dapat bertindak sebagai price setter.
- Oligopolis terbentuk karena adanya hambatan untuk masuk pasar bagi produsen baru.

4. PASAR MONOPOLI

- Hanya ada satu produsen atau tidak ada pesaing.
- Produsen dapat mencari profit maksimum dengan cara menurunkan supply agar harga meningkat.
- Produsen dapat bertindak sebagai price setter.
- Konsumen tidak punya pilihan lain atau menimbulkan kerugian bagi masyarakat.
- Memburuknya efisiensi dan daya saing ekonomi nasional.
- Namun untuk barang kebutuhan publik, pasar monopoli diperlukan.