

Bab 10

PASAR MONOPOLI

Pasar Monopoli

- **Pasar monopoli** (dari bahasa Yunani: *monos*, satu + *polein*, menjual) adalah suatu bentuk pasar di mana hanya terdapat satu penjual yang menguasai pasar. Penentu harga pada pasar ini adalah seorang penjual atau sering disebut sebagai "monopolis".
- Sebagai penentu harga (*price-maker*), seorang monopolis dapat menaikkan atau mengurangi harga dengan cara menentukan jumlah barang yang akan diproduksi; semakin sedikit barang yang diproduksi, semakin mahal harga barang tersebut, begitu pula sebaliknya. Walaupun demikian, penjual juga memiliki suatu keterbatasan dalam penetapan harga. Apabila penetapan harga terlalu mahal, maka orang akan menunda pembelian atau berusaha mencari atau membuat barang substitusi (pengganti) produk tersebut atau —lebih buruk lagi— mencarinya di pasar gelap (*black market*).

Ciri dan Sifat Pasar Monopoli

- Ada beberapa ciri dan sifat dasar pasar monopoli. Ciri utama pasar ini adalah **adanya seorang penjual yang menguasai pasar dengan jumlah pembeli yang sangat banyak**. Ciri lainnya adalah **tidak terdapatnya barang pengganti yang memiliki persamaan dengan produk monopolis**; dan **adanya hambatan yang besar untuk dapat masuk ke dalam pasar**.
- Hambatan itu sendiri, secara langsung maupun tidak langsung, diciptakan oleh perusahaan yang mempunyai kemampuan untuk memonopoli pasar. Perusahaan monopolis akan berusaha menyulitkan pendatang baru yang ingin masuk ke pasar tersebut dengan dengan beberapa cara; salah satu di antaranya adalah dengan cara menetapkan harga serendah mungkin.

- Dengan menetapkan harga ke tingkat yang paling rendah, perusahaan monopoli menekan kehadiran perusahaan baru yang memiliki modal kecil. Perusahaan baru tersebut tidak akan mampu bersaing dengan perusahaan monopolis yang memiliki kekuatan pasar, *image* produk, dan harga murah, sehingga lama kelamaan perusahaan tersebut akan mati dengan sendirinya.
- Cara lainnya adalah dengan menetapkan hak paten atau hak cipta dan hak eksklusif pada suatu barang, yang biasanya diperoleh melalui peraturan pemerintah. Dengan kepemilikan hak paten, perusahaan lain tidak berhak menciptakan produk sejenis sehingga menjadikan perusahaan monopolis sebagai satu-satunya produsen di pasar.

Monopoli yang Tidak Dilarang

- Monopoli by Law

Monopoli oleh negara untuk cabang-cabang produksi penting bagi negara dan menguasai hajat hidup orang banyak.

Monopoli by Nature

- Monopoli yang lahir dan tumbuh secara alamiah karena didukung iklim dan lingkungan tertentu.

- Monopoli by Lisence

Izin penggunaan hak atas kekayaan intelektual.

Monopoly

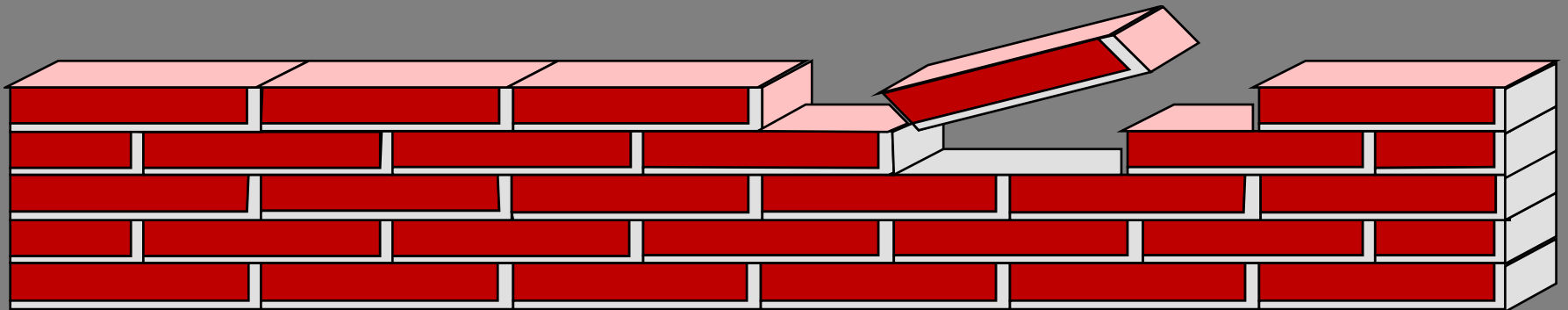
Perusahaan kompetitive price taker, perusahaan monopoli price maker.

Monopoly

- Perusahaan dikatakan monopoli jika . . .
 - ... Perusahaan menjadi satu satunya penjual di pasar.
 - ... Produk tidak memiliki pengganti / substitusi.

Why Monopolies Arise

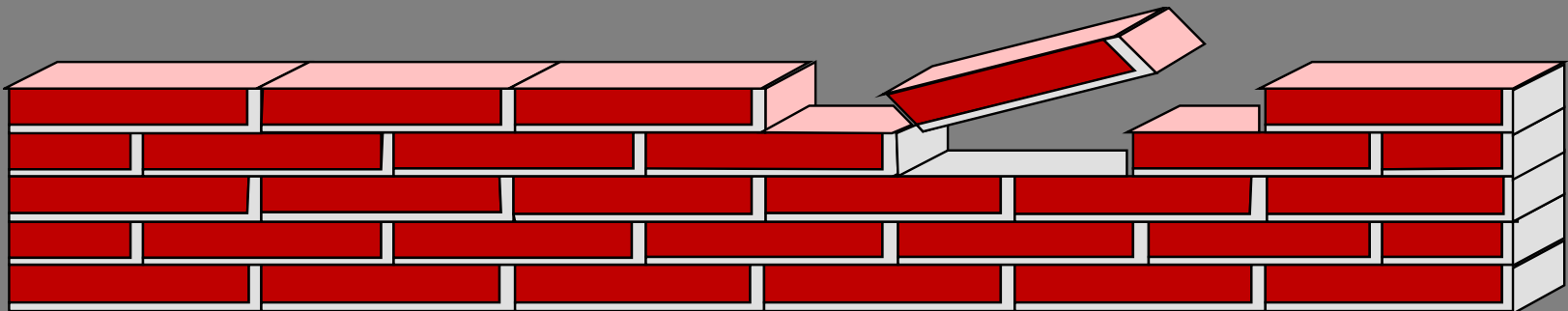
Ciri utama monopoli adalah barriers to entry (tertutupnya pintu masuk ke pasar)



Why Monopolies Arise....lanj....

Barriers to entry disebabkan oleh:

- Sumber daya dikuasai satu perusahaan tunggal
- Pemerintah memberikan hak eksklusif pd perusahaan tunggal
- Biaya produksi menjadi lebih efisien jika hanya ada 1 produsen tunggal



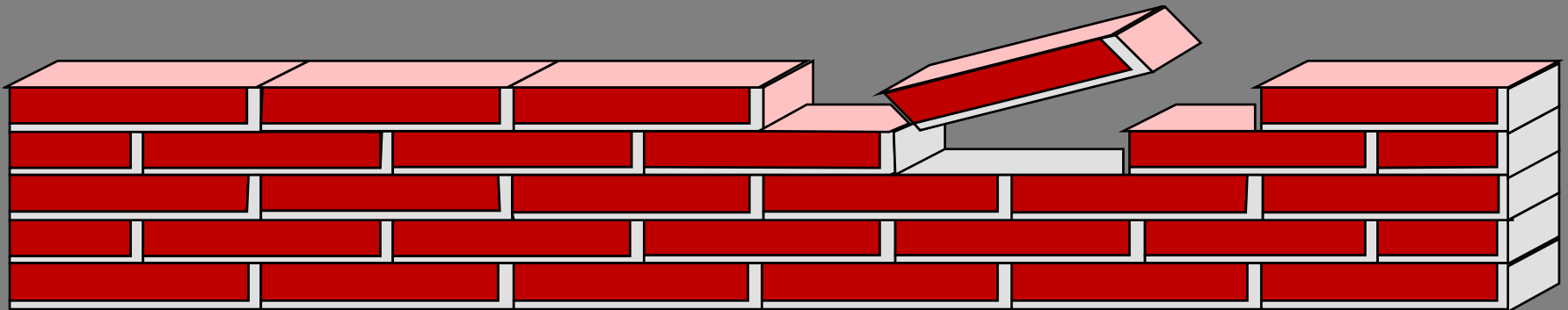
**Monopoly Resources/Monopoli
Sumber Daya**

Monopoli Ciptaan Pemerintah

Monopoli Alamiah

Monopoly Resources

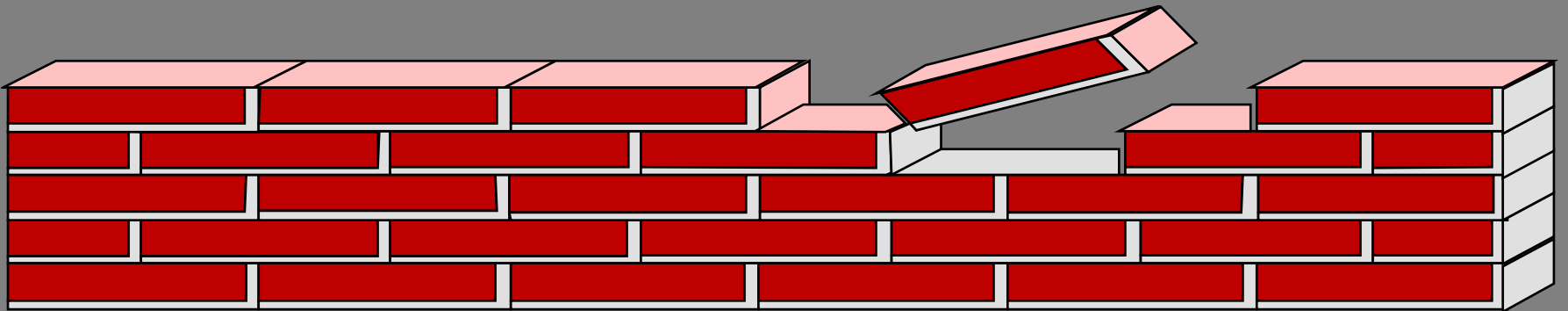
Merupakan cara termudah untuk monopoli



Government-Created Monopolies

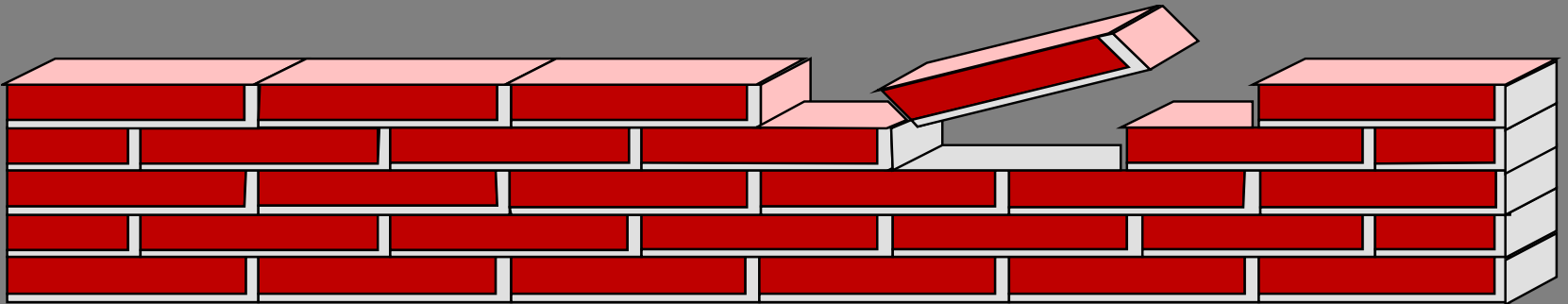
Pemerintah memberikan hak khusus pada sebuah perusahaan

Contoh perusahaan farmasi, penulis buku dll



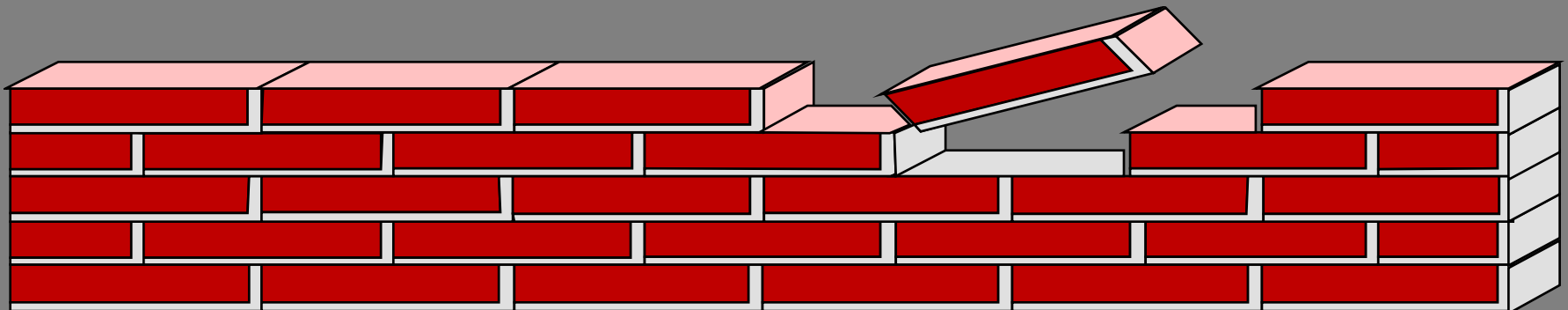
Government-Created Monopolies lanj..

Memberikan hak paten dan hukum bagi yang menggandakan



Natural Monopolies

Sebuah industri dikatakan **natural monopoly** ketika sebuah perusahaan dapat menawarkan barang dan jasa dengan biaya yang lebih murah jika dipasok oleh dua atau lebih perusahaan



Monopoly versus Competition

Monopoly

- ◆ Produsen merupakan satu-satunya penjual
- ◆ memiliki a downward-sloping demand curve
- ◆ Produsen sebagai price maker
- ◆ Mengurangi harga untuk meningkatkan penjualan

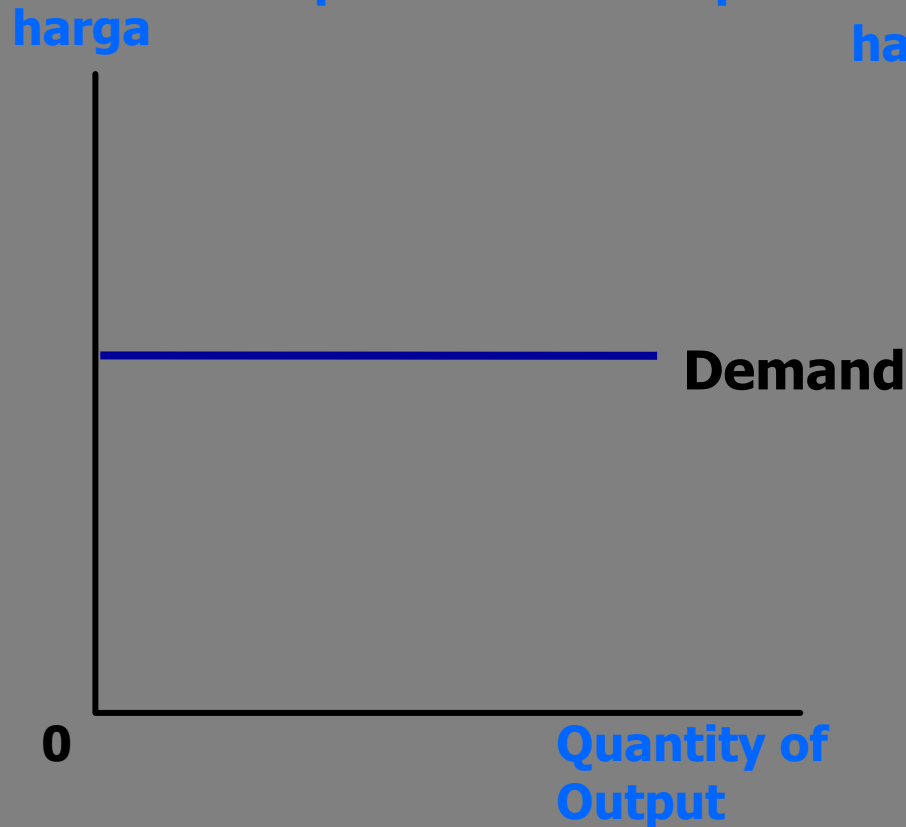
Competition versus Monopoly

Competitive Firm

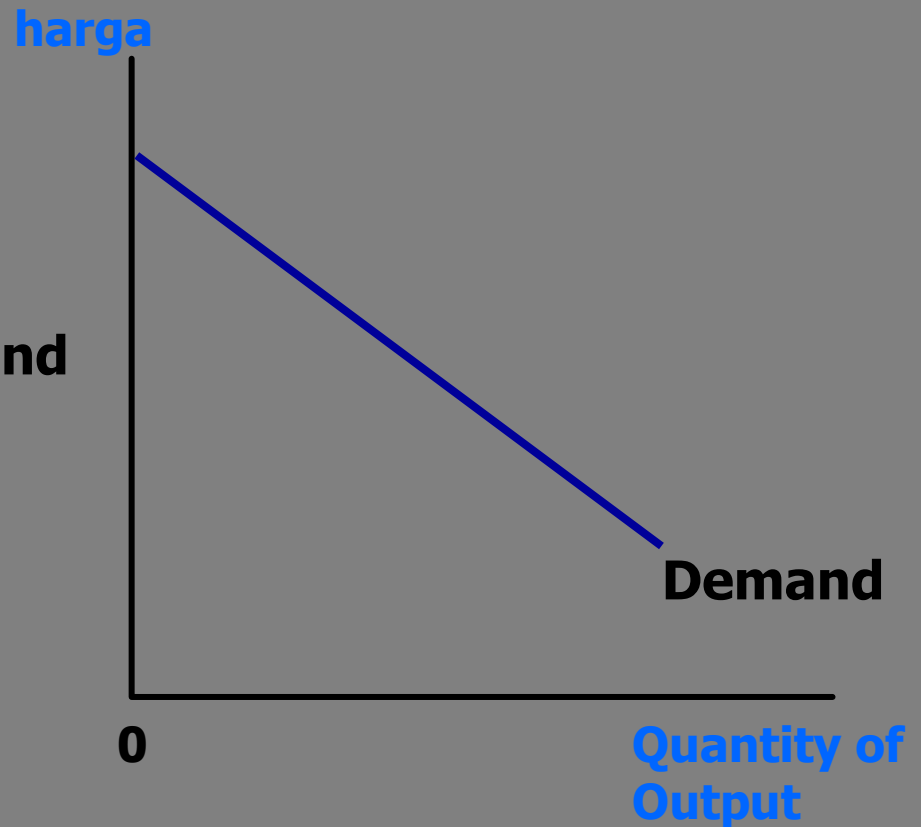
- ◆ Satu dari banyak produsen
- ◆ memiliki demand curve horizontal
- ◆ Produsen sebagai price taker
- ◆ Menjual banyak atau sedikit harganya sama saja

Kurva permintaan untuk perusahaan kompetitive dengan monopoli

(a) Kurva permintaan perusahaan kompetitive



(b) Kurva permintaan perusahaan monopoli



Pendapatan monopoli

- Total Revenue

$$P \times Q = TR$$

- Average Revenue

$$TR/Q = AR = P$$

- Marginal Revenue

$$\Delta TR/\Delta Q = MR$$

Total, Average, and Marginal Revenue monopoli

Quantity (Q)	Price (P)	Total Revenue (TR=P×Q)	Average Revenue (AR=TR/Q)	Marginal Revenue (MR=ΔTR / ΔQ)
0	1100	0		
1	1000	1000	1000	1000
2	900	1800	900	800
3	800	2400	800	600
4	700	2800	700	400
5	600	3000	600	200
6	500	3000	500	000
7	400	2800	400	-200
8	300	2400	300	-400

Marginal Revenue Monopoli

Pendapatan marginal perusahaan monopoli selalu lebih rendah dari harga barang

Kurva permintaan downward sloping.

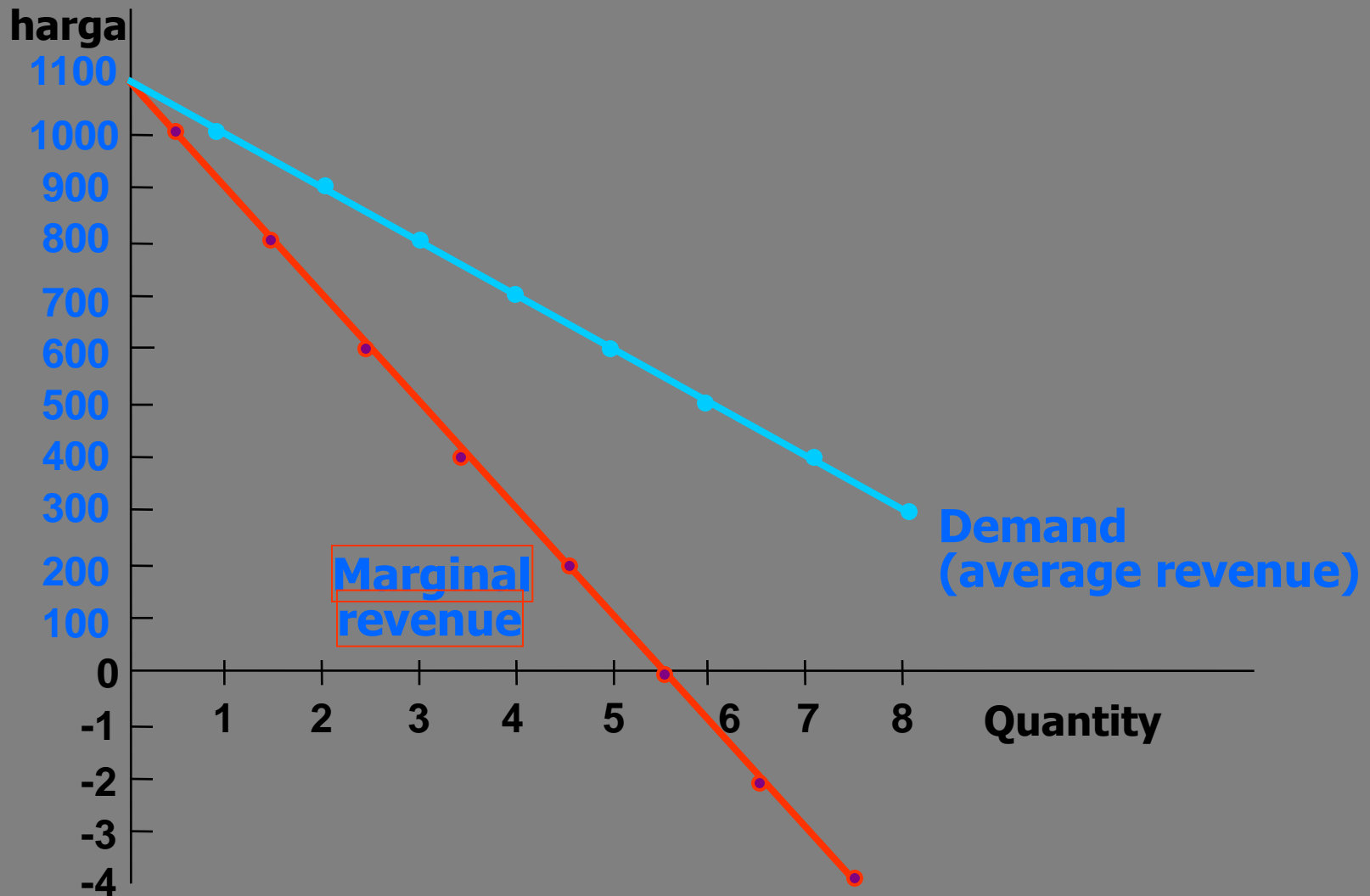
Untuk meningkatkan penjualan perusahaan monopoli harus menurunkan harga barang

Pendapatan marginal perusahaan monopoli

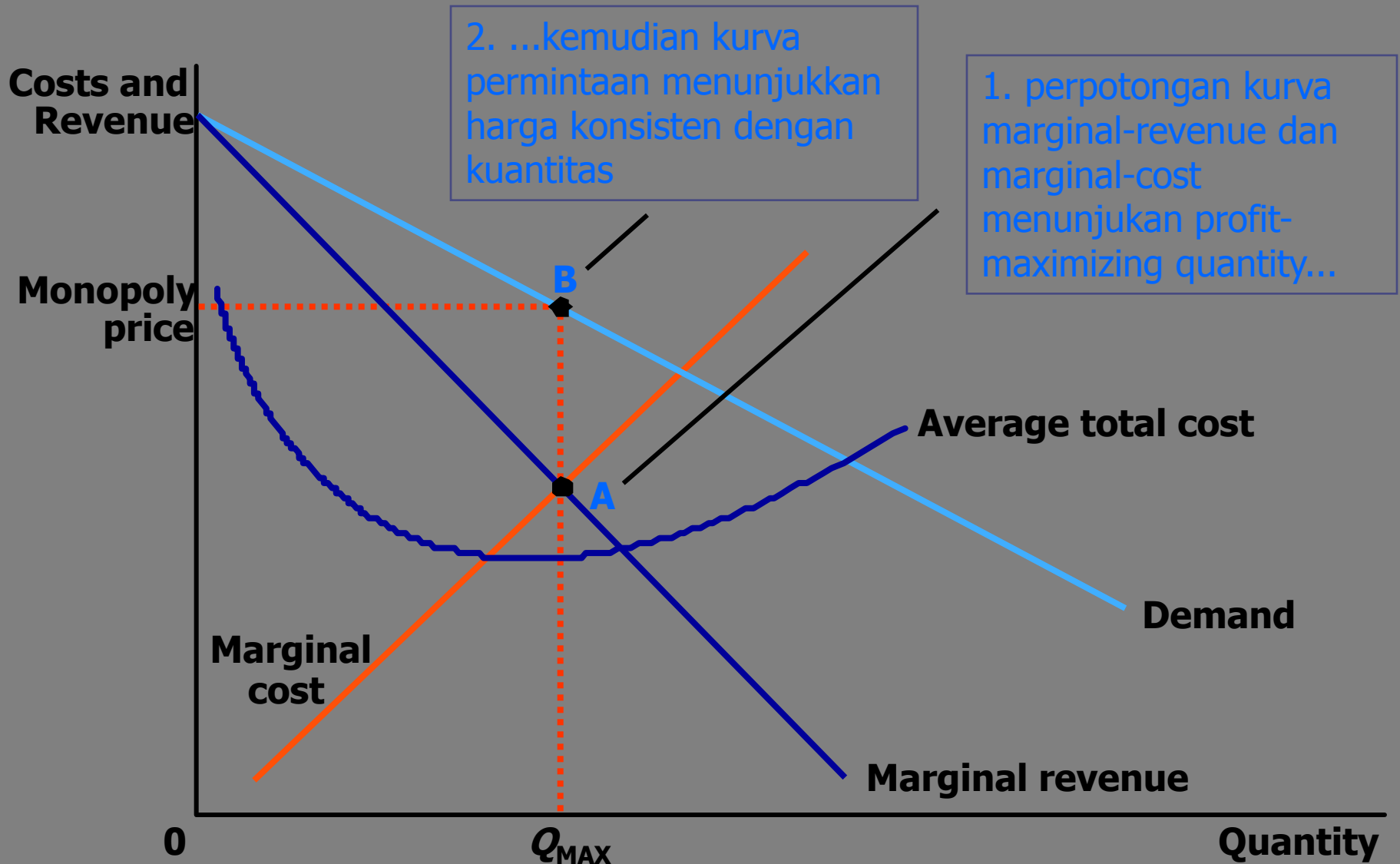
Ketika perusahaan monopoly meningkatkan jumlah barang yang dijual, memiliki 2 dampak pada total revenue ($P \times Q$).

- ◆ **output effect**—semakin banyak output yang dijual, Q makin banyak.
- ◆ **price effect**—harga turun, jadi P lebih rendah

Kurva Permintaan dan pendapatan Monopoly...



Profit-Maximization for a Monopoly...



Monopoly dan Competition

- **competitive** firm, harga sama dengan marginal cost.

$$P = MR = MC$$

- **monopoly** firm, price lebih besar marginal cost.

$$P > MR = MC$$

Profit Perusahaan Monopoli

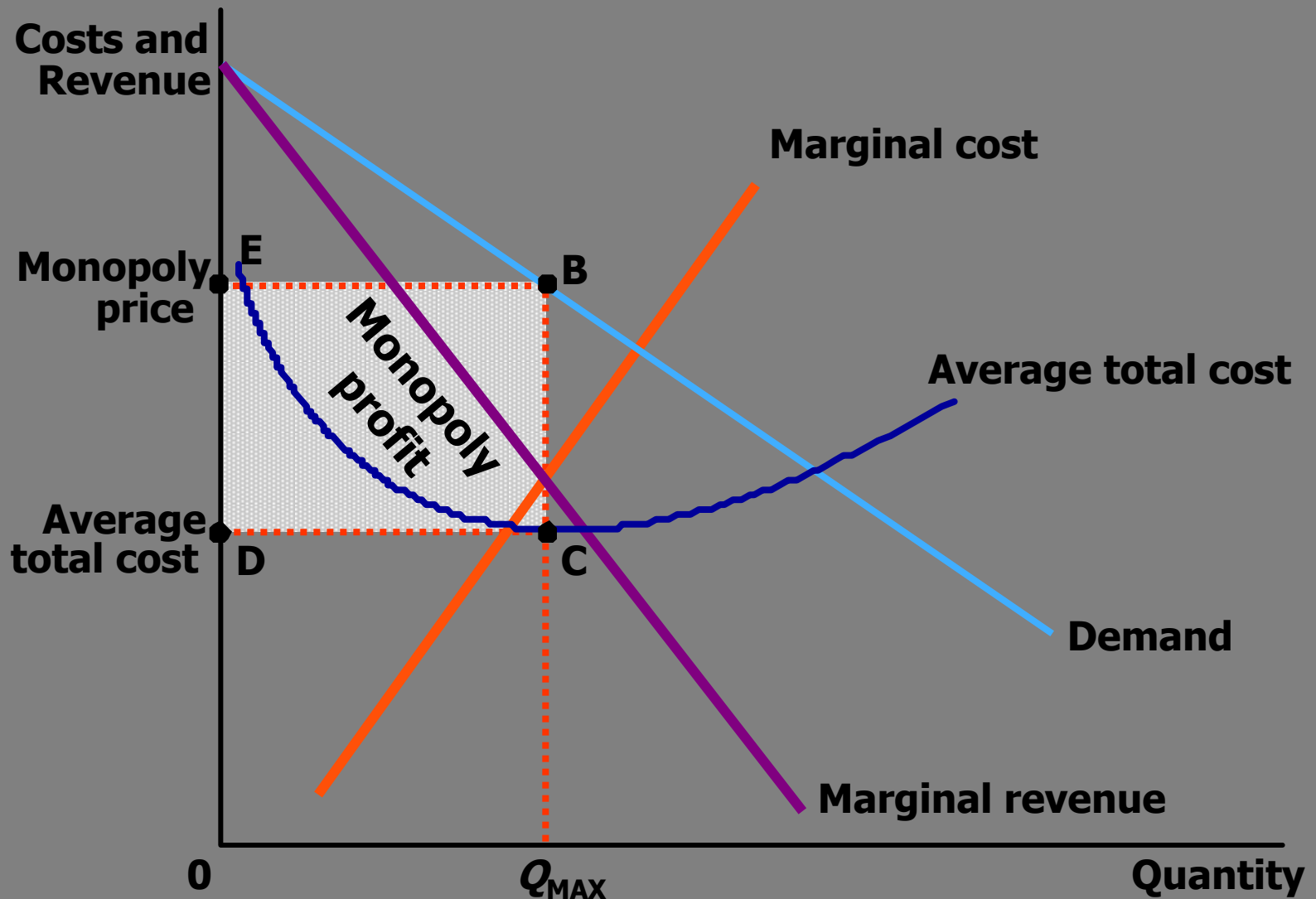
Profit sama dengan total revenue dikurangi total costs.

$$\text{Profit} = \text{TR} - \text{TC}$$

$$\text{Profit} = (\text{TR}/Q - \text{TC}/Q) \times Q$$

$$\text{Profit} = (P - \text{ATC}) \times Q$$

Profit perusahaan monopoli...



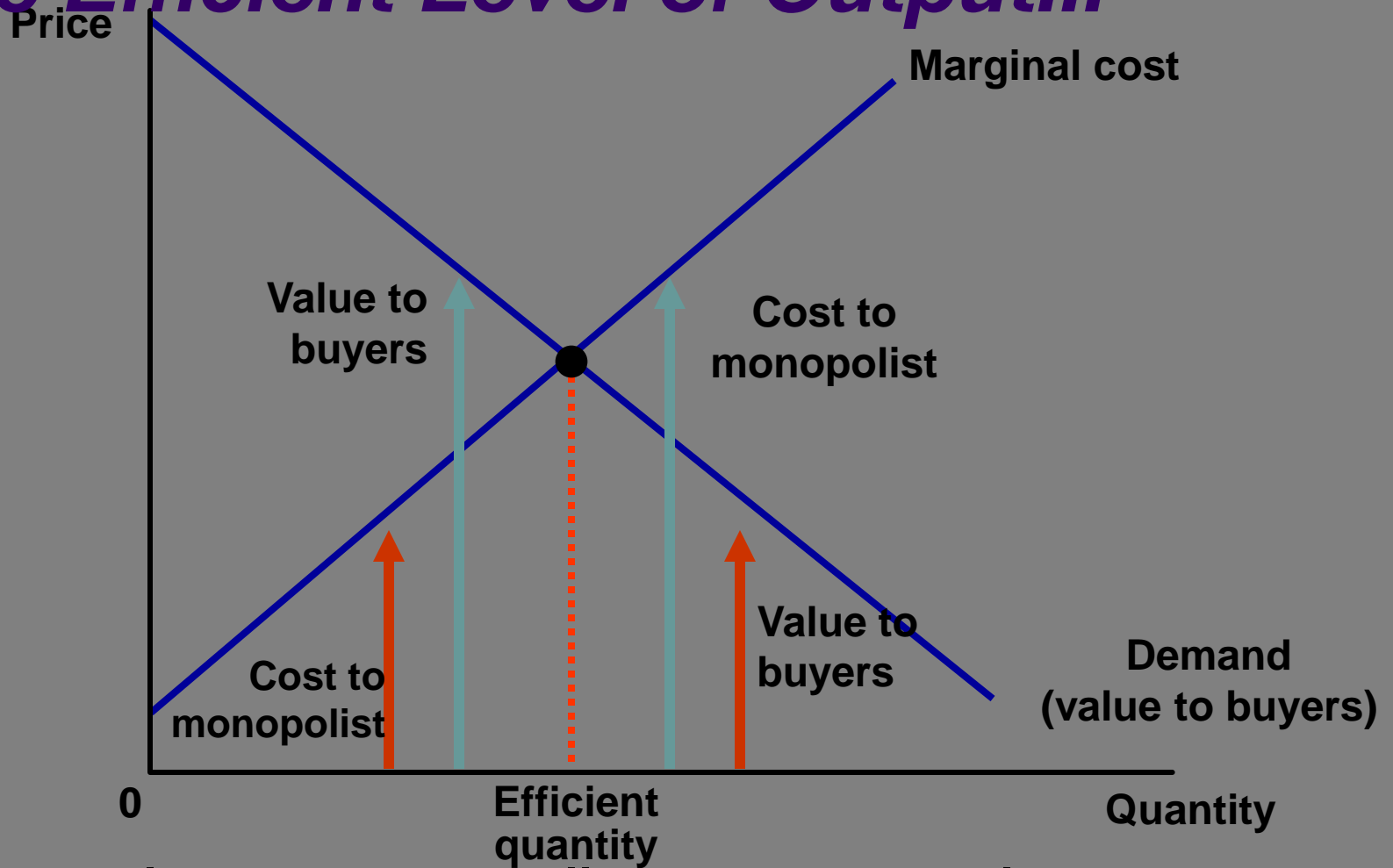
Profit perusahaan monopoli lanjutan....

monopolist akan mendapat
ekonomi profit selama harga lebih
besar dari average total cost.

Welfare Cost bagi monopoli

- ◆ Berbeda dengan perusahaan competitive, monopoli menetapkan harga di atas marginal cost
- ◆ Dari sisi konsumen, harga tinggi membuat seorang konsumen tidak puas
- ◆ Dari sisi pemilik perusahaan, harga tinggi akan membuat pemonopoli sangat puas

The Efficient Level of Output...



Value to buyers is greater than cost to seller.

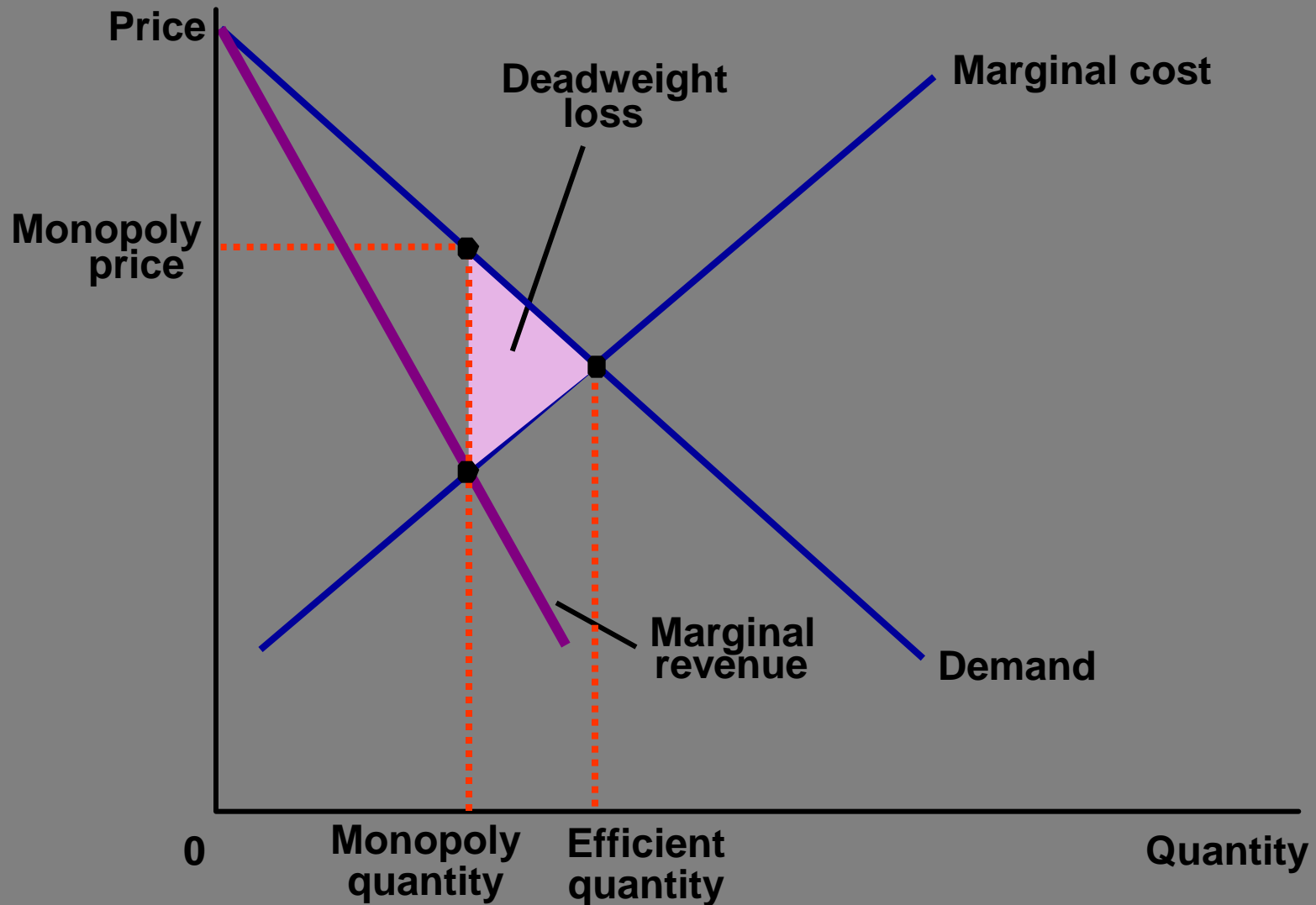
Value to buyers is less than cost to seller.

The Deadweight Loss

Karena seorang pemonopoli menerapkan harga di atas marginal cost maka ada kesenjangan antara kesediaan konsumen untuk membeli dan biaya produksi

Kesenjangan tersebut menyebabkan jumlah barang yang terjual jatuh dari titik maksimal (dari sisi sosial)

The Inefficiency of Monopoly...



The Inefficiency of Monopoly

Pemonopoli memproduksi barang kurang dari jumlah output dari sisi sosial

Price Discrimination

Diskriminasi harga adalah penetapan harga untuk barang yang sama dengan harga yang berbeda pada konsumen yang berbeda, meskipun biaya produksinya sama

Price Discrimination

Price discrimination is **not possible** when a good is sold in a competitive market since there are many firms all selling at the market price. In order to price discriminate, the firm must have some *market power*.

Perfect Price Discrimination

Perfect discrimination dapat terjadi jika situasi dimana pemonopoli mengetahui kapan seorang konsumen mau untuk membeli suatu barang, sehingga dapat menerapkan harga yang berbeda untuk konsumen yg berbeda

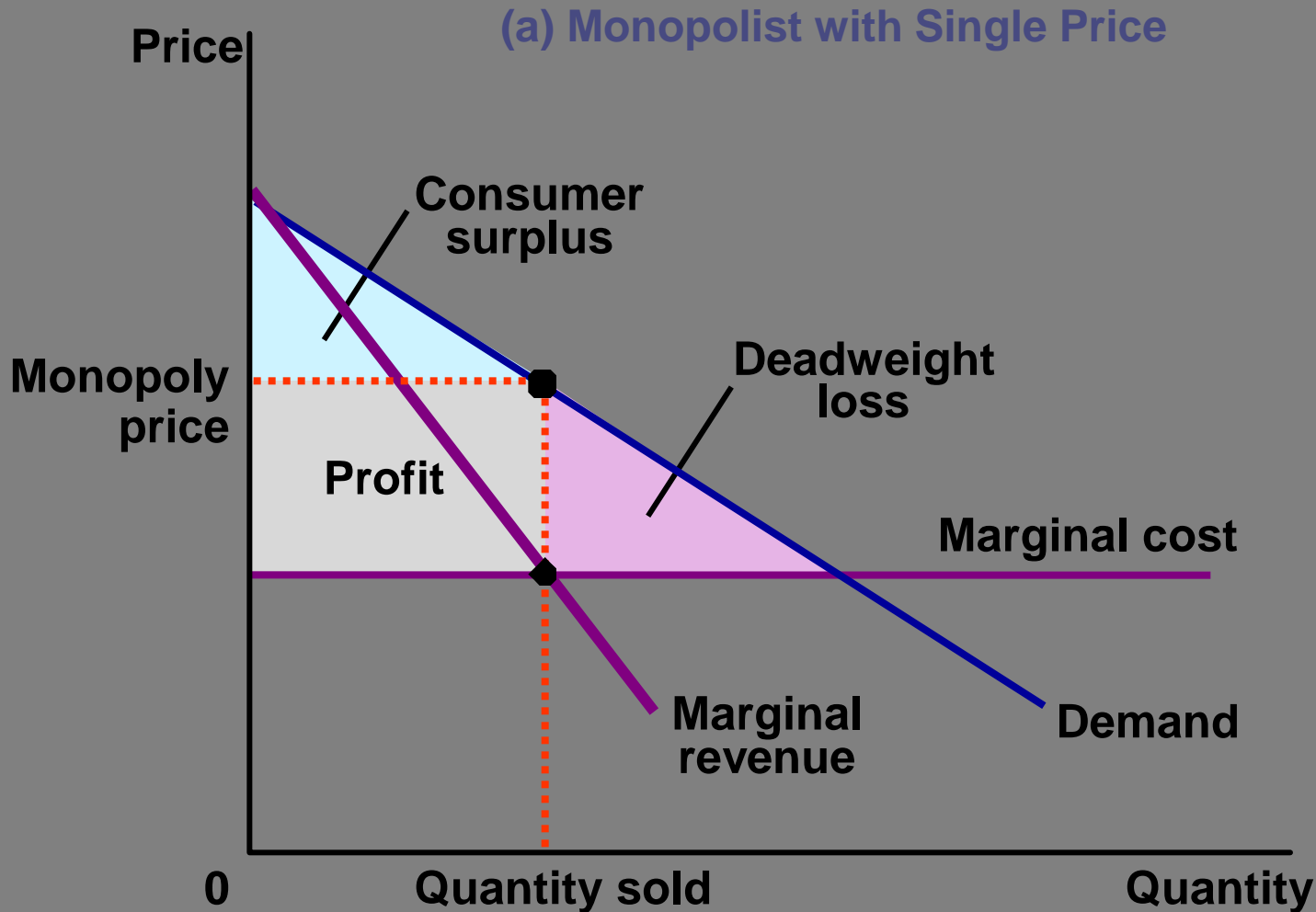
Price Discrimination

- Dampak dari price diskriminasi:

Dapat meningkatkan keuntungan pemonopoli.

Dapat mengurangi deadweight lost

Welfare Without Price Discrimination...



Welfare With Price Discrimination...

(b) Monopolist with Perfect Price Discrimination

