

# Bab 8

## PASAR PERSAINGAN MONOPOLISTIK



# **Pasar Persaingan Monopolistik**

## **Apa *sich* yang dimaksud dengan pasar persaingan monopolistik ?**

**Pasar persaingan monopolistik** adalah suatu pasar dengan beberapa penjual yang menawarkan produk (barang) yang serupa, namun berbeda di beberapa aspeknya.

# Ciri-ciri Pasar Persaingan Monopolistik :

♥ Terdapat banyak produsen atau penjual. Namun jumlah produsen di sini tidak sebanyak pada pasar persaingan sempurna.

♥ Adanya kemampuan produsen untuk memengaruhi harga. Hal ini disebabkan karena keunggulan masing-masing barang yang diproduksi. Dengan demikian, konsumen tidak akan berpindah ke merek lain.

♥ Jenis barang yang dipasarkan berbeda. Barang yang dihasilkan oleh tiap produsen berbeda satu dengan yang lainnya. Bisa dibedakan dari kemasan, cara pembayaran, dan layanan purna jual yang diberikan.

♥ **Produsen lain mudah masuk ke dalam pasar.** Produsen harus bisa menawarkan produk yang lebih menarik dari produk yang sudah *consist*.

♥ **Promosi penjualan harus aktif.** Kemampuan perusahaan menciptakan citra yang baik di benak masyarakat, akan membuat konsumen mau membeli produk tersebut meskipun dengan harga yang mahal.

# Contoh pasar persaingan monopolistik :



Honda

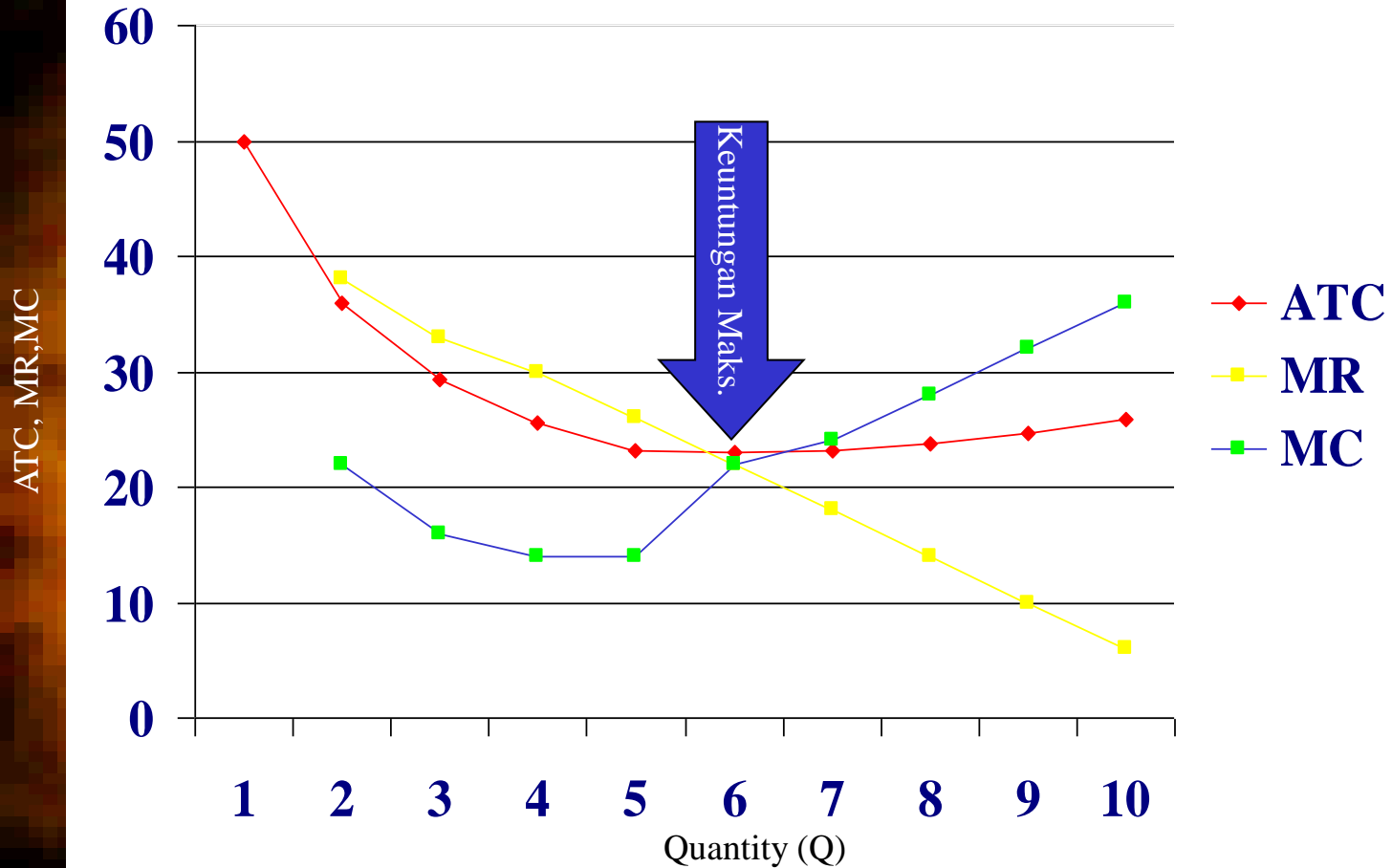
♥ Produksi Motor

♥ Produksi Obat



PT Kalbe Farma

# Kurva Keuntungan Maksimum Perusahaan



Keuntungan Maksimum dicapai saat  $MC = MR$

# Perbedaan antara Pasar Monopolistik dengan Beberapa Pasar Lainnya

<b>Struktur Pasar</b>	<b>Jumlah Penjual</b>	<b>Hambatan Untuk Masuk dan Keluar</b>	<b>Kemampuan untuk Menentukan Harga</b>	<b>Perbedaan Produk yang Dihasilkan</b>	<b>Contoh</b>
<b>Persaingan Sempurna</b>	Banyak	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada	Produk pertanian
<b>Persaingan Monopolistik</b>	Beberapa	Tidak ada	Sedikit	Sedikit	Barang-barang eceran
<b>Oligopoli</b>	Sedikit	Sedikit	Sedikit	Jarang	Industri mobil, baja
<b>Monopoli</b>	Satu	Ada	Ada	Produknya unik	Perusahaan listrik



# Pasar Persaingan Monopolistik

(+)

- Perusahaan terdorong untuk selalu melakukan inovasi terhadap produknya. Ini menguntungkan karena mutunya akan semakin baik.
- Pelayanan terhadap masyarakat akan semakin baik untuk meningkatkan *image* perusahaan di mata masyarakat.

(-)

- Biaya promosi mahal sehingga perusahaan harus merogoh koceknya lebih dalam.
- Harga pada pasar persaingan monopolistik berada di tingkat yang tinggi.

Any question ?

