

PASAR PERSAINGAN MONOPOLISTIK

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

Terdapat
banyak penjual

Barangnya
Bersifat
Berbeda
Corak

Perusahaan
Mempunyai
Sedikit Kekuasaan
Mempengaruhi
Harga

**CIRI-CIRI PASAR
PERSAINGAN
MONOPOLISTIK**

Persaingan
Mempromosi
Penjualan
Sangat Aktif.

Kemudahan
dalam
memasuki
industri

Keseimbangan Dalam Pasar Persaingan Monopolistis

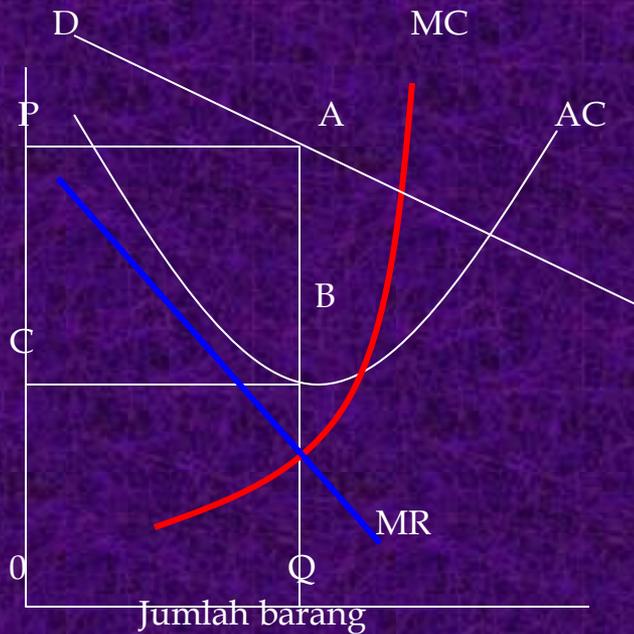
Pengaruh dari persaingan monopolistis terhadap corak permintaan, dimana kurva permintaan tidak bersifat elastis sempurna dan kurva penjualan marginal tidak berimpit dengan kurva permintaan.

Perusahaan mencapai keuntungan maksimal dalam :

- ▣ Keseimbangan jangka pendek
- ▣ Keseimbangan jangka panjang

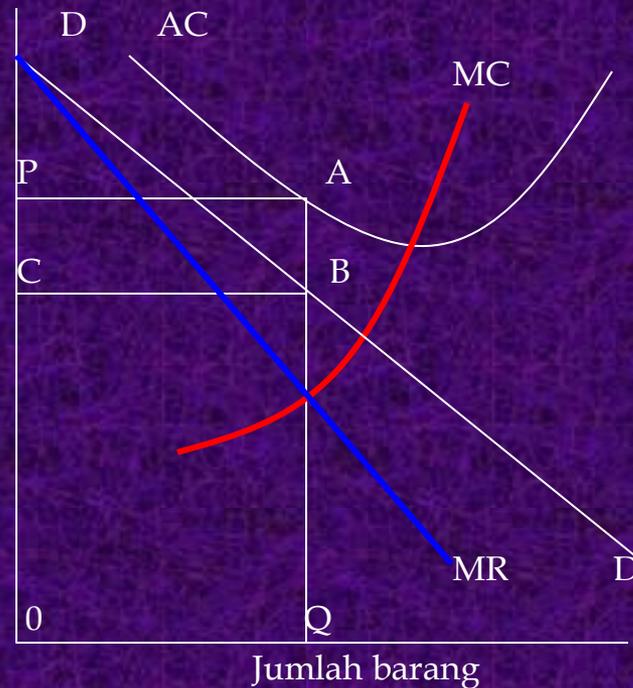
Keseimbangan Perusahaan Persaingan Monopolistis Dalam Jangka Pendek

HARGA DAN BIAYA



(i) Perusahaan memperoleh Untung

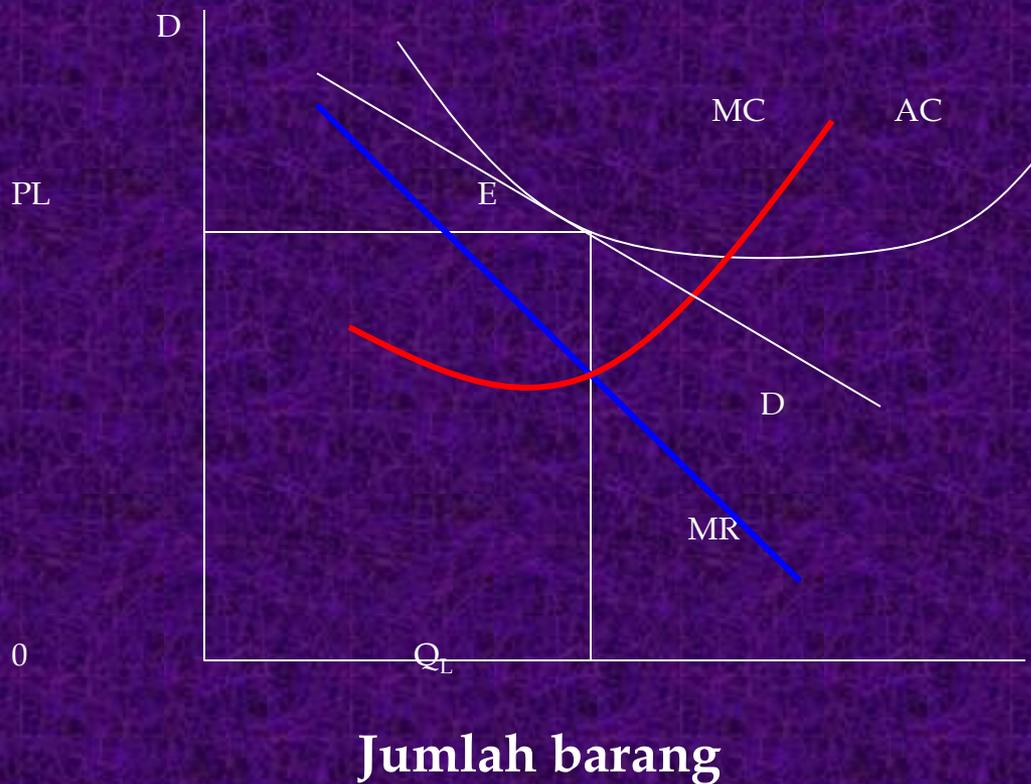
HARGA DAN BIAYA



(ii) Perusahaan mengalami kerugian

Keseimbangan Perusahaan Persaingan Monopolistis Dalam Jangka Panjang

Harga dan Biaya

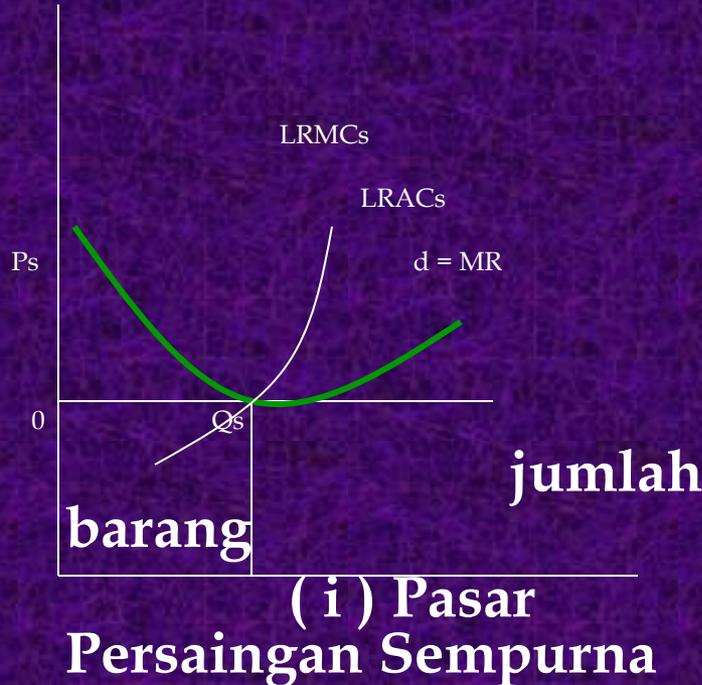


Penilaian atas Persaingan Monopolistis

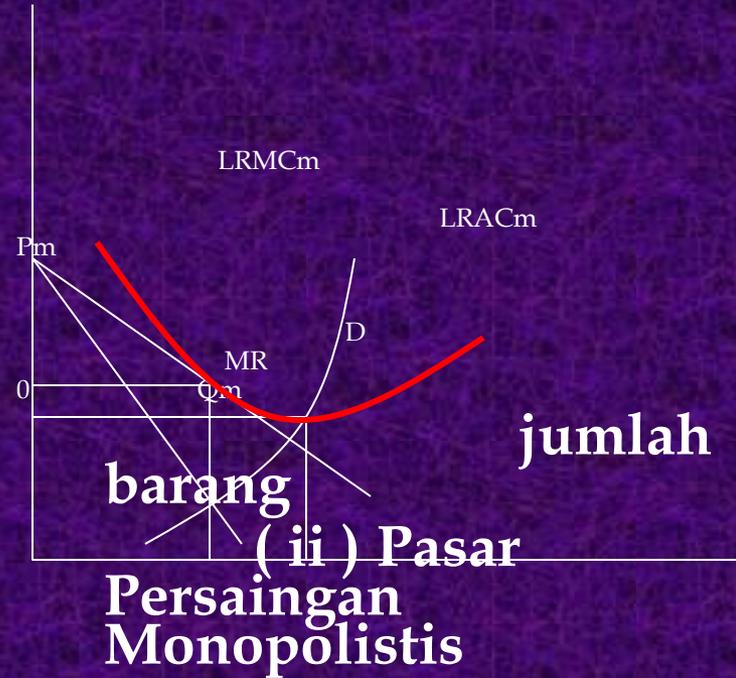
- ▣ Efisiensi menggunakan sumber-sumber daya
- ▣ Efisiensi dan diferensiasi produksi
- ▣ Perkembangan teknologi dan inovasi
- ▣ Distribusi pendapatan

Efisiensi Penggunaan Sumber Daya

HARGA DAN BIAYA



HARGA DAN BIAYA



Persaingan Bukan Harga

Pada hakekatnya mengandung arti usaha-usaha diluar perubahan harga yang dilakukan oleh perusahaan untuk menarik lebih banyak pembeli terhadap barang yang diproduksi.

Persaingan bukan harga dapat dibedakan menjadi dua jenis :

Differensiasi produksi, yaitu menciptakan barang sejenis tetapi berbeda coraknya dengan produksi perusahaan lainnya.

- ▣ Iklan dan berbagai bentuk promosi penjualan

Tujuan Pengiklanan :

- ▣ Untuk memberikan penerangan kepada konsumen-konsumen mengenai barang yang diproduksi.
- ▣ Untuk menekankan bahwa barang yang dihasilkan merupakan barang yang baik
- ▣ Untuk memelihara hubungan baik dengan para konsumen

Kebaikan Dari Pengiklanan :

- ▣ Membantu konsumen dalam menentukan jenis barang yang akan dibelinya.
- ▣ Iklan akan menggalakkan kegiatan memperbaiki mutu suatu barang.
- ▣ Iklan membantu membiayai perusahaan komunikasi
- ▣ Iklan menaikkan kesempatan kerja

Promosi secara iklan adalah suatu penghamburan

- ❑ Tidak selalu memberi informasi yang betul
- ❑ Bukan cara efektif untuk menambah jumlah pekerjaan dalam perekonomian
- ❑ Penghambat bagi perusahaan untuk masuk ke dalam industri

**Kelemahan Dari
Pengiklanan :**

Beberapa langkah penting untuk memaksimalkan iklan :

- ▣ Iklan harus memberi keterangan yang benar dan jujur mengenai produk yang dipromosikan.
- ▣ Peraturan yang mengarahkan iklan untuk bersifat penerangan dan bukan untuk menarik pelanggan perusahaan lainnya.
- ▣ Usahakan agar kegiatan pengiklanan tidak menjadi penghambat bagi perusahaan untuk masuk dalam industri tersebut.

Pengiklanan :
Kesimpulan

Perbedaan antara Pasar Monopolistik dengan Beberapa Pasar Lainnya

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

CONTOH PASAR PERSAINGAN MONOPOLISTIK :



♥ **Produksi Motor**
Honda

♥ **Produksi Obat**
PT Kalbe Farma

