

PASAR OLIGOPOLI

TEORI EKONOMI MIKRO

Pengertian PASAR

Pasar adalah tempat atau sarana bertemunya penjual dan pembeli baik secara langsung maupun tidak langsung untuk melakukan transaksi jual/beli

Sebuah pasar dapat terjadi jika terdapat syarat-syarat berikut ini.

1. Adanya penjual dan pembeli.
2. Adanya barang dan jasa yang diperjualbelikan.
3. Adanya interaksi antara penjual dan pembeli (transaksi jual beli).
4. Adanya media atau tempat untuk interaksi penjual dan pembeli.



Fungsi & Peranan

Fungsi :

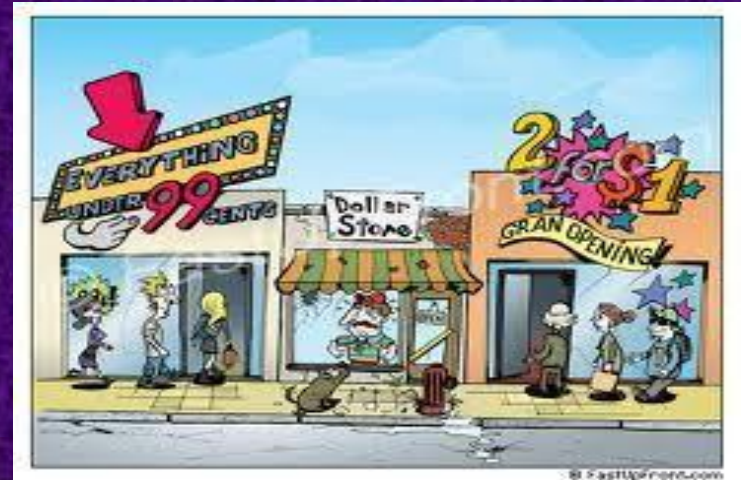
- sebagai sarana distribusi,
- pembentukan harga,
- dan sebagai tempat promosi.

Peranan :

- Peranan bagi Produsen
- Peranan bagi konsumen
- Peranan bagi Pembangunan
- Peranan bagi Sumber Daya Manusia



PASAR OLIGOPOLI



Pengertian

- ▣ Adalah struktur pasar di mana hanya terdapat beberapa atau sedikit perusahaan saja yang menjual produk-produk yang identik atau yang mirip satu sama lain.
- ▣ Struktur pasar atau industri oligopoli adalah pasar (industri) yang terdiri dari hanya sedikit perusahaan (produsen).di mana:
 - ▣ Setiap perusahaan memiliki kekuatan cukup besar untuk mempengaruhi harga pasar.
 - ▣ Perilaku setiap perusahaan akan mempengaruhi perilaku perusahaan lainnya dalam industri.
- ▣ Kondisi pasar oligopoli mendekati kondisi pasar monopoli

Ciri-ciri Pasar Oligopoli

1. Terdapat beberapa penjual
2. Barang yang dijual homogen atau beda corak
3. Sulit dimasuki perusahaan baru
4. Membutuhkan peran iklan
5. Terdapat satu market leader (pemimpin pasar)
6. Harga jual tidak mudah berubah

Macam-macam Pasar Oligopoli

1. Oligopoly murni adalah menjual barang yang homogen. Biasanya banyak dijumpai dalam industry yang menghasilkan bahan mentah.

Contoh : pasar semen , produsen , bensin

2. Oligopoly diferensial adalah menjual barang berbeda corak. Barang seperti itu umumnya.

Contoh : pasar mobil , pasar sepeda motor

DAMPAK POSITIF PASAR OLIGOPOLI

1. Memberi kebebasan memilih bagi pembeli.
2. Mampu melakukan penelitian dan pengembangan produk.
3. Lebih memperhatikan kepuasan konsumen karena adanya persaingan penjual.
4. Adanya penerapan teknologi baru.

DAMPAK NEGATIF PASAR OLIGOPOLI

1. Menciptakan ketimpangan distribusi pendapatan
2. Harga yang stabil dan terlalu tinggi bisa mendorong timbulnya inflasi
3. Bisa timbul pemborosan biaya produksi apabila ada kerjasama antar oligopolis karena semangat bersaing kurang
4. Bisa timbul eksploitasi terhadap pembeli dan pemilik faktor produksi
5. Sulit ditembus/dimasuki perusahaan baru
6. Bisa berkembang ke arah monopoli

Karakteristik Pasar Oligopoli

Bentuk pasar oligopoli dikarakterisasikan berdasarkan :

- a. Sejumlah besar perusahaan-perusahaan dominan, dengan beberapa yang kecil lainnya.
- b. Suatu produk yang distandarisasikan maupun dibedakan,
- c. kekuatan dari perusahaan-perusahaan dominan terhadap harga, namun ketakutan akan pembalasan,
- d. hambatan-hambatan secara teknologi dan ekonomi untuk menjadi suatu perusahaan yang dominan,
- e. penggunaan persaingan non harga yang ekstensif akibat ketakutan akan perang harga.

Pemusatan Oligopoli

Suatu bentuk pasar oligopoli dikarakterisasikan berdasarkan kehadiran beberapa perusahaan yang dominan. Disana mungkin terdapat sejumlah besar perusahaan-perusahaan kecil, tetapi hanya perusahaan besar yang memiliki kekuatan untuk membalas. Ini berakibat dalam suatu pemusatan industri tinggi dimana hanya 2 sampai 10 perusahaan dengan pangsa pasar yang besar.

❑ Penyebab-penyebab Pemusatan Oligopoli

- a. Skala ekonomis yang ada dalam produksi barang-barang tertentu,
- b. Siklus-siklus bisnis yang menyingkirkan pesaing-pesaing lemah,
- c. Keuntungan dari perusahaan-perusahaan yang bergabung, dan
- d. Hambatan-hambatan lainnya seperti perkembangan teknologi dan periklanan.

FAKTOR PENYEBAB TERBENTUKNYA PASAR OLIGOPOLI

a. Efisiensi skala besar.

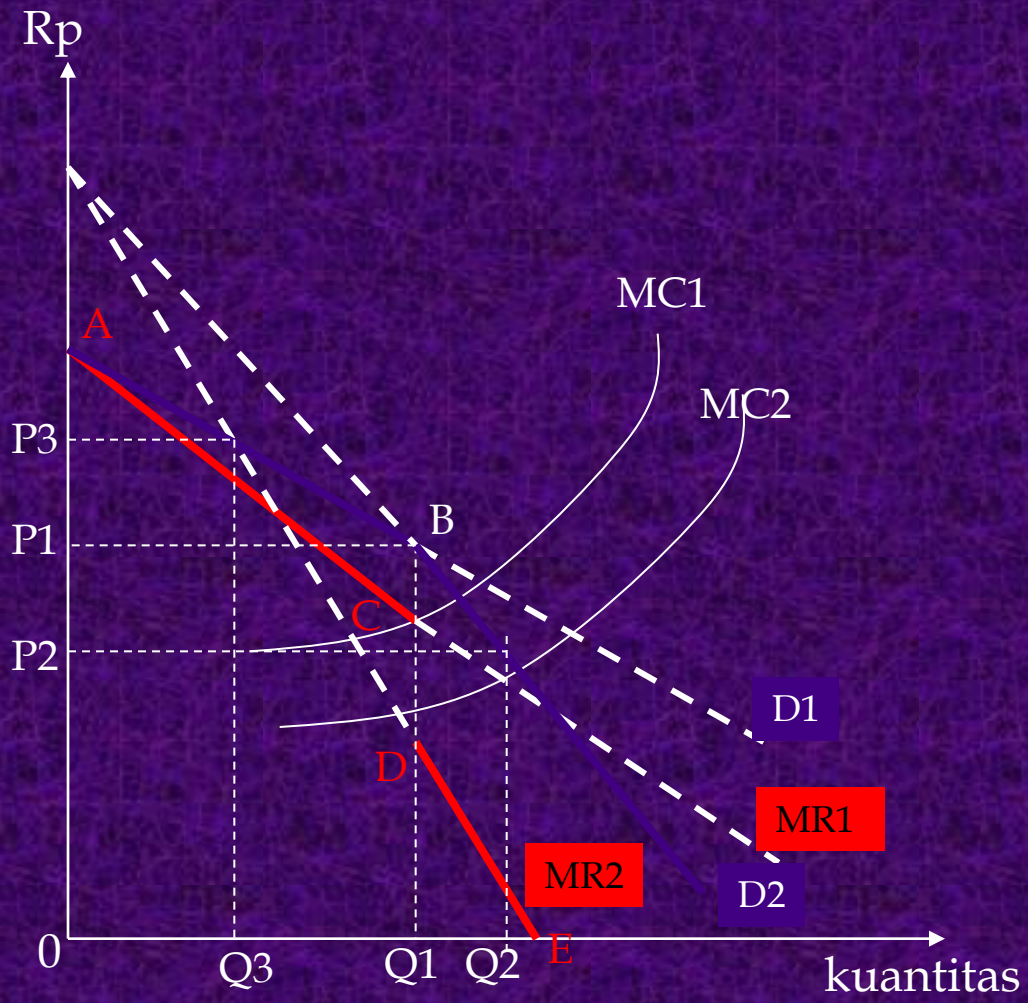
- Teknologi padat modal (capital intensive) yang dibutuhkan dalam proses produksi menyebabkan efisiensi (biaya rata-rata minimum) baru tercapai bila output yang diproduksi dalam skala sangat besar. (industri mobil, semen, kertas, pupuk, peralatan mesin).

b. Kompleksitas Manajemen.

- Karena kompetisinya harga dan non harga, Kemampuan keuangan yang besar saja tidak cukup sebagai modal untuk bertahan dalam industri.
- Perusahaan harus mempunyai kemampuan manajemen yang sangat baik agar mampu bertahan dalam struktur industri yang persaingannya begitu kompleks.

MODEL OLIGOPOLI

- a. Model permintaan yang patah (*kinked demand model*).
 - Model ini dikembangkan oleh P.M. Sweezy (1939)
 - Dua pemikirannya: harga bersifat kaku (*inflexible*) dan oligopolis mengambil keputusan berdasarkan sikap pesimis (*pessimistic way*)
 - Permintaan sangat elastis bila harga dinaikkan, dan inelastis bila harga diturunkan.
- b. Model kepemimpinan harga (*price leadership model*).
 - Perusahaan yang dominan mengambil inisiatif dalam penentuan harga. → tujuannya meningkatkan laba dengan membentuk kolusi secara implisit.
 - Produsen dominan memberikan sinyal harga - lewat konferensi pers - (contoh Indocement, fuji film).

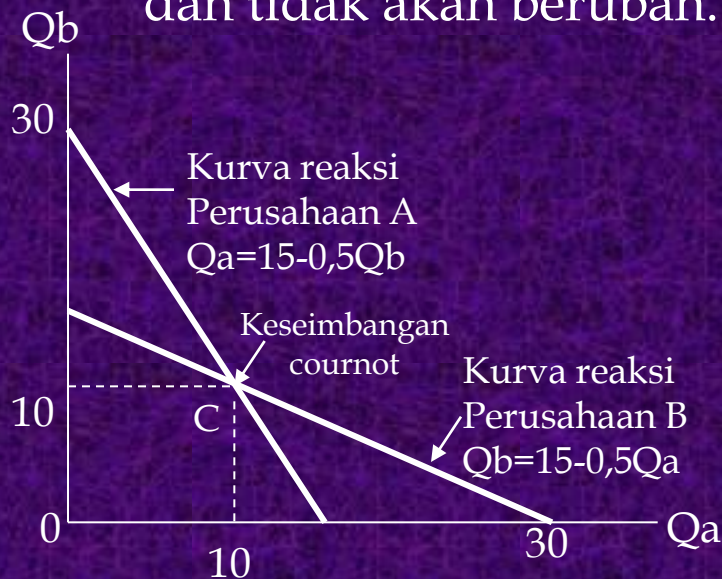


Keseimbangan oligopolis

Duopoli (Oligopoli yang hanya ada dua perusahaan)

Model Cournot

- Model ini dikembangkan oleh Augustin Cournot (1838)
- Masing-masing duopolis mempunyai daya monopoli yang sama
- Keputusan jumlah output yang diproduksi berdasarkan asumsi bahwa output duopolis yang satu (saingannya) sudah diputuskan dan tidak akan berubah.



Teori permainan (Game theory)

- Duopolis tidak selalu mengambil keputusan kompetitif, tetapi juga kerjasama (cooperatif)

Model dilema tahanan (Prisoners' Dilemma Model)

- Model ini menjelaskan bagaimana sikap seseorang mengambil keputusan dalam keadaan tidak dapat berkomunikasi dengan teman atau lawannya.
- Model dilema tahanan dapat diadaptasi untuk menganalisis keputusan masing-masing duopolis dalam menentukan harga jual.

Sifat- sifat pasar oligopoly

- ✓ Harga produk yang dijual relatif sama
- ✓ Pembedaan produk yang unggul merupakan kunci sukses
- ✓ Sulit masuk ke pasar karena butuh sumber daya yang besar
- ✓ Perubahan harga akan diikuti perusahaan lain

Faktor – Faktor Penghambat Pasar Oligopoli

- ❑ a. Hak paten yang tidak memungkinkan perusahaan lain memproduksi barang yang sama.
- ❑ b. Modal yang di butuhkan terlalu besar, para pengusaha enggan untuk menanggung risiko yang besar.
- ❑ c. Perusahaan lama telah terkenal sehingga sulit untuk bersaing sehingga menimbulkan risiko yang besar bagi perusahaan baru.
- ❑ d. Skala Ekonomis