

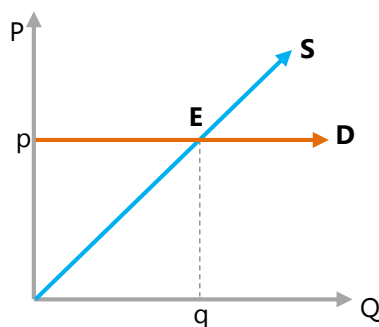
Bentuk-Bentuk Pasar

A. PENDAHULUAN

- ✎ **Pasar** dalam arti sempit adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli melakukan transaksi barang dan jasa.
- ✎ **Pasar** dalam arti luas adalah tempat bertemunya permintaan dan penawaran sehingga terjadi kesepakatan.
- ✎ **Pasar** dari bentuknya terbagi menjadi dua:
 - 1) **Pasar konkret**, pasar yang wujudnya fisik.
Contoh: pasar tradisional, pasar swalayan.
 - 2) **Pasar abstrak**, pasar yang wujudnya tidak fisik.
Contoh: bursa saham, toko online.
- ✎ **Pasar** dari sisi permintaan dan penawaran terbagi menjadi: pasar persaingan sempurna dan pasar persaingan tidak sempurna.

B. PASAR PERSAINGAN SEMPERNA

- ✎ **Pasar persaingan sempurna** adalah pasar yang penjual dan pembelinya tidak dapat mempengaruhi harga, sehingga harga pasar benar-benar hasil interaksi keduanya.
- ✎ **Ciri-ciri pasar persaingan sempurna:**
 - 1) Banyak penjual dan banyak pembeli
 - 2) Penjual dan pembeli adalah pengikut harga (*price taker*)
 - 3) Barang dan jasa yang dijual homogen
 - 4) Penjual dan pembeli mengetahui harga dan keadaan pasar
 - 5) Kemudahan dan kebebasan untuk keluar-masuk pasar
- ✎ **Kurva permintaan dan penawaran** bagi suatu produsen pada pasar persaingan sempurna:



- ✎ **Pasar persaingan sempurna** sangat sulit diwujudkan dalam kenyataan, karena menurut hukum permintaan dan penawaran, konsumen dan produsen dapat mengendalikan harga.
- ✎ **Kelebihan pasar persaingan sempurna:**
 - 1) Menghasilkan harga barang yang logis
 - 2) Terjadi persaingan sehat antar produsen

- ✎ **Kekurangan pasar persaingan sempurna:**
 - 1) Berkurangnya pilihan karena barang bersifat homogen
 - 2) Berkurangnya inovasi produsen karena barang bersifat homogen
 - 3) Hanya ada dalam kondisi perekonomian ideal
- ✎ **Contoh** pasar persaingan sempurna misalnya pasar beras dan pasar sayur-mayur.

C. PASAR PERSAINGAN TIDAK SEMPERNA

- ✎ **Pasar persaingan tidak sempurna** adalah pasar yang penjual dan pembelinya dapat mempengaruhi harga.
- ✎ **Pasar persaingan sempurna** terdiri dari:
 - 1) Pasar monopolistik
 - 2) Pasar monopoli
 - 3) Pasar oligopoli
 - 4) Pasar monopsoni
 - 5) Pasar oligopsoni

D. PASAR MONOPOLISTIK

- ✎ **Pasar monopolistik** adalah pasar yang mendekati pasar persaingan sempurna dan pasar monopoli.
- ✎ **Ciri-ciri pasar monopolistik:**
 - 1) Banyak penjual namun tidak sebanyak pasar persaingan sempurna
 - 2) Penjual dapat mengendalikan harga
 - 3) Barang dan jasa yang dijual heterogen
 - 4) Adanya persaingan ketat antar produsen
- ✎ **Kelebihan pasar monopolistik:**
 - 1) Produsen dapat memperoleh keuntungan lebih besar
 - 2) Memacu inovasi dan kreativitas produsen
 - 3) Pembeli tidak mudah berpindah produk
- ✎ **Kekurangan pasar monopolistik:**
 - 1) Adanya persaingan ketat antar produsen
 - 2) Biaya untuk memasuki dan menguasai pasar monopolistik mahal (iklan, promosi, uji kualitas produk)
- ✎ **Contoh** pasar monopolistik adalah pasar ponsel dan *smartphone*, pasar komputer, pasar koran, pasar shampoo, pasar makanan ringan, dan lain-lain.

E. PASAR MONOPOLI

- ✎ **Pasar monopoli** adalah pasar yang dikuasai oleh satu penjual.

Ciri-ciri pasar monopoli:

- 1) Satu penjual dan banyak pembeli
- 2) Tidak ada produsen lain yang memproduksi barang substitusi
- 3) Pembeli tidak punya pilihan lain
- 4) Keuntungan terpusat pada satu produsen
- 5) Harga ditentukan produsen
- 6) Diatur oleh pemerintah dan UU

Pasar monopoli dapat muncul akibat:

- 1) Aturan dari pemerintah dan UU
- 2) Penggabungan berbagai macam perusahaan menjadi perusahaan besar
- 3) Adanya hak cipta atau hak paten produk

Peran pemerintah dalam mencegah monopoli antara lain:

- 1) Mencegah munculnya monopoli dengan memonopoli
- 2) Memberlakukan UU *antitrust* (pelarangan-penggabungan perusahaan)
- 3) Memberi izin kepada produsen lain untuk memproduksi barang yang dimonopoli
- 4) Menambah penawaran dengan impor
- 5) Penetapan Harga Eceran Tertinggi (HET) di pasar monopoli

Kebaikan pasar monopoli:

- 1) Keuntungan yang didapat produsen tinggi
- 2) Melindungi barang dan jasa yang menguasai hajat hidup dari produsen yang semena-mena

Keburukan pasar monopoli:

- 1) Tidak dapat dimasuki karena diatur pemerintah dan UU
- 2) Pembeli tidak punya barang substitusi atau pilihan lain
- 3) Keuntungan terpusat di satu produsen
- 4) Dapat terjadi eksploitasi pembeli dengan permainan harga

Contoh pasar monopoli antara lain adalah monopoli listrik, monopoli bahan bakar.

F. PASAR OLIGOPOLI

Pasar oligopoli adalah pasar yang dikuasai oleh beberapa penjual saja.

Ciri-ciri pasar oligopoli:

- 1) Hanya beberapa penjual dan banyak pembeli
- 2) Barang dan jasa yang dijual cenderung homogen dengan sedikit inovasi
- 3) Produsen baru dapat masuk ke pasar walau sulit
- 4) Penjual dapat mengendalikan harga

5) Adanya saling ketergantungan antar produsen

6) Adanya persaingan ketat antar produsen

Kebaikan pasar oligopoli:

- 1) Penjual dapat mengendalikan harga
- 2) Perang harga antar produsen dapat menimbulkan keuntungan bagi konsumen

Keburukan pasar oligopoli:

- 1) Adanya persaingan ketat antar produsen
- 2) Sering terjadi perang harga
- 3) Butuh investasi besar untuk masuk ke dalam pasar
- 4) Dapat terjadi kartel atau kerjasama antar produsen yang menghasilkan pasar monopoli

Contoh pasar oligopoli adalah pasar kartu perdana ponsel, pasar mobil, pasar motor, pasar semen, dan lain-lain.

G. PASAR MONOPSONI DAN OLIGOPSONI

Pasar monopsoni adalah pasar dengan pembeli tunggal dan penjual banyak.

Pasar oligopsoni adalah pasar dengan beberapa pembeli dan penjual banyak.

Ciri-ciri pasar monopsoni dan oligopsoni:

- 1) Pembeli tunggal atau beberapa pembeli dan banyak penjual
- 2) Barang yang diperjualbelikan adalah bahan baku
- 3) Pembeli umumnya merupakan produsen juga
- 4) Pembeli dapat mempengaruhi harga

Contoh dari pasar monopsoni dan oligopsoni:

- Suatu perusahaan yang menggunakan bahan baku kopi untuk membuat produknya akan meminta biji kopi dari berbagai perkebunan.
- Seorang peternak susu sapi hanya dapat menjual susu sapi kepada suatu perusahaan saja karena di sekitar daerahnya tidak ada perusahaan lain yang membutuhkan susu sapi.

H. PERANAN PEMERINTAH DALAM PEMBENTUKAN HARGA PASAR

Pemerintah mengatur pembentukan harga pasar agar mengurangi kerugian produsen atau konsumen akibat ketidakcocokan harga, sehingga perekonomian tetap lancar.

Bentuk-bentuk peranan pemerintah dalam pembentukan harga pasar antara lain:

- 1) Penetapan harga eceran tertinggi (HET)

- 2) Penetapan harga eceran terendah
- 3) Penetapan pajak (taxation)
- 4) Pemberian subsidi

Harga eceran tertinggi (HET) atau *price ceiling* adalah harga yang ditetapkan pemerintah kepada produsen sehingga barang tidak dijual melebihi yang ditentukan.

Harga eceran tertinggi digunakan untuk melindungi konsumen dari kerugian dengan menurunkan harga keseimbangan.

Penetapan HET akan mengakibatkan:

- 1) Penurunan harga pasar
- 2) Kelebihan/surplus permintaan
- 3) Kekurangan/defisit penawaran
- 4) Penurunan jumlah barang yang diperjualbelikan
- 5) Penurunan penerimaan produsen

Contoh penggunaan HET adalah pada pengendalian harga obat-obatan di apotik dan harga-harga bahan pokok.

Harga eceran terendah atau *price floor* adalah harga yang ditetapkan pemerintah kepada produsen sehingga barang yang tidak dijual kurang dari yang ditentukan.

Harga eceran terendah digunakan untuk melindungi produsen dari kerugian dengan menaikkan harga keseimbangan.

Penetapan harga eceran terendah mengakibatkan:

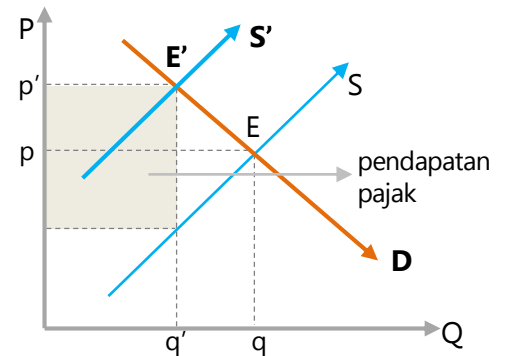
- 1) Kenaikan harga pasar
- 2) Kekurangan/defisit permintaan
- 3) Kelebihan/surplus penawaran
- 4) Penurunan jumlah barang yang diperjualbelikan
- 5) Penurunan atau penambahan penerimaan produsen (bergantung pada elastisitas permintaan)

Surplus penawaran yang diakibatkan oleh penetapan harga eceran terendah dapat diatasi dengan pembelian barang dan jasa yang dibatasi sebagai stok nasional, atau dengan melakukan ekspor.

Penetapan pajak dilakukan pemerintah untuk melakukan pemerataan pendapatan penduduk.

Penarikan pajak akan menyebabkan pergeseran kurva penawaran karena terjadinya penurunan penawaran.

Kurva permintaan dan penawaran suatu produsen yang dibebani pajak oleh pemerintah adalah:



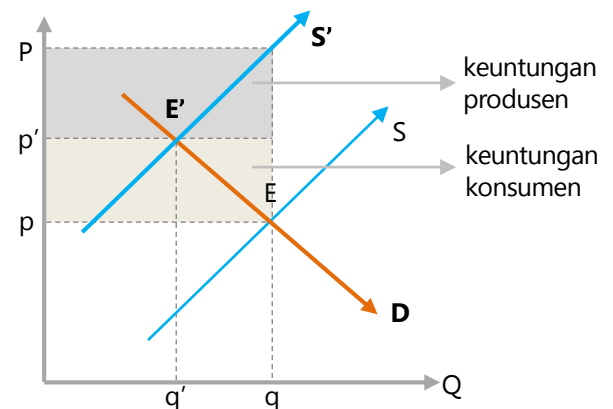
Penarikan pajak dari produsen dengan komoditi yang lebih mahal memiliki pajak yang lebih besar dari komoditi yang lebih murah.

Subsidi adalah bentuk bantuan keuangan yang diberikan kepada suatu sektor ekonomi.

Subsidi diberikan oleh pemerintah kepada produsen barang kebutuhan pokok atau perusahaan yang baru berkembang.

Subsidi akan menguntungkan pihak produsen dan pihak konsumen.

Kurva permintaan dan penawaran yang menunjukkan keuntungan produsen dan konsumen adalah:



Tujuan pemberian subsidi:

- 1) Mengurangi kerugian produsen dan konsumen
- 2) Menghasilkan barang dan jasa kompetitif
- 3) Menyaingi barang-barang impor yang masuk ke dalam negeri
- 4) Mengendalikan inflasi