**MONOPOLY MARKET**

**Pasar Monopoli**

(modul lanjutan dari modul PPS sebelumnya)

**7.2. Monopoli**

Struktur pasar yang bertentangan dengan pasar persaingan sempurna adalah monopoli. Monopoli adalah struktur pasar di mana hanya terdapat satu penjual, tidak ada substitusi produk yang mirip *(close substitute)*, dan terdapat hambatan masuk *( barriers to entry)* ke pasar*.*

Ciri-ciri pasar monopoli dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. *Hanya ada satu penjual.* Karena hanya ada satu penjual maka pembeli tidak mempunyai pilihan lain. Dalam hal ini pembeli hanya menerima syarat-syarat jual-beli yang ditentukan penjual.
2. *Tidak ada substitusi produk yang mirip.* Misalnya, aliran listrik. Aliran listrik tidak mempunyai pengganti dari barang lain. Ada barang pengganti tetapi sifatnya berbeda, misalnya, lampu minyak. Lampu minyak tidak dapat menggantikan fungsi aliran listrik untuk menyalakan TV, seterika, dan sebagainya.
3. *Terdapat hambatan masuk ke pasar.* Hambatan ini bisa berbentuk undang- undang, memerlukan teknologi yang canggih, dan memerlukan modal yang sangat besar.
4. *Sebagai penentu harga ( price setter).* Dengan mengendalikan tingkat produksi dan volume produk yang ditawarkan perusahaan monopoli dapat menentukan harga yang dikehendaki.

Faktor-faktor yang menyebabkan timbulnya monopoli adalah :

1. *Memiliki bahan mentah strategis atau pengetahuan teknis produksi yang spesifik.* Perusahaan monopoli umumnya menguasai seluruh atau sebagian besar bahan mentah yang tersedia. Sebagai contoh, Pertamina.
2. *Hak paten produk atau proses produksi.* Dengan pemberian hak paten akan melidungi perusahaan atau pihak-pihak pencipta suatu produk dari peniruan pihak-pihak lain.
3. *Terdapat skala ekonomis.* Pada beberapa kegiatan ekonomi, dengan menggunakan teknologi modern, produksi yang efisien hanya dapat dilakukan apabila jumlah produksinya sangat besar dan meliputi hampir seluruh produksi yang diperlukan di dalam pasar. Ini berarti bahwa pada waktu perusahaan mencapai keadaan di mana biaya produksi minimum, jumlah produksi adalah hampir sama dengan jumlah permintaan riel di pasar. Dengan sifat skala ekonomis demikian, pada tingkat produksi yang sangat tinggi, perusahaan dapat menurunkan harga. Keadaan seperti ini mengakibatkan perusahaan baru tidak akan sanggup bersaing dengan perusahaan yang terlebih dahulu berkembang. Keadaan ini mewujudkan pasar monopoli. Perusahaan jasa umum, seperti perusahaan listrik, perusahaan air minum, perusahaan telepon, dan perusahaan kereta api adalah contoh-contoh industri yang memiliki sifat skala ekonomis seperti diterangkan di atas.

*4). Pemberian Hak Monopoli oleh Pemerintah.* Melalui peraturan pemerintah, dapat diberikan kekusaan monopoli kepada perusahaan-perusahaan atau lembaga- lembaga tertentu.

* + 1. ***Hubungan Antara Permintaan, MR, dan TR***

Untuk melakukan analisis keuntungan atau analisis keseimbangan pada pasar monopoli, terlebih dahulu perlu memahami hubungan antara nilai penjualan total ( total revenue = TR), permintaan ( nilai penjualan rata-rata = average revenue = AR) , dan nilai penjualan marginal ( marginal revenue = MR).

***Permintaan Pada Pasar Monopoli***

Karena produsen monopoli adalah satu-satunya produsen di dalam pasar, maka kurve permintaan yang dihadapi adalah juga kurve permintaan pasar dan juga merupakan nilai penjualan rata-ratanya. Kurve permintaan pasar biasanya menurun dari kiri atas ke kanan bawah, yang berarti bahwa produsen dapat mempengaruhi harga pasar dengan jalan menjual barang produksinya lebih sedikit atau lebih banyak. Oleh karena itu, untuk mencapai keuntungan maksimum, perusahaan monopoli selain harus menentukan jumlah barang yang dijual juga harus menentukan harga jualnya. Berbeda dengan pasar persaingan sempurna, di mana perusahaan tidak dapat menentukan harga jual. Perbedaan lain dengan pasar persaingan sempurna adalah bahwa dalam monopoli, keseimbangan perusahaan adalah juga keseimbangan pasar.

Perbedaan permintaan antara perusahaan monopoli dan perusahaan bersaing dapat dijelaskan dengan grafik 7.9 di bawah ini.

Gb.7.9.b. Permintaan Pasar Bersaing

Q

0

Q

0

Gb. 7.9.a. Permintaan Monopoli

D ( Permintaan )

D ( Permintaan)

Harga

Harga

Pada Gb. 7.9.a. terlihat bahwa kurve permintaan perusahaan monopoli bersifat turun dari kiri atas ke kanan bawah karena pengusaha monopoli dapat menentukan harga sesuai dengan jumlah produk yang dijual. Sedang pada Gb. 7.9.b terlihat bahwa kurve permintaan perusahaan bersaing berbentuk garis yang sejajar dengan sumbu horizontal karena pengusaha bersaing tidak dapat menentukan harga jual.

Secara matematis perbedaan tersebut dapat dijelaskan dengan persamaan- persamaan berikut:

Pada perusahaan monopoli berlaku rumus :

Q = f ( P ) dan P = g ( Q ) ( 1 )

Pada perusahaan bersaing berlaku rumus :

Q = f ( P ) tetapi P ≠ g (Q) ( 2 )

Dimana P adalah harga satuan produk dan Q adalah jumlah produk yang dihasilkan dan dijual. Rumus ( 1 ) menunjukkan bahwa pada perusahaan monopoli, jumlah produk yang dihasilkan dapat ditentukan oleh harga jual dan sebaliknya harga jual dapat ditentukan oleh jumlah produk yang dihasilkan. Sedang rumus ( 2 ) menunjukkan bahwa pada perusahaan bersaing, baik bersaing murni maupun bersaing sempurna, jumlah barang yang dihasilkan ditentukan oleh harga jual tetapi harga jual tidak ditentukan oleh jumlah produk yang dihasilkan.

***Nilai Produk Penjualan Total(Total Revenue = TR)***

Nilai produk penjualan total (TR) pada perusahaan monopoli sangat berbeda dengan TR pada perusahaan bersaing. TR perusahaan bersaing berupa garis lurus miring dari kiri bawah ke kanan atas melalui titik pangkal (origin), karena setiap penambahan jumlah produk yang dihasilkan akan selalu memperbesar TR. Sedangkan TR pada perusahaan monopoli berbentuk parabola atau dikenal sebagai huruf U terbalik, karena setiap penambahan jumlah produk yang dihasilkan tidak selalu memperbesar TR, melainkan mula-mula makin besar sampai pada titik maksimum, kemudian setelah mencapai titik maksimum TR terus menurun sampai titik nol dan jika jumlah produk terus ditambah maka TR menjadi negatif.

Secara grafis, perbedaan tersebut dapat digambarkan pada Gb. 7.10 di bawah ini.

TR ( Rp)

TR (Rp.)

TR

TR

O

Gb. 7.10. a. TR Monopoli

Q

O

Q

Gb. 7.10.b. TR Perusahaan Bersaing

Secara matematis, perbedan tersebut dapat pula dijelaskan sebagai berikut.

Pada perusahaan monopoli :

TR = P Q ( 3 )

Dimana P = harga jual produk dan Q = jumlah produk yang dijual. Karena Q = f (P) dan P = g (Q) , maka TR dipengaruhi oleh harga jual dan jumlah produk yang dijual. Apabila Q bertambah besar maka P bertambah kecil, sehingga TR tidak selalu bertambah besar, tetapi dapat bertambah kecil hingga bernilai nol dan negatif. Oleh karenanya kurve TR berbentuk parabola. Secara matematis dapat dibuktikan bahwa kurve TR berbentuk parabola.

Misalkan, dipunyai fungsi permintaan monopoli adalah sebagai berikut:

Q = 25 – ¼ P ( a )

Karena P juga fungsi dari Q, maka persamaan ( a ) dapat pula ditulis: P = 100 – 4 Q ( b )

Apabila nilai P pada persamaan ( b ) dimasukkan ke dalam persamaan ( 3 ) di atas, maka :

TR = (100 – 4Q) Q = 100 Q – 4Q2 ( c )

Dengan demikian terbukti bahwa persamaan ( 3) merupakan fungsi pangkat dua, yang berarti TR berbentuk parabola.

Pada perusahaan bersaing : TR = PQ ( 4 )

Karena P adalah konstan maka TR hanya ditentukan oleh jumlah produk yang dihasilkan (Q). Ini berarti bahwa semakin banyak jumlah produk yang dijual akan semakin besar TR sehingga kurvenya berupa garis lurus berslope positif.

***Nilai Penjualan Produk Rata-Rata (AR) dan Nilai Penjualan Marginal (MR)***

AR dan MR pada perusahaan monopoli dan pada perusahaan bersaing juga berbeda ( lihat grafik pada Gb. 7.11).

Gb. 7.11.a Perusahaan Monopoli Gb. 7.11.b. Perusahaan Bersaing

Q

O

Q

Q2

Q1

O

MR

P = AR = MR = D

P

P1

D ( Permintaan) = AR

P

Harga (Rp.)

Harga (Rp)

Pada Gb. 7.11.a. terlihat bahwa pada perusahaan monopoli kurve nilai penjualan rata-rata (AR) sama dengan kurve permintaan D. Sedangkan kurve nilai penjualan marginal (MR) merupakan kurve tersendiri. Gb. 7.11.b menunjukkan bahwa pada perusahaan bersaing kurve AR dan MR sama dengan kurve permintaan dan juga sama dengan harga pasar yang berlaku.

Secara matematis AR dan MR perusahaan monopoli dapat dirumuskan sebagai berikut:

Fungsi permintaan (D) dapat dirumuskan : P = f (Q), dimana f’ (Q) < 0 ( 5 )

∂PQ

Jadi, TR = PQ = Q f (Q) dan MR = -------- = f (Q) + Q f’(Q) ( 6 )

∂Q

Hubungan MR dan Elastisitas Permintaan :

∂Q P 1 P P ∂ P E = - ----- ----- = - ------- ----- = ----------- ; f’(Q) = ------

∂P Q f’(Q) Q Q f’(Q) ∂ Q

Q f’(Q) 1

Karena P = f(Q) maka MR = P ( 1 + ------------ ) = P ( 1 - ----- ) ( 7 )

P E

Dari persamaan ( 7 ) dapat disimpulkan : 1). Jika E > 1 maka MR positif

1. Jika E = 1 maka MR = 0
2. Jika E < 1 maka MR negatif.

Dalam kasus kurve permintaan dan MR bersifat linier seperti pada Gb. 7.11.a maka permintaan akan menurun secara monoton dan MR akan lebih kecil dari harga untuk setiap jumlah penjualan (Q) yang lebih besar dari nol. Tingkat penurunan MR dua kali dari tingkat penurunan harga. Hal ini dapat dibuktikan sebagai berikut: Misalkan dipunyai fungsi permintaan : P = a – b Q

TR = PQ = (a – b Q ) Q = a Q – b Q2

∂ TR

MR = ---------- = a – 2 b Q

∂Q

Jadi, slope kurve MR ( - 2 b ) dua kali lebih besar dari pada slope kurve permintaan (- b ).

Setelah kita mempelajari sifat-sifat permintaan, nilai penjualan produk total (TR) dan nilai penjualan marginal (MR) pada perusahaan monopoli maka kita dapat menyimpulkan bagaimana hubungan antara ketiga kurve tersebut ( lihat Gb. 7. 12) berikut. Gb. 7.12 menunjukkan bahwa TR pada mulanya menaik, kemudian mencapai maksimum, dan setelah mencapai maksimum selanjutnya terus menurun dan bias sampai titik nol. Kurve TR mencapai maksimum pada saat MR = 0. Selama kurve permintaan berslope negatif , kurve MR juga berslope negatif. MR berada di bawah harga untuk setiap jumlah produk di atas nol. Perbedaan antara MR dan harga tergantung pada elastisitas permintaan.

Gb. 7.12. Hubungan Antara TR, Permintaan, dan MR

Jumlah Produk (Q)

O

D ( Permintaan) = AR

MR

E < 1

E = 1

E > 1

Harga (P)

Jumlah Produk (Q)

TR

TR

* + 1. ***Keseimbangan atau Maksimisasi Keuntungan Monopol Jangka Pendek***

Analisis keuntungan dapat dilakukan melalui dua pendekatan, yaitu (1) pendekatan TR-TC, dan (2) pendekatan MR-MC.

* + - 1. ***Pendekatan TR-TC***

Dalam jangka pendek, pengusaha monopoli akan mencapai keuntungan maksimum jika ia memproduksi dan menjual pada tingkat output di mana perbedaan positif antara TR dan TC adalah paling besar. Atau ia meminimumkan kerugian jika perbedaan negatif antara TR dan TC paling kecil. Secara grafis, keuntungan maksimum pada perusahaan monopoli dapat ditunjukkan dalam Gb. 7.13 berikut.

TR dan TC

TC

B

TR

A

Keuntungan maksimum

Jumlah produk (Q) Gb. 7.13 TR,TC, dan Keuntungan Maksimum

Pada Gb. 7.13 terlihat bahwa disebelah kiri titik A dan disebelah kanan titik B, TC berada diatas TR, berarti biaya total melebihi nilai penjualan total sehingga perusahaan menderita kerugian. Dengan kata lain, keuntungan hanya diperoleh antara titik A dan titik B.

* + - 1. ***Pendekatan MR-MC***

Sesuai dengan dalil keuntungan, bahwa keuntungan maksimum akan dicapai ketika pengusaha memproduksi dan menjual produknya pada tingkat dimana MR sama dengan MC. Analisis keuntungan dengan pendekatan ini telah dengan jelas dibahas dalam Bab VI pada kasus kurve permintaan menurun ( hal. 67). Berikut ini diberikan penjelasan ulang secara grafis ( Gb. 7.14)

FFF

Q\*

Q

0

MR

D

E

B

C\*

ATC

P\*

A

MC

F

GB. 7.14. Pendekatan MR-MC

Harga dan Biaya

Dari Gb. 7.14 terlihat bahwa ekuilibrium jangka pendek terjadi pada titik E dimana MC = MR. Pada kondisi ini produk yang dijual adalah 0Q\* dengan harga 0P\* dan rata-rata biaya total 0C\* ( = C\*B ). Keuntungan per unit adalah 0P\* – 0C\* = P\*C\* Sehingga keuntungan monopoli jangka pendek adalah P\*C\* x 0Q\* = P\*ABC\* ( luas terarsir).

Jika Gb. 7.14 menggambarkan kondisi pasar bersaing, maka titik ekuilibrium adalah pada titik F, dimana kurve permintaan berpotongan dengan MC yang berarti MC = P ( syarat ekuilibrium pasar bersaing). Dengan demikian pasar bersaing akan menurunkan harga dan memperbesar jumlah produk .

* + 1. ***3. Pendekatan Matematis***

Keuntungan (π ) adalah nilai penjualan total ( TR ) dikurangi biaya total (TC) atau dapat ditulis :

π = TR – TC ( 8 )

Karena TR = P Q, maka π = P Q – TC

Karena Q = f ( P ) dan P = f ( Q ) dan syarat tercapainya keuntungan maksimum

∂ π ∂ π ∂ P ∂ Q ∂ TC adalah ------- = 0, maka ------ = Q ------ + P ------- - --------

∂ Q ∂ Q ∂ Q ∂ Q ∂ Q Agar tercapai keuntungan maksimum maka :

∂ P ∂ Q ∂ TC

Q ------ + P ------- - -------- = 0

∂ Q ∂ Q ∂ Q

∂ P ∂ Q ∂ TC

Karena Q ------ + P ------- = MR ( lihat rumus 5 dan 6) dan -------- = MC

∂ Q ∂ Q ∂ Q

maka MR – MC = 0 atau

**MR = MC** ( 9 )

Persamaan ( 9 ) merupakan syarat tercapainya keuntungan maksimum atau kondisi keseimbangan pada perusahaan monopoli. Syarat ini juga berlaku bagi perusahaan bersaing, namun karena pada perusahaan bersaing berlaku ketentuan MR = AR = P maka syarat tercapainya keuntungan maksimumnya menjadi **MC = P.**

* + 1. ***Keseimbangan Dalam Jangka Panjang***

Pada perusahaan bersaing dalam jangka panjang hanya memperoleh keuntungan normal, dimana harga produk sama dengan biaya total rata-rata minimum. Namun, pada perusahaan monopoli dalam jangka panjang masih dapat memperolek kuntungan yang melebihi normal. Untuk menjelaskan analisis keseimbangan monopoli dalam jangka panjang , dapat dilihat Gb. 7.15 beikut.

Gb. 7.15. Analisis Keseimbangan Monopoli Jangka Panjang

Q

Q2

Q1

0

MR

D

LAC

C2

LMC

SAC

P1 C1 P2

SMC

Hatga dan Biaya

Keterangan :

D : Kurve permintaan jangka pendek dan jangka panjang MR : Marginal Revenue jangka pendek dan jangka panjang SMC : Short-run Marginal Cost

SAC : Short-run Average Total Cost LMC : Long-run Marginal Cost LAC : Long-run Average Total Cost

Dalam jangka pendek perusahaan monopoli mencapai keadaan keseimbangan pada saat memproduksi dan menjual produk sebanyak Q1 dengan harga jual P1 dan biaya total rata-rata C1. Dalam jangka panjang perusahaan monopoli akan mencapai keadaan keseimbangan pada saat memproduksi dan menjual produk sebanyak Q2 dengan harga jual P2 dan biaya total rata-rata C2. Jadi jelas bahwa dalam jangka panjang, perusahaan monopoli masih memperoleh keuntungan di atas normal karena harga produk masih diatas biaya total rata-ratanya ( OP2 > OC2).

**7.3. Pasar Persaingan Monopolistik**

Pasar monopolistik pada dasarnya adalah pasar yang berada di antara dua jenis bentuk pasar yang ekstrem, yaitu persaingan sempurna dan monopoli. Oleh karena itu sifat-sifat bentuk pasar ini mengandung unsur-unsur sifat pasar monopoli dan sifat pasar persaingan sempurna. Secara umum, *pasar persaingan monopolistik dapat didefinisikan sebagai suatu pasar di mana terdapat banyak produsen/penjual yang menghasilkan dan menjual produk yang berbeda coraknya ( differentiated product).* Ciri-ciri pasar persaingan monopolistik selengkapnya adalah sebagai berikut:

1. *Terdapat banyak penjual*. Terdapat banyak penjual tetapi tidak sebanyak pada pasar persaingan sempurna. Perusahaan-perusahaan dalam pasar persaingan monopolistik mempunyai ukuran yang relatif sama.
2. *Produknya tidak homogen ( berbeda corak).* Produk perusahaan persaingan monopolistik berbeda coraknya dan secara fisik mudah untuk membedakan antara produk perusahaan yang satu dengan produk perusahaan lainnya. Sifat ini adalah sifat yang penting untuk membedakannya dengan sifat pada pasar persaingan sempurna. Perbedaan-perbedaan lain dapat berupa pembung- kusannya, cara pembayaran dalam pembelian, pelayanan penjualan, dan sebagainya. Karena perbedaan corak tersebut maka produk perusahaan- perusahaan persaingan monopolistik tidak bersifat substitusi sempurna. Mereka hanya bersifat substitusi dekat *( close substitute)* . Perbedaan-perbedaan inilah yang menjadi sumber kekuatan monopoli dari perusahaan-perusahaan dalam pasar persaingan monopolistik.
3. *Perusahaan mempunyai sedikit kekuatan mempengaruhi harga.* Kekuatan mempengaruhi harga tidak sebesar pada pasar monopoli dan oligopoly. Kekuatan mempengaruhi harga bersumber dari perbedaan corak produk. Perbedaan ini mengakibatkan para pembeli akan memilih. Pembeli dapat lebih menyukai produk suatu perusahaan tertentu dan kurang menyukai produk perusahaan lainnya. Sehingga jika suatu perusahaan menaikkan harga, ia masih dapat menarik pembeli walaupun tidak sebanyak sebelum kenaikan harga. Sebaliknya jika suatu perusahaan menurunkan harga, belum tentu diikuti oleh kenaikan permintaan produk yang dihasilkan.
4. *Masuk ke dalam industri/pasar relative mudah.* Masuk ke dalam pasar persaingan monopolistik tidak seberat masuk pasar monopoli dan oligopoly tetapi tidak semudah masuk pasar persaingan sempurna. Hal ini disebabkan , (1) modal yang diperlukan relatif besar dibandingkan dengan perusahaan pada pasar persaingan sempurna dan (2) harus menghasilkan produk yang berbeda dengan produk yang sudah ada di pasar.
5. *Persaingan promosi penjualan sangat aktif.* Dalam pasar persaingan monopolistik harga bukan penentu utama besarnya pasar. Suatu perusahaan mungkin menjual produknya dengan harga cukup tinggi tetapi masih dapat menarik banyak pelanggan. Sebaliknya mungkin suatu perusahaan menjual produknya dengan harga yang cukup murah tetapi tidak banyak menarik pelanggan. Oleh karena itu untuk menarik para pelanggan, perusahaan harus aktif melakukan promosi, memperbaiki pelayanan, mengembangkan desain produk, meningkatkan mutu produk, dan sebagainya.
	* 1. ***Keseimbangan Jangka Pendek***

Kurve permintaan perusahaan persaingan monopolistik merupakan peralihan dari kurve permintaan perusahaan persaingan sempurna dan kurve permintaan perusahaan monopoli. Jadi, kurve tersebut sedikit miring dari kiri atas ke kanan bawah. Ini berarti bahwa elastisitas permintaannya lebih kecil dari elastisitas permintaan perusahaan persaingan sempurna tetapi lebih besar dari elastisitas permintaan perusahaan monopoli. Analisis keseimbangan pada perusahaan persaingan monopolistik sama dengan analisis pada perusahaan monopoli. Bedanya, permintaan yang dihadapi perusahaan monopoli adalah seluruh permintaan pasar, sedang yang dihadapi perusahaan persaingan monopolistik adalah sebagian dari permintaan pasar.

Dua keadaan keseimbangan perusahaan persaingan monopolistik ditunjukkan dalam Gb. 7.16. Gb. 7.16.a menunjukkan keadaan dimana perusahaan memperoleh keuntungan dan Gb. 7.16.b menunjukkan perusahaan menderita kerugian.

Gb. 7.16.a Perusahaan Memperoleh Keuntungan

Jumlah Produk

Q

0

MR

D

B

C

ATC

A

P

MC

Harga dan Biaya

Gb. 7.16.a menunjukkan bahwa perusahaan memperoleh keuntungan maksimum pada tingkat produksi dan penjualan sebesar Q dan tingkat harga sebesar P karena pada keadaan ini terpenuhi dalil keuntungan ( MR = MC ). Luas PABC menunjukkan jumlah keuntungan maksimum yang diperoleh. Gb. 7.16.b menunjukkan bahwa kerugian minimum pada tingkat produksi dan penjualan sebesar Q1 dan tingkat harga P1. Kerugian minimum sebesar P1ABC1.

Gb. 7.16.b Perusahaan Mengalami Kerugian

Jumlah Produk

Q1

0

MR

D

B

C1

ATC

A

P1

MC

Harga dan Biaya

* + 1. ***Keseimbangan Jangka Panjang***

Perolehan keuntungan diatas normal seperti ditunjukkan dalam Gb. 7.16.a, mengundang masuknya perusahaan-perusahaan baru. Akibatnya, setiap perusahaan akan menghadapi permintaan yang lebih sedikit pada berbagai tingkat harga. Ini berarti bahwa masuknya perusahaan-perusahaan baru mengakibatkan kurve permintaan dan tentunya juga kurve MR perusahaan persaingan monopolistik bergeser ke kiri. Masuknya perusahaan-perusahaan baru akan berlangsung terus sehingga perusahaan hanya menerima keuntungan normal. Jadi, dalam jangka panjang, perusahaan dalam pasar persaingan monopolistik hanya menerima keuntungan normal, seperti halnya perusahaan dalam pasar persaingan sempurna. Gb. 7.17 menunjukkan keseimbangan perusahaan persaingan monopolistik dalam jangka panjang.

Gb. 7.17. Keseimbangan Jangka Panjang

Jumlah Produk

QL

0

MR

D

PL

E

ATC

MC

Harga dan Biaya

Gb. 7.17 menunjukkan bahwa PL adalah sama dengan biaya total rata-rata (ATC) yang berarti perusahaan memperoleh keuntungan normal. Sifat perusahaan persaingan monopolistik ketika memperoleh keuntungan normal berbeda dengan sifat perusahaan persaingan sempurna yang juga ketika memperoleh keuntungan normal. Perbedaan tersebut adalah (1) harga jual produk dan biaya produksi pada perusahaan persaingan monopolistik lebih tinggi dibanding pada perusahaan persaingan sempurna, dan (2) kegiatan produksi pada perusahaan persaingan monopolistik belum mencapai tingkat optimal ( tingkat produksi dengan biaya per unit paling rendah).

Sebaliknya jika perusahaan menderita kerugian minimum seperti ditunjukkan dalam Gb. 7.16.b, maka ia akan keluar dari pasar. Akibatnya, jumlah perusahaan dalam pasar semakin sedikit sehingga jumlah permintaan yang dihadapi perusahaan- perusahaan yang masih ada menjadi lebih besar. Ini berarti bahwa kurve permintaan akan bergeser ke kanan. Kejadian keluarnya perusahaan dari pasar akan berlangsung terus sampai perusahaan memperoleh keuntungan normal seperti ditunjukkan dalam Gb. 7.17. Dalam keadaan seperti ini tidak ada lagi perusahaan yang masuk ke pasar dan juga tidak ada lagi yang keluar dari pasar. Oleh karena itu Gb. 7.17 tersebut menunjukkan keseimbangan jangka panjang perusahaan persaingan monopolistik.

Sifat-sifat perusahaan persaingan monopolistik demikian tentu akan merugikan masyarakat, karena seandainya mereka beroperasi seperti perusahaan persaingan sempurna maka masyarakat konsumen akan dapat membeli produk dengan harga yang lebih rendah dan jumlah produk yang lebih banyak.

* 1. **Pasar Duopoli dan Oligopoli**

Duopoli adalah keadaan di mana hanya ada dua perusahaan yang menguasai pasar. Oleh karena itu setiap tindakan yang dilakukan oleh pengusaha yang satu akan mempengaruhi kebijakan pengusaha lainnya, baik dalam hal menentukan harga, kapasitas produksi, kualitas produk, dan sebagainya. Apabila produk yang dihasilkan oleh pengusaha duopoli homogen, maka pasar dinamakan duopoli murni *( pure duopoly)* . Apabila produk yang dihasilkan tidak homogen tetapi bersifat dapat mensubstitusi, maka pasar dinamakan duopoli yang dibedakan *( differentiated duopoly)*.

Pasar oligopoli sama saja dengan pasar duopoli, hanya saja dalam pasar oligopoli jumlah perusahaan yang menguasai pasar lebih dari dua tetapi tidak banyak (oligos = sedikit) sehingga tindakan dari pengusaha yang satu akan mempengaruhi kebijakan dari pengusaha lainnya. Apabila produk yang dihasilkan oleh pengusaha oligopoli homogen maka pasar dinamakan oligopoli murni *( pure oligopoly)* dan apabila produk yang dihasilkan tidak homogen maka dinamakan oligopoli yang dibedakan *( differentiated oligopoly).*

* + 1. ***Duopoli***

Pasar duopoli jarang sekali ditemukan dalam kenyataan. Oleh karena itu teori pasar duopoli lebih banyak menggunakan asumsi-asumsi, bahkan ada yang perlu dikhayalkan. Namun, teori duopoli sangat berguna sebagai dasar bagi penyusunan teori pasar oligopoli.

Teori pasar duopoli, pertama kali dikemukakan oleh ekonom Perancis ***Antoine Augustin Cournot*** pada tahun 1838 dalam karangannya berjudul “ Researches into the Mathematical Principles of the Theory of Wealth”. Teori Cournot banyak dikrikik oleh ahli-ahli ekonomi, terutama tentang asumsi-asumsinya karena dianggap tidak masuk akal. Betrand-Edgeworth juga telah membuat teori duopoli yang dapat dianggap sebagai penyempurnaan teori Cournot.

Untuk analisis pasar duopoli dapat digambarkan sebagai berikut. Misalnya, hanya ada pengusaha A dan pengusaha B yang menguasai pasar produk tertentu. Setiap tindakan yang dilakukan pengusaha A akan mempengaruhi kebijakan yang diambil oleh pengusaha B dan begitu pula sebaliknya. Oleh karena itu untuk dapat meramalkan dengan baik tentang tindakan yang akan dilakukan oleh pengusaha pesaingnya maka pengusaha duopoli harus selalu memperhatikan perilaku pengusaha pesaingnya tersebut. Untuk hal ini tentu tidak mudah.

Teori duopoli disusun berdasarkan asumsi-asumsi tentang perilaku pengusaha-pengusaha pesaing. Dengan demikian apabila asumsi-asumsi itu diubah, tentu akan muncul teori baru. Inilah yang menyebabkan adanya berbagai teori duopoli, karena asumsi-asumsi yang digunakan oleh para ahli yang menyusun teori berbeda.

***Teori Duopoli Cournot***

Dalam teori ini dua pengusaha duopoli menghasilkan produk yang homogen. Asumsi pokok yang digunakan adalah pada waktu pengusaha duopoli memaksimumkan keuntungannya, jumlah produk yang dihasilkan oleh pesaingnya tidak tergantung dari jumlah produk yang dihasilkan oleh pengusaha yang pertama.

Analisis keseimbangan dengan teori Cournot adalah sebagai berikut.

Misalkan fungsi permintaan pasar dinyatakan sebagai :

p = f (q1 + q2) ( c.1 )

dimana p = harga produk homogen yang dijual

q1 = jumlah produk yang dihasilkan pengusaha duopoli A q2 = jumlah produk yang dihasilkan pengusaha duopoli B. Keuntungan dari masing-masing pengusaha duopoli tersebut adalah:

Π1 = p q1 – c1 ( c.2 )

Π2 = p q2 – c2 ( c.3 )

Dimana Π1 = keuntungan pengusaha duopoli A Π2 = keuntungan pengusaha duopoli B c1 = biaya produksi perusahaan A

c2 = biaya produksi perusahaan B

pq1 = nilai penjualan total ( total revenue = TR) pengusaha duopoli A pq2 = nilai penjualan total ( TR ) pengusaha duopoli B.

Untuk memaksimumkan keuntungan pengusaha duopoli berlaku ketentuan :

∂ Π1 ∂ pq1 ∂ c1 ∂p

------ = -------- - -------- = p + q1 ------ - MC1 = 0 (c.4)

∂q1 ∂q1 ∂q1 ∂q1

∂ Π2 ∂ pq2 ∂ c2 ∂p

------ = -------- - -------- = p + q2 ------ - MC2 = 0 (c.5)

∂q2 ∂q2 ∂q2 ∂q2

Ini berarti bahwa masing-masing pengusaha tersebut harus menyamakan nilai produk marginal (MR) dengan biaya marginal (MC). Sehingga MR1 = MC1 dan MR2 = MC2.

Dalam analisis Cournot, masing-masing pengusaha duopoli memaksimumkan keuntungan berkaitan dengan tingkat produk yang dihasilkan. Jadi, MR pengusaha duopoli tidak perlu sama karena jumlah produk yang dihasilkan tidak sama. Karena

∂q2 ∂q2

q = q1 + q2 dan ------ = ------- = 1 maka

∂q2 ∂q2

∂ (pq)i ∂p

MR duopoli : ---------- = p + qi ------ dimana i = 1 , 2.

∂q ∂q

∂ (pq)1 ∂p

---------- = p + q1 ------ = MR1

∂q ∂q

∂ (pq)2 ∂p

---------- = p + q2 ------ = MR2

∂q ∂q

Dengan anggapan kurve permintaan berslope negatif ( ∂p/∂q < 0), berarti bahwa pengusaha duopoli dengan jumlah produk yang lebih besar akan mempunyai MR lebih kecil.

Pasar duopoli akan mencapai keseimbangan apabila jumlah q1 dan q2 sedemikian rupa sehingga masing-masing pengusaha duopoli akan mencapai keuntungan maksimum. Proses pemecahan untuk keseimbangan tersebut adalah dengan memecahkan persamaan-persamaan (c.4 ) dan ( c.5) untuk memperoleh nilai q1 dan q2. Sebelum memperoleh tingkat produk keseimbangan, terlebih dahulu perlu menambah suatu langkah, yaitu dengan memasukkan fungsi reaksi *(reaction function)*. Fungsi reaksi tersebut adalah :

q1 = f ( q2 )  dipecahkan dengan persamaan c.4 ( c.6 ) q2 = g ( q1 )  dipecahkan dengan persamaan c.5 (c.7 )

Persamaan c.6 merupakan fungsi reaksi pengusaha duopoli A yang akan memberikan nilai q1 yang memaksimumkan Π1 untuk setiap nilai q2 tertentu. Sedang persamaan c.7 merupakan fungsi reaksi pengusaha B yang akan memberikan nilai q2 yang memaksimumkan Π2 untuk setiap nilai q1 tertentu. Nilai keseimbangan adalah nilai pasangan q1 dan q2 yang memenuhi kedua fungsi reaksi tersebut.

Misal, dipunyai fungsi permintaan pasar dan fungsi biaya sebagai berikut: P = A – B (q1 + q2) ( fungsi permintaan pasar)

C1 = a1q1 + b1q12 ( fungsi biaya perusahaan A) C2 = a2q2 + b2q22 ( fungsi biaya perusahaan B) Keuntungan pengusaha duopoli adalah:

Π1 = Aq1 – B (q1 + q2) q1 - a1q1 + b1q12

Π2 = Aq2 – B (q1 + q2) q2 - a2q2 + b2q22

Keuntungan maksimumnya adalah :

∂ Π1

---------- = A – B (2q1 + q2) - a1 +2 b1q1 = 0

∂q1

∂ Π2

---------- = A – B (q1 +2 q2) - a2 +2 b2q2 = 0

∂q2

Dari persamaan diatas diperoleh fungsi reaksi sebagai berikut: A – B (2q1 + q2) - a1 +2 b1q1 = 0

A - a1 – Bq2 = ( 2B + 2b1 ) q1

A - a1 – Bq2 q1 = ------------------

( 2B + 2b1)

A – a1 B

q1 = ------------- - ------------ q2  fungsi reaksi pengusaha A (c.8 ) 2 (B + b1) 2 (B + b1)

A – B (q1 +2q2) - a2 + 2 b2q2 = 0 A – a2 – Bq1 = ( 2B + 2b2 ) q2

A – a2 – Bq1 q2 = ------------------

( 2B + 2b2)

A – a2 B

q2 = ------------- - ------------ q1  fungsi reaksi pengusaha B ( c.9 ) 2 (B + b2) 2 (B + b2)

Karena B, b1, dan b2 bernilai positif maka kenaikan salah satu produk pengusaha duopoli menyebabkan penurunan produk optimum pengusaha duopoli lainnya. Dengan memecahkan persamaan c.8 dan c.9 secara simultan akan diperoleh pasangan nilai q1 dan q2 yang menunjukkan keadaan keseimbangan.

Secara grafis fungsi reaksi tersebut dapat digambarkan seperti Gb. 7.18 .

Gb. 7.18 Grafik fungsi reaksi

q1

0

q2 = g ( q1)

E

Titik keseimbangan

q1 = f ( q2 )

q2

**DAFTAR PUSTAKA**

Boediono . 1982. ***Ekonomi Mikro***. Seri Sinopsis PIE No. 1, BPFE, Yogyakarta Ferguson, C.E., and J.P. Gould. 1975. ***Microeconomic Theory***. Fourth Edition, Yale

University.

Henderson, J.M. and R.E. Quandt. ***Microeconomic Theory: A Mathematical Approach.*** Third Edition, McGraw-Hill International Book Company.

Koutsoyiannis, A. 1985. ***Modern Microeconomics.*** ELBS Edition, Macmillan Publishers Ltd, London.

Nicholson, Walter. 1999. ***Teori Mikroekonomi.*** Alih bahasa: Daniel Wirajaya, Edisi ke-5, Binarupa Aksara, Jakarta.

Rosidi, Suherman. 2000. ***Pengantar Teori Ekonomi.*** Pendekatan kepada Teori Makro & Mikro. Cetakan ke-4, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Sukirno, Sadono. 2001. ***Pengantar Teori Mikroekonomi.*** Cetakan ke-15, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.