

# **XIV. KOPERASI DALAM PASAR PERSAINGAN**

## **A. PERSAINGAN SEMPURNA**

**Struktur pasar ideal  
karena mampu  
mengalokasikan  
sumberdaya secara  
optimal**

# **1. CIRI-CIRINYA :**

**a. Banyak penjual dan pembeli**

**b. Barang yang dijual homogen**

**c. Bebas keluar masuk pasar**

**d. Mobilitas produksi sempurna**

**e. Informasi penjual/pembeli lengkap**

## **2. STRATEGI KOPERASI DALAM PASAR**

**a. Koperasi kemampuannya sama: dalam kompetisi sempurna, koperasi tidak mempunyai pengaruh mengendalikan harga, dalam kondisi demikian volume penjualan akan menentukan hasil  
Harga jual koperasi rendah, akan menambah anggota, sebaliknya kalau harga jual sama partisipasi anggota menjadi berkurang**

**b. Kemampuan koperasi lebih rendah:**

**Biaya rata-rata**

**kurvenya akan berada di atas harga jual**

**c. Kemampuan koperasi lebih tinggi:**

**bisa memproduksi *output* dengan biaya lebih rendah**

**Untuk jangka panjang maka akan terjadi *input* yang variabel, dengan melihat kemampuannya akan terjadi kondisi sebagai berikut:**

- a. *Break Even Point* untuk kemampuan sama**
- b. Akan terjadi rugi karena biaya diatas harga**
- c. Akan memenangkan persaingan karena bisa menetapkan harga lebih rendah**

## **B. KOPERASI PADA PASAR PERSAINGAN MONOPOLISTIK:**

**Mampu memberikan tambahan pendapatan bagi anggota dan dapat menaikkan kinerja koperasi, meningkatkan kemakmuran anggotanya dapat menetapkan harga produk dan kurva permintaannya elastis**

**Perilaku para penjual menjual produknya berdiferensiasi dalam hal kualitas, harga, pengepakan, iklan, lokasi, dan lain-lain**

**Bila koperasi mengubah harga produknya, maka tidak ada perpindahan konsumen secara total ke penjual lain, olehkarena itu kurva permintaannya akan menurun dari kiri atas ke kanan bawah dengan elastisitas yang kurang sempurna**

**Pada persaingan sempurna koperasi akan terjadi :**

- a. Koperasi dapat menetapkan berbagai strategi harga sama dengan pesaing, maka akan mencapai kurve biaya yang sama dengan pesaing sehingga tidak punya keunggulan bersaing**
- b. Apabila kemampuan koperasi rendah maka dalam kondisi persaingan monopolistik sangat sulit diperiksa dan kurve permintaan akan berada pada dibawah biaya rata-rata**

## **C. PASAR OLIGOPOLI:**

**Adalah struktur pasar  
dimana hanya ada  
beberapa produsen  
yang menguasai pasar  
sehingga untuk  
memasuki pasar  
terdapat rintangan**

**Reaksi pesaing terhadap keputusan harga dan *output* menjadi paling penting dalam oligopoli**

**1. Strategi dalam pasar oligopoli:**

**a. Advertensi**

**b. Membedakan mutu dan bentuk produk**

**2. Penurunan harga yang bersifat predator**

**3. *Price leadership* akan terjadi bila koperasi mempunyai kemampuan tinggi untuk bersaing dan bertahan serta berorientasi kepada kepentingan anggota**

**4. Rintangan memasuki pasar**

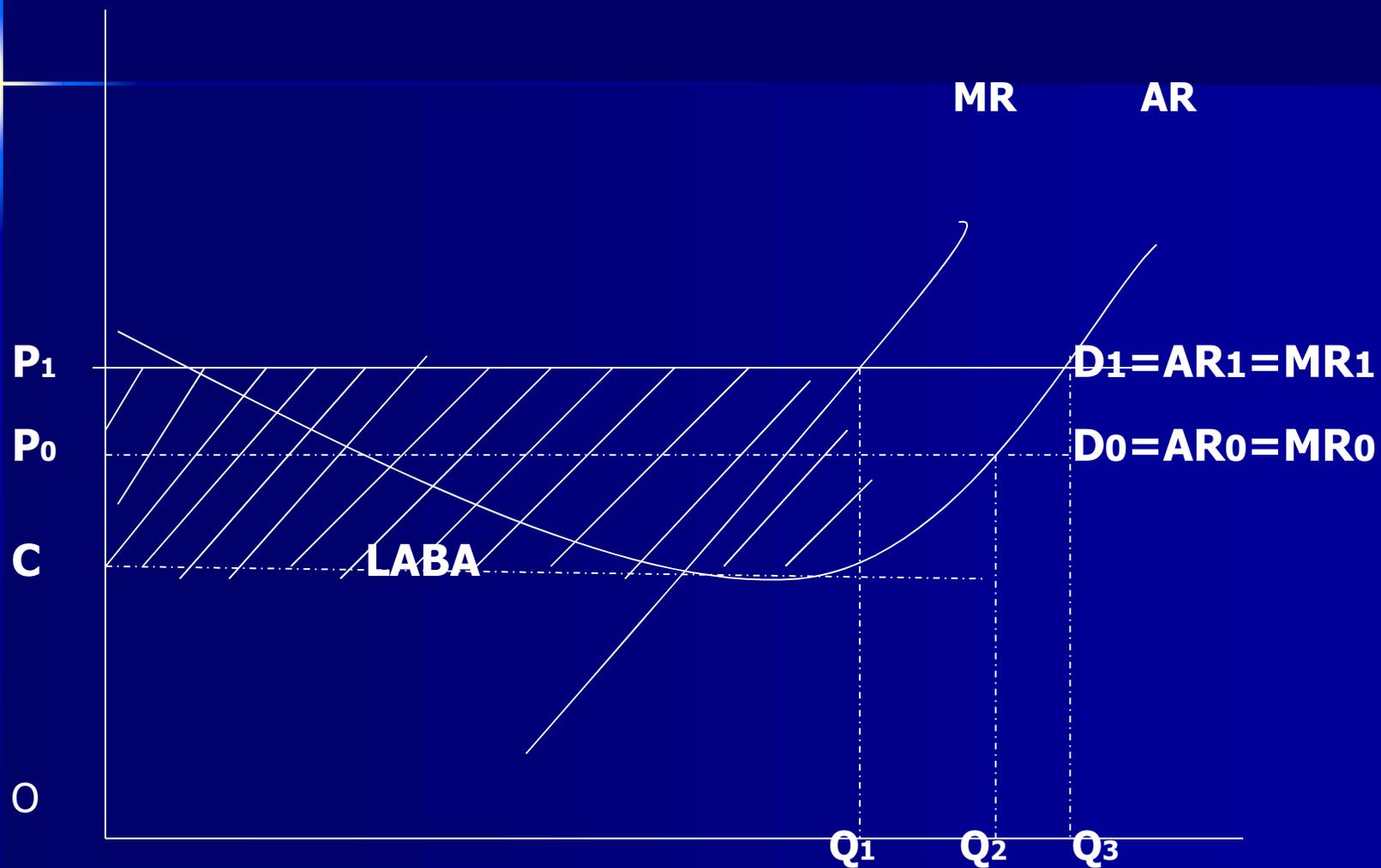
**5. Integrasi vertikal koperasi untuk menjadi pendatang**

**D. PASAR MONOPOLI: adalah struktur pasar dimana hanya ada satu penjual dipasar tersebut tanpa ada pesaing**

**Pesaing Potensial Koperasi, merupakan suatu hal yang harus menjadi upaya ideal, untuk itu diperlukan:**

- a. Koperasi harus mempunyai kemampuan lebih tinggi**
- b. Mampu produksi dengan rendah**
- c. Harus mempunyai keunggulan**
- d. Harus mempunyai kemampuan manajerial dari entrepreneur koperasi**
- e. Kemampuan inovasi koperasi**

# Perilaku konsumen dalam jangka pendek



## **Keterangan :**

**MR = Marginal Revenue**

**AR = Average Revenue**

**P = Harga**

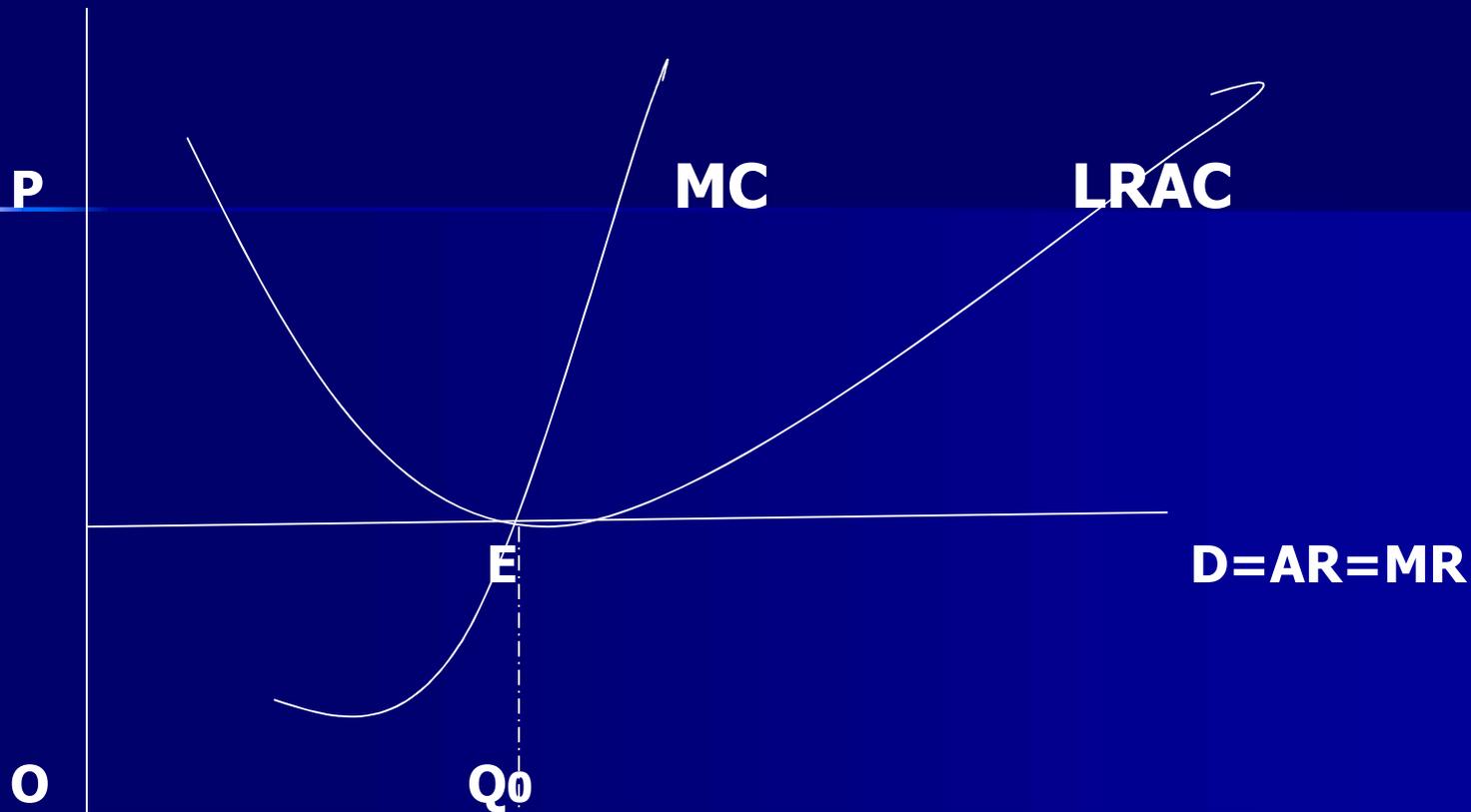
**D = Permintaan Individual**

**C = Biaya Produksi**

**Apabila koperasi menetapkan harga lebih rendah :**

- 1. Konsumen yang tidak biasa membeli ke koperasi akan beralih ke koperasi karena harga lebih rendah dari pasar dan masih di atas biaya produksi dan akhirnya jumlah anggota bertambah, produk koperasi bertambah,  $AC=P1$**
- 2. Anggota dapat menentukan harga  $P0$  di bawah pasar dengan produk  $Q2$  laba bertambah tapi tidak bisa terus menerus karena selisih harga antara koperasi dan harga pasar tidak ada maka semua peluang arbitrage menjadi nol**
- 3. Apabila koperasi menjual sama dengan harga pasar ( $P1$ ) maka  $MR=MC$  yaitu menjual dengan  $Q1$  koperasi akan memperoleh keuntungan**

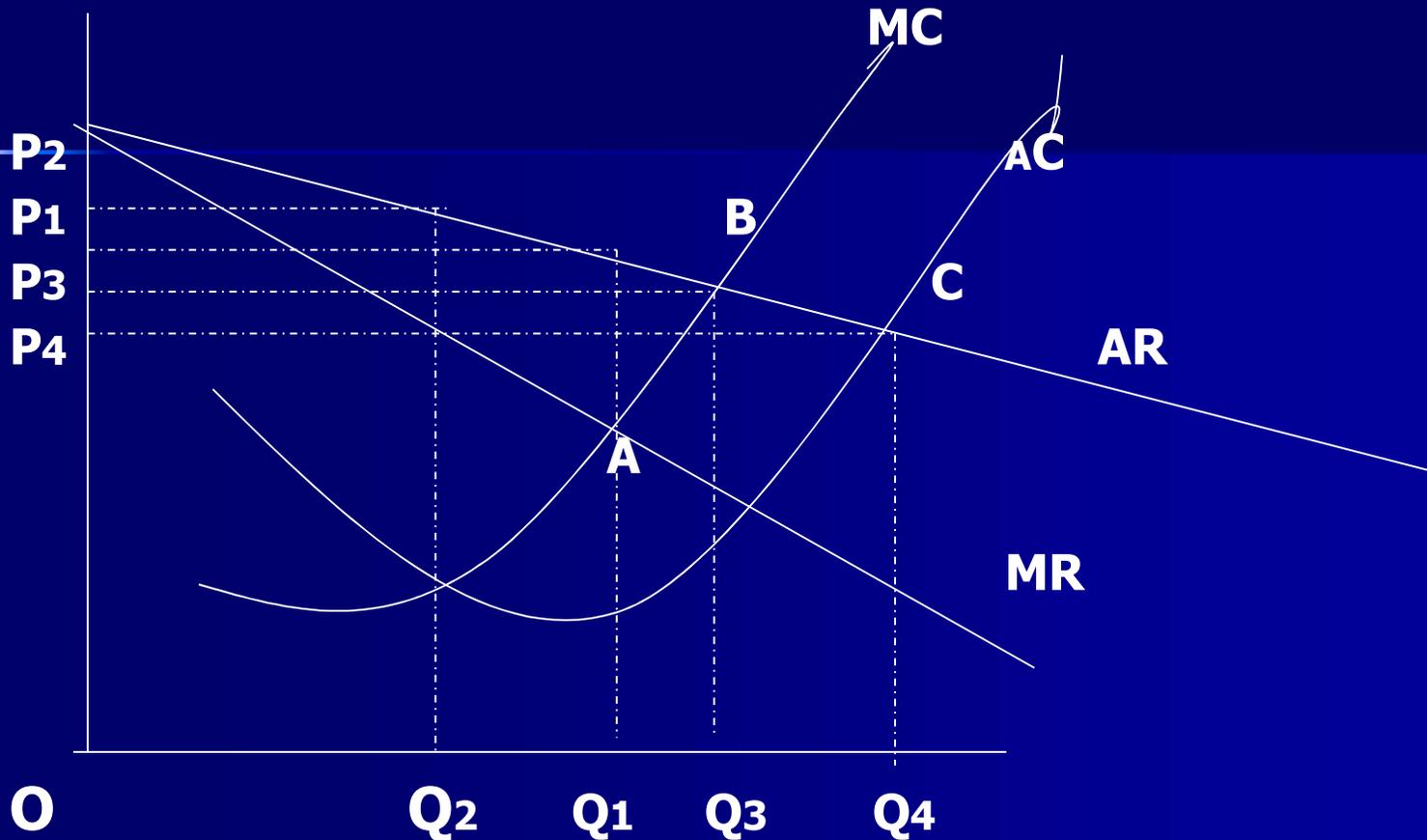
## Koperasi dalam ekuilibrium jangka panjang



**LRAC = MC = P = AR = MR = Perusahaan tidak untung dan tidak rugi**

**E = OQ<sub>0</sub> = Koperasi dalam keadaan ekuilibrium**

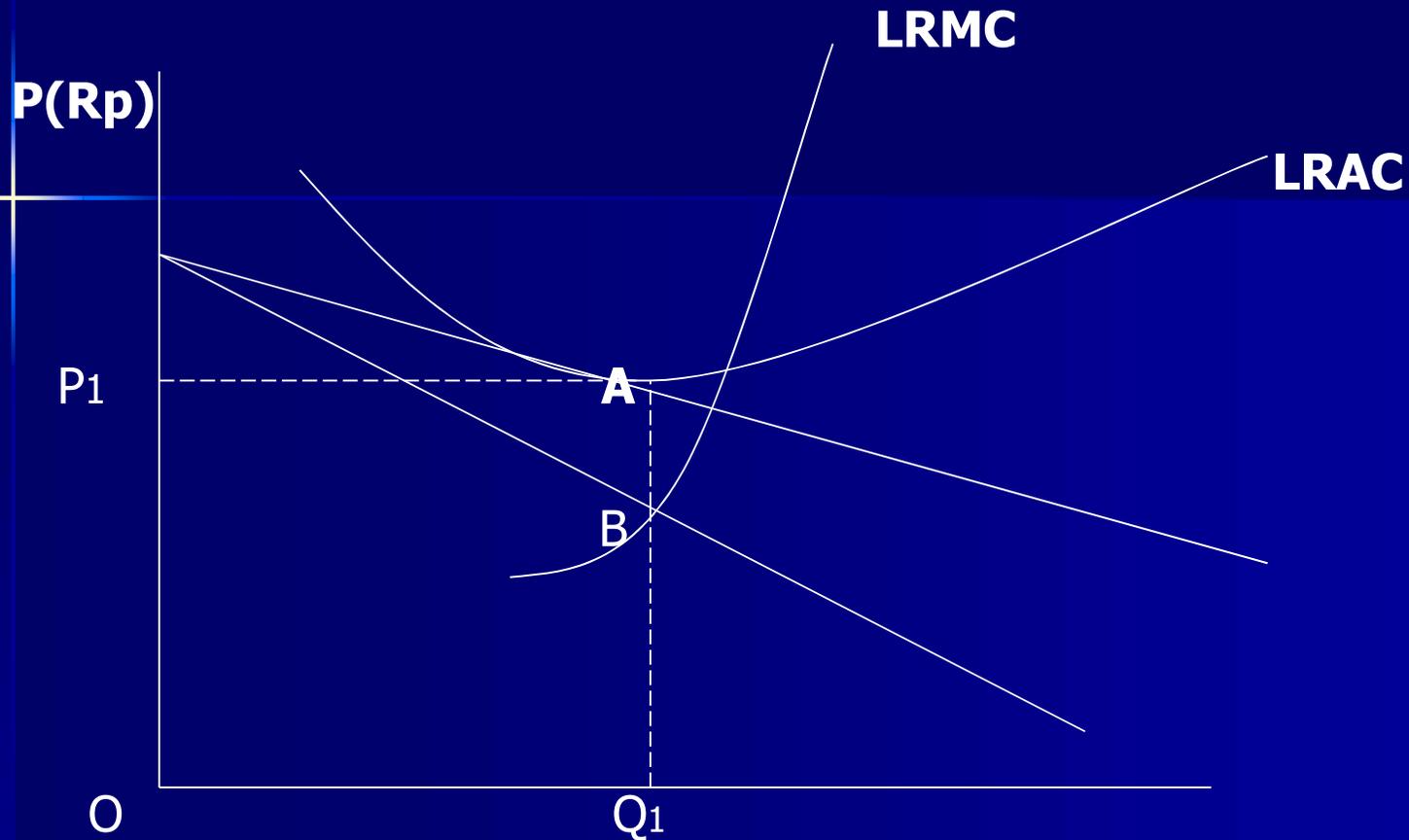
# Strategi Penetapan Harga Koperasi dan Perusahaan Non Koperasi pada Persaingan Monopolistik



**P** = Harga produk tertentu  
**MC** = Biaya marginal  
**MR** = Penerimaan Marginal  
**Q<sub>x</sub>** = Jumlah produk tertentu  
**AC** = Biaya rata-rata  
**AR** = Penerimaan rata-rata

**A** = titik  $MR=MC$   
**B** =  $MC = AR$   
**C** =  $AR = AC$

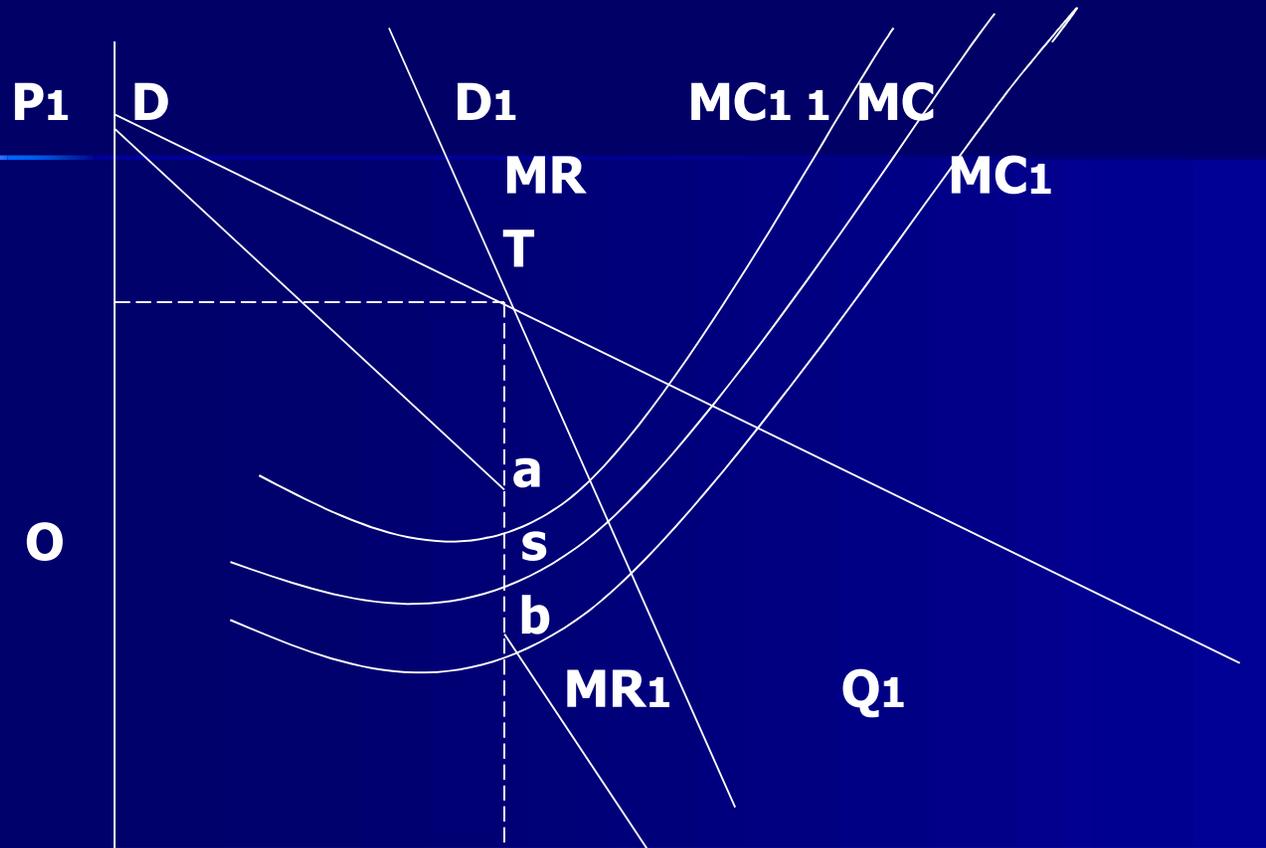
## Koperasi dalam Jangka Panjang pada Pasar Persaingan Monopolistik



**LRAC = Biaya rata-rata jangka panjang, B : LRMC = LRAC**

**LRMC = Biaya marginal jangka panjang**

# Kurva Permintaan Patah pada Pasar Oligopoli



**DD** = Kurva permintaan penjual A;

**MR** = biaya marginal A;

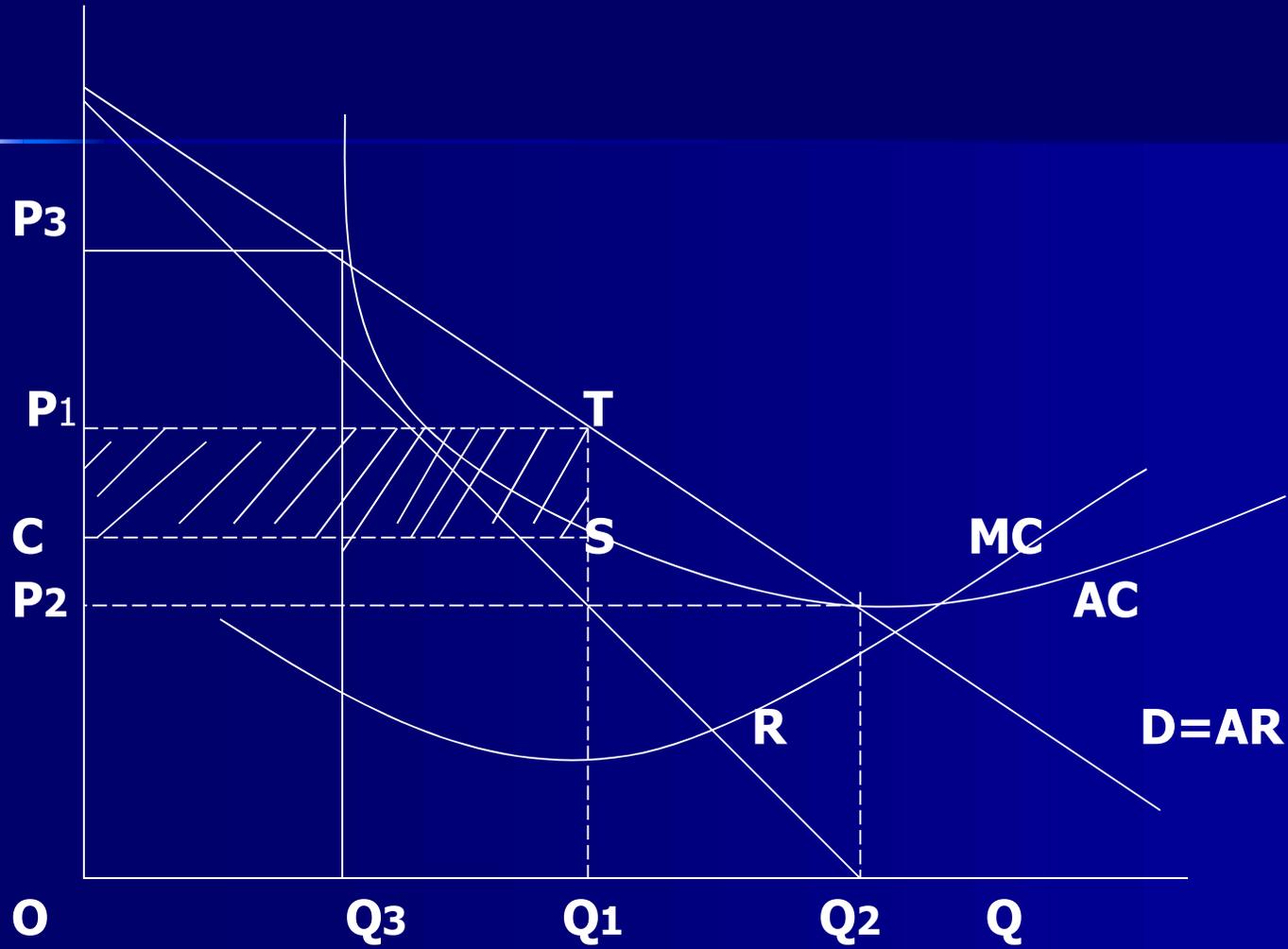
**P<sub>x</sub>** = harga produk X;

**D1D1** = Kurva permintaan penjual B

**MR1** = biaya marginal B

**Q<sub>x</sub>** = jumlah produk X

# Monopoli Alami



▪

**Keterangan:**

**Permintaan total (D) terhadap suatu produk oleh satu produsen untuk memasok pasar tanpa rugi (harga  $P_2$  dan jumlah  $Q_2$ ),**

**AC = biaya rata2 berada diatas kurva permintaan (D), maka perusahaan tidak dapat menjual pada saat biaya rata2 minimal. Padahal karakteristik kurva biaya yang relevan adalah skala ekonomi (kurva biaya yang menurun sampai titik minimum). Dalam kondisi ini perusahaan tidak bisa memproduksi**