

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

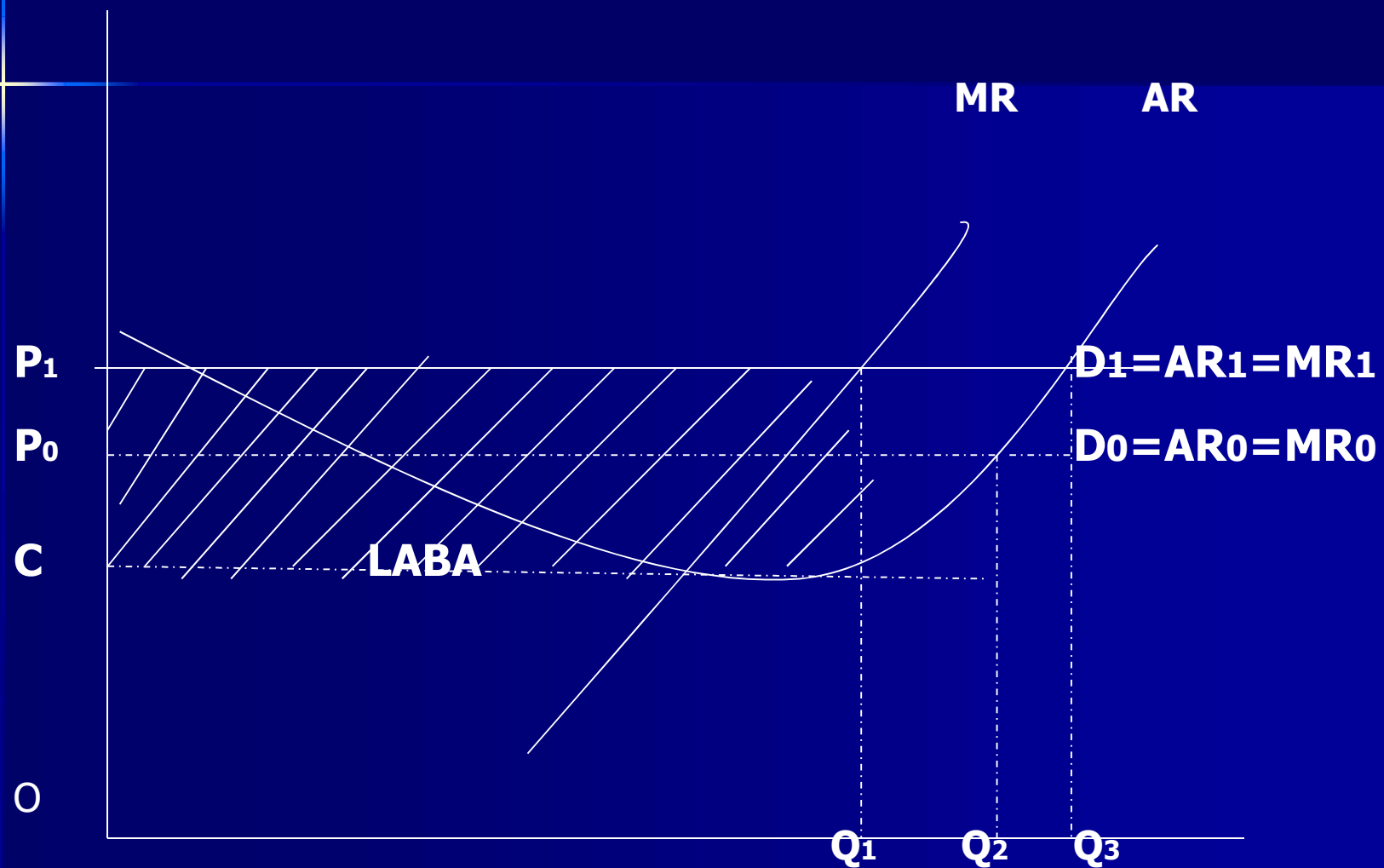
5. Integrasi vertikal koperasi untuk menjadi pendatang

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

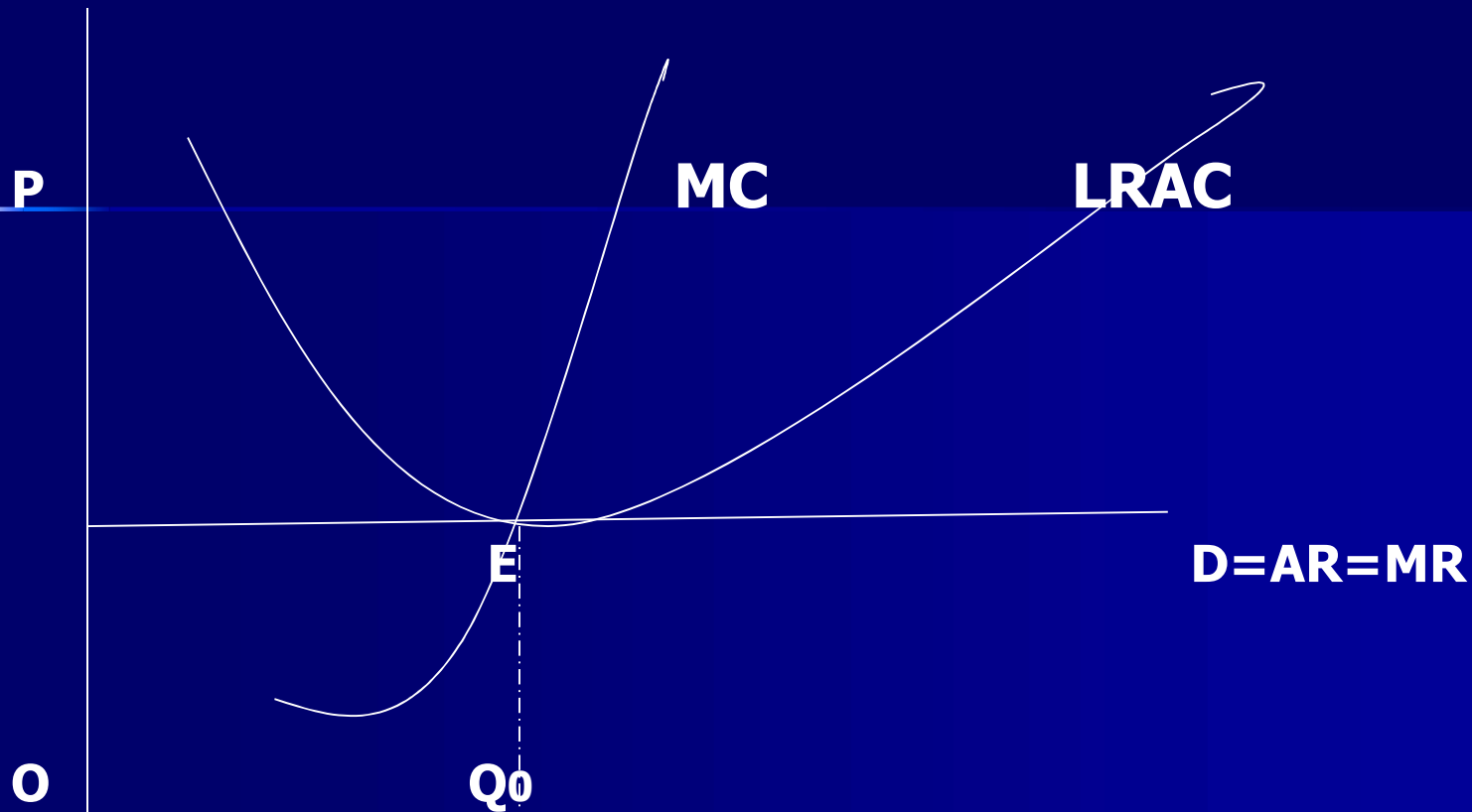
D = Permintaan Individual

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**

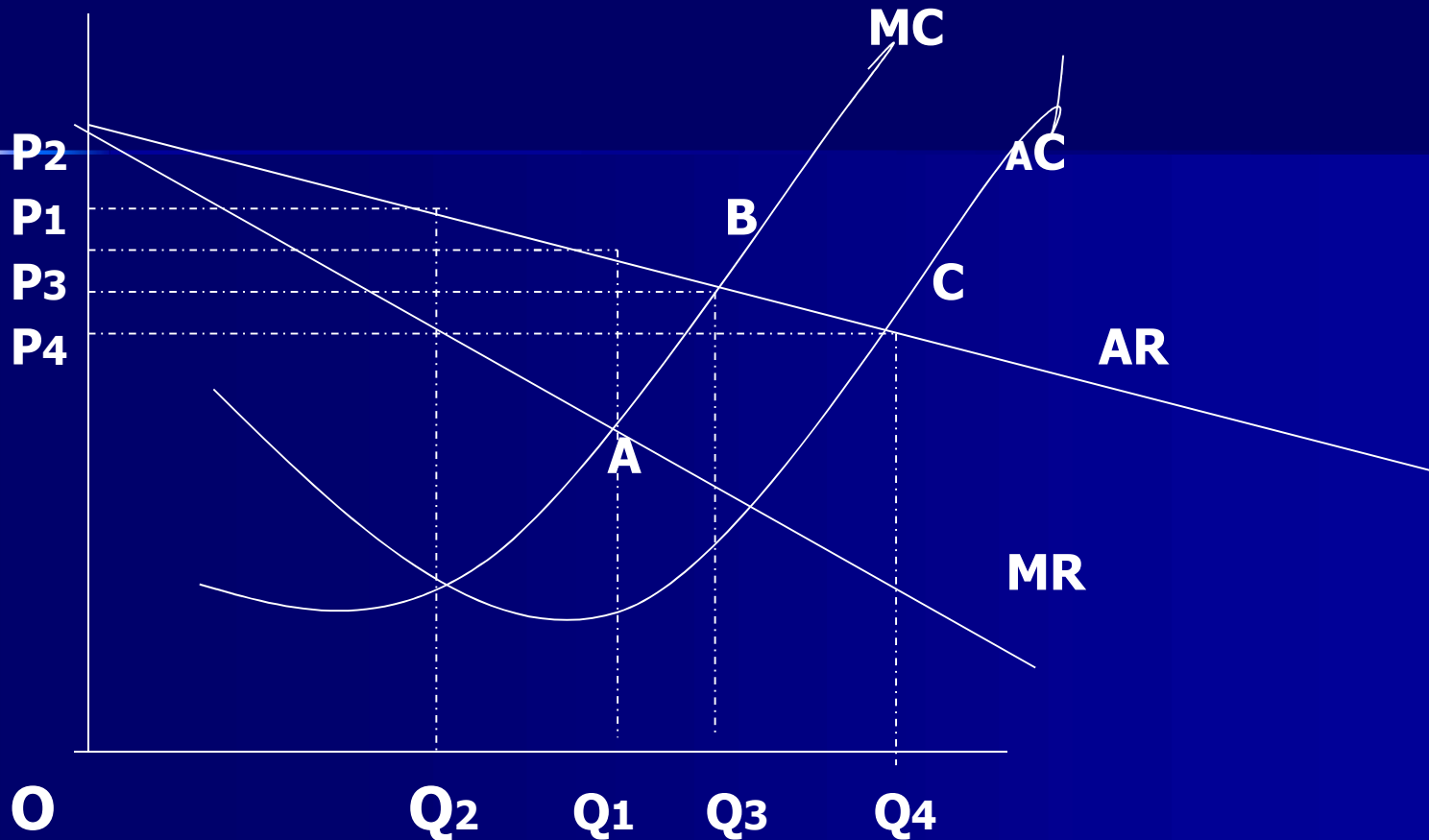
Koperasi dalam ekuilibrium jangka panjang



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

E = OQ₀ = Koperasi dalam keadaan ekuilibrium

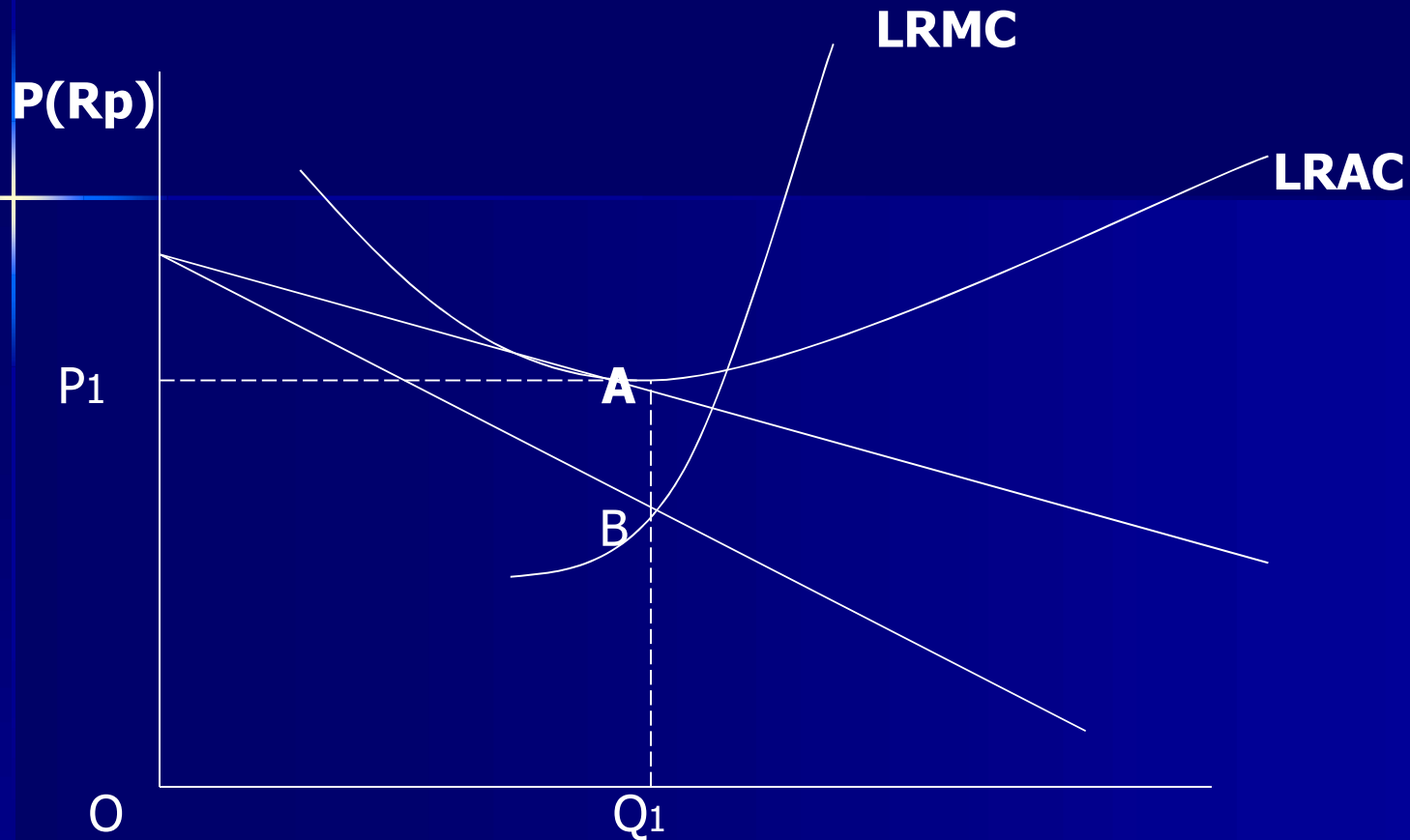
Strategi Penetapan Harga Koperasi dan Perusahaan Non Koperasi pada Persaingan Monopolistik



P = Harga produk tertentu
MC = Biaya marginal
MR = Penerimaan Marginal
Q_x = Jumlah produk tertentu
AC = Biaya rata-rata
AR = Penerimaan rata-rata

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

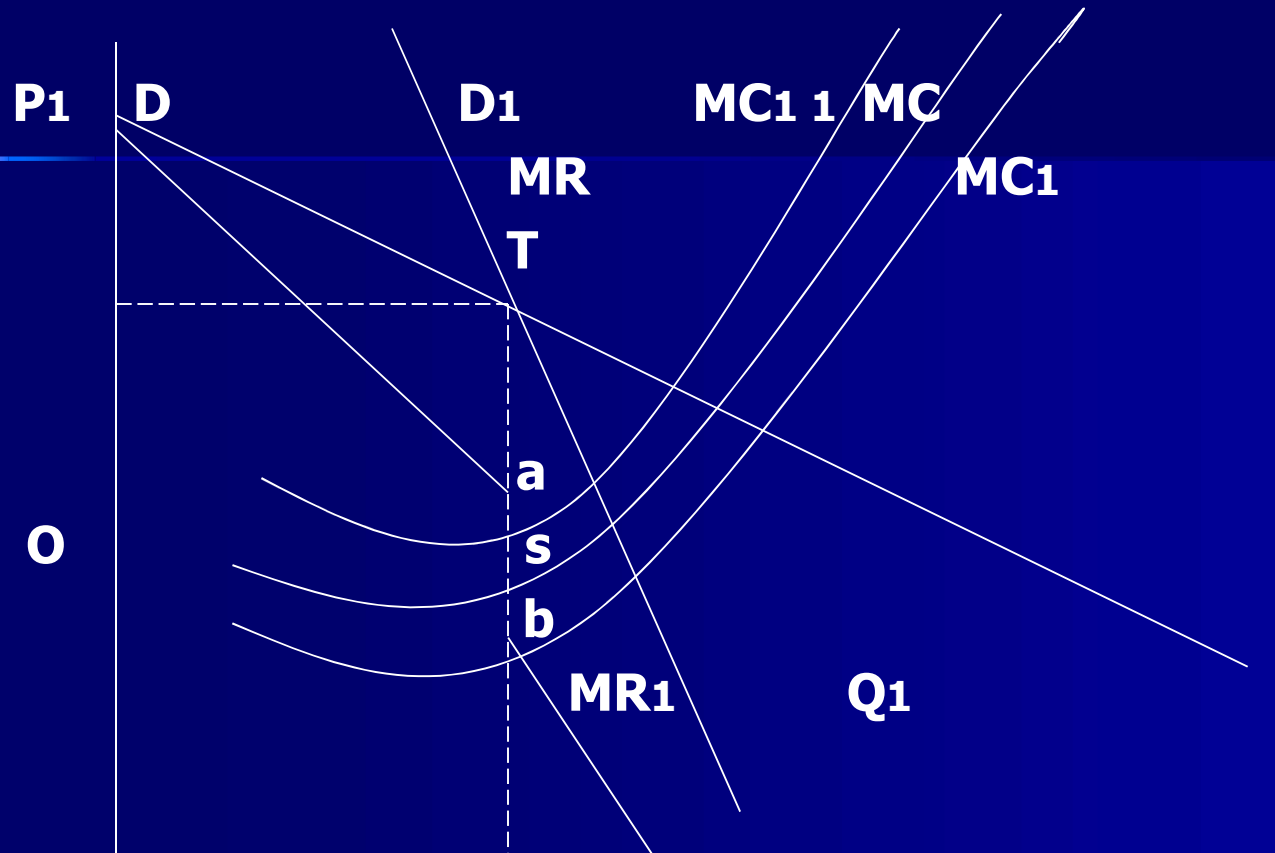
Koperasi dalam Jangka Panjang pada Pasar Persaingan Monopolistik



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;

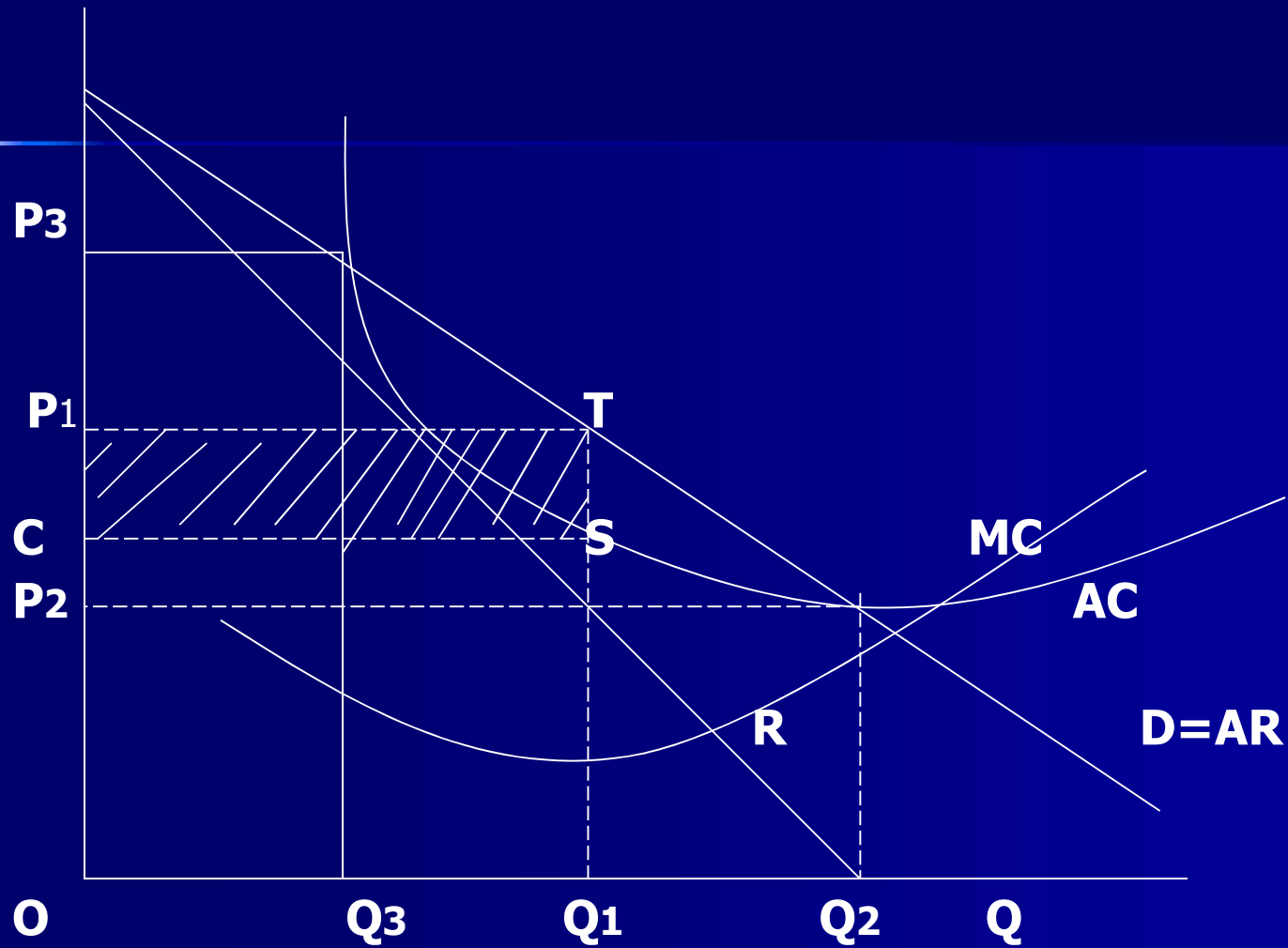
P_x = harga produk X;

D1D1 = Kurva permintaan penjual B

MR1 = biaya marginal B

Q_x = 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