

STRUKTUR PASAR DAN STRATEGI PENETAPAN HARGA

**Jurusan Peternakan Fakultas Pertanian
Universitas Mulawarman
Suhardi, S.Pt.,MP**

Materi :

- **Pengertian Struktur Pasar**
- **Bentuk Pasar**
- **Maksimisasi Keuntungan**
- **Metode Penetapan Harga**

Penentuan Struktur Pasar

- strategi-strategi penentuan harga/ output suatu perusahaan sangat bervariasi dan tergantung pada struktur pasar yang mereka hadapi. Demikian pula halnya, tingkat laba dipengaruhi oleh derajat persaingannya.
- Untuk merancang dan melaksanakan produksi, penentuan harga dan strategi-strategi promosi yang efektif → suatu perusahaan harus bisa mengetahui keadaan pasarnya dan karakteristik struktur pasar
- Metode-metode penyajian yang digunakan adalah metode baku yang digunakan didunia internasional yaitu :
 - ✓ Sensus ekonomi
 - ✓ Konsentrasi pasar

Pengertian Struktur Pasar

- ❖ suatu dimensi yang menjelaskan pengambilan keputusan oleh perusahaan maupun industri, jumlah perusahaan dalam suatu pasar, distribusi perusahaan menurut berbagai ukuran seperti “*size dan concentration*”, diskripsi “*product and product differentiation*”, syarat-syarat “*entry*” and sebagainya.
- ❖ kondisi pasar dimana pelaku didalamnya memiliki atau tidak memiliki atas *bargaining power* tertentu diantara pihak atau kelompok supplier atau penjual dipihak lain. Sehingga mekanisme didalamnya memiliki corak dan spesifikasi tertentu dalam membentuk volume dan harga didalam pasar ini, atau dengan kata lain pasar ini dikendalikan oleh siapa dan bagaimana, atau tidak dikendalikan dan seberapa besar tingkat pengendalian terhadap pasar.
- ❖ Menggambarkan tingkat persaingan di suatu pasar barang atau jasa tertentu

Bentuk Pasar

1. Pasar Persaingan Sempurna (*Perfect competition*)
2. Pasar Monopoli
3. Pasar Oligopoli
4. Pasar Persaingan Monopolistik (*Monopolistic competition*)

Karakteristik Pasar

- Jumlah dan ukuran distribusi para pembeli dan penjual
- Tingkat diferensiasi produk

Faktor Penentu Struktur Pasar

- **Pengaruh Karakteristik Produk**

Jika produk-produk lain merupakan produk pengganti (substitut) yang baik dari suatu produk, maka tingkat persaingan dipasar akan semakin ketat. Karakteristik fisik suatu produk juga bisa mempengaruhi struktur persaingan produk tersebut

- **Pengaruh Fungsi Produksi**

Sifat produksi merupakan factor produksi merupakan factor penentu struktur pasar yang paling fundamental. Industri-industri yang fungsi produksinya menunjukkan increasing returns to scale yang outputnya relatif besar dibandingkan permintaan totalnya biasanya jumlah produsennya yang lebih sedikit tingkat persaingannya lebih ringan daripada didalam industri-industri yang fungsi produksinya bersifat konstan atau decreasing return to scale yang masuk ke pasar dengan tingkat output yang relatif kecil dibandingkan dengan permintaan total.

- **Pengaruh Para Pembeli**

Jika hanya ada sedikit pembeli, maka tingkatpersaingan akan lebih rendah daripada jika pembelinya banyak. Keadaan tersebut didefinisikan sebagai monopsoni (hanya ada satu pembeli) atau oligopsoni (ada sedikit pembeli). Pendidikan dan mobilitas konsumen juga mempengaruhi tingkat persaingan dipasar. Kenaikan kesadaran konsumen akan perbedaan-perbedaan harga dan produk bersamaan dengan kemungkinan mobilitas geografisnya akan meningkatkan persaingan dengan hilangnya kendala-kendala tersebut sehingga memungkinkan tumbuhnya pasar-pasar baru.

Pasar Persaingan Sempurna (*Perfect competition*)

- a. **Homogenitas Produk (*Homogeneous Product*)**
Produk yang mampu memberikan kepuasan (utilitas) kepada konsumen tanpa perlu mengetahui siapa produsennya.
- b. **Pengetahuan Sempurna (*Perfect Knowledge*)**
Para pelaku ekonomi (konsumen dan produsen) memiliki pengetahuan sempurna tentang harga produk dan input yang dijual.
- c. **Output Perusahaan Relatif Kecil (*Small Relative Output*)**
Perusahaan dalam industri (pasar) dianggap berproduksi efisien (biaya rata – rata terendah), kendati pun demikian jumlah output setiap perusahaan secara individu dianggap relative kecil dibanding jumlah output seluruh perusahaan dalam industri.
- d. **Perusahaan Menerima Harga Yang Ditentukan Pasar (*Price Taker*)**
Perusahaan menjual produknya dengan berpatokan pada harga yang ditetapkan pasar (price taker). Secara individu perusahaan tidak mampu mempengaruhi harga pasar.
- e. **Keleluasaan Masuk – Kelur Pasar (*Free Entry and Exit*)**
Dalam pasar persaingan sempurna factor produksi mobilitasnya tidak terbatas dan tidak ada biaya yang harus dikeluarkan untuk memindahkan factor produksi

Harga dan kuantitas pasar

Terbentuknya tingkat harga dan kuantitas yang diproduksi atau ditawarkan dan dibeli oleh pasar ditentukan oleh keseluruhan pelaku baik oleh pembeli maupun penjual secara simultan. Sehingga salah satu corporate, atau konsumen siapapun dia, apakah pembeli ataukah penjual secara individual mereka tidak mampu mempengaruhi harga dan kuantitas barang atau jasa dipasar. Dengan demikian soal harga salah satu dari pelaku ini tergantung pada mekanisme pasar. Bagi perusahaan yang bergerak dipasar murni harga yang berlaku adalah merupakan pendapatan rata-rata per unit atau kurva permintaan pasar yang dihadapi oleh perusahaan, Artinya berapapun volume penjualan yang dilakukan perusahaan akan laku dijual dan dibeli oleh permintaan pasar yang sangat besar karena itu kurva permintaan pasar yang dihadapi perusahaan bersifat horizontal.

■ **Memaksimalkan Profit**

Bagi perusahaan yang beroperasi dipasar persaingan sempurna maka upaya yang ditempuh untuk memaksimalkan profit antara lain dengan melakukan penghematan terutama pada upaya menekan biaya rata-ratanya (AC). Sepanjang AC lebih rendah daripada harganya maka profit maksimal akan dicapai, Tetapi jika AC sama dengan harga pasar, maka upaya maksimal yang akan dicapai adalah pada volume break even merupakan tujuan maksimal yang ingin dicapai, Tetapi jika AC lebih tinggi daripada harga pasar, maka upaya maksimal yang bisa ditempuh adalah menentukan volume atau nilai rugi minimal merupakan upaya maksimal yang bisa ditempuh.

■ **Meminimumkan kerugian**

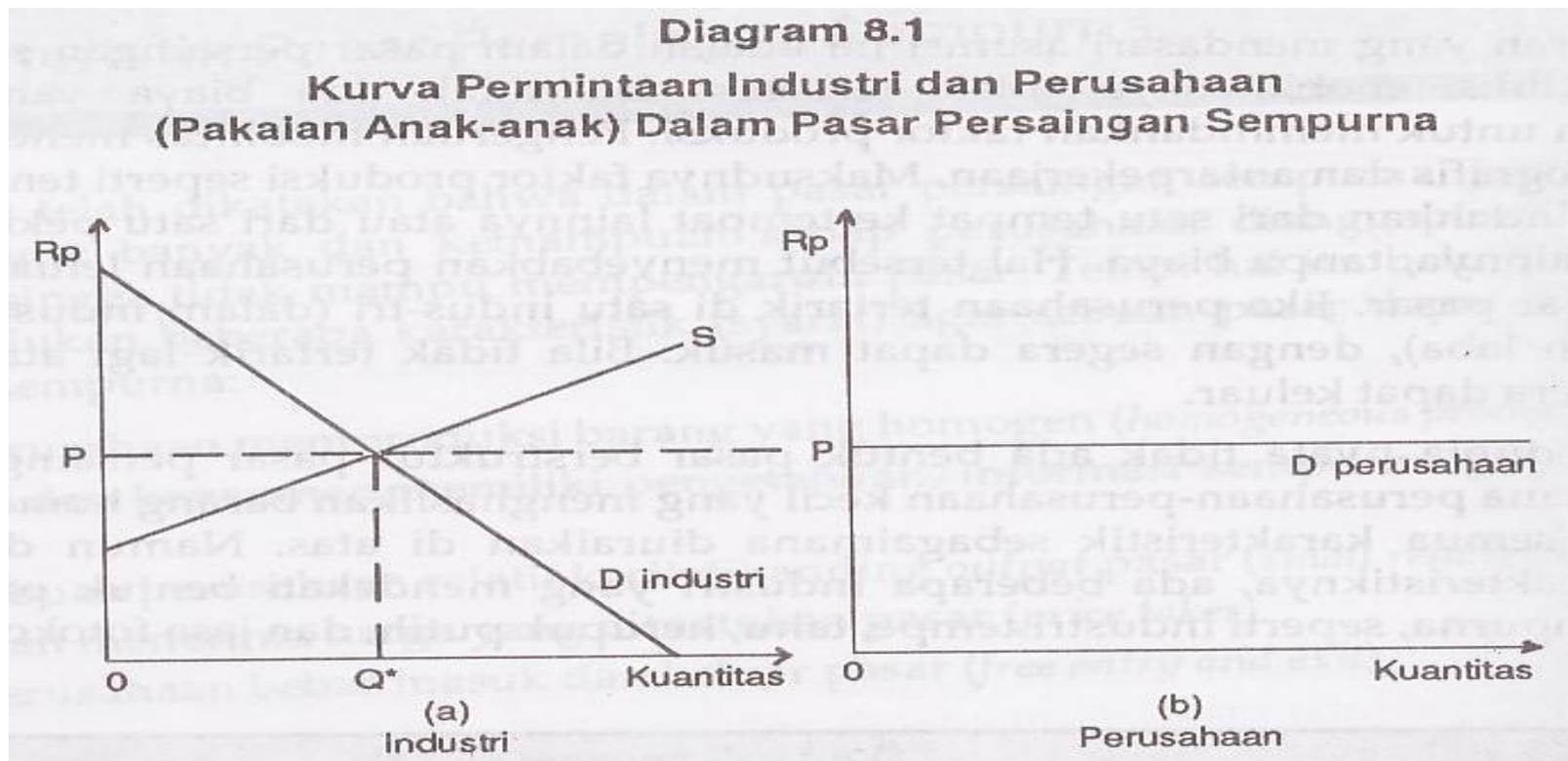
Persoalan lain yang mungkin dihadapi oleh perusahaan yang bergerak dipasar persaingan murni antara lain bagaimana menentukan produksi atau penjualan atau omzet yang dapat meminimumkan kerugian, kalau seandainya kerugian tak bisa dihindari untuk dihindari untuk sementara. Jika hal ini yang dihadapi maka persoalan ini adalah menekan biaya rata-rata sedemikian rupa sehingga dengan harga yang terjadi dipasar perusahaan dapat meminimumkan rugi yang terpaksa harus dihadapi.

Permintaan dan Penawaran Dalam Pasar Persaingan Sempurna

a. Permintaan

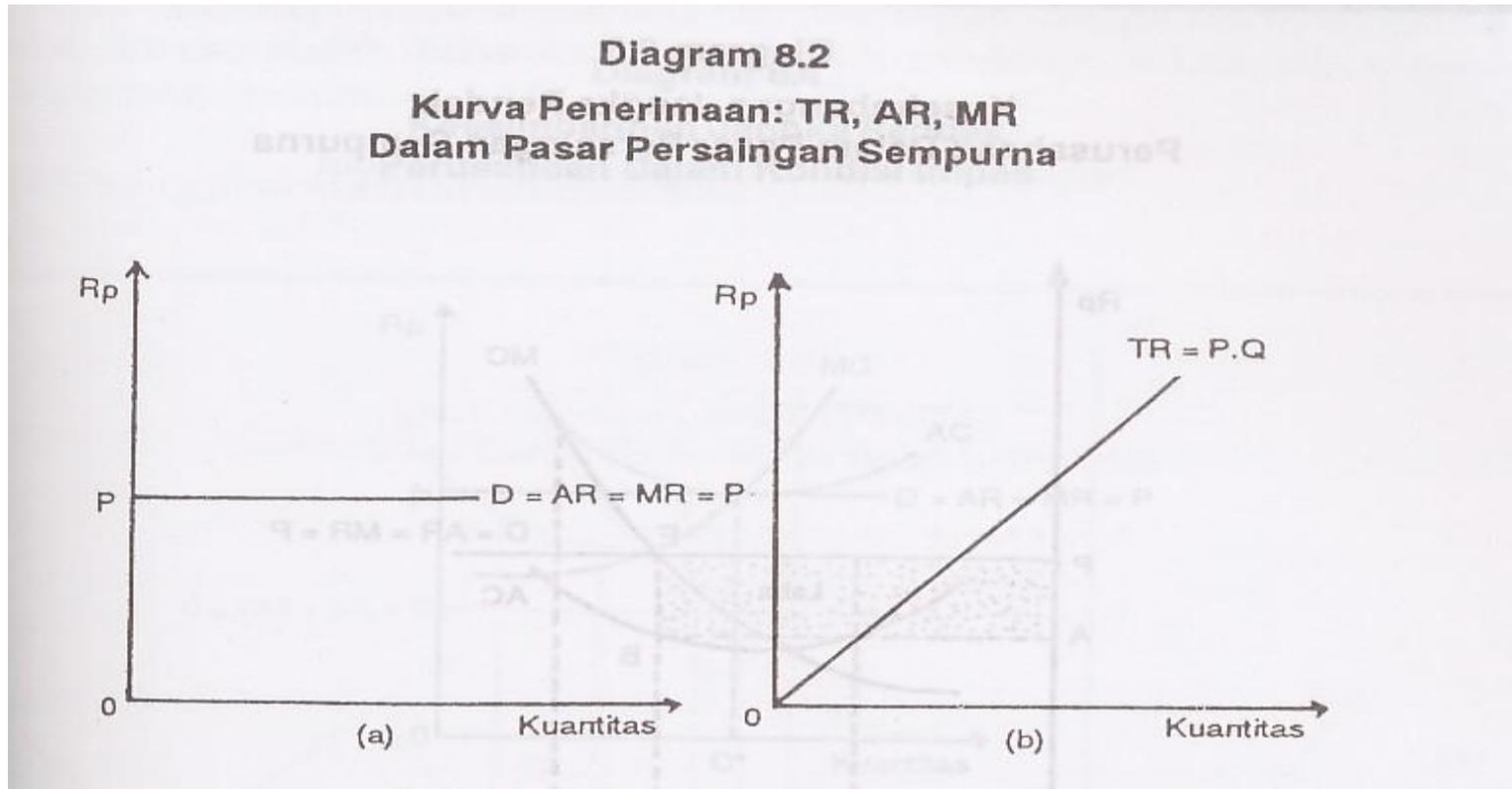
Diagram 8.1.a Tingkat harga dalam pasar persaingan sempurna ditentukan oleh permintaan dan penawaran.

Diagram 8.1.b Jumlah output perusahaan relatif sangat kecil dibanding output pasar, maka berapa pun yang dijual perusahaan, harga relatif tidak berubah.



b. Penerimaan

Diagram 8.2.a Kurva permintaan (D) sama dengan kurva penerimaan rata – rata (AR) sama dengan kurva penerimaan marginal (MR) dan sama dengan harga (P)
Diagram 8.2.b Kurva penerimaan total berbentuk garis lurus dengan sudut kemiringan positif, bergerak mulai dari titik (0,0).



Keseimbangan Perusahaan Dalam Jangka Pendek

- Perusahaan sebaiknya hanya memproduksi, paling tidak, $VC=TR$ atau $AVC=P$
- Perusahaan memproduksi pada saat $MR = MC$ agar perusahaan memperoleh laba maksimum atau dalam kondisi buruk kerugiannya minimum (*minimum loss*).

Diagram 8.3 menunjukkan bahwa kondisi $MR = MC$ (titik E) tercapai pada saat output sejumlah Q^*

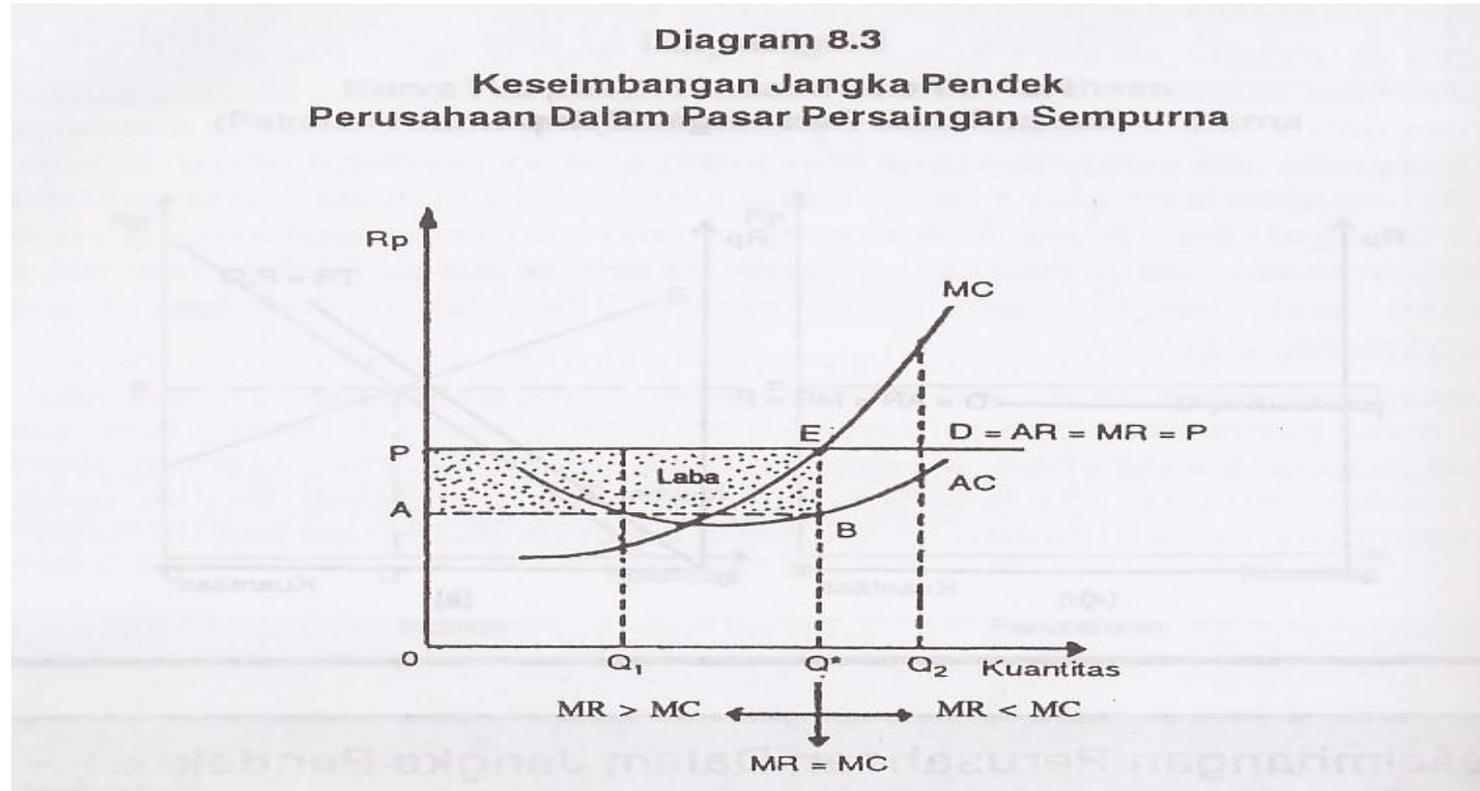


Diagram 8.4 Kondisi impas terjadi bila $AC=P$, dimana laba per unit sama dengan nol

Diagram 8.4
Keseimbangan Jangka Pendek
Perusahaan Dalam Kondisi Impas

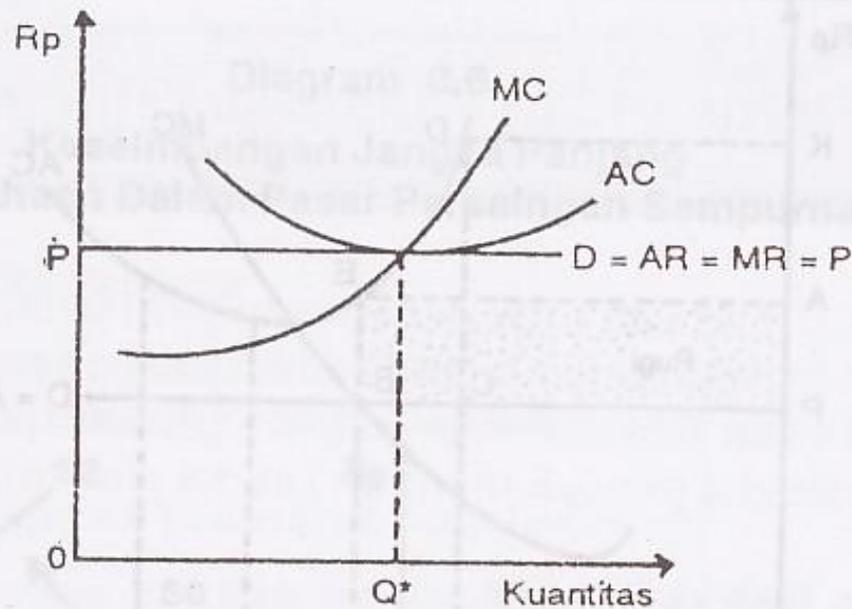
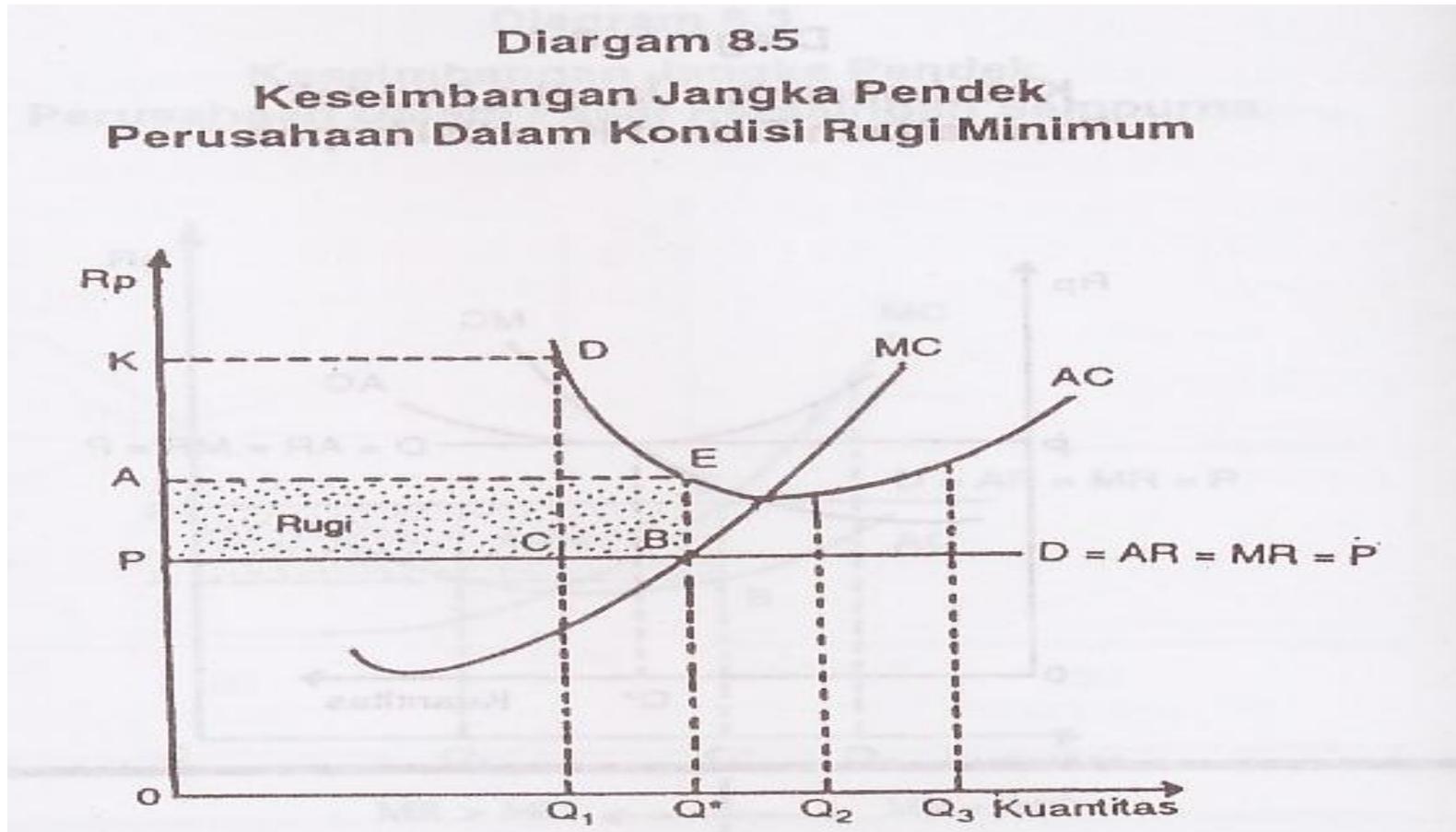


Diagram 8.5

Menunjukkan bahwa pada saat $MR = MC$ perusahaan mengalami kerugian sebesar BE per unit. Sehingga kerugian total adalah seluas bidang $PAEB$. Kerugian ini adalah kerugian minimum.

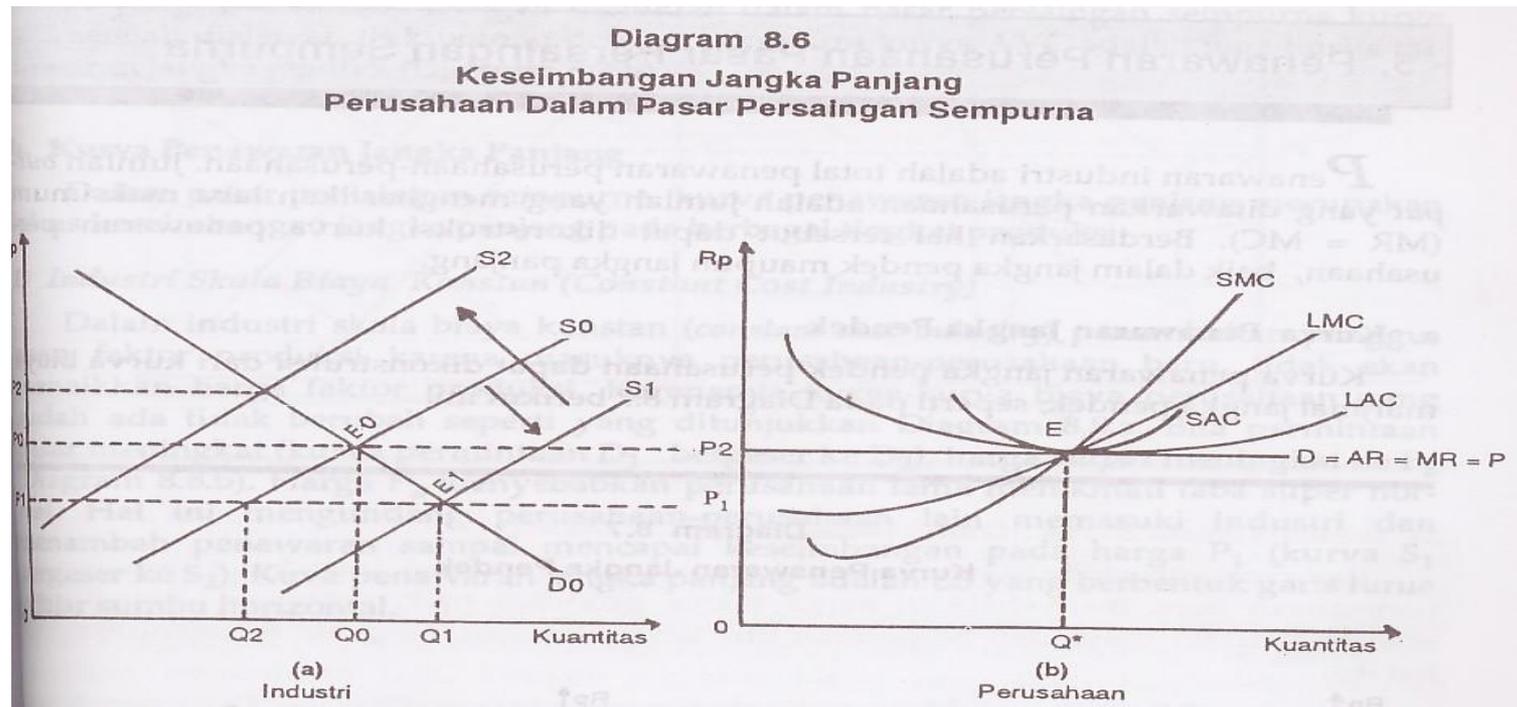


Keseimbangan Perusahaan Dalam Jangka Panjang

- Perusahaan harus bekerja sebaik mungkin (*doing as well as possible*) agar perusahaan mencapai keadaan yang paling optimal.
- Tidak mengalami kerugian (*not suffering loss*) agar dapat mengganti barang modal yang digunakan dalam produksi.
- Tidak ada insentif bagi perusahaan untuk masuk – keluar karena laba nol (*zero profit*), yaitu tingkat laba yang memberikan tingkat pengembalian yang sama.
- Perusahaan tidak dapat menambah laba lagi pada saat $SAC = LAC$.

Diagram 8.6.a Menunjukkan keseimbangan industri jangka panjang terjadi di titik E di mana tingkat harga P_0 dan jumlah output Q_0 .

Diagram 8.6.b Jika ada perusahaan yang masuk, akan terjadi penambahan penawaran. Perhatikan kurva SMC, LMC, SAC dan LMC berpotongan di satu titik, yaitu titik E.

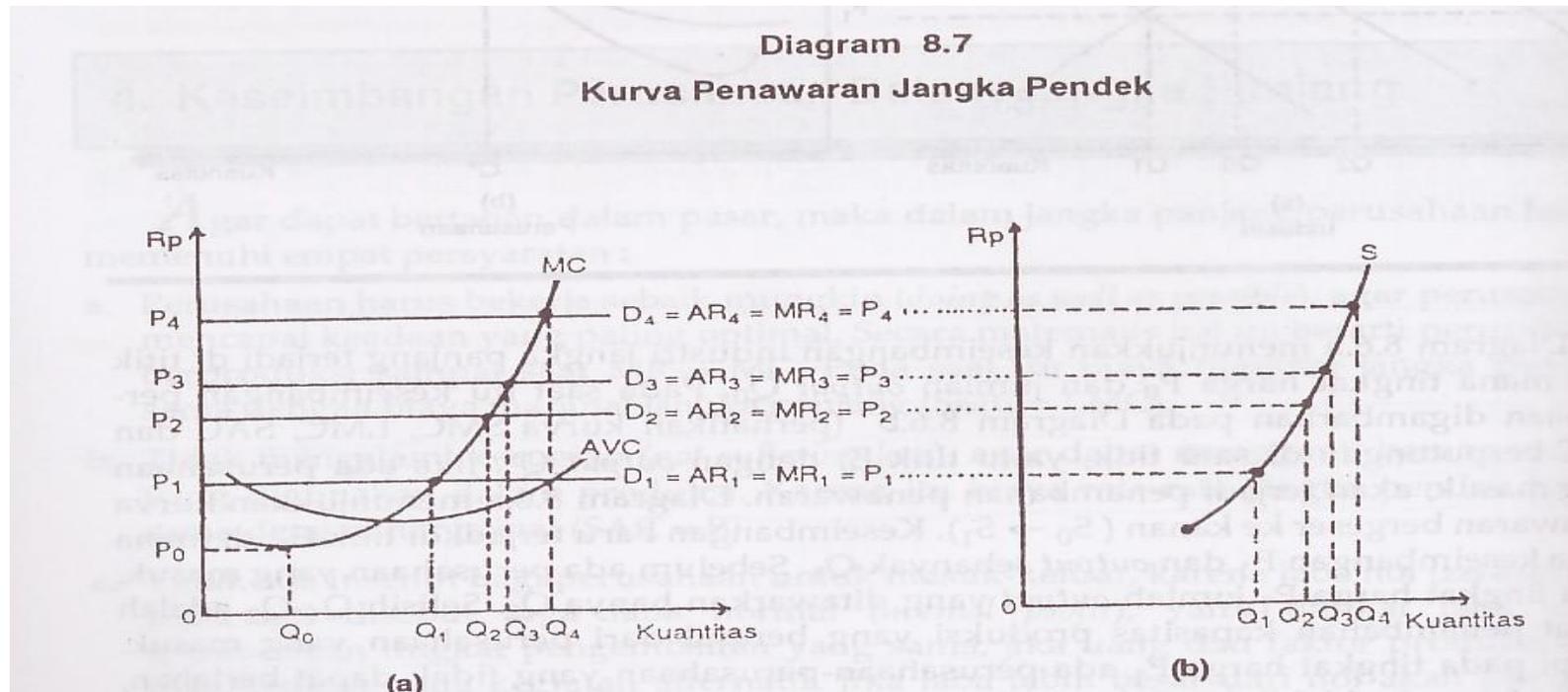


Penawaran Perusahaan Pasar Persaingan Sempurna

a. Kurva Penawaran Jangka Pendek

Diagram 8.7.a Menunjukkan jika harga di bawah P_0 , perusahaan tidak mau berproduksi (tidak ada penawaran) karena harga masih lebih kecil dari biaya variable per unit yang paling rendah (AVC berpotongan dengan MC)

Diagram 8.7.b Dalam pasar persaingan sempurna kurva MC setelah melewati titik potong dengan minimum kurva AVC adalah juga kurva penawaran jangka pendek.



b. Kurva Penawaran Jangka Panjang

Karena semua biaya variabel, maka perusahaan akan berhenti berproduksi jika biaya total tidak tertutupi semuanya.

CONTOH SOAL (KASUS)

1. Sebuah perusahaan jam beroperasi dalam pasar persaingan sempurna. Biaya produksi dinyatakan sebagai $C = 100 + Q^2$, dimana C adalah biaya. Biaya tetap (FC) adalah 100. jika harga jual jam per unit adalah 60.

Berapa jumlah jam yang harus diproduksi untuk mencapai laba maksimal?

Berapa besar laba maksimal?

Jawab:

Dalam pasar persaingan sempurna, produsen adalah penerima harga (*price taker*)

Karena itu fungsi penerimaan total $TR = P \times Q = 60Q$

$$MR = \frac{dTR}{dQ} = 60$$

Jika $C = 100 + Q^2$ maka biaya marjinal (MC) adalah $\frac{dTC}{dQ}$ atau

$$MC = 2Q$$

a) Laba maksimal tercapai pada saat $MR = MC$

$$60 = 2Q$$

$$Q = 30 \text{ unit}$$

Jumlah jam yang harus diproduksi untuk mencapai laba maksimum adalah 30 unit.

b) Besar laba maksimum (maks):

$$\text{Jika } C = 100 + Q^2$$

$$AC = 100 + Q$$

Q

Pada saat $Q = 30$ maka $AC = 100 + 30 = 33 \frac{1}{3}$

30

$$\text{maks} = Q (P - AC) = 30(60 - 33 \frac{1}{3}) = 800$$

2. Soal:

Di dalam sebuah pasar output berstruktur persaingan sempurna, jumlah perusahaan adalah 1.000. Dalam jangka pendek setiap perusahaan memiliki kurva penawaran $Q_s = -200 + 50P$, dimana Q_s adalah output tiap perusahaan; P adalah harga. Permintaan pasar: $Q = 160.000 - 10.000P$

- Hitung harga keseimbangan pasar jangka pendek
- Gambarkan kurva permintaan yang dihadapi perusahaan dan tingkat keseimbangan.
- Jelaskan bila ada perusahaan yang memutuskan untuk memproduksi lebih sedikit atau lebih banyak dari output tingkat keseimbangan.

Jawab

a) Penawaran Total : $Q_s = (-200 + 50P) \times 1.000$
 $= -200.000 + 50.000P$

Keseimbangan pasar

$$Q_s = Q_d$$

$$-200.000 + 50.000P = 160.000 - 10.000P$$

$$60.000P = 360.000$$

$$P = 6$$

$$Q = 160.000 - 10.000P$$

$$= 160.000 - 10.000(6)$$

$$= 100.000 \text{ unit}$$

Harga keseimbangan pasar adalah 6/ unit, dengan total output 100.000 unit

Karena jumlah perusahaan 1.000 maka setiap perusahaan mencapai keseimbangan bila memproduksi 100 unit ($100.000/1.000$ unit). Juga karena perusahaan beroperasi dalam pasar persaingan sempurna, maka:

- Perusahaan berposisi sebagai penerima harga, dimana $D = AR = MR = P = 6$

2) Kurva biaya marjinal perusahaan adalah kurva penawaran perusahaan.

$$Q_s = -200 + 50P, \text{ atau } P = 4 + 1/50 Q_s$$

$$MC = 4 + 1/50 Q_s$$

Perusahaan mencapai keseimbangan bila,

$$Q_s = -200 + 50P$$

$$= -200 + 50(6)$$

$$= 100 \text{ unit}$$

c) Bila salah satu perusahaan memutuskan untuk tidak memproduksi

$$(Q_s = 0)$$

$$MC = 4 + 1/50 Q_s$$

$$= 4$$

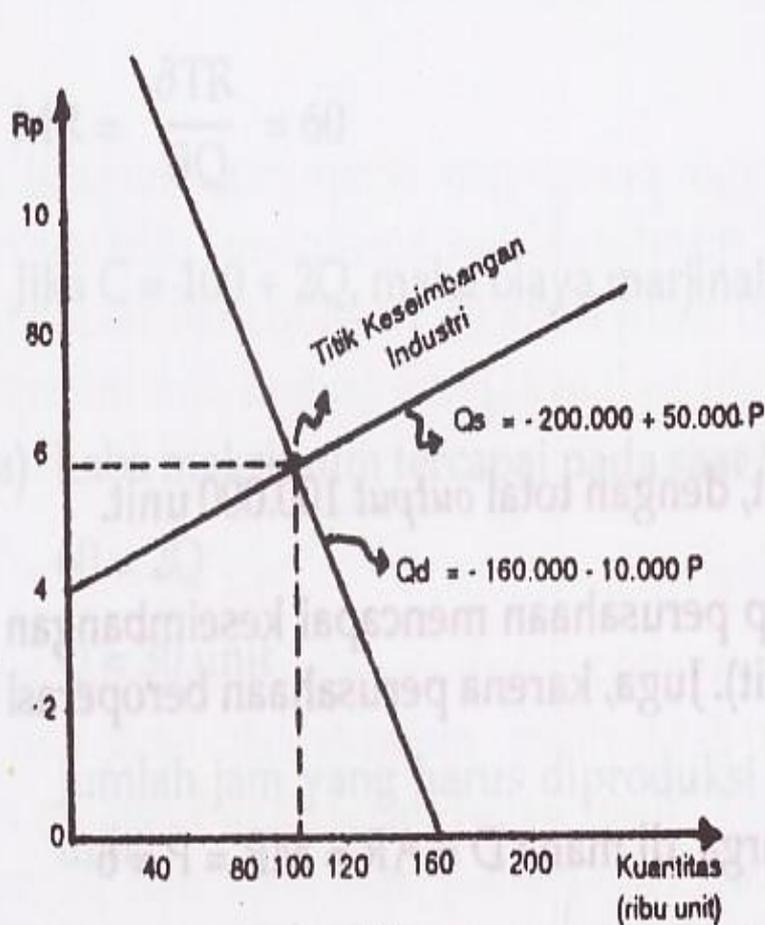
$MC < P$ perusahaan tidak memperoleh laba maksimum sebab jika output ditambah akan meningkatkan laba. Bila salah satu perusahaan memutuskan memproduksi lebih banyak dari tingkat keseimbangan ($Q_s > 100$, misal 200)

$$MC = 4 + 1/50 (200)$$

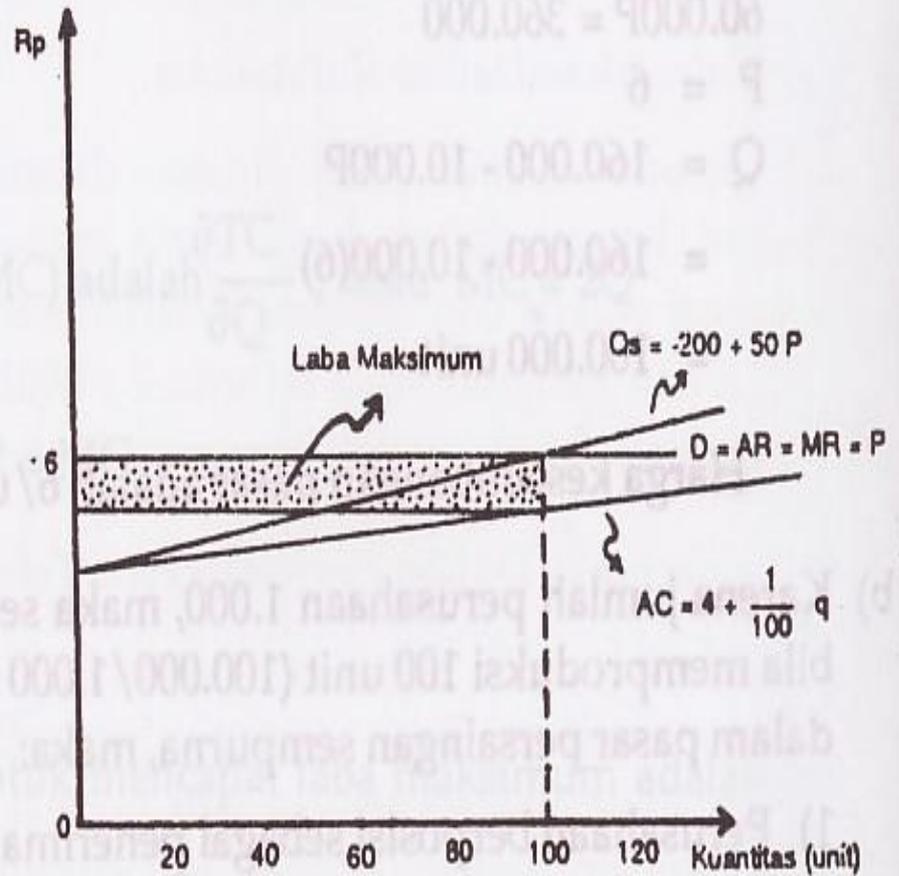
$$= 8$$

$MC > P$ perusahaan rugi karena bila $Q_s > 100$, menambah output berarti menambah kerugian.

Diagram 8.11



Keseimbangan Industri



Keseimbangan Perusahaan

Aturan-aturan yang berlaku dalam semua struktur pasar:

- $P > ATC$, maka perusahaan harus beroperasi pada titik keseimbangan perusahaan karena akan memberikan keuntungan ekonomis
- $AVC < P < ATC$, maka perusahaan tetap beroperasi pada titik keseimbangan perusahaan agar meminimumkan kerugian ekonomis yang nilainya lebih kecil daripada nilai biaya tetap total
- $P < AVC$, maka perusahaan harus berhenti berproduksi karena mengalami kerugian sebesar nilai biaya tetap total

LATIHAN:

1. PT RR adalah sebuah perusahaan pemasok komponen traktor yang beroperasi pada pasar persaingan sempurna. Berdasarkan informasi dari asosiasi industri diketahui bahwa fungsi permintaan dan penawaran industri adalah sebagai berikut:

$$Q_s = 4000P \text{ dan } Q_d = 1.500.000 - 2000P.$$

Q adalah kuantitas yang diukur dalam unit, dan P adalah harga yang diukur dalam dollar/unit. Tentukan kombinasi harga dan output pada keseimbangan pasar industri tersebut!

2. Manajer produksi PT Agrina yang beroperasi dalam pasar persaingan sempurna baru saja kembali dari sebuah konferensi perdagangan. Berdasarkan informasi dalam konferensi tersebut, manajer PT agrina yakin bahwa harga pasar periode berikutnya akan berada diantara \$15/unit dan \$25/unit, dengan perkiraan terbaik (memiliki peluang besar) pada \$20/unit. Fungsi biaya variabel rata-rata PT Agrina:
 $AVC=30-10Q+Q^2$

Dimana AVC adalah biaya variabel rata-rata yang diukur dalam dollar/unit, Q adalah kuantitas output yang diukur dalam ribu unit, dan biaya tetap total (TFC) adalah \$10.000. Tentukan:

- a. Berapa output yang harus diproduksi PT Agrina dan berapa keuntungan (kerugian) apabila harga pasar berturut-turut \$15, \$20 dan \$25 per unit?
- b. Berapa tingkat harga pasar berdasarkan perkiraan diatas akan membuat PT Agrina harus menutup usahanya (tidak memproduksi)?

● **Terimakasih**