



**TRI BHAKTI  
BUSINESS SCHOOL**

# **Modul Ekonomi Mikro**

Penulis : Dr. Darwin Hasiholan SE., MS.i

**STIE Tri Bhakti  
Bekasi**

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas segala berkat dan karunia Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Modul teori Ekonomi Mikro Ini.

Semoga Modul ini dapat dipergunakan sebagai bahan pembelajaran bagi para mahasiswa dalam mempelajari Mata Kuliah teori Ekonomi Mikro.

Dalam penyelesaian Modul ini penulis juga banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan banyak terima kasih.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan sebesar besarnya kepada:

1. Yayasan Prima bangsa
  2. Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti
  3. Staf atau Karyawan atau dosen di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti
  4. Semua kolega penulis yang memberikan dukungan kepada penulis
- Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu sehingga penulis dapat menyelesaikan modul ini.

Penulis menyadari modul masih banyak kekurangan, untuk itu penulis mohon kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan penulisan dimasa yang akan datang.

Akhir kata semoga modul Ekonomi Mikro ini dapat berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan dimasa yang akan datang.

Bekasi, 1 April 2024

Dr. Darwin Hasiholan SE.,M.Si

## UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan rasa syukur dan kebahagiaan yang mendalam, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga atas selesainya pembuatan Modul Mata Kuliah Teori Ekonomi Mikro ini.

Dengan penuh rasa hormat dan syukur, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Yayasan Prima Bina Bangsa dalam hal ini Ibu Pembina, Ketua Yayasan, Badan Pengawas dan Staf Khusus Yayasan, Ketua STIE Tri Bhakti beserta jajaran dan seluruh komunitas akademik dan non akademik di kampus STIE Tri Bhakti atas dukungan dan kerja sama yang telah diberikan dalam proses penyusunan Modul Kuliah Ekonomi Mikro ini.

Tak lupa pula, ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan masukan, saran, dan dukungan dalam proses penyusunan modul ini. Setiap sumbangan dan kolaborasi yang diberikan telah membantu memperbaiki dan menyempurnakan isi modul agar lebih berkualitas.

Akhir kata, kami sekali lagi mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua yang telah terlibat dalam proses penyusunan modul ini. Semoga kerja sama kita dapat terus berlanjut dimasa yang akan datang.

Terima kasih

Hormat kami,

Dr. Darwin Hasiholan SE.,M.Si

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
Permintaan .....	1
Penawaran .....	3
Keseimbangan Pasar.....	6
Pertanyaan Dan Latihan.....	7
<b>BAB 2 ELASTISITAS.....</b>	<b>10</b>
Pertanyaan Dan Latihan.....	11
<b>BAB 3 TEORI PERILAKU KONSUMEN.....</b>	<b>13</b>
Teori Nilai Guna .....	14
Maksimalisasi Kepuasan/Utiliti.....	16
Pertanyaan Dan Latihan.....	17
<b>BAB 4 TEORI PRODUKSI .....</b>	<b>19</b>
Isoquant.....	20
Isocost .....	20
Pertanyaan Dan Latihan .....	21
<b>BAB 5 TEORI BIAYA PRODUKSI .....</b>	<b>25</b>
Biaya Tenaga Kerja .....	26
Biaya Modal .....	26
Biaya Pengusaha Dan Laba Ekonomis .....	26
Pertanyaan Dan Latihan .....	27

<b>BAB 6 PASAR PERSAINGAN SEMPURNA .....</b>	<b>29</b>
Ciri Pasar Persaingan Sempurna.....	31
Pertanyaan Dan Latihan .....	33
<b>BAB 7 PASAR MONOPOLI .....</b>	<b>35</b>
Pertanyaan Dan Latihan .....	37
<b>BAB 8 PASAR PERSAINGAN MONOPOLI .....</b>	<b>39</b>
Keseimbangan Jangka Pendek .....	40
Keseimbangan Jangka Panjang.....	42
Pertanyaan Dan Latihan .....	43
<b>BAB 9 PASAR OLIGOPOLI .....</b>	<b>45</b>
Kinked Demand Curve (Kurva Permintaan Patah) .....	46
Pertanyaan Dan Latihan .....	48
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	

## BAB 1

### PERMINTAAN, PENAWARAN DAN KESEIMBANGAN PASAR

Secara rasional antara permintaan dan penawaran yang terjadi pada mekanisme pasar selalu mengaitkan dua peristiwa tersebut menjadi satu peristiwa yang saling berhubungan. Faktor mekanisme pasar telah mempertemukan dan berpengaruh seberapa besar antara permintaan dan penawaran bekerja. Dari sudut permintaan secara dominan berarti lebih banyak berbicara masalah pembeli (konsumen) terhadap produk baik berupa barang maupun jasa. Seberapa besar permintaan konsumen terhadap produk dapat diketahui dari tingkat harga dan jumlah produk yang diminta.

#### PERMINTAAN

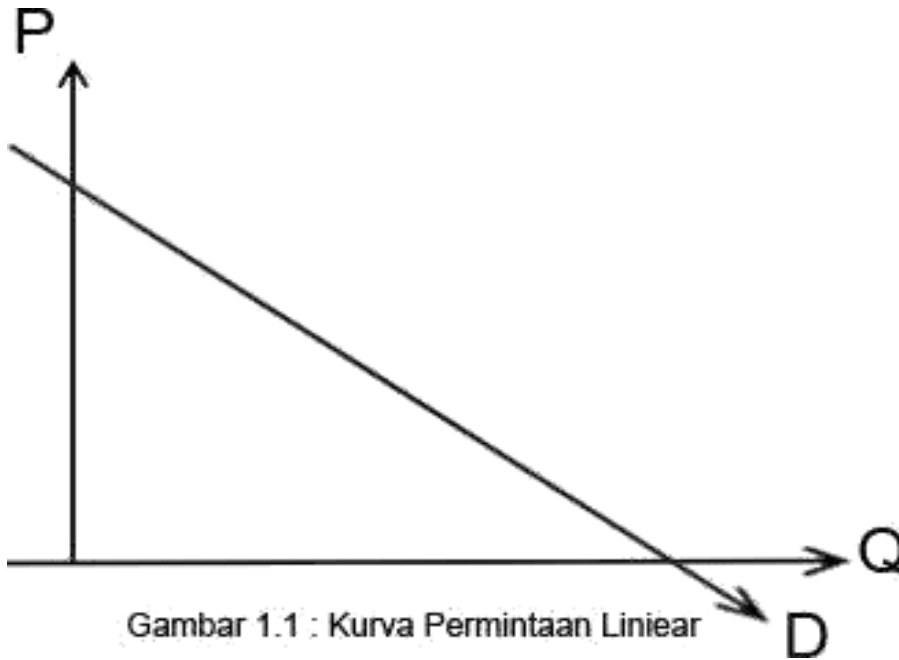
Permintaan adalah banyaknya jumlah barang yang diminta pada suatu pasar tertentu. Dengan tingkat harga tertentu pada tingkat pendapatan tertentu dan dalam periode tertentu. Secara periode permintaan dari seorang individu atau masyarakat terhadap suatu barang ditentukan oleh antara lain harga barang yang dimaksud, tingkat pendapatan, jumlah penduduk, selera dan ramalan di masa yang akan datang, dan harga barang lain atau substitusi. Analisis teori permintaan memfokuskan hubungan antara permintaan dan perubahan harga, sedangkan faktor lainnya dianggap tetap (*ceteris paribus*). Berdasarkan teori ini ditetapkan suatu aturan yang berlaku secara teoritis mengenai permintaan yang disebut hukum permintaan

Pada hakikatnya hukum permintaan menyatakan bahwa ketika harga produk per unit mengalami kenaikan, atau menyebabkan jumlah produk yang diminta mengalami penurunan, dan jika harga produk per unit turun dari harga semula, berarti jumlah produk yang diminta akan mengalami peningkatan. Dengan kata lain permintaan berbanding

terbalik dengan harga. Di mana hukum permintaan ini hanya berlaku jika asumsinya *ceteris paribus*.

Secara matematis, jumlah permintaan atas suatu produk dapat dirumuskan sebagai berikut:  $Q = a - bP$

Kurva permintaan dari fungsi permintaan digambarkan sebagai berikut:



Keterangan rumus  $Q = a - bP$  :

Q = Jumlah  
produk yang  
diminta =

Konstanta

b = Koefisien arah garis kurva (tingkat sensitivitas harga produk terhadap jumlah produk yang diminta)

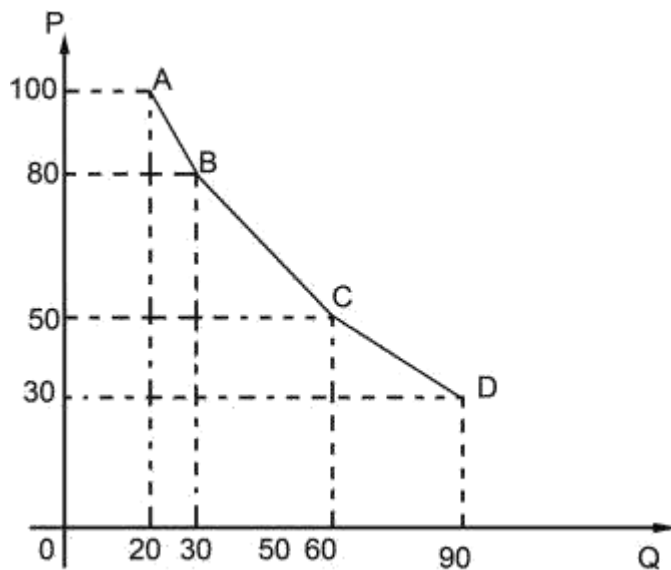
P = Harga produk diminta per unit

D = Permintaan/Demand

Didapat data sebagai berikut

Harga (P)	Jumlah (Q)	Nama Titik Garis
100	20	A
80	30	B
50	60	C
30	90	D

Jika digambarkan pada kurva permintaan sebagai berikut:



Gambar 1.6 : Kurva Hukum Permintaan

## PENAWARAN

Teori mengenai hukum penawaran yang berlaku pada para produsen sebagai pelaku ekonomi pasar menyatakan bahwa jika harga barang per unit mengalami peningkatan akan berpengaruh pada jumlah barang yang ditawarkan atau disediakan lebih banyak. Sebaliknya jika harga jual barang per unit dari semula produsen berpengaruh untuk mengurangi jumlah barang yang ditawarkan atau disediakan.

Mengapa hukum penawaran demikian? Karena dengan asumsi faktor harga signifikan berpengaruh pada daya jangkau pasar untuk melakukan transaksi pembelian barang, sedang faktor lain selain harga diasumsikan tetap atau *ceteris paribus*. Saat harga barang per unit mengalami kenaikan akan



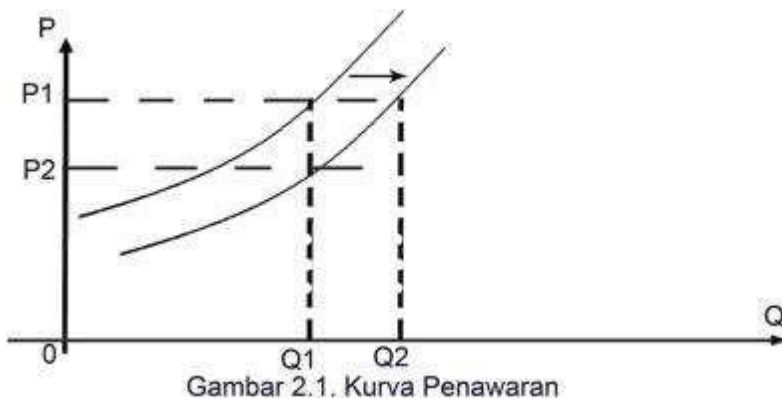
dipresepsikan oleh para produsen hal itu mana berpengaruh pada kelancaran transaksi. Selain itu juga dapat dipresepsikan oleh para produsen akan memberikan kontribusi pada tingkat keuntungan (*profit*) lebih besar, yaitu semakin banyak barang yang terjual semakin besar *profit* yang akan diperoleh.

Jadi secara sederhana hukum penawaran berbunyi, jika harga jual barang per unit naik, jumlah barang yang ditawarkan naik dan jika harga barang per unit turun, jumlah barang yang ditawarkan ikut turun. Sedangkan pengertian penawaran itu sendiri menurut Samuelson (1996) adalah sebagai jumlah barang yang diproduksi dan dijual oleh perusahaan

Faktor-faktor yang memengaruhi jumlah penawaran oleh produsen antara

Lain: Harga barang tersebut, harga bahan baku, upah tenaga kerja, teknologi dan lain-lain:

Kurva penawaran (*supply curve*) menunjukkan jumlah yang produsen bersedia menjual dengan harga yang akan diterimanya di pasar, dengan mempertahankan setiap faktor yang memengaruhi jumlah penawaran agar tetap. Gambar 2.1 menggambarkan hal tersebut dengan kurva penawaran yang ditandai dengan S. Sumber vertikal grafik tersebut menunjukkan harga suatu barang P, diukur dalam rupiah per unit, adalah harga yang diterima penjual untuk jumlah penawaran yang sudah ada. Sumbu horizontal menunjukkan jumlah penawaran total Q diukur dalam jumlah unit per periode. Jadi kurva penawaran merupakan hubungan antara jumlah penawaran dan harga. Jika dituliskan dalam suatu persamaan sebagai berikut:  $Q_S = Q_S(P)$



Perhatikan bahwa kurva penawaran pada gambar 2.1 naik kemiringannya. Dengan kata lain, semakin tinggi harga barang, perusahaan akan semakin mampu bersedia memproduksi barang untuk dijual. Sebagai contoh, harga yang lebih tinggi memungkinkan perusahaan yang sudah eksis untuk memperluas produksi dengan mempekerjakan buruh tambahan atau meminta pekerja untuk melembur. Dalam jangka panjang memungkinkan perusahaan untuk memperluas produksinya dengan perluasan pabrik-pabriknya. Harga yang lebih tinggi juga dapat menarik perusahaan-perusahaan baru masuk dalam pasar, karena kurangnya pengalaman untuk bermain di pasar, perusahaan-perusahaan baru ini menghadapi kendala biaya tinggi sehingga tidak dapat memasuki pasar dengan harga yang lebih rendah karena tidak ekonomis.

Secara matematis persamaan fungsi penawaran juga dirumuskan sebagai berikut:

$$Q = -a + bP$$

Keterangan:

Q = kuantitas (jumlah) barang yang ditawarkan = konstanta

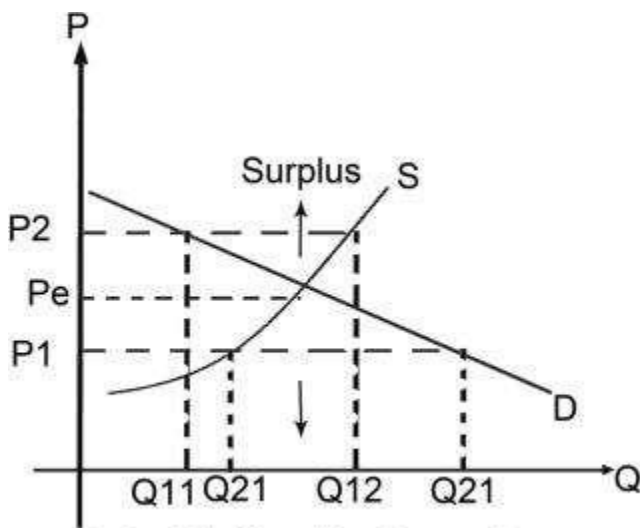
b = koefisien garis (*slope*) atau tingkat sensitivitas harga terhadap barang yang ditawarkan.

P = harga jual per unit

## KESEIMBANGAN PASAR

Keseimbangan pasar (*market equilibrium*) akan tercapai jika jumlah produk yang diminta sama dengan jumlah produk yang ditawarkan atau harga pokok yang ditawarkan sama dengan harga produk yang diminta pembeli. Pada saat itu akan terjadi transaksi antara penjual dan pembeli, karena telah terjadi kesepakatan mengenai harga dan atau jumlah produk.

Berikut ini gambar 3.1 mengenai keseimbangan pasar antara kurva penawaran yang berpotongan dengan kurva permintaan



Gambar 3.1 : Kurva Keseimbangan Pasar

Dari gambar 3.1 sumber vertikal menunjukkan harga barang (P) yang diukur dalam rupiah per unit. Harga inilah yang diterima penjualan untuk jumlah penawaran tertentu. Sumbu horizontal menunjukkan jumlah total permintaan dan penawaran (Q) dinyatakan dalam unit per periode. Di dalam grafik kurva permintaan yang disebut keseimbangan pasar (*equilibrium*). Kedua kurva saling berpotongan pada jumlah dan harga *equilibrium*. Pada harga ini  $P_e$ , jumlah penawaran dan permintaan adalah sama ( $Q_e$ )

Mekanisme pasar (*market mechanism*) adalah kecenderungan pasar bebas untuk perubahan harga sampai pasar menjadi seimbang, yaitu sampai jumlah penawaran dan permintaan sama. Pada titik ini karena tidak ada tekanan terhadap

harga untuk berubah lagi. Penawaran dan permintaan tidak selalu berada dalam *equilibrium* dengan cepat apabila kondisi tiba-tiba berubah, namun kecenderungan tetap, bahwa pasar biasanya mengarah ke keseimbangan (Robert Pindyck, 2009).

**PERTANYAAN DAN LATIHAN**

1. Jelaskan Faktor- Faktor yang mempengaruhi permintaan dan penawaran barang atau jasa

2. Jelaskan secara komprehensif mengenai hukum permintaan dan hukum penawaran

3. Fungsi penawaran dan permintaan dalam suatu perekonomian adalah sebagai berikut:  $Q_d = 80 - 2 P$  dan  $Q_s = 20 + 4 P$ . Dimana Q adalah jumlah produk dan P adalah harga barang. Pertanyaan:

a. Lengkapi skedul permintaan dan penawaran. Dengan harga adalah 6,8,10,12,14

P	Qd	Qs	Keadaan

b. Gambarkan kurva permintaan dan penawaran pada satu grafik

c. Tentukan harga keseimbangan pasar dan tentukan jumlah barang yang ditransaksikan

4. Fungsi penawaran dan permintaan dalam suatu perekonomian adalah sebagai berikut:  $Q_d = 200 - 2 P$  dan  $Q_s = 40 + 8 P$ . Dimana Q adalah jumlah produk dan P adalah harga barang. Pertanyaan:

a. Lengkapi skedul permintaan dan penawaran. Dengan harga adalah 4, 8, 12, 16, 20,24.

P	Qd	Qs	Keadaan


- b. Gambarkan kurva permintaan dan penawaran pada satu grafik
- c. Tentukan harga keseimbangan pasar dan tentukan jumlah barang yang ditransaksikan

5. Jika fungsi permintaan dan penawaran adalah :

$$Q_d = 100 - 4p$$

$$Q_s = 20 + 6P$$

Pertanyaan:

- (a) Saudara diminta menentukan harga keseimbangan pasar dan kuantitas keseimbangan
- (b) Jika fungsi permintaan berubah menjadi  $Q_d' = 140 - 4p$  . Saudara diminta menentukan harga keseimbangan yang baru dan kuantitas keseimbangan yang baru
- (c) Gambarkan keseimbangan soal a dan b diatas pada suatu grafik. Buatlah kesimpulan untuk perubahan permintaan tersebut

6. Jika fungsi permintaan dan penawaran adalah :

$$Q_d = 800 - 20p$$

$$Q_s = 200 + 20 P$$

Pertanyaan:

- (a) Saudara diminta menentukan harga keseimbangan pasar dan kuantitas keseimbangan
- (b) Jika fungsi penawaran berubah menjadi  $Q_s' = 240 + 20p$  . Saudara diminta menentukan harga keseimbangan yang baru dan kuantitas keseimbangan yang baru
- (c) Gambarkan keseimbangan soal a dan b diatas pada suatu grafik. Buatlah kesimpulan untuk perubahan permintaan tersebut

7. Jika fungsi permintaan dan penawaran adalah :

$$Q_d = 1400 - 10p$$

$$Q_s = 400 + 10P$$

Pertanyaan:

- (a) Saudara diminta menentukan harga keseimbangan pasar dan kuantitas keseimbangan
- (b) Jika fungsi penawaran berubah menjadi  $Q_s' = 300 + 20p$  . Saudara diminta menentukan harga keseimbangan yang baru dan kuantitas keseimbangan yang baru
- (c) Gambarkan keseimbangan soal a dan b diatas pada suatu grafik. Buatlah kesimpulan untuk perubahan permintaan tersebut

8. Jika fungsi permintaan dan penawaran adalah :

$$Q_d = 1400 - 10P + 0,2 I$$

$$Q_s = 400 + 10 P$$

Dimana Q adalah jumlah permintaan dan penawaran. P adalah tingkat harga.

I adalah pendapatan masyarakat

Pertanyaan:

- (a) Jika diketahui pendapatan sebesar 100 (  $I=100$  ) Saudara diminta menentukan harga keseimbangan pasar dan kuantitas keseimbangan
- (b) Jika pendapatan meningkat menjadi 160. Saudara diminta menentukan harga keseimbangan yang baaaru dan berapakah transaksi barrraang pada keseimbangan

## BAB 2

### ELASTISITAS

Elastisitas merupakan suatu indeks yang menggambarkan hubungan kuantitatif antar variabel dependen dengan variabel independen. Elastisitas didefinisikan sebagai presentase perubahan variabel dependen sebagai akibat perubahan variabel independen sebesar satu persen. Apabila definisi ini diterapkan untuk kasus permintaan, maka definisi elastisitas permintaan akan berbunyi presentase perubahan jumlah barang yang diminta sebagai akibat antar variabel independen dengan variabel dependen

Apabila kita bandingkan, elastisitas memiliki kemiripan dengan bilangan *slope* di dalam sebuah persamaan permintaan. Meski begitu *slope* tidak sama dengan elastisitas, karena *slope* kurva permintaan tergantung pada perubahan persentase harga dan jumlah yang diminta. Kelebihan elastisitas dari *slope* adalah terletak pada kebebasannya dari nilai. Dengan kata lain satuan elastisitas tidak mengandung nilai seperti kg, rupiah dan sebagainya

Elastisitas mempunyai manfaat untuk mengetahui tingkat kepekaan variabel dependen terhadap variabel independen. Nisalnya elastisitas dapat menunjukkan tingkat sensitivitas jumlah barang yang diminta terhadap perubahan harga sebesar satu persen. Atau elastisitas menunjukkan berapa persen barang yang diminta akan berubah bila harga naik sebesar satu persen. Dengan demikian seorang produsen akan dapat mengukur seberapa jauh barang dagangannya akan berkurang apabila harganya dinaikkan dengan berapa persen

Ada 3 jenis Elastisitas permintaan, yakni:

1. Elastisitas permintaan harga (EP)
2. Elastisitas Pendapatan (EI)
3. Elastisitas SIlang (EC)

**Elastisitas Permintaan Harga** adalah pengaruh perubahan harga terhadap besar kecilnya jumlah barang yang diminta atau tingkat kepekaan perubahan jumlah barang yang diminta terhadap perubahan harga barang. Besar kecilnya perubahan tersebut dinyatakan dalam koefisien elastisitas atau angka elastisitas yang disingkat E, yang dinyatakan dengan rumus berikut ini:

*Elastisitas Harga*: yaitu persentase perubahan jumlah barang yang diminta yang disebabkan oleh perubahan harga barang itu sebesar satu persen, atau secara umum  
 $EP = \Delta QD / \Delta P \times P/Q$

**Elastisitas pendapatan**, untuk mengukur perubahan jumlah barang yang diminta akibat dari adanya perubahan pendapatan

$$EI = \Delta QD / \Delta I \times I/Q$$

**Elastisitas Silang** adalah pengaruh perubahan harga Y terhadap besar kecilnya jumlah barang X yang diminta

$$EC = \Delta QD_x / \Delta P_y \times P_y/Q$$

## PERTANYAAN DAN LATIHAN

1. Jelaskan perbedaan antara Elastis permintaan harga dan elastisitas Silang
2. Jika harga jual barang adalah 18, maka jumlah barang yang diminta 100, jika harga barang turun menjadi 10 jumlah barang yang diminta menjadi 108. Pertanyaan:
  - a. Hitung elastisitas permintaan barang tersebut.
  - b. Serta jelaskan arti ekonomi dari koefisien elastisitas tersebut
3. Jika harga barang \$1000 dan permintaan barang tersebut sebanyak 200 unit. Pada saat harga barang naik menjadi \$1200, jumlah permintaannya turun menjadi 195 unit. Hitunglah koefisien elastisitas permintaannya. Dan jelaskan arti ekonominya



4. Didapat informasi sebagai berikut:

<b>Pendapatan</b>	<b>Jumlah Permintaan Barang</b>
\$ 20	100
\$40	110
\$60	115
\$ 70	122

Pertanyaan:

Tentukan elastisitas pendapatan jika: (a) pendapatan meningkat dari \$20 menjadi \$40

(b) Pendapatan meningkat dari \$60 menjadi \$ 70

( c ) Jelaskan pula arti ekonomi untuk jawaban a dan b

( c ) Analisa perubahan yang terjadi dari soal a ke soal b

## **BAB 3**

### **TEORI PERILAKU KONSUMEN**

Teori perilaku konsumen adalah deskripsi tentang bagaimana konsumen mengalokasikan pendapatan antara barang dan jasa yang berbeda-beda untuk memaksimalkan kesejahteraan mereka. Kemudian pemahaman tentang keputusan pembelian konsumen kan membantu kita memahami bagaimana perubahan pendapatan dan harga memengaruhi permintaan untuk barang dan jasa serta mengapa permintaan untuk barang dan jasa serta mengapa permintaan untuk beberapa produk lebih sensitif daripada prooduuk lainnya pada perubahan harga dan pendapatan

Cara untuk memahami perilaku konsumen adalah dengan tiga langkah yang berbeda:

#### **1. Preferensi Konsumen**

Langkah pertama adalah menemukan cara yang praktis untuk menggambarkan alasan-alasan mengapa orang lebih suka satu barang daripada barang yang lain. Kita melihat bagaimana preferensi konsumen untuk berbagai barang dapat digambarkan secara grafik dan aljabar

#### **2. Keterbatasan anggaran**

Sudah pasti, konsumen juga mempertimbangkan harga. Oleh karena itu dalam langkah kedua ini kita harus menyadari adanya kenyataan bahwa konsumen mempunyai keterbatasan pendapatan yang membatasi jumlah barang yang dapat mereka beli. Apa yang harus dilakukan konsumen dalam situasi seperti ini? Kita mempunyai jawaban untuk pertanyaan ini dengan menggabungkan preferensi konusmen dan keterbatasan anggaran dalam langkah ketiga berikut

### 3. Pilihan-pilihan konsumen

Dengan mengetahui preferensi dan keterbatasan pendapatan mereka, konsumen memilih untuk membeli kombinasi barang-barang yang memaksimalkan kepuasan mereka. Kombinasi ini akan bergantung pada harga berbagai barang tersebut. Jadi pemahaman pada pilihan konsumen akan

Membantu kita memahami permintaan, yaitu berapa banyak jumlah suatu barang yang dipilih konsumen untuk dibeli bergantung pada harganya.

Sulit untuk memperdebatkan anggapan bahwa konsumen memiliki preferensi (kesukaan) atas sejumlah barang dan jasa yang tersedia untuk mereka dan bahwa mereka dibatasi dengan anggaran keuangan yang memaksa mereka untuk menentukan pilihan mana yang dapat dibeli. Tapi kita mungkin akan sependapat dengan argumentasi bahwa konsumen akan memutuskan kombinasi barang dan jasa yang mana, yang dibeli untuk memaksimalkan tingkat kepuasan mereka. Apakah para konsumen bertindak rasional dan berengetahuan seperti yang diharapkan oleh para ekonom?

### **TEORI NILAI GUNA**

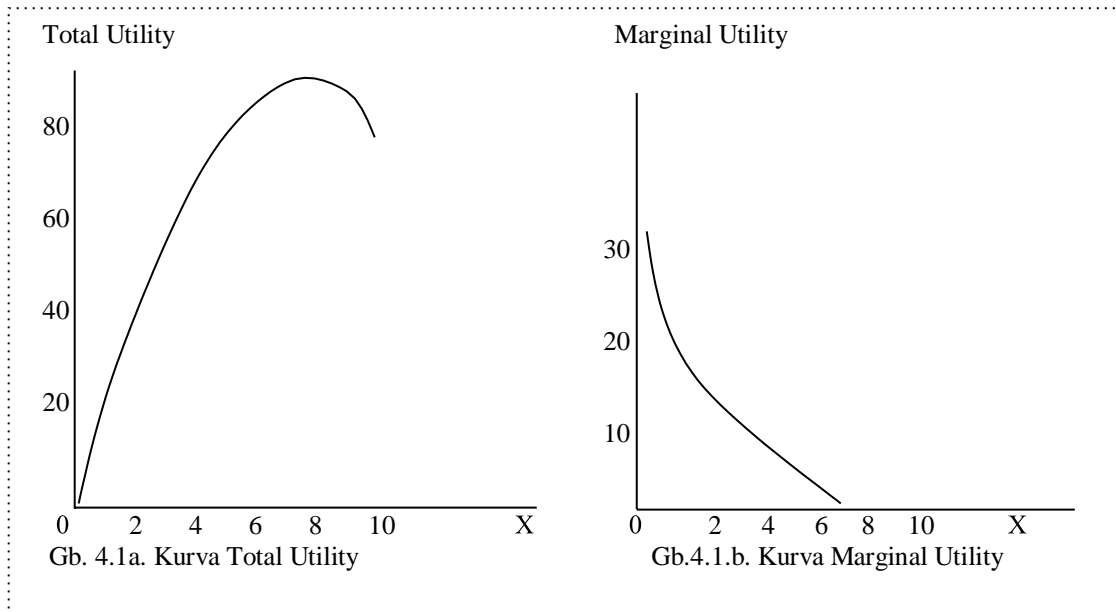
Utiliti atau nilai guna adalah kepuasan yang diperoleh seseorang dari mengkonsumsi barang-barang. Untuk menjelaskan perilaku konsumen dalam memenuhi kepuasannya digunakan anggapan

1. Utiliti dapat diukur dengan uang atau satuan lain.
2. Berlaku hukum Gossen (*Law of Diminishing Marginal Utility*), yaitu : semakin banyak sesuatu barang dikonsumsi, maka tambahan kepuasan (*marginal utility*) yang diperoleh dari setiap tambahan yang dikonsumsi akan *menurun*
3. Konsumen selalu berusaha mencapai kepuasan total yang maksimum.

Atas dasar anggapan ini, selanjutnya kita harus memperhatikan perbedaan antara *total utility* dan *marginal utility*. Total utility adalah jumlah seluruh kepuasan yang diperoleh dari mengkonsumsi sejumlah barang tertentu. Sedangkan marginal utility adalah *pertambahan* (atau *pengurangan*) kepuasan sebagai akibat dari *pertambahan* (atau *pengurangan*) dari konsumsi satu unit barang tertentu. Untuk lebih jelasnya, dapat disimak tabel 3.1 dan kurva pada Gb.3.1.a dan 3.1

Tabel 3.1. Total Utility dan Marginal Utility dari Komsumsi Buah Mangga

Mangga yang dimakan (X)	Total Utility	Marginal Utility
0	0	-
1	30	30
2	50	20
3	65	15
4	75	10
5	83	8
6	87	4
7	89	2
8	90	1
9	89	-1
10	85	-4
11	78	-7



Dari tabel dan kurve tersebut nampak bahwa pada mulanya total utility menaik dengan bertambahnya jumlah mangga yang dimakan, namun setelah sejumlah konsumsi tertentu ( dalam hal ini setelah konsumsi mangga ke-8) total utility tersebut menurun. Bagaimana dengan marginal utilitynya? Marginal utility nampak terus menurun setiap terjadi tambahan konsumsi satu buah mangga dan setelah konsumsi mangga ke-8 marginal utility menjadi negatif. Hal ini mencerminkan adanya hukum marginal utility yang semakin menurun (*the law of diminishing marginal utility*). Dengan demikian, secara umum dapat diartikan bahwa semakin banyak barang tertentu dikonsumsi, semakin kecil *marginal utility* yang diperoleh dari barang yang terakhir dikonsumsi

### **Memaksimalkan kepuasan/utilitas**

Untuk kasus konsumsi satu jenis barang, tidak sukar untuk menentukan pada tingkat konsumsi berapa utiliti maksimum akan dicapai, yaitu pada waktu total utiliti mencapai maksimum. Dalam kasus seperti pada Tabel 4.1 atau Gb.4.1, utiliti maksimum dicapai pada waktu mengkonsumsi mangga ke-8

## PERTANYAAN DAN LATIHAN

1. Jelaskan mengenai Teori Perilaku Konsumen pendekatan Marginal Utilitas
2. Jelaskan mengenai Marjinal Utilitas. Jelaskan pula bagaimana dengan Marjinla Utilitas dapat memaksimalkan nilai guna
3. Seorang konsumen mengkonsumsi barang. Dan didapat nila guna sebagai berikut:

Q	TU
0	0
1	50
2	90
3	120
4	140
5	150
6	156
7	154
8	136

- a) Saudara diminta menentukan Marginal Utility untuk barang X
- b) Gambarkan kurva MU dan Tu .
- c) Hitung berapa banyak kuantitas X yang akan dikonsumsi agar diperoleh kepuasan maksimum

5. Ibu Putri merupakan seorang konsumen yang bijaksana dan cerdas dalam menggunakan uangnya untuk membeli barang. Data Total Utility Ibu Putri dalam mengkonsumsi dua jenis barang yaitu barang X dan barang Y adalah sebagai berikut:

Q	TU <sub>x</sub>	TU <sub>y</sub>
1	16	15
2	30	28
3	41	40

4	51	48
5	60	54
6	68	59
7	75	63
8	81	66
9	86	68
10	89	68

Pertanyaan:

- a) Saudara diminta menentukan Marginal Utility untuk barang X dan barang Y
- b) Hitung berapa banyak kuantitas X dan Y yang akan dikonsumsi oleh Ibu Putri agar diperoleh kepuasan maksimum (keseimbangan konsumen). Dimana nilai guna maksimal pada saat  $\rightarrow MU_X/P_X = MU_Y/P_Y$ . Jika anggaran yang tersedia Rp.20.000 per minggu dan harga barang X dan barang Y 2.000 per unit.

6. Jika fungsi nilai kepuasan yang didapat konsumen ditunjukkan oleh persamaan  $U = 0,5 X Y$ .

Harga barang X sebesar \$ 20 , dan harga barang Y sebesar \$40. Anggaran yang tersedia sebesar \$400.

Pertanyaan:

- (a) Saudara diminta menentukan berapakah banyak nya barang X dn barang Y yang konsumsi konsumen agar mencapai kepuasan maksimal. Berapakah nilai utilitas yang didapat.
- (b) Jika harga pendapatan meningkat dari \$ 400 menjadi \$800, tentukan banyak nya barang X dan Y yang dikonsumsi agar mencapai utilitas maksimal. Berapakah nilai maksimal yang didapat

## BAB 4

### TEORI PRODUKSI

Bagi sebagian besar orang, esensi suatu perekonomian adalah produksi. Mari kita gambarkan pabrik peleburan baja, kesibukkan jalur perakitan kendaraan. Standar hidup kita pada saat ini telah begitu tinggi karena para pekerja rata-rata dapat memproduksi *output* dengan sejumlah besar. Seorang petani modern menggunakan *input*, yaitu faktor produksi tanah, tenaga kerja, mesin, pupuk. *Input* tersebut dipergunakan selama musim tanam dan musim tumbuh, dan pada musim panen petani tersebut mengambil hasil tanamnya. Kita mengasumsikan bahwa petani selalu berusahakeras untuk melakukan produksi secara efisien atau dengan biaya yang paling rendah. Dengan demikian petani selalu berusaha untuk memproduksi tingkat *output* maksimum dengan menggunakan suatu dosis *input* tertentu dan dengan menghindarkan pemborosan sekecil mungkin.

#### FUNGSI PRODUKSI

Kegiatan yang dijalankan oleh semua perusahaan adalah untuk mengubah *input* menjadi *output*. Karena para ahli ekonomi tertarik pada pilihan-pilihan yang dibuat perusahaan-perusahaan tersebut dalam mencapai tujuannya, dan karena ingin menghindari banyak kerumitan perekayasaan yang terdapat dalam keputusan-keputusan produksi yang sesungguhnya. Mereka telah memutuskan untuk menyusun suatu model abstrak dari produksi. Dalam model ini hubungan antara *input* dan *output* dirumuskan sebuah fungsi produksi sebagai berikut:

$$Q = (K, L, M, \dots)$$

Di mana Q menunjukkan *output* suatu barang tertentu selama suatu periode, K menunjukkan pemakaian mesin (modal) selama periode tersebut, L menunjukkan *input* jam kerja, M menunjukkan bahan mentah yang dipergunakan dan notasi titik



menunjukkan kemungkinan variabel-variabel lain yang memengaruhi proses produksi

### **ISOQUANT**

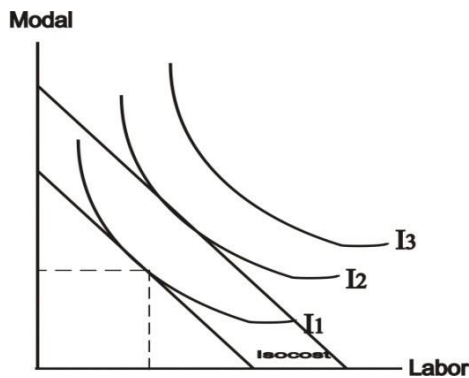
Isoquant menunjukkan kombinasi-kombinasi alternatif antara input modal (K) dengan tenaga kerja (L) yang dapat digunakan untuk memproduksi suatu tingkat output tertentu. Penggambaran kombinasi dari beberapa alternatif tersebut pada suatu kurva yang disebut kurva *isoquant*, di mana kurva *isoquant* memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

Isokuan I		Isokuan II		Isokuan III	
L	K	L	K	L	K
2	11	4	13	6	15
1	8	3	10	5	12
2	5	4	7	6	9
3	3	5	5	7	7
4	2,3	6	4,2	8	6,2
5	1,8	7	3,5	9	5,5
6	1,6	8	3,2	10	5,3
7	1,8	9	3,5	11	5,5

Isoquant yang terbentuk sebagai berikut:

### **ISOCOST**

Isocost merupakan kurva yang menggambarkan kombinasi 2 faktor produksi yang digunakan dengan anggaran yang sama



### KOMBINASI OUTPUT

ningkat perusahaan yang memaksimalkan laba ingin memproduksi pada biaya minimum untuk menghasilkan tingkat *output* tertentu, maka perusahaan tersebut mencoba untuk mencari garis *isocost* yang paling dekat dengan titik nol tapi masih menyentuh *isoquant* yang diinginkan. Pada titik persinggungan antara garis *isocost* dan *isoquant* menunjukkan biaya minimum yang diperlukan perusahaan untuk memproduksi tingkat *output* yang telah ditetapkan

### PERTANYAAN DAN LATIHAN

1. Jelaskan mengenai fungsi produksi
2. Jelaskan mengenai isoquant dan isocost
3. Seorang produsen memiliki anggaran sebesar \$1000. Anggaran tersebut digunakan untuk membiayai penggunaan kapita dan tenaga kerja. Sewa modal sebesar \$40 per unit. Dan upah tenaga kerja \$10 per unit. Pertanyaan:
  - a. Saudara diminta menggambarkan kurva Isocost
  - b. Jika upah tenaga kerja, meningkat menjadi \$20 per unit. Gambarkan kurva isocost yang baru
4. Seorang produsen memiliki anggaran sebesar \$400. Anggaran tersebut digunakan untuk membiayai penggunaan kapita dan tenaga kerja. Sewa modal sebesar \$2 per unit. Dan upah tenaga kerja \$4 per unit. Pertanyaan:

- a. Saudara diminta menggambarkan kurva Isocost
- b. Jika fungsi produksi yang didapat perusahaan adalah  $Q = 2KL$ . Saudara diminta untuk menentukan berapakah tenaga kerja dan barang modal yang digunakan agar mencapai produksi maksimal. Tentukan juga jumlah produksi maksimal nya
- b. Jika Sewa modal meningkat menjadi \$4 per unit.. Saudara diminta untuk menentukan berapakah tenaga kerja dan barang modal yang digunakan agar mencapai produksi maksimal pada keseimbangan yang baru. . Tentukan juga jumlah produksi maksimal nya

5. Dalam suatu produksi diketahui Fungsi produksi adalah :  $Q = 2KL$ .  
Upah tenaga kerja sebesar \$ 4 per unit, Sewa modal \$ 8 per unit. Dan anggaran yang tersedia sebesar \$800.

Pertanyaan:

- (a) Saudara diminta menentukan berapakah tenaga kerja dan modal yang digunakan agar supaya mendapat hasil produksi yang maksimal. Tentukan pula jumlah produksi maksimal yang didapat
- (b) Gambarkan keseimbangan produksi pada satu grafik

6. Dalam suatu produksi diketahui Fungsi produksi adalah :  $Q = 0,5KL$ .  
Upah tenaga kerja sebesar \$ 2 per unit, Sewa modal \$ 4 per unit. Dan anggaran yang tersedia sebesar \$200.

Pertanyaan:

- (a) Saudara diminta menentukan berapakah tenaga kerja dan modal yang digunakan agar supaya mendapat hasil produksi yang maksimal. Tentukan pula jumlah produksi maksimal yang didapat
- (b) Gambarkan keseimbangan produksi pada satu grafik

7. Jika fungsi produksi adalah  $TP = 160L - 4L^2$   
Dimana TP adalah jumlah produksi per unit  
L adalah jumlah tenaga kerja yang digunakan

Pertanyaan:

(a) Tentukan pada tenaga kerja berapakah perusahaan mendapatkan produksi maksimal

(b) Lengkapilah tabel dibawah ini

L	TP	MP	AP
0			
2			
4			
6			
8			
10			
12			
14			
16			
18			
20			
22			

8. Jika fungsi produksi adalah  $TP = 0,1L^3 - 6L^2 + 9L$

Dimana TP adalah jumlah produksi per unit

L adalah jumlah tenaga kerja yang digunakan

Pertanyaan:

a. Tentukan pada tenaga kerja berapakah perusahaan mendapatkan produksi maksimal

b. Lengkapilah tabel dibawah ini

L	TP	MP	AP
0			
2			

4			
6			
8			
10			
12			
14			
16			
18			
20			
22			

9. Jika fungsi produksi adalah  $TP = 360L - 3L^2$

Dimana TP adalah jumlah produksi per unit

L adalah jumlah tenaga kerja yang digunakan

Pertanyaan:

a. Tentukan pada tenaga kerja berapakah perusahaan mendapatkan produksi maksimal

b. Lengkapi tabel dibawah ini

L	TP	MP	AP
0			
10			
20			
30			
40			
50			
60			
70			
80			

## BAB 5

### TEORI BIAYA PRODUKSI

Sebelum kita membahas teori biaya, terlebih dahulu beberapa kesulitan konsepsi definisi yang tepat dari biaya. Paling tidak biaya dapat dibedakan menjadi tiga konsepsi yang berbeda, yaitu biaya alternatif (*opportunity cost*), biaya akuntansi (*accounting cost*) dan biaya ekonomi (*economic cost*). Bagi para ahli ekonomi yang terpenting di antaranya adalah biaya sosial atau alternatif. Karena sumber daya adalah terbatas maka di dalam perekonomian kita setiap keputusan untuk memproduksi suatu barang harus dilakukan dengan mengorbankan barang lain. Misalnya apabila diputuskan untuk memproduksi sebuah mobil maka keputusan untuk memproduksi, misalkan 20 sepeda yang sesungguhnya dapat diproduksi dengan menggunakan tenaga kerja, *chrome*, dan kaca yang dipergunakan untuk memproduksi mobil tersebut. Jadi alternatif sebuah mobil ada 20 sepeda.

Doktrin biaya alternatif ini sangat penting dalam analisis ekonomi. Banyak masalah pilihan sosial menjadi lebih jelas pengertiannya dengan mengetahui alternatif-alternatif dalam proses ekonomi. Karena konsep itu menurut pernyataannya yang paling umum berkaitan langsung dengan keputusan-keputusan sosial

Kedua konsep biaya lainnya dikaitkan langsung dengan teori pilihan perusahaan. Masing-masing adalah konsep akuntan dan konsep ahli ekonomi mengenai biaya perusahaan. Pandangan akuntan mengenai biaya menekankan pada biaya-biaya langsung, biaya-biaya historis, penyusutan dan pos-pos pembukuan lainnya. Maka definisi biaya ekonomi menurut ahli ekonomi setiap sumber-sumber daya tersebut pada penggunaannya yang sekarang. Dengan kata lain biaya ekonomi suatu sumber daya tersebut pada alternatif kesempatan penggunaannya yang terbaik (Walter, 1991). Berikut ini pembahasan mengenai biaya.

## **BIAYA TENAGA KERJA**

Para ahli dan akuntan melihat pada biaya tenaga kerja dengan cara yang sama. Bagi akuntan, pengeluaran untuk tenaga kerja merupakan biaya umum dan karena itu merupakan biaya produksi. Bagi para ekonomi, tenaga kerja merupakan biaya eksplisit. Jasa-jasa pekerja dibeli dengan suatu tarif upah per jam dan dapat diasumsikan bahwa inilah jumlah yang akan.

Di peroleh para pekerja menurut alternatif penggunaan tenaga kerja mereka yang terbaik. Jadi kedua definisi biaya tersebut melihat pada upah meskipun terdapat sedikit perbedaan karena para akuntan cenderung menekankan pada rekening upah keseluruhan, sedang para ahli ekonomi melihat pada biaya untuk mempekerjakan satu pekerja lagi selama satu jam

## **BIAYA MODAL**

Dalam hal jasa modal, konsep akuntansi dan ekonomi mengenai biaya sangat berbeda. Para akuntan dalam menghitung biaya modal menggunakan harga historis dari mesin tertentu dan menerapkan suatu kaidah penyusutan yang hampir berubah-ubah untuk menentukan berapa dari harga pembelian mesin itu yang akan dibebankan pada biaya umum. Namun para ekonom telah menganggap biaya implisit dari sebuah mesin sebagai jumlah yang mau dibayarkan orang lain untuk penggunaannya. Jadi biaya satu jam mesin adalah tarif sewa mesin itu menurut alternatif penggunaannya yang terbaik.

Dengan terus-menerus menggunakan mesin itu secara implisif perusahaan mengorbankan sewa yang mau dibayarkan orang lain untuk penggunaan mesin tersebut

## **BIAYA PENGUSAHA DAN LABA EKONOMIS**

Konsep pengusaha memberikan suatu ilustrasi terakhir mengenai perbedaan-perbedaan yang timbul di antara para ahli ekonomi dengan para akuntan mengenai definisi biaya. Banyak di antara apa yang disebut laba oleh para akuntan akan disebut pendapatan pengusaha oleh ahli ekonomi. Laba adalah suatu pembayaran

bagi pemilik perusahaan dan menurut ahli ekonom bagian dari pembayaran dikeluarkan si pemilik untuk tetap dapat menjalankan usaha tertentu adalah biaya perusahaan tersebut. Laba ekonomi menurut ahli ekonomi adalah sebagai besanya pendapatan pengusaha melebihi kapasitas pendapatan dari kemampuan pegusaha tersebut kalau melakukan kerja yang lain. Jika pemilik perusahaan hanya mendapatkan suatu laba nominal meskipun ketrampilan dan keahliannya jauh lebih besar maka seorang ahli ekonomi mungkin akan menyimpulkan bahwa laba ekonomi perusahaan itu adalah negatif (Welter, 1991)

### PERTANYAAN DAN LATIHAN

1. Jelaskan mengenai konsep biaya jangka pendek
2. Jelaskan mengenai biaya jangka panjang
3. **Biaya tetap total** yang dikeluarkan oleh sebuah perusahaan adalah sebesar Rp.40.000,- dan **harga input labour** Rp.40.000 per orang. Lengkapi tabel biaya dibawah ini dan hitung keuntungan yang diperoleh perusahaan tersebut:

Jumlah tenaga Kerja	Jumlah Labour	TVC	TFC	TC	AVC	AFC	AC	MC
2	1							
6	2							
10	3							
18	4							
30	5							
42	6							
54	7							
60	8							

Pertanyaan:

- a) Saudara diminta untuk melengkapi table tersebut
- b) Gambarkan AVC, AVC dan MC pada satu grafik.

4. Diketahui fungsi biaya jangkan pendek perusahaan adalah  $TC = 2,5 Q^2 + 50Q + 40$  Jika perusahaan memasuki pasar persaingan sempurna. Dan harga barang yang dihadapi sebesar 100.

Pertanyaan : a) Buatlah tabel yang untuk mengetahui TC, ATC, MC, TR, AR, MR pada kuantitas Q adalah: 0,2, 4,6,8,10,12,14,16



KUANTITAS	TC	ATC	MC	TR	AR	MR
0						
2						
4						
6						
8						
10						
12						
14						
16						

b) Tentukan berapakah jumlah barang yang diproduksi agar mencapai laba maksimal.

c) Berapakah laba maksimalnya (tunjukkan dengan tabelisasi)

## BAB 6

### PASAR PERSAINGAN SEMPURNA

Dalam suatu pasar terjadi interaksi antara konsumen dan produsen, yang masing-masing memberikan penawaran dan permintaan. Permintaan menggambarkan keinginan konsumen, sementara penawaran menggambarkan keinginan produsen atau penjual. Konsumen lebih menyukai harga yang murah, sebaliknya produsen lebih menyukai harga yang mahal. Pertemuan antara konsumen dan produsen sehingga bertemu dalam titik ekuilibrium sebagai harga transaksi, itulah yang disebut terjadinya pasar. Keduanya masing-masing mempunyai peranan yang sangat besar terhadap pembentukan harga barang di pasar. Dalam pengertian yang sederhana, pasar adalah bertemunya penjual dan pembeli secara langsung untuk melakukan transaksi jual-beli. Dalam arti luas, pasar adalah keseluruhan permintaan dan penawaran terhadap barang atau jasa. Dimana produsen menjual barang atau jasa, dan konsumen membeli barang atau jasa yang di sediakan oleh produsen

Dalam kehidupan sehari-hari kita dapat melihat pasar dalam bentuk fisik seperti pasar barang. Asal muasal terbentuknya sebuah pasar zaman dahulu, dimulai dari kebiasaan masyarakat dengan menggunakan sistem barter atau sistem tukar menukar barang atas barang yang sedang dibutuhkan. Saat ini transaksi alat jual adalah uang dengan nilai nominal untuk menetapkan harga sebuah barang. Secara sederhana pasar dapat dikelompokkan menjadi:

1. Menurut segi fisiknya, pasar dapat dibedakan menjadi beberapa macam, di antaranya: pasar tradisional, pasar raya, pasar abstrak, pasar konkrit, toko swalayan, toko serba ada, dan lain-lain
2. Berdasarkan *jenis barang yang dijual*, pasar dibedakan menjadi beberapa macam di antaranya: pasar ikan, pasar sayuran, pasar buah-buahan, pasar barangelektronik, pasar, barang perhiasan, pasar bahan bangunan, bursa efek dan saham, dan lain-lain

Secara ilmu ekonomi pasar digolongkan dalam empat bentuk/organisasi, yang disebut struktur pasar. Struktur Pasar adalah penggolongan bentuk pasar berdasarkan ciri-ciri seperti jenis produk yang dihasilkan, banyaknya perusahaan dalam industri, mudah tidaknya keluar atau masuk ke dalam industri, peranan iklan dalam kegiatan industri, dan sebagainya. Struktur pasar dibedakan menjadi 4 (empat) jenis yaitu : pasar persaingan sempurna, pasar persaingan monopolistik, pasar monopoli, dan pasar oligopoly

### **Pasar persingan sempurna**

Pasar persingan sempurna adalah model pasar yang paling klasik dan paling sering digunakan dalam analisis ilmu ekonomi. Model ini telah dianggap sebagai teori dan secara luas digunakan untuk meramalkan keadaan ekonomi. Model ini telah mulai dibahas sejak era Adam Smith dalam bukunya *Wealth of Nations*. Edgeworth, dalam bukunya *Mathematical Physics* (1881), merupakan orang pertama yang mencoba menentukan definisi persaingan sempurna secara sistematis dan jelas. Kemudian konsep persaingan sempurna ini mendapatkan definisi yang lengkap dalam buku *Risk, Uncertainty and Profit* tulisan **Frank Knight** (1921).

Kadang kala struktur pasar ini dibedakan antara istilah persaingan “murni” dengan “sempurna”. “Murni” adalah kurang sempurna, ketimbang “sempurna”. **Edward H. Chamberlain** (1933) mendefinisikan *persaingan murni* sebagai “persaingan yang bersih dari elemen-elemen monopolis.” Syarat yang diperlukan untuk definisi hanyalah jumlah penjual yang banyak dan komoditas yang homogen (standardized). **George Stigler** (1957) mengemukakan definisi alternatif dengan menambahkan syarat yaitu asumsi informasi yang sempurna. Namun demikian, orang bisa saja memperdebatkan bahwa informasi yang sempurna tentang harga lebih mudah diperoleh dalam pasar monopoli ketimbang pasar yang terdiri dari banyak penjual

## **CIRI PASAR PERSAINGAN SEMPURNA**

Pasar persaingan sempurna dapat didefinisikan sebagai struktur pasar atau industri dimana terdapat banyak penjual dan pembeli, dimana mereka tidak dapat mempengaruhi keadaan di pasar. Pasar persaingan sempurna merupakan struktur pasar yang dianggap paling ideal karena struktur pasar ini menjamin terwujudnya kegiatan produksi barang atau jasa yang paling optimal atau efisien. Namun dalam prakteknya tidak mudah untuk menentukan jenis industri yang struktur organisasinya digolongkan kepada persaingan sempurna yang murni, mungkin yang ada adalah mendekati ciri-cirinya struktur pasar persaingan sempurna

Ciri pasar persaingan sempurna

1. Banyak pembeli/perusahaan dalam pasar. Karena jumlah perusahaan sangat banyak dan relatif kecil jika dibandingkan dengan jumlah produksi dalam industri tersebut. Menyebabkan kenaikan atau penurunan harga, sedikitpun tidak mempengaruhi harga yang berlaku dalam pasar tersebut.
2. Penjual dan pembeli tidak mampu menentukan harga. Karena demikian banyaknya perusahaan/penjual dan pembeli yang terdapat di dalam pasar, maka keduanya tidak dapat menentukan atau merubah harga pasar. Harga barang di pasar ditentukan oleh interaksi diantara keseluruhan produsen dan keseluruhan pembeli.
3. Penjual/perusahaan dapat dengan mudah masuk/keluar ke/dari pasar. Apabila ada produsen yang ingin melakukan kegiatan di suatu industri dalam struktur pasar persaingan sempurna, produsen dengan mudah melakukan kegiatan tersebut. Sebaliknya, jika penjual/perusahaan mengalami kerugian, maka ia dengan mudah meninggalkan industri tersebut.
4. Setiap produsen/perusahaan/penjualan menghasilkan/menjual barang yang sama (homogen). Barang yang dihasilkan berbagai perusahaan tidak mudah untuk dibeda-bedakan. Pembeli tidak

dapat membedakan yang mana dihasilkan oleh produsen A atau B. Oleh karena itu, promosi dengan iklan tidak akan memberikan pengaruh terhadap penjualan produk

5. pembeli mempunyai pengetahuan yang sempurna tentang keadaan di pasar. Pembeli mengetahui tingkat harga yang berlaku dan perubahan-perubahan ke atas harga tersebut. Sehingga produsen tidak dapat menjual barangnya dengan harga yang lain lebih tinggi dan pada yang berlaku di pasar

#### Asumsi pasar persaingan sempurna

1. Terdapat sangat banyak penjual dan pembeli. Oleh karena terdapat sangat banyak produsen atau perusahaan, maka setiap produsen atau perusahaan hanya memasok produk sebagian kecil saja dari total produk yang ditawarkan di pasar. Pembeli juga sangat banyak sehingga secara individual mereka tidak mempunyai kekuatan monopsoni untuk mempengaruhi mekanisme di dalam pasar.
2. Produk yang dihasilkan oleh para produsen adalah homogen. Pasar diartikan sebagai gabungan dari produsen yang memproduksi produk yang homogen/identik. Ini berarti bahwa antara produk dari produsen yang satu dengan produk dari produsen yang lain bersifat substitusi sempurna. Oleh karena itu, para pembeli tidak dapat membedakan produk-produk dari produsen yang berbeda.
3. Setiap produsen adalah pengambil harga (*price taker*). Implikasi dari kedua asumsi di atas adalah bahwa produsen secara individual tidak dapat mempengaruhi harga pasar yang berlaku dengan mengubah jumlah produk yang ditawarkan. Dengan demikian setiap produsen hanya menerima harga pasar. Produsen dapat menawarkan produk berapapun jumlahnya dengan harga pasar tersebut.
4. Perusahaan-perusahaan bebas masuk dan keluar pasar (*free entry and exit of firms*). Tidak ada hambatan bagi setiap perusahaan

untuk masuk ke pasar atau keluar dari pasar.

5. Maksimisasi profit/ keuntungan. Tujuan dari semua perusahaan adalah memaksimalkan keuntungan. Tidak ada tujuan lain. Tidak ada regulasi dari pemerintah. Tidak ada intervensi pemerintah di dalam pasar (seperti tarif, subsidi, pembatasan produksi, dan sebagainya)

### **PERTANYAAN DAN LATIHAN**

1. Jelaskan mengenai ciri pasar persaingan sempurna. Jelaskan pula asumsi yang digunakan dalam membahas struktur pasar persaingan sempurna.
2. Jelaskan bagaimana perusahaan yang menghadapi pasar persaingan sempurna menentukan produksi agar mencapai keuntungan maksimal
3. Diketahui fungsi biaya jangka pendek perusahaan adalah  $TC = 2,5 Q^2 + 50Q + 40$   
Jika perusahaan memasuki pasar persaingan sempurna. Dan harga barang yang dihadapi sebesar 100. Pertanyaan :
  - a. Buatlah tabel yang untuk mengetahui TC, ATC, MC, TR, AR, MR pada kuantitas Q adalah: 0,2, 4,6,8,10,12,14,16

<b>KUAN TITAS</b>	<b>TC</b>	<b>ATC</b>	<b>MC</b>	<b>TR</b>	<b>AR</b>	<b>MR</b>
<b>0</b>						
<b>2</b>						
<b>4</b>						
<b>6</b>						
<b>8</b>						
<b>10</b>						
<b>12</b>						
<b>14</b>						
<b>16</b>						

- b. Tentukan berapakah jumlah barang yang diproduksi agar mencapai laba maksimal.
- c. Berapakah laba maksimalnya(tunjukkan dengan tabelisasi)

3. Dalam suatu perusahaan yang berada pada pasar persaingan sempurna. Hasil penjualan dan biaya total ditunjukkan pada tabel berikut ini (nilai dalam ribuan rupiah). Catatan apabila produksi adalah nol, biaya total adalah Rp.40 maka biaya tetap total adalah 40. Dan harga barang adalah Rp.20 perunit.

Jumlah Produksi	Total penerimaan	Biaya total
0	0	40
1	20	60
2	40	70
3	60	75
4	80	78
5	100	85
6	120	96
7	140	110
8	160	135
9	180	165
10	200	200

Pertanyaan:

- Hitung biaya total rata-rata, biaya berubah rata-rata, biaya marginal dan laba perusahaan pada tiap kapasitas produksi
- Gambarkan biaya total rata-rata, biaya berubah rata-rata, biaya marginal dan laba perusahaan pada tiap tingkat produksi
- Pada jumlah produksi berapakah biaya rata-rata total mencapai nilai terendah
- Pada jumlah produksi berapakah biaya rata-rata variabel mencapai nilai terendah

## BAB 7

### PASAR MONOPOLI

Pasar output adalah pertemuan antara permintaan output dan penawaran output. Pada sisi permintaan, pasar output mempunyai ciri-ciri yang sama, yaitu bahwa permintaan pasar adalah penjumlahan dari permintaan konsumen yang jumlahnya banyak sekali. Namun pada sisi penawarannya, jumlah penjual bervariasi dari jumlah yang sangat banyak sampai jumlah yang sedikit, bahkan hanya satu penjual. Berdasarkan jumlah penjual yang ada, struktur pasar output dibedakan menjadi empat, yaitu

1. Pasar Persaingan Sempurna (*perfect competitive market*) : pasar dengan jumlah penjual sangat banyak.
2. Pasar Monopoli : pasar dengan hanya satu penjual.
3. Pasar Oligopoli : pasar dengan jumlah penjual sedikit.
4. Pasar Persaingan Monopolistik: pasar dengan banyak penjual tetapi produk- produknya heterogen, sehingga masing-masing penjual dapat mempengaruhi harga

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, setrika, 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 dikehendak.

Faktor-faktor yang menyebabkan monopoli:

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 melindungi 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 riil 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 kekuasaan monopoli kepada perusahaan-perusahaan atau lembaga-lembaga tertentu

## PERTANYAAN DAN LATIHAN

1. Jelaskan mengenai ciri pasar Monopoli. Jelaskan pula asumsi yang digunakan dalam membahas struktur pasar monopoli
2. Jelaskan bagaimana perusahaan yang menghadapi struktur pasar monopoli menentukan kuantitas yang harus di produksi dan harga jual yang ditentukan agar mendapat keuntungan maksimal.
3. Jelaskan perbedaan harga dan Marginal Revenue yang didapat perusahaan persanigan sempurna dan monopoli
4. Pada struktur pasar monopoli dikenal kebijakan diskriminasi harga (*Price Discrimination*). Saudara diminta menjelaskan mengenai diskriminasi harga. Berikan pula 5 contoh diskriminasi harga. Dan jelaskan manfaat dari diberlakukan diskriminasi harga untuk masing-masing 5 contoh tersebut
5. Fungsi permintaan yang dihadapi oleh sebuah perusahaan monopoli adalah sebagai berikut:

$$Q = 50 - 0,2 P$$

Dengan fungsi biaya total sebagai berikut:

$$TC = \frac{1}{3} Q^3 - 10Q^2 + 50 Q + (400 + (NIM) )$$

Pertanyaan:

- a) Lengkapi tabel tersebut di bawah
- b) Tentukan harga yang harus ditetapkan perusahaan agar mencapai laba maksimal
- c) Berapakah laba maksimal nya

P	Q	TR	MR	TC	MC	LABA
250						
220						
200						
170						
150						
120						

100						
40						
0						

6. Pada struktur pasar monopoli dikenal kebijakan diskriminasi harga (*Price Discrimination*). Saudara diminta menjelaskan mengenai diskriminasi harga. Berikan pula 5 contoh diskriminasi harga. Dan jelaskan manfaat dari diberlakukan diskriminasi harga untuk masing-masing 5 contoh tersebut

7. Jelaskan dengan komprehensif perbedaan antara pasar persaingan sempurna dengan pasar monopoli

8. Struktur pasar monopoli adalah struktur pasar yang terdiri dari satu perusahaan di pasar. Perusahaan adalah sebagai penentu harga.

Pertanyaan:

- a. Saudara diminta menganalisa sumber kekuatan monopoli dan *barriers to entry nya*
- b. Dengan menggunakan grafik analisa bagaimana perusahaan memaksimalkan keuntungannya!

## BAB 8

### PASAR PERSAINGAN MONOPOLIS

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 pembungkusannya, 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.

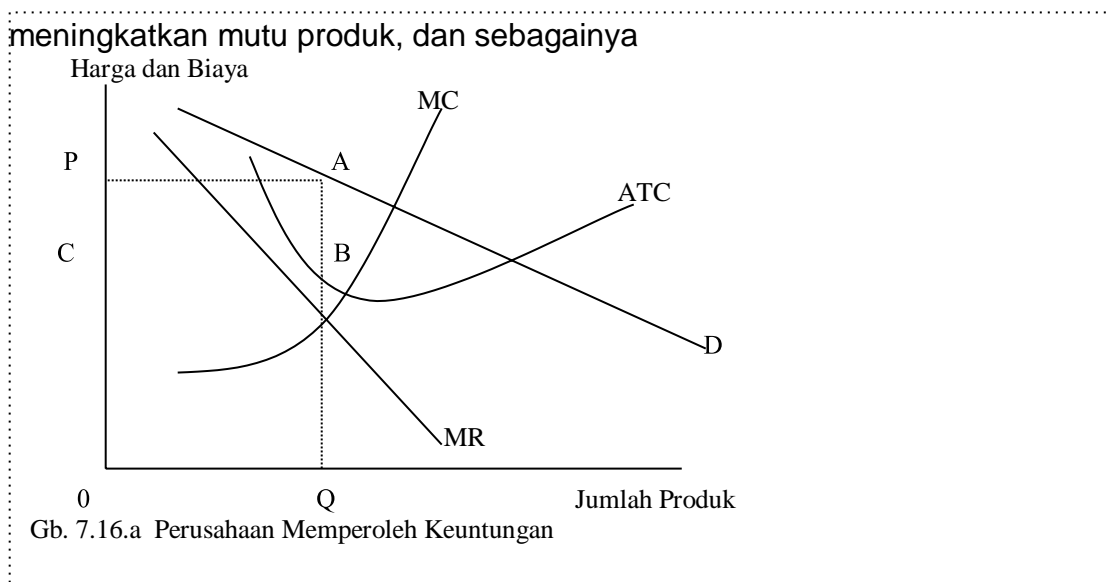
3) *Perusahaan mempunyai sedikit kekuatan mempengaruhi harga*. Kekuatan mempengaruhi harga tidak sebesar pada pasar monopoli dan oligopoli. Kekuatan mempengaruhi harga bersumber dari perbedaan corak produk. Perbedaan ini mengakibatkan para pembeli akan memilih. Pembeli dapat lebih menyukai produk suatu 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 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. Oleh karena itu untuk menarik para pelanggan, perusahaan harus aktif melakukan promosi, memperbaiki pelayanan, mengembangkan desain produk,

meningkatkan mutu produk, dan sebagainya

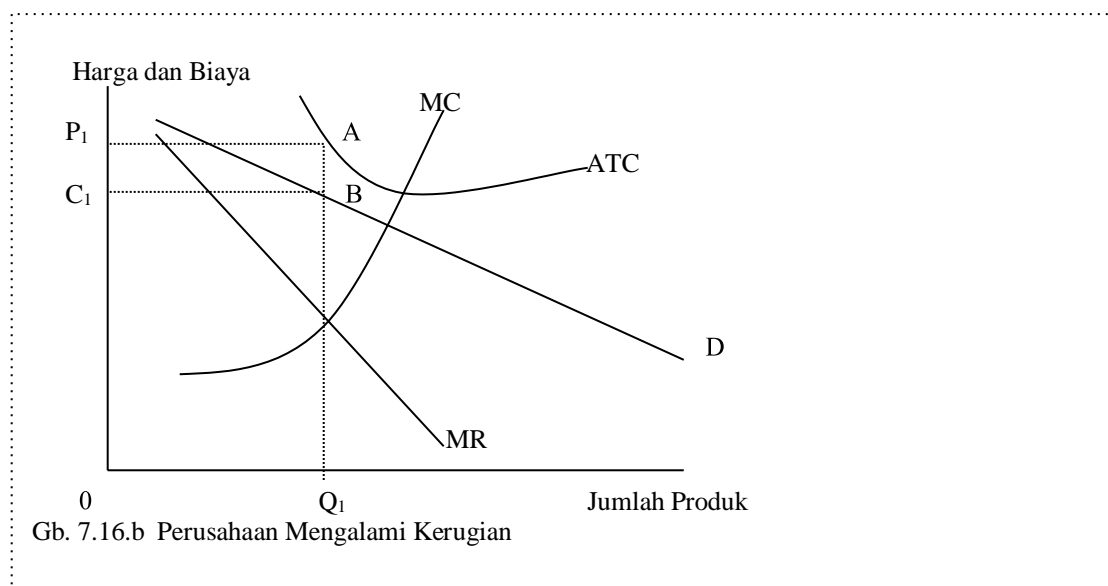


### Keseimbangan Jangka Pendek

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.

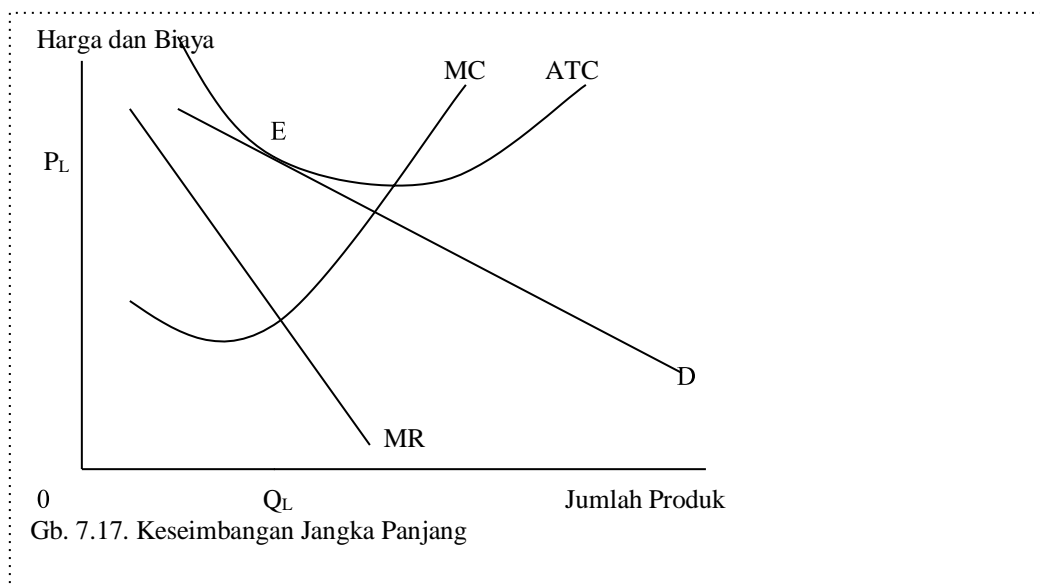
Dua keadaan keseimbangan perusahaan persaingan monopolistik ditunjukkan dalam Gb. 7.16. Gb. 7.16.a menunjukkan keadaan dimana perusahaan memperoleh keuntungan dan Gb. 7.16.b menunjukkan perusahaan menderita kerugian.



Gb. 7.16.a 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  $Q_1$  dan tingkat harga  $P_1$ . Kerugian minimum sebesar  $P_1ABC_1$ .

### 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 perusahaanpersaingan monopolistik dalam jangka panjang



Gb. 7.17 menunjukkan bahwa  $P_L$  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

### **PERTANYAAN DAN LATIHAN**

1. Jelaskan mengenai ciri pasar persaingan monopolis. Jelaskan pula asumsi yang digunakan dalam membahas struktur pasar persaingan monopolis.
2. Jelaskan bagaimana perusahaan yang menghadapi pasar persaingan monopolis menentukan produksi agar mencapai keuntungan maksimal.
3. Dalam pasar persaingan monopolistik, dikenal persaingan buka harga. Saudara



diminta menjelaskan mengenai persaingan bukan harga.

4. Saudara diminta menganalisa keadaan pasar otomotif di Indonesia, dimana dominasi masih di kuasai oleh produk Jepang. Sedangkan produk mobil Eropa masih tetap bertahan. Namun produk Korea dan China melakukan penetrasi pada pasar otomotif di Indonesia. Jelaskan analisi pasar otomotif tersebut.

## BAB 9

### PASAR OLIGOPOLI

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*)

Pada dasarnya terdapat dua teori pokok dalam analisis pasar oligopoly

1. antara satu pengusaha dengan pengusaha lainnya di dalam melakukan kegiatannya tidak terdapat suatu ikatan tertentu (*independent action*).
2. Antara pengusaha-pengusaha yang ada dalam pasar oligopoli menjalin suatu ikatan (*collusion*) tertentu. Ikatan ini ada yang sempurna (*perfect collusion*) dan ada yang tidak sempurna (*imperfect collusion*).

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*).

Pasar duopoli jarang sekali ditemukan dalam kenyataan. Oleh karena itu teori pasar duopoli lebih banyak menggunakan asumsi-asumsi, bahkan ada yang perlu

dikembangkan. 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 dikritik oleh ahli-ahli ekonomi, terutama tentang asumsi-asumsinya karena dianggap tidak masuk akal. Bertrand-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 Kinked Demand Curve ( Kuve Permintaan yang Patah)***

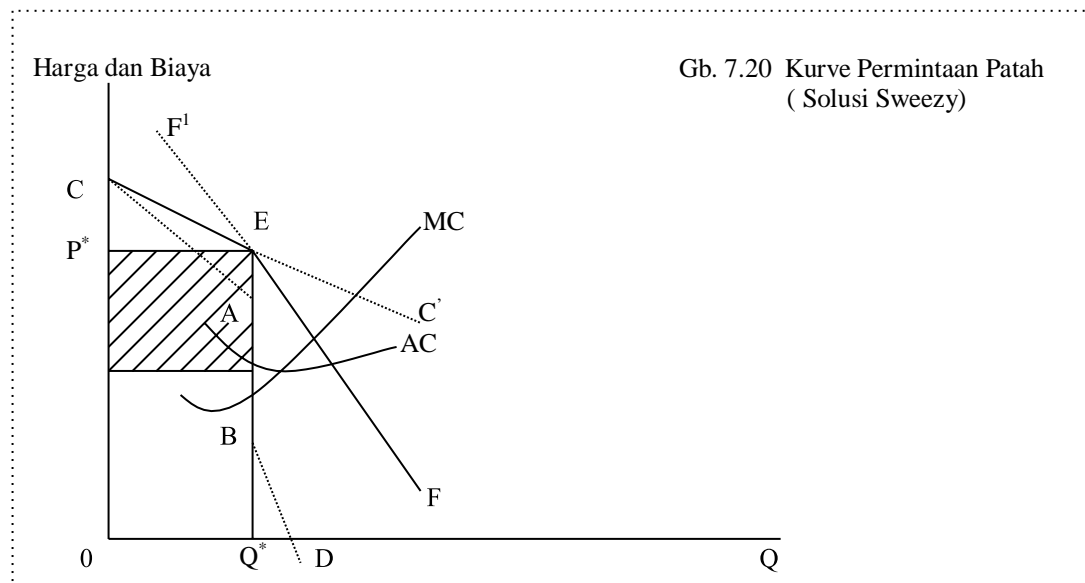
Teori ini mengasumsikan bahwa kurve permintaan bagi pengusaha duopoli merupakan kurve permintaan yang patah. Untuk analisis keseimbangan, diperlukan beberapa asumsi lagi, yaitu :

- 1). Harga pasar yang memuaskan bagi kedua pengusaha duopoli telah terbentuk, misalnya  $P$ .
- 2). Apabila salah satu pengusaha duopoli menurunkan harga , pengusaha pesaingnya juga akan menurunkan harga agar tidak kehilangan pembeli.
- 3). Apabila salah satu pengusaha duopoli menaikkan harga, pengusaha pesaingnya tidak akan mengikuti menaikkan harga sehingga sebagian pembeli pindah kepadanya.

Keadaan ini menyebabkan harga pada pasar oligopoli biasanya tegar ( tidak

mudah berubah).

Berdasarkan asumsi-asumsi diatas, kurve permintaan pengusaha oligopoli akan berupa kurve yang patah seperti dapat dilihat pada Gb. 7.20 berikut



Misalkan harga keseimbangan pasar yang memuaskan kedua pengusaha duopoli telah terbentuk pada tingkat  $P^*$  seperti terlihat pada Gb. 7.20. Selanjutnya pada Gb.7.20 dapat dilihat pula bahwa kurve permintaan bagi suatu pengusaha duopoly adalah CEF yang patah pada titik E. Titik E ini merupakan titik keseimbangan harga ( $P^*$ ) dan kapasitas produksi ( $Q^*$ ) bagi pengusaha duopoli tersebut.

Apabila pengusaha duopoli tersebut menurunkan harga dari tingkat  $P^*$ , maka pengusaha duopoli lain akan mengikutinya. Akibatnya kurve permintaan bagi pengusaha yang menurunkan harga menjadi EF, di mana elastisitas permintaan kurve EF sama dengan elastisitas permintaan pasar.

Sebaliknya jika pengusaha duopoli tadi menaikkan harga dan pengusaha pesaingnya juga menaikkan harga maka kurve permintaannya pada harga yang naik adalah kurve  $EF''$  yang elastisitas permintaannya juga sama dengan elastisitas permintaan pasar. Tetapi karena menurut asumsi bahwa tindakan menaikkan harga oleh suatu pengusaha duopoli tidak akan diikuti oleh pengusaha pesaingnya, maka kurve permintaan bagi pengusaha yang menaikkan harga tersebut menjadi EC yang elastisitas permintaannya menjadi lebih besar dari pada elastisitas permintaan pasar. Hal ini disebabkan karena sebagian pembeli atau

mungkin seluruhnya pindah ke pengusaha pesaingnya yang tidak menaikkan harga. Jadi yang menyebabkan kurve permintaan suatu pengusaha duopoli *patah* adalah karena tindakannya menaikkan harga tidak diikuti oleh pengusaha pesaingnya. Dengan patahnya kurve permintaan suatu pengusaha duopoli, dengan sendirinya kurve nilai penjualan marginalnya (MR) menjadi tidak kontinyu, yaitu CABD. Dengan MC dan AC seperti yang terlihat pada Gb. 7.20, maka posisi keseimbangan (= keuntungan maksimum) adalah pada tingkat penjualan produk sebesar  $Q^*$  dengan tingkat harga  $P^*$ . Seandainya terjadi perubahan biaya, selama perubahan tersebut masih dalam interval AB pada kurve MR, maka tingkat produk dan tingkat harga semula tidak akan berubah. pada pasar duopoli atau oligopoli harga. Tetapi jika perubahan biaya cukup besar sehingga keluar dari interval AB maka pengusaha cenderung untuk mengubah tingkat produk dan tingkat harganya. Hal inilah yang menyebabkan mengapa pada pasar duopoli atau oligopoli harga bersifat tegar (tidak mudah berubah), asal perubahan biaya atau permintaan bersifat moderat (tidak terlalu besar)

### **PERTANYAAN DAN LATIHAN**

1. Jelaskan mengenai ciri oligopoli. Jelaskan pula asumsi yang digunakan dalam membahas struktur oligopoli.
2. Jelaskan bagaimana perusahaan yang menghadapi pasar oligopoli menentukan produksi agar mencapai keuntungan maksimal.
3. Jelaskan perbedaan karakter pasar oligopoly dan pasar persaingan sempurna.

## DAFTAR PUSTAKA

Gaspersz, Vincenty. (2016). *Ekonomi Manajerial*, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama .

Mankiw, N. Gregory. (2016). *Macroeconomics*, Ninth Edition. New York: Macmillan Education.

Nicholson N, Gregory, (2018). *Pengantar Ekonomi, Jakarta Salemba Empat*

Parkin, Michael. (2008). *Economics, 8<sup>th</sup> Edition*, Toronto: Pearson International Edition.

Pindyck, dan Rubinfeld. (2015). *MicroEconomics*, Ninth Edition. Prentice Hall Inc.

Sukirno, Sadono. (2016). *Makro Ekonomi, Teori Pengantar, Cetakan ke-22*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.

Sukirno, Sadono. (2016). *Mikro Ekonomi, Teori Pengantar, Cetakan ke-22*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.