**PASAR PERSAINGAN SEMPURNA dan PASAR PERSAINGAN TIDAK SEMPURNA**

**Kompetensi Dasar**

3.4 Mendeskripsikan **konsep pasar** dan terbentuknya harga pasar dalam perekonomian

**Pengertian dan Struktur Pasar**

1. Pasar secara sempit berarti tempat pertemuan penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli barang dan jasa
2. Pasar secara luas adalah proses di mana pembeli dan penjual berinteraksi untuk mendapatkan harga keseimbangan atas tingkatan harga bedasarkan penawaran dan permintaan (*supply and demand*)
3. Pasar bedasarkan barang yang diperjualbelikan dibagi menjadi :
	1. **pasar faktor produksi**, adalah tempat bertemunya permintaan dan penawaran terhadap faktor produksi (segala sesuatu yang dibutuhkan produsen untuk memproduksi bbarang siap pakai), misal : tanah, tenaga kerja, modal dan *skill*
		1. pada pasar faktor produksi, faktor produksi dijual oleh RTK ke RTP. Penawaran datang dari RTK dan permintaan datang dari RTP
	2. **pasar barang konsumsi**, adalah tempat bertemunya permintaan dan peawaran barang konsumsi .
		1. pada pasar barang konsumsi, barang barang dijual RTP ke RTK. Penawaran datang dari RTP dan permintaan datang dari RTK.
4. Struktur pasar adalah berbagai hal yang dapat mempengaruhi tingkah laku dan kinerja perusahaan dalam pasar.
5. Tingkah laku perusahaan antara lain :
	1. jumlah perusahaan
	2. skala produksi
	3. jenis produksi
6. Struktut pasar yang **kompetitif** adalah struktur pasar di mana perusahaan – perusahaan yang ada tidak mempunyai kemampuan untuk mempengaruhi harga dan jumlah barang di pasar.

\* Semakin lemah perusahaan mempengaruhi pasar, semakin kompetitif struktur pasarnya

1. Struktur pasar dapat bergerak dari pasar persaingan sempurna hingga monopoli.

 Pasar Persaingan Tidak Sempurna

Pasar Persaingan Persaingan Oligopoli Duopoli Monopoli

Sempurna Monopolistik

-- *LATIHAN SOAL* –

1. Apa yang disebut dengan pasar ?
2. Harga keseimbangan disepakati antara pembeli dan penjual bedasarkan ... dan ...
3. Tiga contoh tingkah laku perusahaan antara lain ..., ..., dan ....
4. Berbagai hal yang dapat mempengaruhi tingkah laku kinerja perusahan adalah ....
5. Pasar bedasarkan barang yang diperjualbelikan dibedakan menjadi ..., yaitu ...., permintaan dan penawaran masing2 datang dari .... ; **dan** ...., yaitu..., di mana permintaan dan penawaran masing2 datang dari ....

**Pasar Persaingan Sempurna**

1. Pasar Persaingan Sempurna menggambarkan suatu keadan dimana penjual dan pembeli tidak dapat mempengaruhi harga, sehingga harga di pasar benar-benar merupakan hasil interaksi antara penawaran dan permintaan.

\* Harga yang terbentuk adalah cerminan keinginan konsumen dan produusen.

 Permintaan mencerminkan keinginan konsumen, sedangkan penawaran

 mencerminkan keinginan produsen

1. Ciri – ciri Pasar Persaingan Sempurna antara lain :
	1. terdapat **banyak pembeli**, namun mereka tidak dapat mempengaruhi harga

\* *harga benar-benar ditentukan penawaran dan permintaan, berapapun*

 *jumlah yang diberi tidak dapat memengaruhi harga, pembeli dikatakan*

 *pengikut harga (price-taker)*

* 1. dalam pasar persaingan sempurna terdapat **banyak penjual**

\* *penjual yang menjual harganya di atas harga pasar tidak akan laku,*

 *penjual yang menjual di bawah harga pasar akan rugi, sehingga penjual*

 *tidak berdaya menentukan harga*

* 1. barang dan jasa yang dijual bersifat **homogen** dan tidak dapat dibagi

\* *semua produk bersifat identik, tidak dapat dibedakan asal produsennya,*

 *promosi iklan tidak memengaruhi*

* 1. adanya **kebebasan untuk masuk dan keluar** dari pasar persaingan sempurna

\* *jika banyak yang untung, banyak perusahaan yang ikut pasar, sedangkan*

 *jika banyak yang rugi, banyak perusahaan yang ke luar pasar*

* 1. setiap pihak dapat **mengetahui keadaan pasar dengan mudah**
	2. adanya **kebebasan mengambil keputusan**
1. Di dunia nyata sulit mencari contoh pasar persaingan sempurna
2. Contoh kasus Pasar Persaingan Sempurna (PPS) adalah *Perusahaan Beras PT. A*
	1. Pasar Beras sangat sesuai dengan PPS, di mana penjual dan pembelinya memang sangat banyak
	2. Pada pasar beras, setiap penjual dan pembeli tidak mempunyai kekuatan untuk memengaruhi harga, mereka hanya ***pengikut harga (price taker)***.
	3. PT. A hanyalah satu di antara perusahaan beras yang ada, maka kontribusi yang diberikan hanyalah kecil.
	4. Berapapun kuantitas *output* beras yang diproduksi tidak akan memengaruhi *harga keseimbangan pasar*.



* 1. Perhatikan **Peraga Pasar Beras A** ! Peraga tersebut menggambarkan penawaran dan permintaan beras secara keseluruhan
		1. ***Harga Keseimbangan*** adalah harga pada titik perpotongan garis permintaan dan penawaran
		2. Harga Keseimbangan merupakan harga satu-satunya perusahaan dapat menjual produknya .Jika produsen beras menggunakan harga di atas harga keseimbangan, maka pembeli akan lari ke perusahaan dengan harga keseimbangan.
	2. Perhatikan **Peraga Permintaan Beras Tiap Perusahaan (B) !** Peraga tersebut menggambarkan permintaan yang dihadapi tiap2 perusahaan beras (misal PT.A)
		1. Berapapun kuantitas (*output, Q*) yang dihasilkan, harga pasar beras (*P*) tIdak akan terpengaruhi, terlihat dari garis berhorizontal
		2. Garis horizontal tidak menunjukkan bahwa perusahaan akan menghasilkan *Q* tak hingga.
		3. Kurva horizontal menunjukkan bahwa berapapun produksi tidak akan memengaruhi harga pasar
		4. kurva yang seperti ini adalah **elastis sempurna** , menunjukkan jika :
			1. perusahaan menaikkan harga, tidak akan ada pembeli
			2. perusahaan menurunkan harga, pembeli akan berdatangan, namun tidak akan merubah harga pasar karena jumlah *Q* perusahaan tidak sebanding dengan *Q* yang dijual di pasar
1. Harga pasar adalah pedoman dalam melakukan produksi bagi produsen. Naik turunnya harga memengaruhi produksi secara perorangan. Untuk menghindari kerugian akibat naik-turunnya harga pasar, maka produsen harus dapat menghitung **Break Event Point (BEP) atau Titik Pulang Pokok**

**\*** BEP adalah keadaan di mana total penerimaan sama dengan total pengeluaran *TR, total revenue = TC, total cost*

1. Untuk menentukan BEP maka produsen harus mengetahui hal – hal berikut :
	1. **TR (Total Revenue, penerimaan total)**
* TR adalah total penerimaan yang diperoleh dari hasil penjualan produksi
* Pada PPS, kurva TR merupakan garis lurus menaik yang dimulai dari 0,0 asumsi bahwa pembeli dan penjual mengikuti harga
* Harga ***P*** ditentukan oleh kekuatan pasar, pembeli dan penjual tidak dapat memengaruhi harga, keduanya hanya dapat menentukan kuantitas ***Q*** sehingga disebut ***quantity setter***.
* Secara matematis, TR dapat dirumuskan sebagai berikut

***TR = P × Q***



* 1. **AR (Average Revenue, penerimaan rata – rata)**
* AR adalah penerimaan total per unit yang diproduksi.
* Untuk PPS , karena harga tetap, maka nilai AR juga sama dengan P (*harga tiap unit*) sehingga kurva AR sama dengan kurva P

****

* 1. **MR (Marginal Revenue, pertambahan penerimaan)**
* MR adalah tambahan penerimaan yang diperoleh dari penjualan satu unit lagi.
* Karena harga tetap, maka MR itu konstan sesuai dengan tingkat harga, maka kurva MR sama dengan kurva AR juga P

*MR = TRn – TRn-1*



***P = AR = MR***

Dari peraga sebelumnya dapat disimpulkan bahwa berapapun permintaan, harga tidak akan berubah (***elastisitas sempurna***)

* 1. **MC (Marginal Cost, biaya marginal/ pertambahaan biaya)**
* MC adalah tambahan biaya yang diakibatkan dari penambahan produksi sejumlah satu unit

*MC = TCn – TCn-1*

* 1. **ATC (Average Total Cost, biaya total rata-rata)**
* ATC adalah biaya total yang harus dikeluarkan untuk setiap unit yang diproduksi

****

1. *<Contoh Kasus terdapat di lampiran>*
2. Harga pasar pada PPS bersifat ***datum***, artinya produsen tidak akan memengaruhi harga dengan cara menambah atau mengurangi produksi
* Harga yang terbentuk di pasar adalah batas apakah produsen sudah bekerja efektif dan efisien dalam menekan biaya dan dalam berproduksi secara optimal
* Produsen yang berproduksi dengan harga di atas harga pasar akan rugi.
* Produsen yang menerapkan efisiensi dan efektifitas dapat memproduksi barang di bawah harga pasar, sehingga mendapat keuntungan
* PPS mendidik masyarakat melakukan produksi secara efisien sehingga barang hasil produksi adalah yang terbaik dan termurah.
1. Kebaikan PPS antara lain :
	1. harga yang terbentuk bedasarkan penawaran dan permintaan , menjadi indikator kinerja produsen sehingga mendorong produsen memperbaiki kinerjanya
	2. memberikan barang yang harganya logis sesuai permintaan pasar
	3. terpacu untuk melakukan produksi secara efisien
	4. ekonomi lebih sehat – bergairah karena berproduksi secara efisien
2. Kekurangan PPS antara lain :
	1. barang yang diperdagangkan bersifat homogen
	2. tidak ada keunggulan antara produk
	3. inovasi menjadi terhambat

-- *LATIHAN SOAL* –

1. Apa yang disebut dengan pasar persaingan sempurna (PPS) ?
2. Apakah ciri – ciri PPS ?
3. Untuk menghindari kerugian dari naik turunnya harga pasar, maka produsen harus memerhatikan ....., yaitu .....
4. Harga keseimbangan adalah ....
5. Apa yang dimaksud dengan TR, AR, MR, TC dan ATC ? Tuliskan juga rumus matematikanya !
6. Tuliskan kelebihan dan kekurangan PPS !
7. Harga pasar (pada PPS) bersifat .... , yang artinya ....
8. Suatu keadaan di mana harga yang terbentuk adalah cerminan keinginan konsumen dan produsen di sebut ....
9. Pendapatan yang diperoleh dari hasil penjualan produksi disebut ...
10. Dalam PPS, pembeli dan penjual tidak dapat membedakan asal produksi barang karena barang yang dijual bersifat ....

---

**PASAR PERSAINGAN TIDAK SEMPURNA**

**Pasar Monopoli**

1. Kata *monopoli*  berasal dari kata *mono* artinya *satu* dan *poli* artinya *penjual*.

Dengan demikian bahwa ***pasar monopoli*** didefiniskan sebagai bentuk pasar di mana hanya ada satu penjual yang menguasai pasar dan perusahaan itu tidak mempunyai barang substitusi yang sangat dekat

1. Dalam pasar monopoli, perusahaan monopoli dapat menentukan harga secara utuh tanpa adanya persaingan dengan perusahaan lainnya.
2. Seorang monopolis adalah ***price maker***, mereka menaikkan harga dengan menurunkan jumlah produksi. Namun, ketika mengahadpi pembeli yang banyak, maka penjual memiliki keterbatasan harga. Jika terlalu mahal, pembeli lari ke barang substitusi lain yang lebih murah.
3. Ciri – ciri pasar monopoli adalah :
	1. hanya ada satu orang penjual
	2. terdapat banyak pembeli
	3. tidak ada pengganti (*substitusi*) yang dekat untuk produk pasar monopoli
	4. adanya hambatan untuk masuk ke dalam pasar.
4. Perusahaan – perusahaan yang berpeluang melakukan monopoli akan menghambat pendatang baru, menempatkannya kepada kondisi persaingan tidak menguntungkan dalam hal harga dan biaya.
5. Hambatan – hambatan dalam pasar monopoli antara lain :
	1. penetapan harga serendah mungkin
* *pemain lama yang memonopoli akan menurunkan harga serendah mungkin, menyebabkan perusahaan baru tidak mampu bersaing harga karena efektifitas dan efisiensi produksi yang belum langsung dapat dimiliki.*
	1. adanya kepemilikan terhadap hak paten atau hak cipta dan hak eksklusif
* *biasanya diperoleh melalui Peraturan Pemerintah.*
	1. pengawasan yang ketat terhadap agen pemasaran dan distribusi, *menyulitkan pendatang untuk menyentuh konsumen perusahaan monopoli*
	2. adanya skala ekonomis yang sangat besar
* *jika perusahaan mempunyai skala produksi sangat besar, maka efisiensi menjadi besar, industri bersifat demikian disebut* **monopoli alamiah** *yang biasanya hanya dimiliki pemerintah karena butuh dana besar*
	1. memuliki sumber daya yang unik
1. Penyebab munculnya pasar monopoli :
	1. ditetapkan oleh Undang- Undang
	2. penggabungan dari berbagai perusahaan, *dalam rangka menghimpun modal dalam jumlah besar untuk memproduksi barang dengan teknologi canggih. Modal yang besar menyebabkan tidak mudah produsen baru masuk*
	3. adanya hasil cipta atau karya seseorang yang diberikan kepada suatu perusahaan untuk diproduksi
2. Untuk menaikkan harga, maka produsen di pasar monopoli harus melakukan analisis agar kenaikan harga dapat meningkatkan penjualan perusahaan. Diperlukan beberapa indikator berikut :
	1. **TR** **(Total Revenue)** . *Kurva TR tidaklah garis lurus, namun pada awalnya menaik kemuadian mencapai titik maksimum lalu menurun.*
	2. **AR (Average Revenue),** *Kurva AR juga merupakan kurva permintaan, menurun dari kiri atas ke kanan bawah*
	3. **MR (Marginal Revenue)**, *Kurva MR juga berbentuk garis menurun seperti garis MR namun lebih curam.* Hal ini dapat dijelaskan dengan asumsi bahwa pada pasar monopoli, produsen hanya dapat memengaruhi harga saja, kuantitas saja, tidak keduanya.
	4. MR < P karena untuk menjual lebih banyak produk, penjual memilih untuk mengorbankan harga, sehingga semakin banyak produk terjual semakin sedikit nilai MR nya.



**Kurva TR, MR dan AR**

1. *<Contoh kasus terdapat di lampiran>*
2. Kebaikan dari pasar monopoli antara lain :
	1. menghindari produk produk tiruan dan persaingan yang tidak bermanfaat
	2. menimbulkan skala ekonomi yang menurunkan biaya produksi
	3. terjaganya kesinambungan stabilitas perusahaan
	4. mendorong penggunaan mesin-mesin generasi terbaru dengan tingkat teknologi tinggi
	5. mendorong peningkatan kinerja departemen penelitian dan pengembangan
3. Keburukan dari pasar monopoli antara lain :
	1. penyalahgunaan kekuatan ekonomi
	2. adanya pelecehan terhadap posisi konsumen
	3. adanya kesenjangan dalam pembagian pendapatan
	4. tidak adanya persaingan
	5. mengurangi kesejahteraan konsumen
4. Peran pemerintah dalam pasar monopoli :
	1. mencegah terjadinya monopoli itu sendiri (*anti-trust*)
	2. pemberian izin kepada perusahaan baru
	3. menambah penawaran barang dalam negeri dengan jalan impor
	4. pemerintah menetapkan harga eceran tertinggi (***HET***)

**Pasar Oligopoli**

1. Pasar Oligopoli adalah pasar di mana penawaran satu jenis barang dikuasai oleh beberapa perusahaan, umumnya lebih dari dua kurang dari sepuluh
	1. Jika hanya dikuasai oleh dua perusahaan, disebut pasar ***duopoli***
2. Ciri – ciri pasar oligopoli :
	1. Terdapat banyak pembeli di pasar
	2. Hanya ada beberapa penjual
	3. Produk yang dijual bersifat homogen, dan bisa juga berbeda namun memenuhi standar tertentu, *banyak dijumpai pada industri bahan mentah*
	4. Adanya hambatan perusahaan baru untuk memasuki pasar, namun tidak sesulit pasar monopoli
	5. Adanya saling ketergantungan
* *Jika salah satu perusahaan menurunkan harga, maka perusahaan tersebut akan mengalami kenaikan penjualan, dan perusahaan lain akan mengalami penurunan penjualan.*
* *Kerjasama antarperusahaan dapat memperkuat posisi mereka sehingga berkemampuan untuk menentukan harga dengan perjanjian-perjanjian tertentu*
	1. Penggunaan iklan sangat intensif
* *Iklan menjadi senjata ampuh karena iklan berpengaruh dalam tingkah laku serta selera konsumen*
1. Setiap perusahaan dalam pasar oligopoli selalu :
	1. memerhatikan perubahan dan kebijakan baru pesaingnya
	2. memikirkan bagaimana tindakannya memengaruhi pesaingnya
	3. memikirkan bagaimana pesaingnya akan bereaksi
	4. tidak hanya memikirkan strategi individu masa depan, namun juga strategi masa depan pesaingnya
2. Dalam pasar oligopoli, setiap perusahaan menempatkan dirinya dalam bagian yang terikat permainan pasar, di mana keuntungan yang didapatkan bergantung tingkah laku pesaingnya

**Pasar Persaingan Monopolistik**

1. Pasar persaingan monopolistik (PPM) adalah pasar di mana terdapat banyak produsen menghasilkan barang serupa tetapi memiliki perbedaan dalam beberapa aspek. Contoh PPM di Indonesia adalah *pasar sepeda motor*
2. Ciri-ciri PPM antara lain :
	1. terdapat banyak penjual atau produsen,
* *jumlah produsen atau penjual tidak sebanyak pada PPS. Pada PPM, tidak satupun produsen yang memiliki skala produksi yang lebih besar ketimbang produsen lainnya*
	1. jenis barang yang dipasarkan berbeda
* *pada PPM, barang yang dihasilkan bisa dibedakan antar produsen. Meskipun jenis barang cenderung sama, biasanya kita tetap membedakan dari layanan atau kemasannya*
* *Oleh karena itu, barang-barang pada PPM bukan barang substitusi (pengganti) sempurna, melainkan hanya semisubstitusi yang akhirnya menmungkinkan para produsen yang memiliki kekuatan untuk memonopoli pasar, meskipun hanya untuk produk tertentu.*
	1. produsen mampu memengaruhi harga
* *pada PPM produsen mampu memengaruhi harga walau tidak sekuat pada pasar monopoli atau oligopoli*
* *kekuatan memengaruhi harga datang dari sifat barang yang dihasilkan. Karena perbedaan dan ciri khas suatu barang , konsumen tidak akan berpindah ke merek lain.*
* *Barang-barang pada PPM cenderung homogen tetapi masing-masing memiliki ciri khas sendiri, tiap-tiap merk memiliki pelanggan setia*
	1. Produsen lain mudah masuk ke dalam pasar
* *namun, perusahaan/ produsen baru harus mampu menciptakan produk jenis berbeda dan lebih menarik daripada yang sudah ada*
	1. Promosi penjualan harus aktif
* *pada PPM, harga bukanlah faktor yang dapat menaikkan jumlah pembeli*
* *penjualan perusahaan bergantung kepada kemampuan pencitraan yang baik bagi masyarakat. Citra yang baik membuat konsumen tetap akan membeli walau harga mahal*
1. Banyaknya persamaan antara pasar monopoli dan PPM membuat kurva BEP (*break event point*) dan laba maksimumnua hampir sama dengan pasar monopoli.
2. Kebaikan PPM antara lain :
	1. barang yang diperjualbelikan berbeda walaupun fungsinya sama.

*Perbedaan dapat menyangkut : kualitas, harga ataupun pelayanan*

* 1. perusahaan terdorong dalam mengadakan inovasi
	2. masyarakat mendapatkan pelayanan yang baik karena perusahaan ingin memuaskan pelanggan demi mengisolasi diri dari persaingan (mendominasi pesaing)
1. Keburukan PPM antara lain :
	1. persaingan yang tajam menimbulkan biaya promosi yang banyak
	2. biaya promosi yang banyak memicu harga pada PPM berada pada tingkatan tinggi
2. Perbedaan setiap struktur pasar .

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Struktur Pasar**  | **Pasar Persaingan Sempurna** | **Pasar Monopoli** | **Pasar Oligopoli** | **Pasar Monopolistik** |
| Jumlah Penjual | Banyak | Satu | Sedikit | Beberapa |
| Untuk masuk dan keluar | Mudah | Sangat sulit | Sulit | Agak mudah |
| Kemampuan penjual menentukan harga | Sangat sulit | Mudah | Agak mudah | Sulit |
| Produk yang dihasilkan | Homogen | Produk unik | Ter-diferensiasi | Terdiferensiasi |
| Contoh | Produk pertanian | Perusahaan listrik | Industri semen, baja | Pasta gigi, sabun dan barang eceran |

**Peran Pasar dalam Kegiatan Ekonomi**

1. Peran pasar dalam kegiatan ekonomi antara lain :
	1. mengatur kegiatan ekonomi
* *produsen membutuhkan faktor-faktor produksi yang didapatkan di pasar faktor produksi*
* *jika harga faktor produksi sedang naik, produsen akan mencari faktor produksi lain (substitusi) yang lebih murah*
* *jika faktor substitusi juga mahal, maka produsen akan mengganti bahan baku dan terpaksa mengganti alat produksi*
* *oleh karena itu , harga pasar mendorong produsen menentukan kombinasi faktor produksi yang paling efisien*
	1. menetapkan harga dan nilai
* *harga barang ditentukan oleh kesepakatan penjual-pembeli atau pertemuan penawaran dan permintaan, yang berarti harga barang dibentuk dalam* ***pasar***
* *jika harga barang sudah ditentukan, secara otomatis nilai barang juga ditentukan*
	1. mendistribusikan barang dan jasa
* *transaksi jual beli yang diterjadi di pasar membuat produsen dapat menawarkan hasil produksi ke konsumen*
* *sebaliknya, konsumen dapat memperoleh barang/ jasa yang dibutuhkan,*
* *disimpulkan bahwa pasar memperlancar arus barang (distribusi)*
	1. menentukan jumlah pembelian dan penjualan
* *konsumen yang membelanjakan dananya dibatasi oleh dana yang terbatas , produsen saat akan membeli faktor produksi akan dibatasi oleh dana yang dimiliki produsen tersebut*
	1. menentukan jumlah persediaan
* *dari harga pasar, produsen dan konsumen dapat mengambil inisiatif untuk membentuk persediaan. Saat harga barang murah, konsumen cenderung membeli banyak sebagai langkah stock barang*
	1. melakukan promosi
* *pasar juga dijadikan tempat memperkenalkan produk oleh produsen karena pasar banyak dikunjungi oleh pembeli*

-- *LATIHAN SOAL* –

1. Apa yang disebut dengan pasar monopoli ?
2. Sebutkan dan jelaskan ciri ciri pasar monopoli !
3. Sebutkan dan jelaskan hambatan-hambatan pasar monopoli !
4. Sebutkan dan jelaskan penyebab terjadinya pasar monopoli !
5. Sebutkan dan jelaskan kebaikan pasar monopoli !
6. Sebutkan dan jelaskan keburukan pasar monopol i!
7. Sebutkan dan jelaskan peran pemerintah bagi pasar monopoli !
8. Apa yang dimaksud dengan pasar oligopoli ?
9. Sebutkan dan jelaskan ciri – ciri pasar oligopoli ?
10. Sebutkan dan jelaskan apa saja yang dilakukan produsen dalam pasar oligopoli !
11. Apa yang dimaksud pasar persaingan monopilistik (PPM) ?
12. Sebutkan dan jelaskan PPM !
13. Sebutkan kebaikan dan keburukan dari PPM !
14. Sebutkan dan jelaskan peran pasar dalam kegiatan ekonomi !
15. Isilah tabel berikut dengan benar !

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Struktur Pasar**  | **Pasar Persaingan Sempurna** | **Pasar Monopoli** | **Pasar Oligopoli** | **Pasar Monopolistik** |
| Jumlah Penjual |  |  |  |  |
| Untuk masuk dan keluar |  |  |  |  |
| Kemampuan penjual menentukan harga |  |  |  |  |
| Produk yang dihasilkan |  |  |  |  |
| Contoh |  |  |  |  |

---

**LAMPIRAN 1**

Untuk no. 14 berkaitan dengan ***Pasar Persaingan Sempurna***

Contoh Kasus

Perhatikan tabel berikut !

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Q** | **P** | **TR****(Q X P)** | **TC** | **ATC (TC/Q)** | **MR (TRn-TRn-1)** | **MC (TCn-TCn-1)** | **Laba** |
| 0 | 13 | 0 | 10 | - | - | - | -10 |
| 1 | 13 | 13 | 15 | 15 | 13 | 5 | -2 |
| 2 | 13 | 26 | 22 | 11 | 13 | 7 | 4 |
| 3 | 13 | 39 | 31 | 10,33 | 13 | 9 | 8 |
| 4 | 13 | 52 | 44 | 11 | 13 | 13 | 8 |
| 5 | 13 | 65 | 61 | 12,20 | 13 | 17 | 4 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |

Beberapa datapada tabel di atas akan diterjemahkan ke dalam grafik berikut !

***Daerah total laba maksimum***

Total laba maksimum dapat dicari dengan menarik garis tegak lurus dari titik perpotongan MC dengan AR hingga memotong garis ATC, lalu dari titik potong itu ditarik garis hingga sumbu y. Luas daerah yang terbentuk merupakan nilai **total laba maksimum**

***P = AR = MR***

 ***Rp 11***

 ***Rp10,33***

***Q***

**M**

**N**

***ATC***

***MC***

**Grafik hubungan antara P, ATC, MR dan MC**

* Grafik P = AR = MR berupa gari lurus karena harga konstan, sehingga MR dan AR juga jonstan
* Perbedaan antara ATC dengan P disebut ***laba per unit***
* Daerah dari titik N ke M menunjukkan harga lebih tinggi ketimbang ATC, menunjukkan adanya keuntungan bagi perusahaan
* Perhatikan pada ***Q = 3*** ! Saat Q = 3 , laba per unit nya adalah 🡺 LpU = P – ATC

= 13 –10,33

LpU = 2,67

* Nilai LpU( *laba per unit*) saat Q = 3 adalah 2,67 memiliki makna pada Q = 3, tiap unit menghasilkan laba Rp 2,67 . Jadi total laba untuk Q = 3 adalah 🡺 3 x Rp 2,67 =**Rp 8,01**
* Berapakah nilai *Q* yang memberikan laba maksimum ? Nilai *Q* di mana grafik MC memotong grafik MR (*atau MC = MR*)adalah nilai *Q* yang memberikan laba maksimum.
* Total laba maksimum yang didapat dapat kita hitung sebagai berikut
* LpU = P – ATC

= 13 – 11 ........................... *saat nilai MR = MC, nilai ATC = 11*

= Rp 2

* Total laba maksimum = LpU x Q

= Rp 2 x 4 .................... *MR = MC terjadi saat Q = 4*

= Rp 8

*Jadi, dengan produksi sedemikian rupa pada kondisi Pasar Persaingan Sempurna, laba maksimum yang didapat adalah saat* ***Q = 4*** *dengan total laba maksimum yaitu Rp 8*

*\* )LpU : Laba per Unit*

***BEP***

**Grafik TR dan TC. Perpotongan TR dan TC menunjukkan**

**nilai *BEP (Titik Pulang Pokok*) di mana TR = TC**

* Tanpa melalui grafik, nilai BEP juga dapat kita hitung secara matematis. Berikut langkahnya.

**TR** = TC ............................... *BEP adalah keadaan di mana TR = TC*

P x Q = FC x VC ...... *FC (Fixed Cost) adalah biaya saat Q = 0*

 *VC (Variable Cost) adalah selisih biaya Q = 1 dengan Q = 0*

13 x Q = 10 + (5 x Q)

13 Q – 5 Q = 10

8Q = 10

Q = 1,25

**TR** = 13 Q

 = 13 x 1,25

 = 16,25

**TR = TC, TC =** 16, 25

*Jadi, BE P adalah saat TR = TC = 16,25*

**LAMPIRAN 2**

Untuk no. 26 , berkaitan dengan ***Pasar Monopoli***

Contoh kasus : Menentukan laba maksimum pada pasar monopoli

Perhatikan data berikut !



daerah laba total maksimum

***MR***

***ATC***

Laba total maksimum dapat dicari dengan langkah – langkah berikut !

1) Tarik garis dari perpotongan MC dengan MR, menemui garis P di titik D

2) Dari titik D tarik garis lurus menuju sumbu *y*

3)Dari titik D tarik garis lurus ke bawah hingga mnemui kurva ATC, di titik d

4) Dari titik *d* tarik garis lurus ke sumbu *y*

Luas daerah yang terbentuk merupakan nilai laba total

***MC***

***d***

***D***

***P***

**1 2 3 4 5 6 7 8 9 10**

Grafik di atas dibuat bedasarkan tabel berikut.



Penentuan total laba maksimum dapat dilakukan juga dari tabel.

1. Tentukanlah baris yang nilai MR = MC, yaitu baris di mana *Q = 6*
2. Saat *Q = 6,* P = 32. Ini menunjukkan bahwa saat barang dijual sebanyak 6, harga tiap unit produk adalah Rp 6.
3. Maka, total laba maksimum nya adalah :

= (*P* – ATC ) x Q

= ( 32 – 23 ) x 6 ......................................*semua adalah bilangan ketika MR = MC*

= 9 x 6

= 54

*Jadi, total laba maksimum terjadi ketika Q = 6 dan total laba maksimum yang di dapat adalah Rp 54*

**sumber : Ekonomi untuk SMA/MA Kelas X , *Alam S.***

**terima kasih**

**selamat belajar – Tuhan memberkati**

**ora et labora**