**KATA PENGANTAR**

Puji syukur kehadirat Tuhan yang Maha Esa karena berkat rahmatNya kami dapat menyelesaikan Makalah Struktur Pasar dalam rangka memenuhi tugas, strategi dan kebijakan bisnis. terima kasih kami ucapkan kepada Dosen Mata Kuliah Strategi dan Kebijakan Bisnis, tugas yang telah diberikan sehingga menambah pemahaman penulis terhadap makalah yang penulis buat.

Kami mempersembahkan Makalah mengenai Struktur Pasar yang  diringkas dari beberapa sumber seperti buku dan juga internet yang secara garis besar membahas tentang Struktur Pasar .

Kami berusaha menyajikan makalah ini semaksimal mungkin agar mudah untuk dibaca dan dipahami. Jika terdapat  banyak kekurangan dan kesalahan dalam penulisan ini, kami mohon saran dan kritik.

Tabalong., Oktober 2012

**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Latar Belakang**

Pasar adalah suatu tempat atau proses interaksi antara permintaan (pembeli) dan penawaran (penjual) dari suatu barang/jasa tertentu, sehingga akhirnya dapat menetapkan harga keseimbangan (harga pasar) dan jumlah yang diperdagangkan. Jadi setiap proses yang mempertemukan antara pembeli dan penjual, maka akan membentuk harga yang disepakati antara pembeli dan penjual.

1. **Struktur Pasar**

Struktur pasar adalah penggolongan produsen kepada beberapa bentuk pasar berdasarkan pada ciri-ciri seperti jenis produk yang dihasilkan, banyaknya perusahaan dalam industri, mudah tidaknya keluar atau masuk ke dalam industri dan peranan iklan dalam kegiatan industri.

Pada analisa ekonomi dibedakan menjadi pasar persaingan sempurna dan pasar persaingan tidak sempurna.

**C.Jenis-jenis Struktur Pasar**

Pasar Persaingan Sempurna

 Pasar Persaingan Tidak Sempurna

**BAB II**

**PEMBAHASAN**

**Jenis-jenis Struktur Pasar**

**A.  Pasar Persaingan Sempurna**

Persaingan sempurna, adalah struktur pasar yang  ditandai oleh jumlah pembeli dan penjual yang sangat banyak. Transaksi setiap individu tersebut (Pembeli dan penjual) sangat kecil dibandingkan output industri total sehingga mereka tidak bisa mempengaruhi harga produk tersebut. Informasi tentang harga dan kualitas produk itu sempurna dan setiap perusahaan bisa dengan mudah mendapatkannya. Dalam jangka panjang tidak ada perusahaan atau industri yang menerima laba di atas normal.

Ciri-ciri dari pasar persaingan sempurna adalah:

a.    Jumlah perusahaan dalam pasar sangat banyak.

b.    Produk/barang yang diperdagangkan serba sama (homogen).

c.    Konsumen memahami sepenuhnya keadaan pasar.

d.   Tidak ada hambatan untuk keluar/masuk bagi setiap penjual.

e.    Pemerintah tidak campur tangan dalam proses pembentukan harga.

f.     Penjual atau produsen hanya berperan sebagai price taker (pengambil harga/ada proses tawar-menawar).

Pasar persaingan sempurna biasanya berisi atau menjual barang-barang kebutuhan primer seperti Pasar Tanah Abang, atau pasar yang menjual sembako.

**B.  Pasar Persaingan Tidak Sempurna**

*a.    Pasar Monopoli*

Pasar  Monopoli adalah struktur pasar yang ditandai oleh adanya seorang produsen tunggal. Perusahaan monopoli bebas untuk menentukan jumlah output dan harga produk kapan saja dan bisa mendapatkan keuntungan di atas keuntungan normal dalam jangka panjang.

Ciri-ciri dari pasar monopoli adalah:

1.      Produk yang dihasilkan oleh perusahaan monopoli tidak ada barang substitusi/pengganti yang mirip (close substitute);

2.      Adanya seorang penjual yang menguasai pasar dengan jumlah pembeli yang sangat banyak.

3.      Tidak ada pengusaha lain yang bisa memasuki pasar tersebut karena ada hambatan berupa keunggulan perusahaan.

4.      Dapat mempengaruhi penentuan harga.

5.      Promosi iklan tidak terlalu diperlukan.

6.      Pemerintah ikut campur tangan dalam proses pengawasan penentuan harga.

Ada beberapa penyebab terjadinya pasar monopoli, di antara penyebabnya adalah sebagai berikut:

1.      Ditetapkannya Undang-undang (Monopoli Undang-undang). Atas pertimbangan pemerintah, maka pemerintah dapat memberikan hak pada suatu perusahaan seperti PT. Pos dan Giro, PT. PLN.

2.      Timbul kepercayaan masyarakat untuk selalu menggunakan produk tersebut.

3.      Hasil cipta atau karya seseorang yang diberikan kepada suatu perusahaan untuk diproduksi, yang kita kenal dengan istilah hak paten atau hak cipta.

4.      Perusahaan monopoli mempunyai sumber daya tertentu yang unik yang tidak dimiliki oleh perusahaan lain.

*b.    Pasar Monopolistik*

Persaingan monopolistik, adalah struktur pasar yang sangat mirip dengan persaingan sempurna tetapi pada pasar monopolistik para produsen menghasilkan atau menjual barang yang berbeda corak atau keunggulan.

Contoh: produk sabun yang memiliki keunggulan misalnya untuk kecantikan, kesehatan dan lain-lain.

Ciri-ciri dari pasar monopolistik adalah:

1.      Terdapat banyak penjual/produsen yang berkecimpung di pasar.

2.      Barangnya bersifat berbeda corak.

3.      Untuk memenangkan persaingan setiap penjual aktif melakukan promosi/iklan.

4.      Perusahaan-perusahaan dalam pasar monopolistik ini mudah untuk masuk dan keluar dari industri.

5.      Perusahaan mempunyai sedikit kekuasaan mempengaruhi harga.

Pasar Monopolistik memiliki keunggulan sebagai berikut :

1.        Banyak variasi produk yang menguntungkan konsumen untuk dapat memilih produk yang terbaik baginya.

2.        Membuat konsumen loyal terhadap produk yang dipilihnya.

3.        Pasar ini relatif mudah dijumpai oleh konsumen, karena sebagian besar kebutuhan sehari-hari tersedia dalam pasar monopolistik.

Kelemahan Pasar Monopolistik sebagai berikut :

1.      Pasar monopolistik memiliki tingkat persaingan yang tinggi, baik dari segi harga, kualitas maupun pelayanan. Sehingga produsen yang tidak memiliki modal dan pengalaman yang cukup akan cepat keluar dari pasar.

2.      Dibutuhkan modal yang cukup besar untuk masuk ke dalam pasar monopolistik, karena pemain pasar di dalamnya memiliki skala ekonomis yang cukup tinggi.

3.      Pasar ini mendorong produsen untuk selalu berinovasi, sehingga akan meningkatkan biaya produksi yang akan berimbas pada harga produk yang harus dibayar oleh konsumen

*c.    Pasar Oligopoli*

Oligopoli, adalah struktur pasar di mana hanya ada sejumlah kecil perusahaan yang memproduksi hampir semua output industri dan mempunyai keputusan yang saling mempengaruhi. Pasar Oligopoli dalam teori Ekonomi Mikro dibedakan menjadi 2 macam yaitu, Pasar Oligopoli Kolusif  yaitu dimana perusahaan-perusahaan saling bersepakat untuk melakukan tindakan bersama didalam menentukan harga dan tingkat produksi, dan Pasar Oligopoli Nonkolusif  yaitu dimana perusahaan-perusahaan tidak melakukan kesepakatan.

Ciri-ciri dari pasar oligopoli adalah:

1.      Terdapat beberapa penjual/produsen yang menguasai pasar.

2.      Barang yang diperjual-belikan dapat homogen dan dapat pula berbeda corak (differentiated product), seperti air minuman aqua.

3.      Adanya ketidaksempurnaan dan hambatan dalam memperoleh informasi mengenai produk.

4.      Kekuasaan menentukan harga ada kalanya lemah dan ada kalanya sangat tangguh.

5.      Perusahaan – perusahaan baru sangat sulit untuk masuk ke pasar Oligopoli.

**C. Jenis-jenis pasar Oligopoli**

Berdasarkan produk yang diperdagangkan, pasar oligopoli dapat dibedakan menjadi 2 jenis, yaitu :

1.      Pasar oligopoli murni (pure oligopoly), pasar yang dimana barang yang diperdagangkan merupakan barang yang bersifat identik, misalnya praktek oligopoli pada produk air mineral dalam kemasan atau semen.

2.      Pasar oligopoli dengan pembedaan (differentiated oligopoly), pasar yang dimana barang yang diperdagangkan dapat dibedakan, misalnya pasar sepeda motor di Indonesia yang dikuasai oleh beberapa merek terkenal seperti Honda, Yamaha dan Suzuki.

**KESIMPULAN**

Struktur pasar adalah penggolongan produsen kepada beberapa bentuk pasar berdasarkan pada ciri-ciri seperti jenis produk yang dihasilkan, banyaknya perusahaan dalam industri, mudah tidaknya keluar atau masuk ke dalam industri dan peranan iklan dalam kegiatan industri.

Pada analisa ekonomi dibedakan menjadi pasar persaingan sempurna dan pasar persaingan tidak sempurna.

Pasar persaingan tidak sempurna terbagi atas :

1. Pasar Monopoli
2. Pasar Monopolistik
3. Pasar Oligopoli

Setiap pasar mempunyai ciri yang berbeda-beda. Keunggulan dan kelemahan pasar dapat mempengaruhi suatu pasar ditentukan dari tingkat variasi produk, banyaknya perusahaan pesaing, dan kekuasaan dalam menguasai pasar.

**DAFTAR PUSTAKA**

* [www.google.com](http://www.google.com/)
* [www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com/)
* Sadono Sukirno, MIKRO EKONOMI : Teori Pengantar, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2007.
* [http://alvinjunizar.blogspot.com](http://alvinjunizar.blogspot.com/)
* <http://putracenter.net/2009/07/22/teori-ekonomi-mikro-struktur-pasar/>
* <http://mierameidianisuryadi.blogspot.com/2012/01/peranan-koperasi-di-pasar-persaingan_14.html>