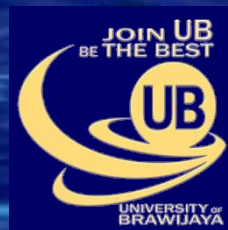


# Teori Pasar Persaingan

[www.aeunike.lecture.ub.ac.id](http://www.aeunike.lecture.ub.ac.id)



## ❖ **Kondisi ekstrim 1**

- *perfect competition* >>> jumlah perusahaan banyak namun kemampuan sangat kecil untuk mempengaruhi harga pasar.

## ❖ **Kondisi ekstrim 2**

- Monopoli

## ❖ **Peralihan antara ekstrim 1 & 2:**

- *monopolistic competition*
- *oligopoly*

# Karakteristik Pasar Persaingan Sempurna

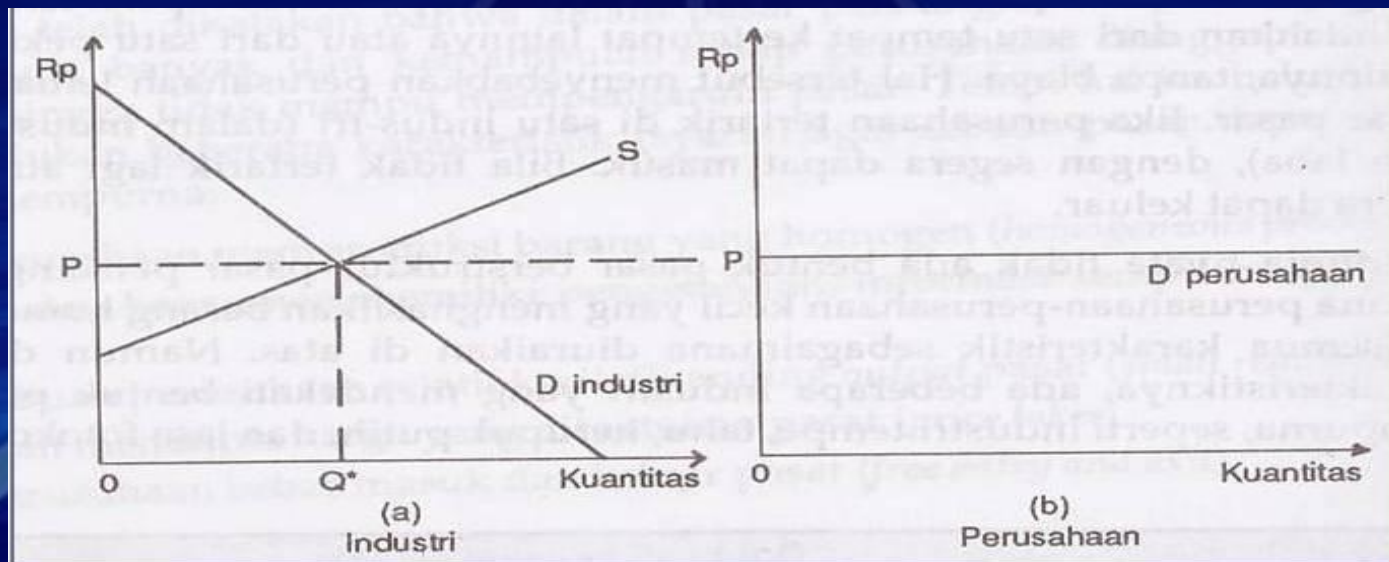
- *Homogeneous product*
- *Perfect knowledge*
- *Small relatively output*
- *Price taker*
- *Free entry and exit*

# Permintaan dan Penawaran Pasar Persaingan Sempurna

## ❖ **Permintaan**

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

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

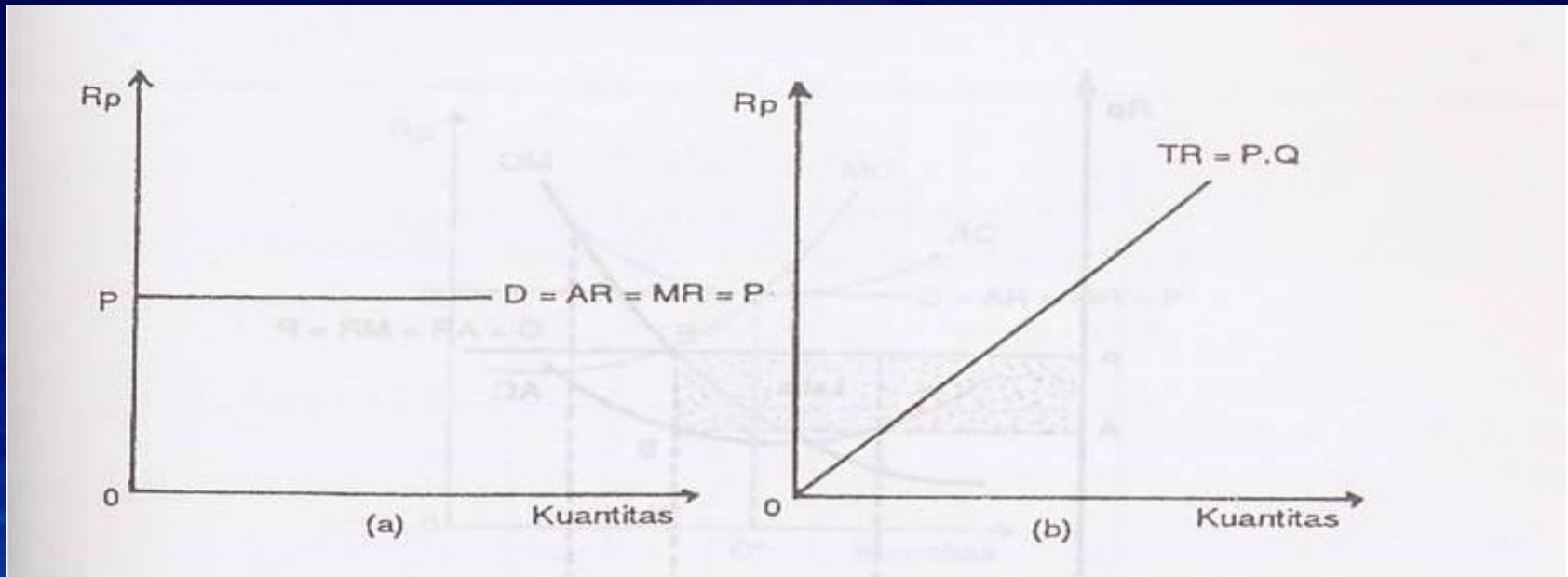


# Permintaan dan Penawaran Pasar Persaingan Sempurna

## ❖ Penawaran

$$D = AR = MR = P$$

$TR = P \times Q$ , bergerak mulai dari titik  $(0,0)$ .



# Keseimbangan Perusahaan Jangka Pendek

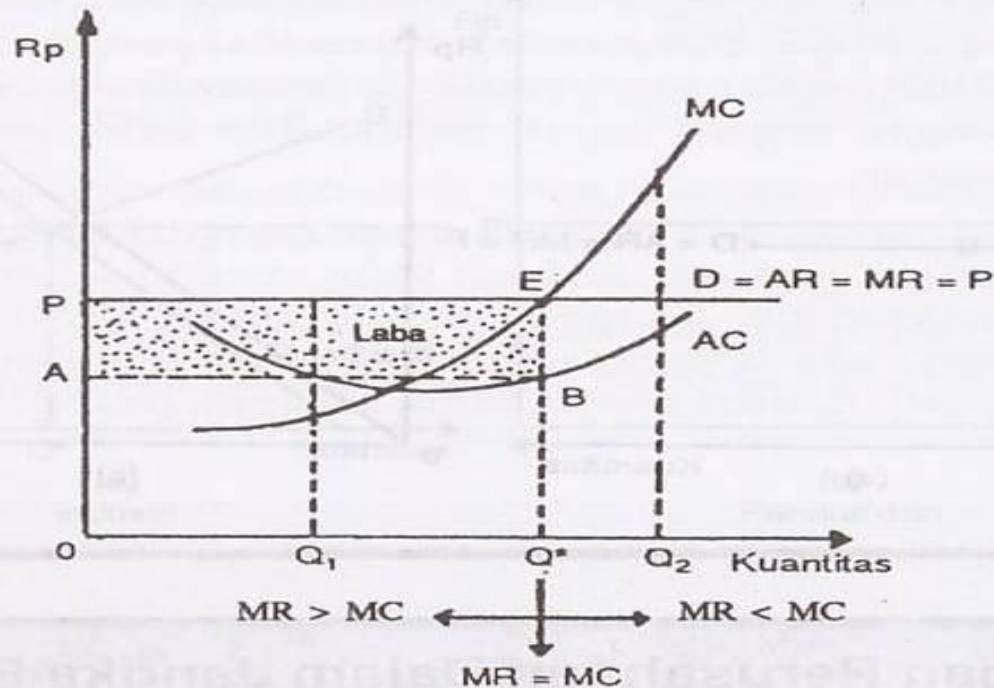
Perusahaan sebaiknya hanya memproduksi pada:

$$VC = TR \text{ atau } AVC = P$$

Laba maksimum atau *minimum loss*, pada:

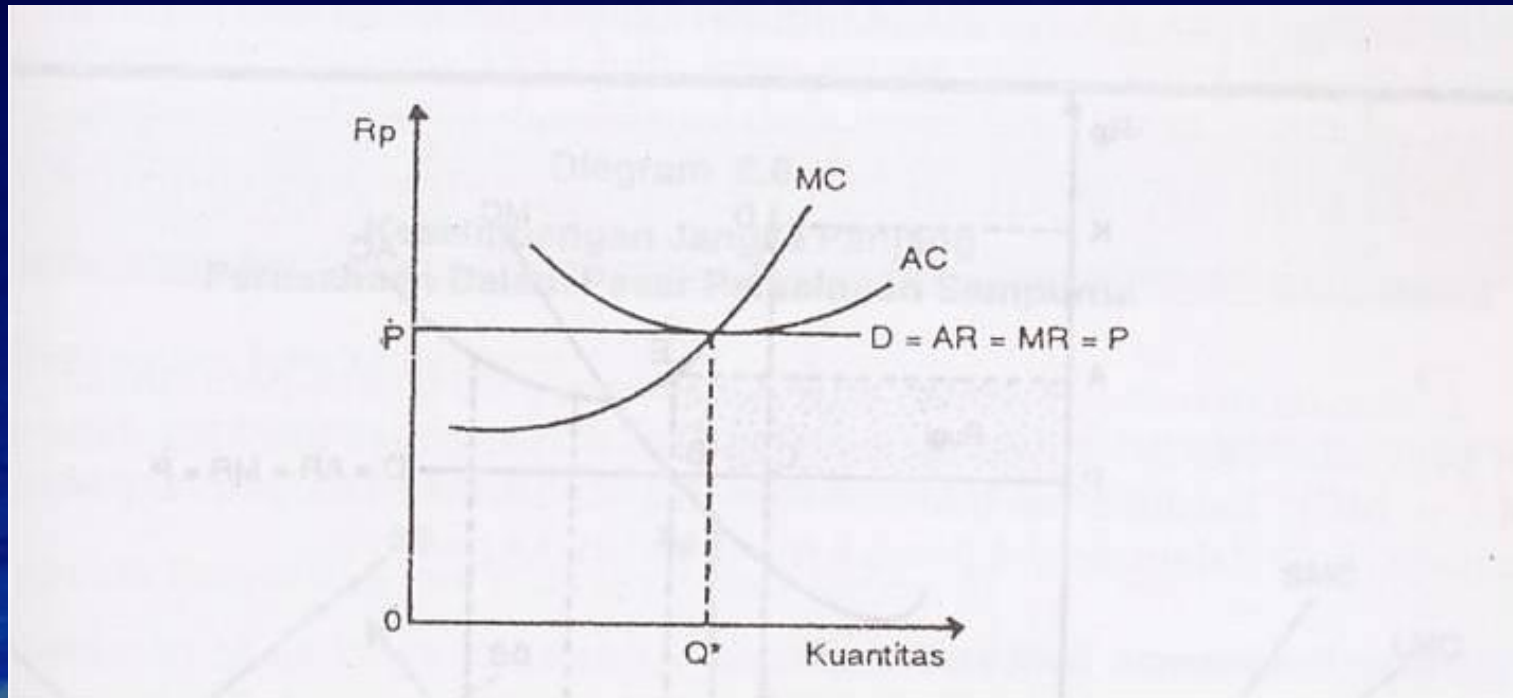
$$MR = MC$$

Gambar di bawah ini menunjukkan bahwa kondisi  $MR = MC$  (titik E) tercapai pada saat output sejumlah  $Q^*$



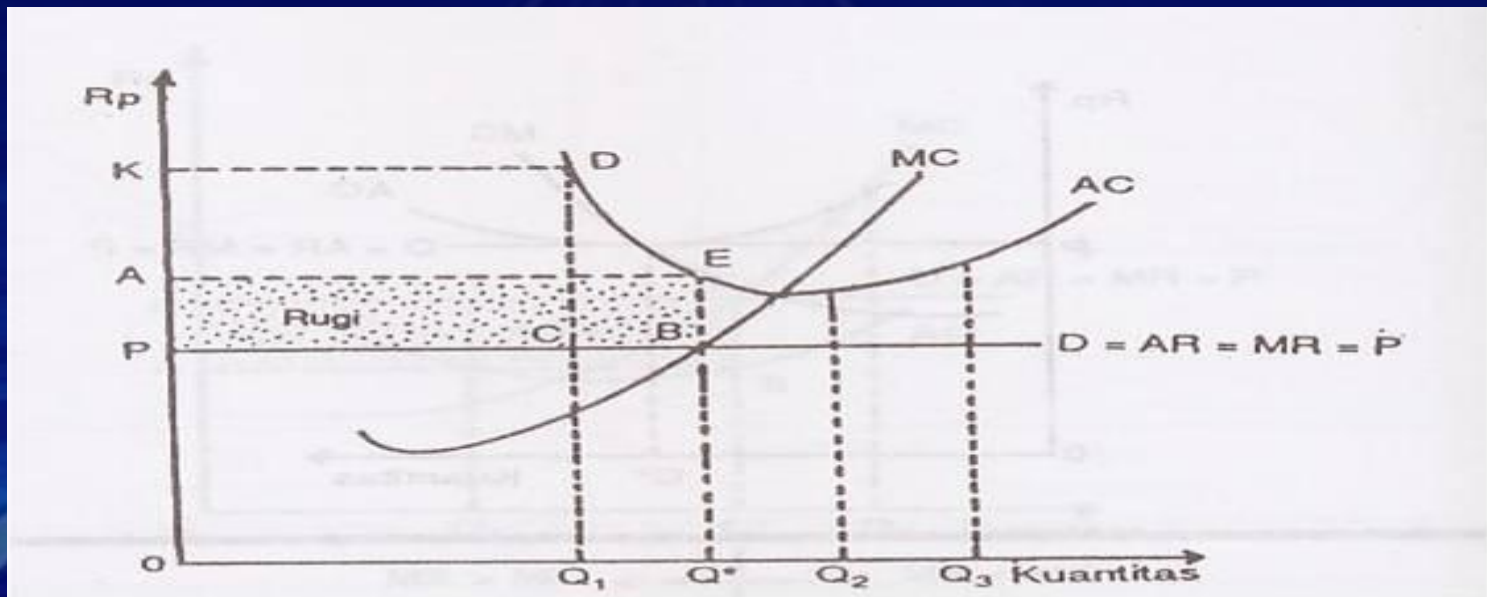
Kondisi impas :

$AC = P$ , laba per unit sama dengan nol



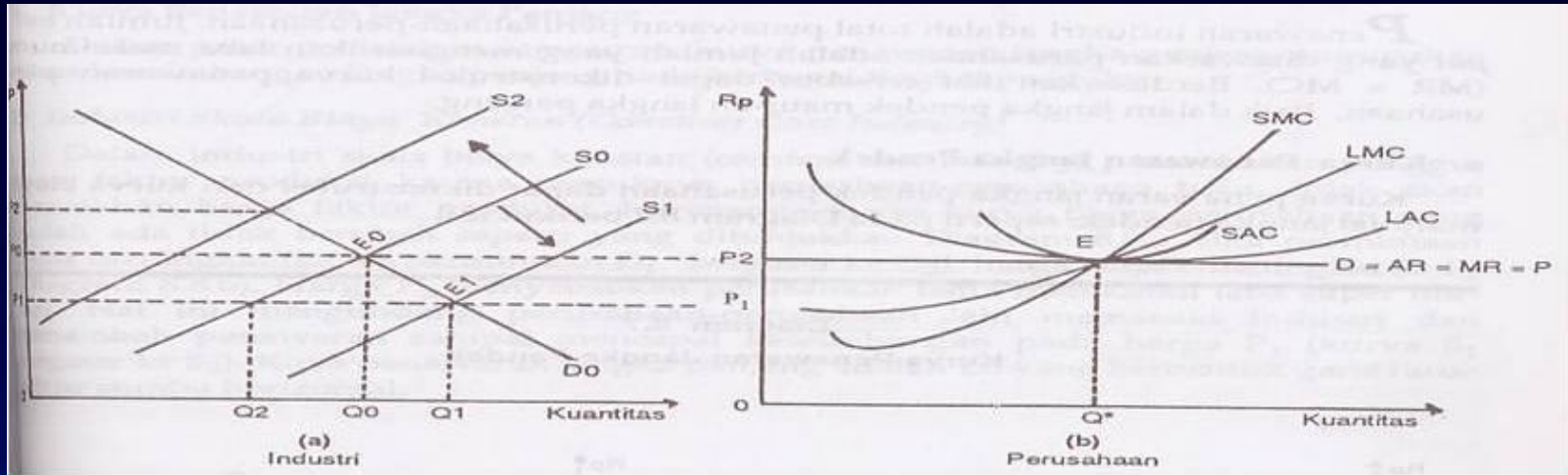


Gambar berikut menunjukkan bahwa pada saat  $MR = MC$  perusahaan mengalami kerugian sebesar  $BE$  per unit. Sehingga kerugian total adalah seluas bidang  $PAEB$ . Kerugian ini adalah kerugian minimum.



# Keseimbangan Perusahaan Jangka Panjang

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

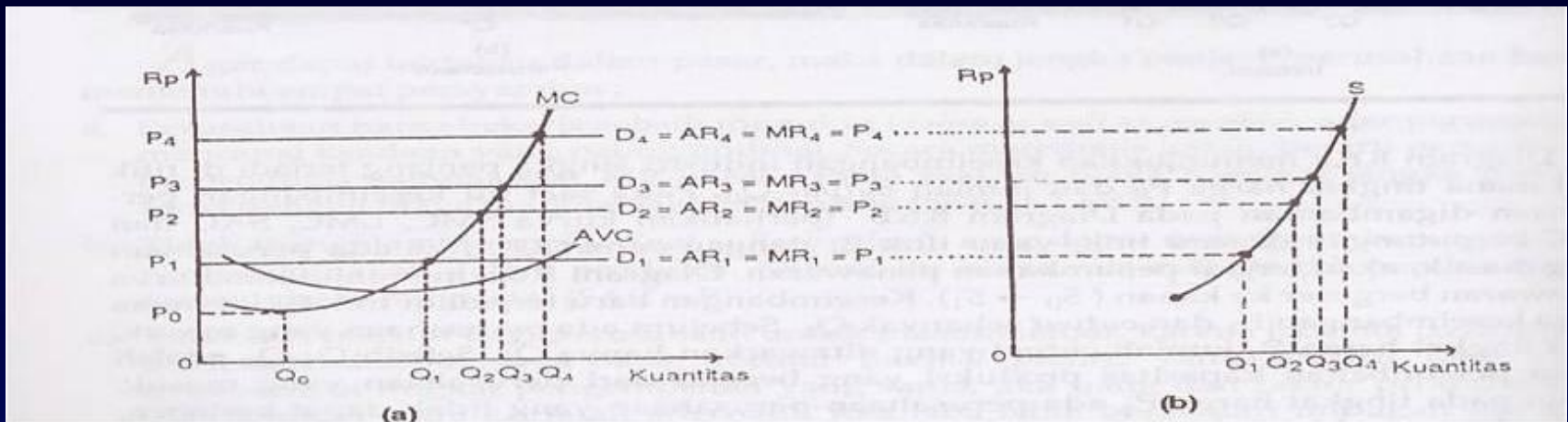


Gambar (a) menunjukkan keseimbangan industri jangka panjang terjadi di titik E pada tingkat harga  $P_0$  dan jumlah output  $Q_0$ .

Gambar (b) menunjukkan jika ada perusahaan yang masuk, akan terjadi penambahan penawaran.

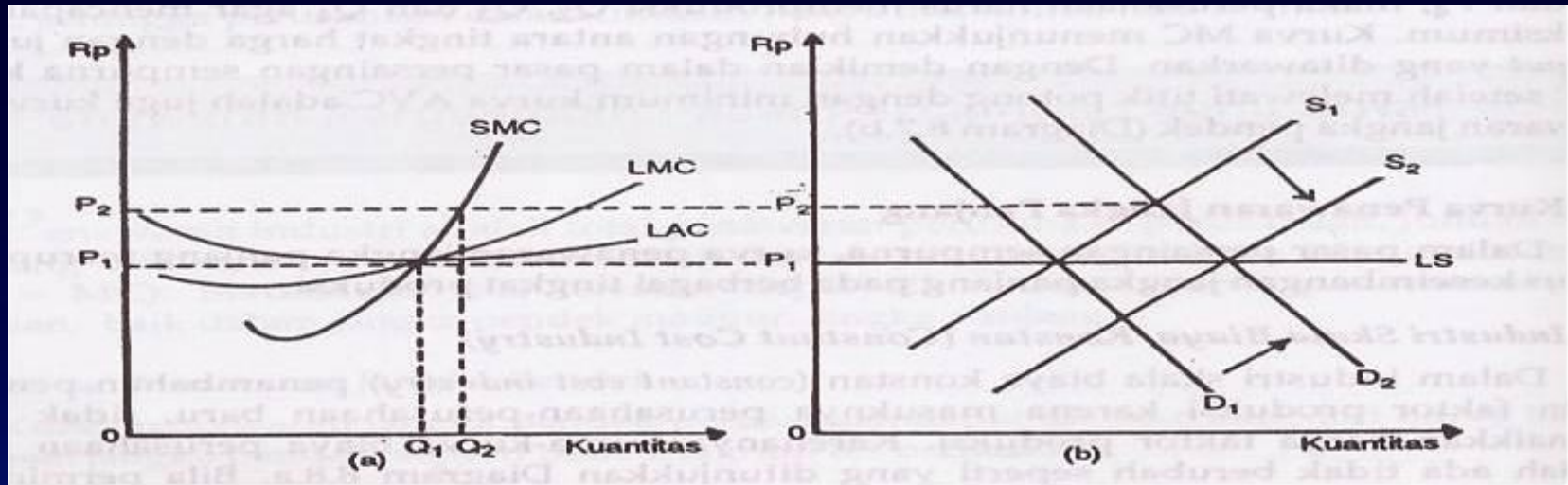
Perhatikan kurva SMC, LMC, SAC dan LAC berpotongan di satu titik, yaitu titik E.

# Penawaran Perusahaan Pasar Persaingan Sempurna

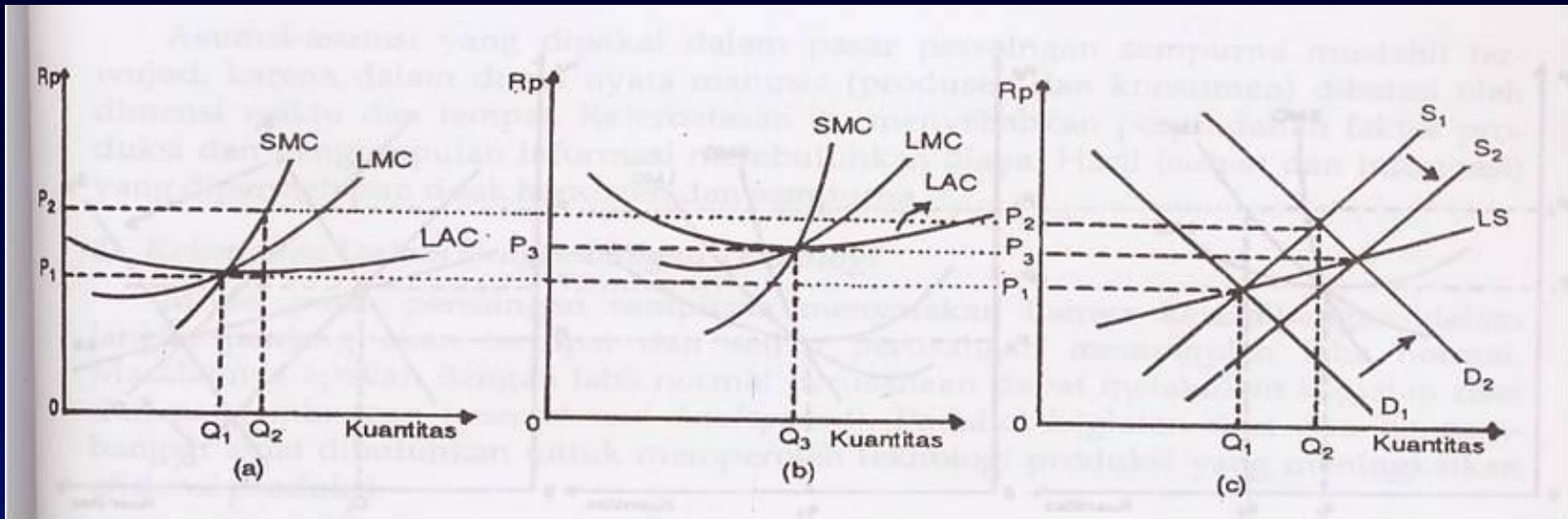


Gambar (a) menunjukkan jika harga di bawah  $P_0$ , perusahaan tidak mau memproduksi (tidak ada penawaran) karena harga masih lebih kecil dari biaya variable per unit yang paling rendah (AVC berpotongan dengan MC)

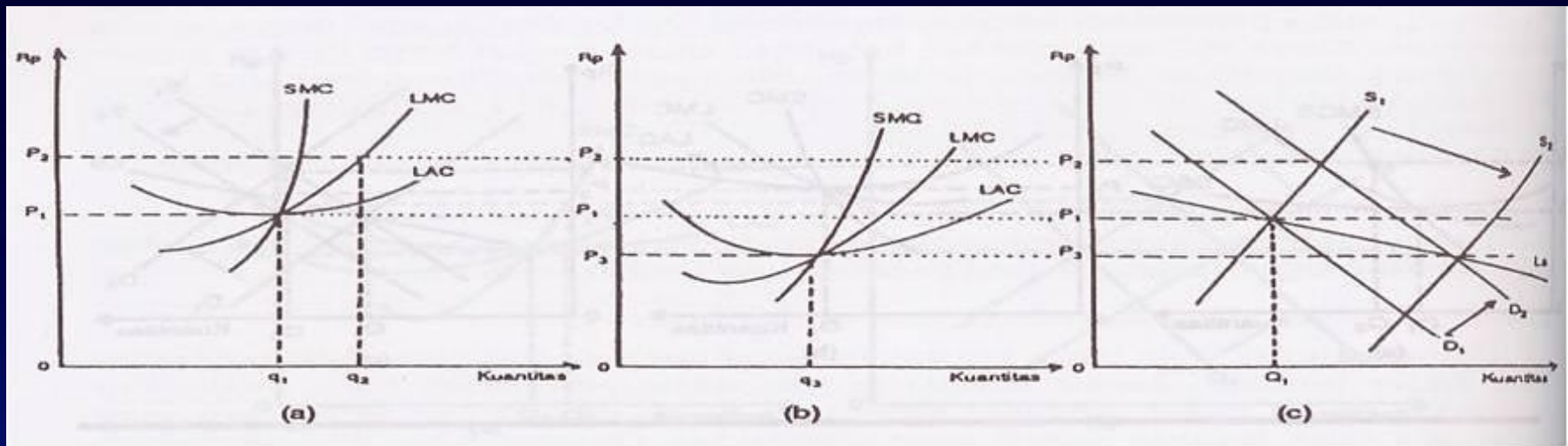
Gambar (b) menunjukkan dalam pasar persaingan sempurna kurva MC setelah melewati titik potong dengan minimum kurva AVC adalah juga kurva penawaran jangka pendek.



- ❖ Penambahan penggunaan faktor produksi karena masuknya perusahaan baru, tidak akan menaikkan harga faktor produksi (a).
- ❖ Bila permintaan pasar meningkat (kurva permintaan  $D_1$  bergeser ke  $D_2$ ), harga output meningkat ke  $P_2$  (b)



- ❖ Masuknya perusahaan – perusahaan baru menyebabkan harga faktor produksi naik, sehingga terjadi perubahan struktur biaya dan pergeseran titik keseimbangan.
- ❖ Struktur biaya sebelum masuknya perusahaan lain (a)
- ❖ Struktur biaya setelah masuknya perusahaan lain (b)
- ❖ Menunjukkan peningkatan permintaan ( $D_1 - D_2$ ) (c)



- Masuknya perusahaan – perusahaan lain ke dalam industri justru menurunkan harga faktor produksi karena efisiensi skala besar (*large scale economies*).
- Akibatnya struktur biaya jadi lebih murah (a ke b).
- Meningkatnya permintaan ( $D_1$ – $D_2$ ) menaikkan harga jual ke  $P_2$  yang mengundang masuknya perusahaan lain.

# Kekuatan dan Kelemahan Pasar Persaingan Sempurna

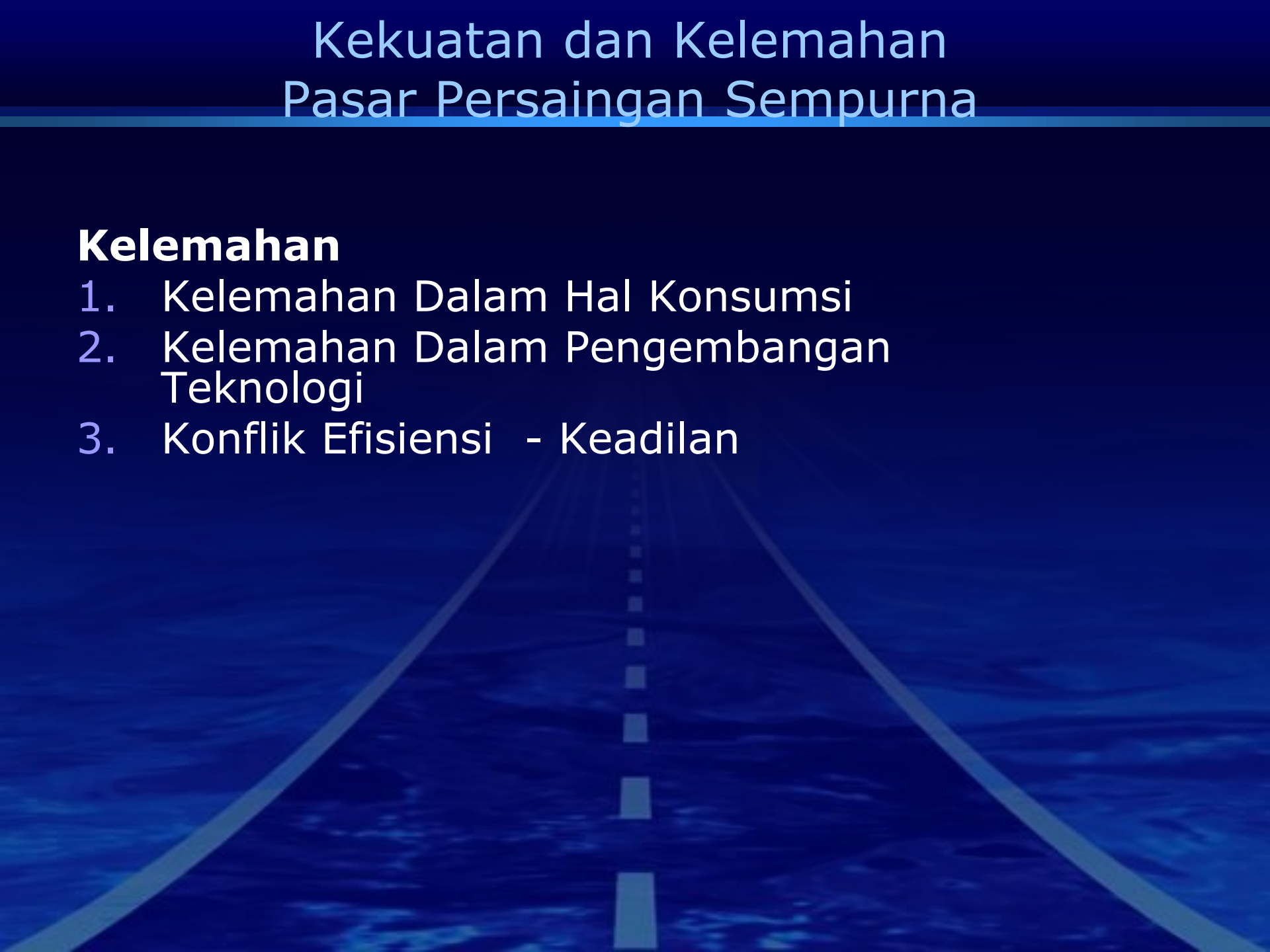
## **Kekuatan**

1. Harga jual barang dan jasa adalah yang termurah
2. Jumlah output paling banyak sehingga rasio output per penduduk maksimal (kemakmuran maksimal).
3. Masyarakat merasa nyaman dalam mengkonsumsi (produk yang homogen) dan tidak takut ditipu dalam kualitas dan harga.



# Kekuatan dan Kelemahan Pasar Persaingan Sempurna

## **Kelemahan**

1. Kelemahan Dalam Hal Konsumsi
  2. Kelemahan Dalam Pengembangan Teknologi
  3. Konflik Efisiensi - Keadilan
- 

# Thank You !

Mata kuliah: Pengantar Ekonomi (TKI 4206)

