

MARKET STRUCTURE AND PRICING PRACTICES

DR. MOHAMMAD ABDUL MUKHYI, SE., MM

Monday, November 23,
2009

Pengantar Ekonomi 1
Mohammad Abdul Mukhyi

1

PASAR PERSAINGAN SEMPURNA

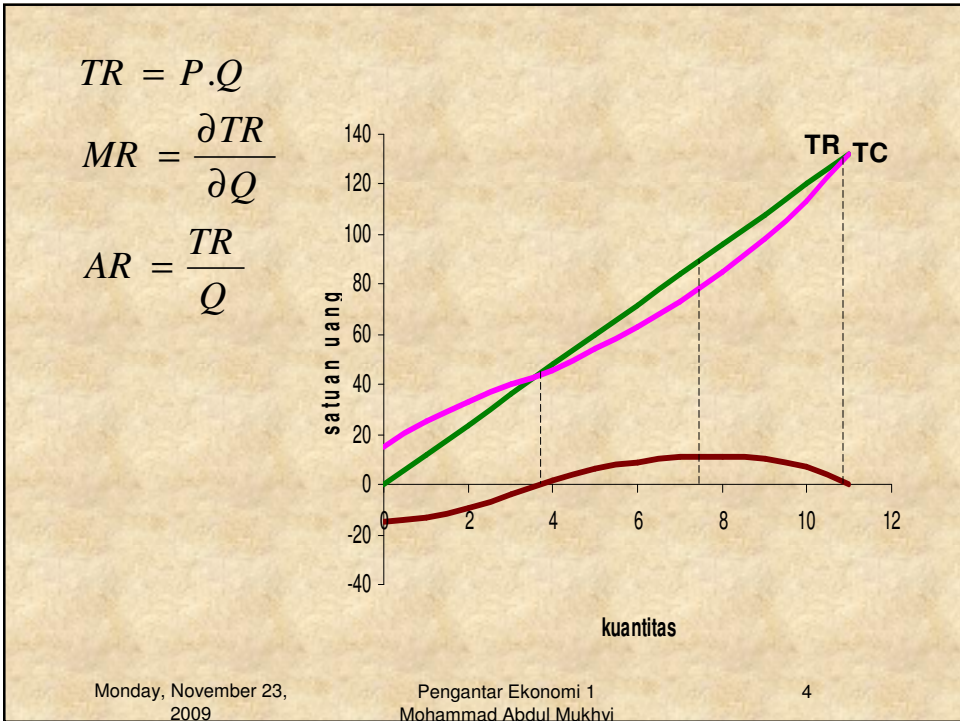
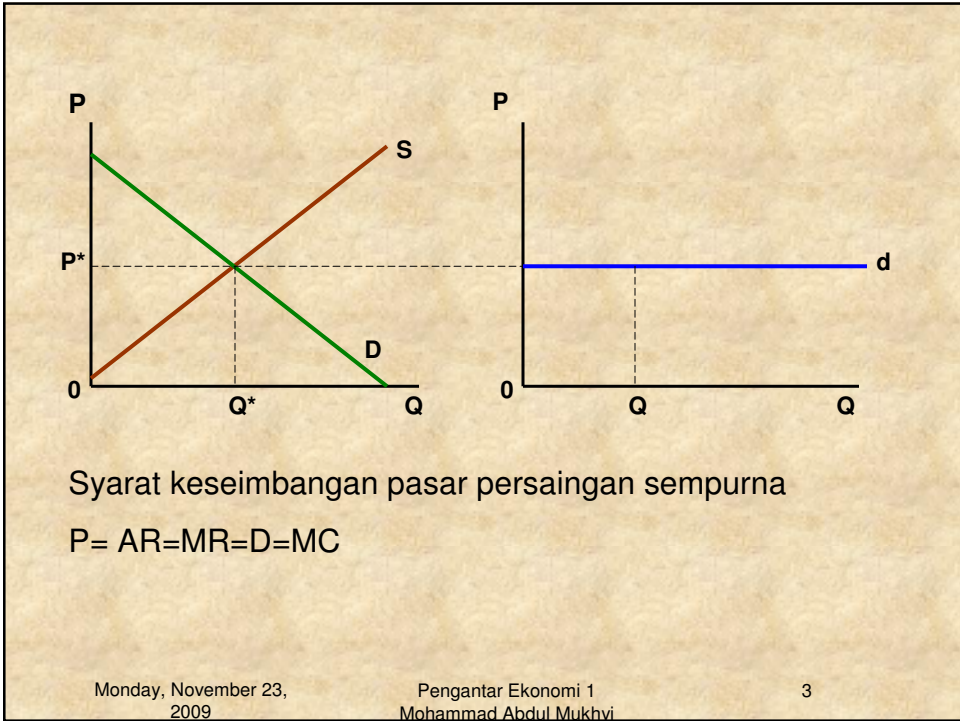
Sifat-sifat :

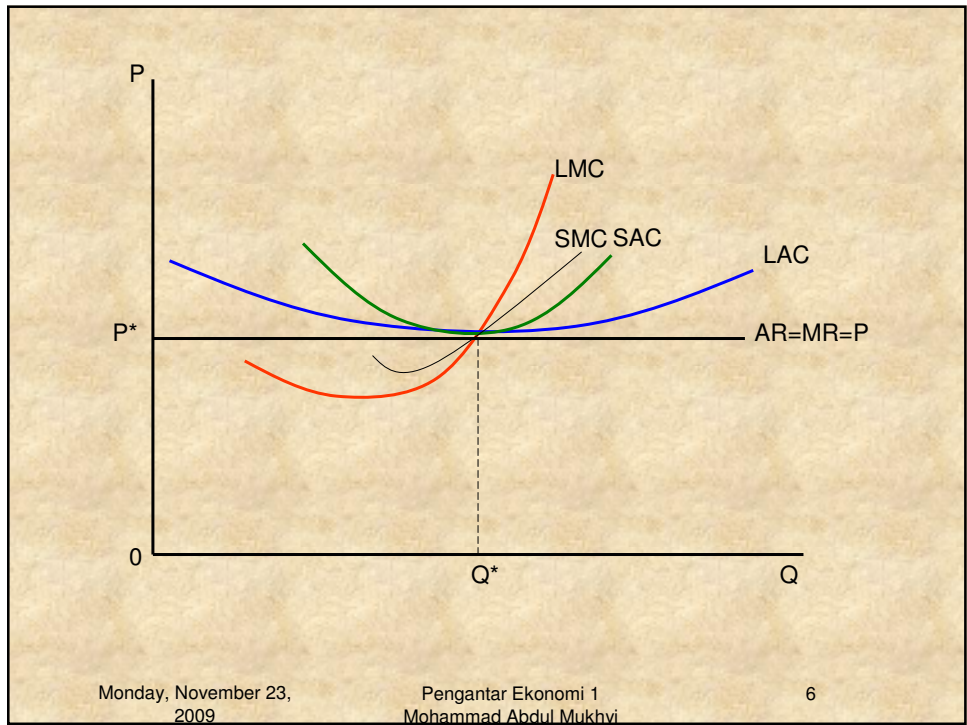
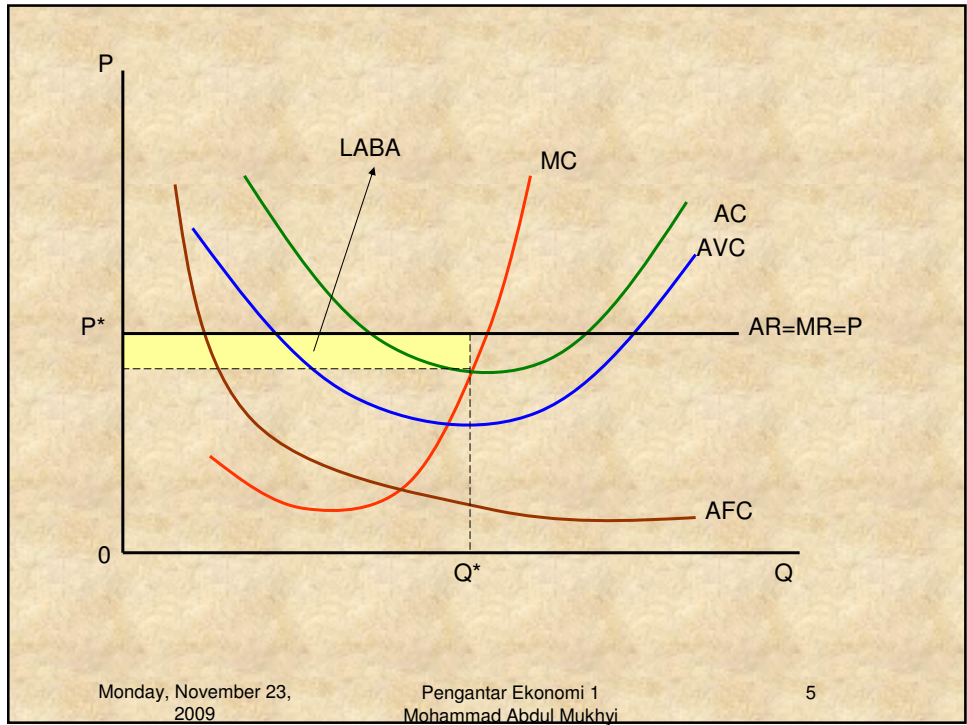
1. Komoditas homogen
2. Jumlah penjual dan pembeli banyak
3. Perusahaan adalah penerima harga
4. Penjual atau pembeli bebas untuk melakukan atau tidak melakukan jual beli pada pasar yang ada.
5. Adanya informasi yang sempurna yang dimiliki penjual dan pembeli.
6. Bebas keluar masuk pasar.

Monday, November 23,
2009

Pengantar Ekonomi 1
Mohammad Abdul Mukhyi

2





PASAR PERSAINGAN MONOPOLI

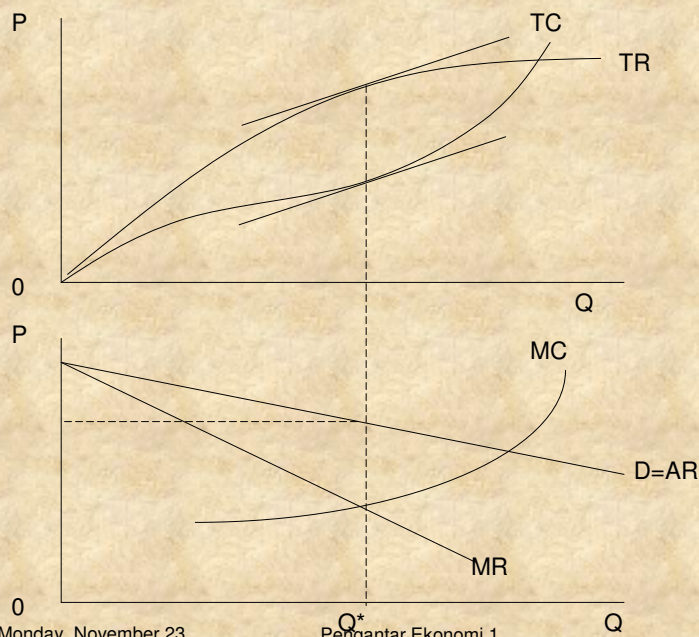
DR. MOHAMMAD ABDUL MUKHYI, SE.MM

Ciri-ciri Monopoli :

1. Terdiri dari satu perusahaan.
2. Tidak mempunyai komoditas pengganti yang mirip
3. Susah masuk ke pasar karena ada hambatan yang bersifat legal, undang-undang, teknologi, keuangan.
4. Satu-satunya perusahaan di pasar yang menentukan harga.

Faktor yang menimbulkan monopoli :

1. Sumberdaya yang unik.
2. Skala ekonomi,
3. Monopoli karena peraturan pemerintah.
4. Paten dan hak cipta.
5. Hak usaha eksklusif.

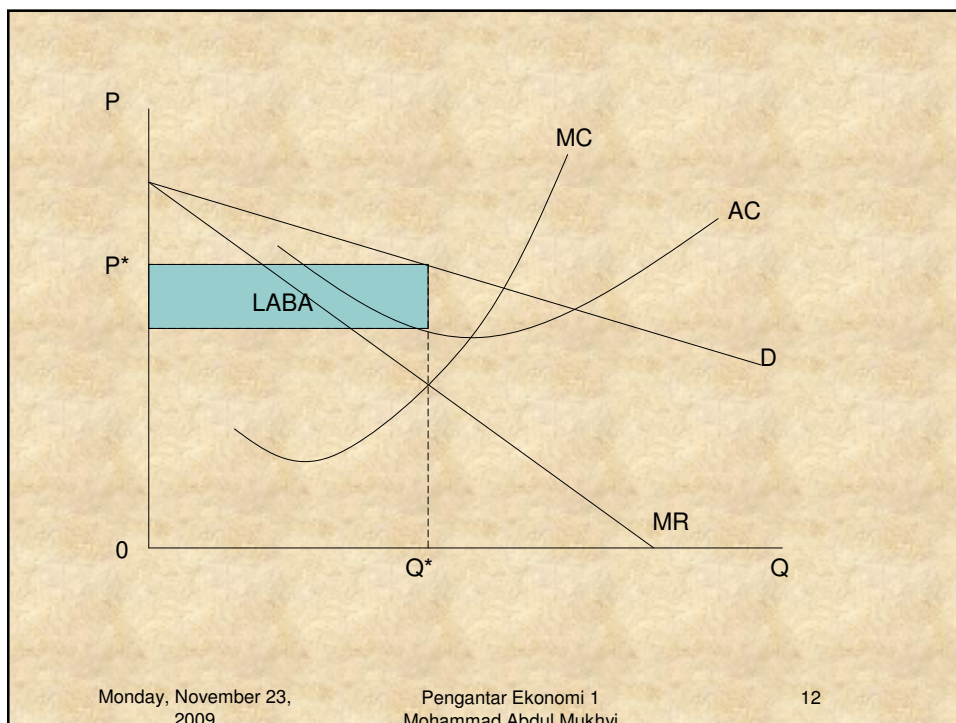


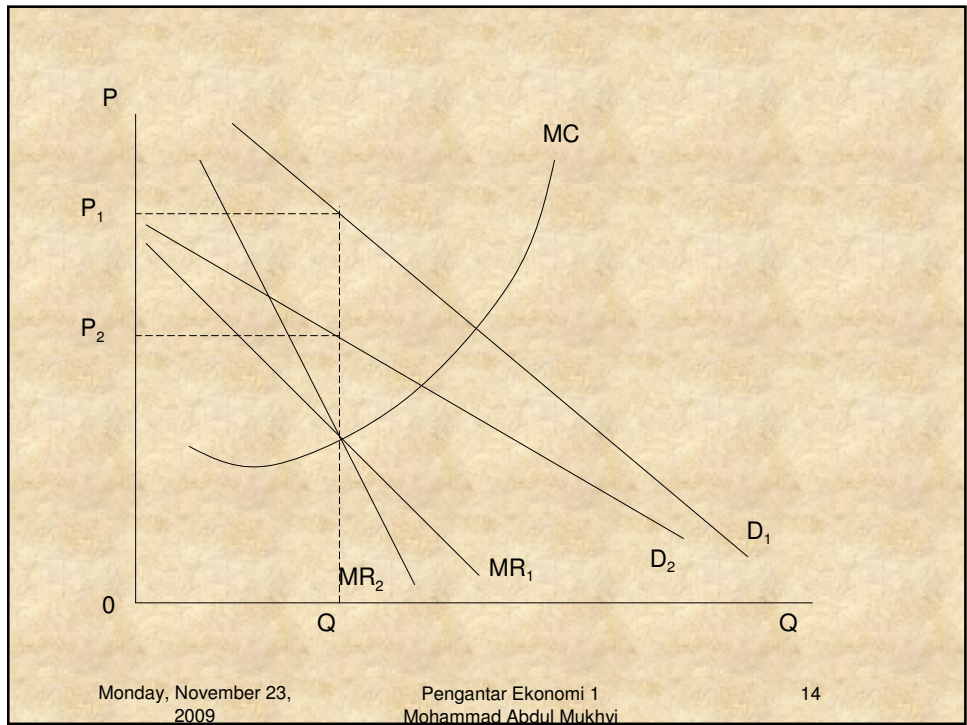
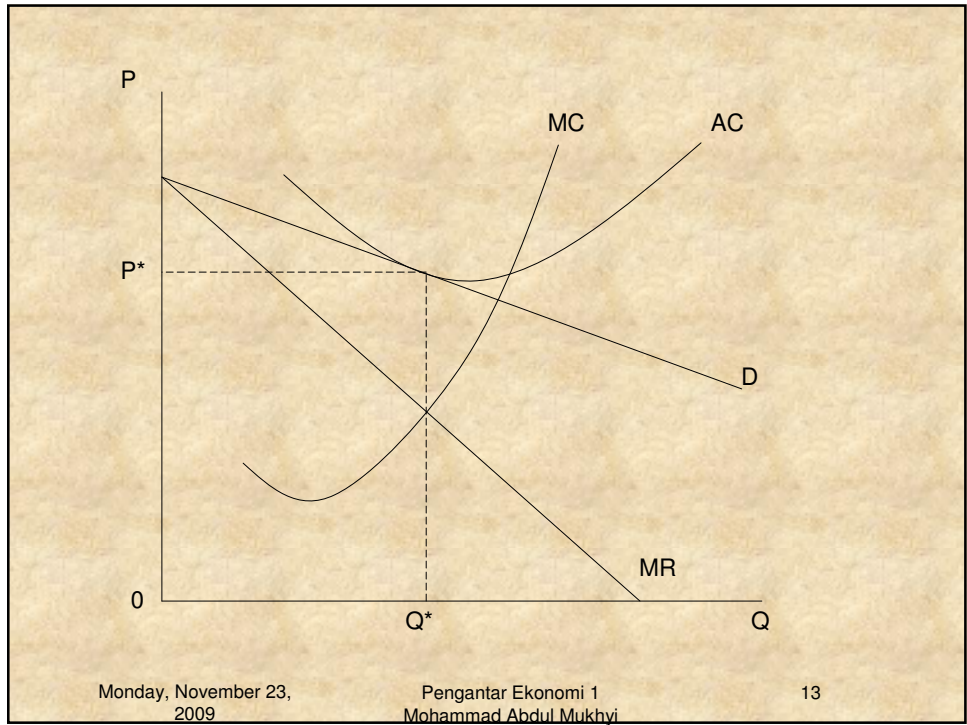
Kurva Permintaan dan Kekuatan Monopoli:

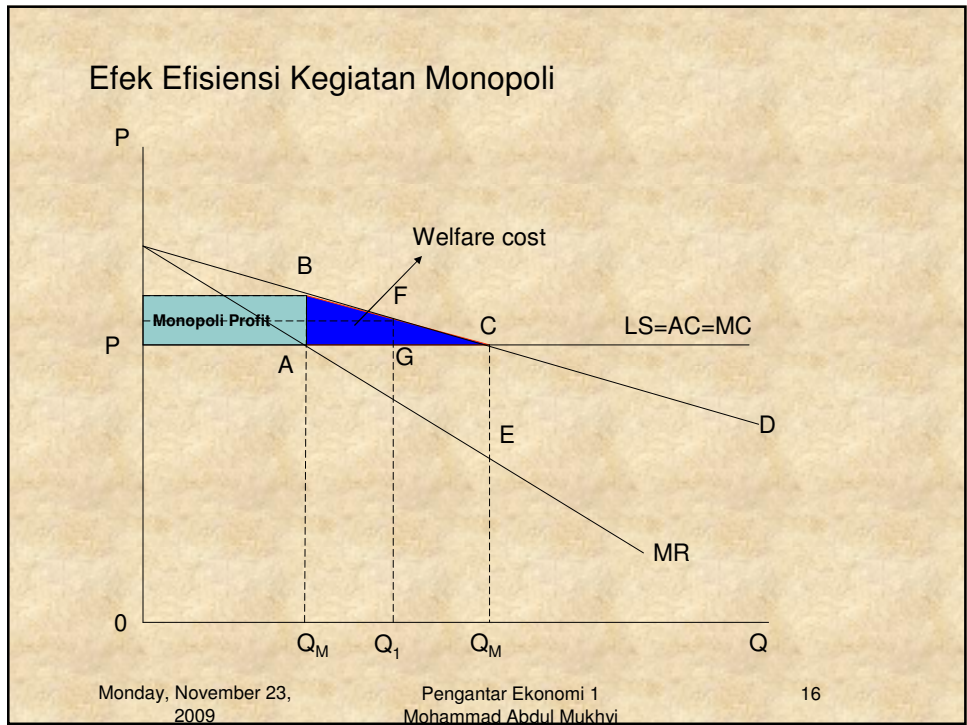
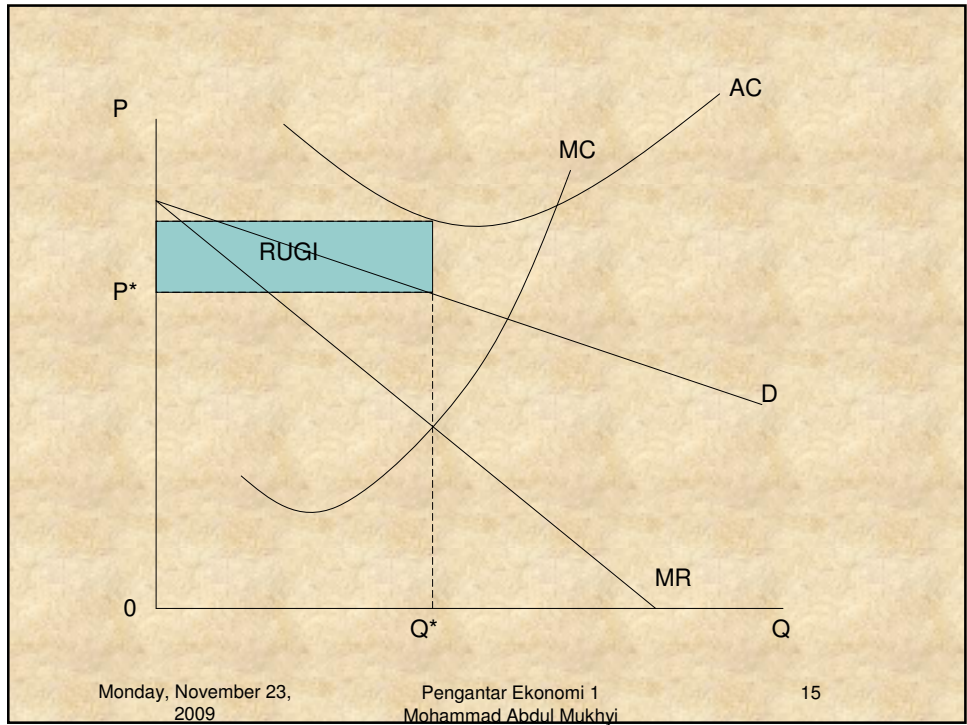
1. Elastisitas permintaan: ukuran menentukan ekspansi pembelian konsumen
2. Elastisitas supply perusahaan lain yang menentukan ukuran pengurangan output dengan komoditas yang sama.

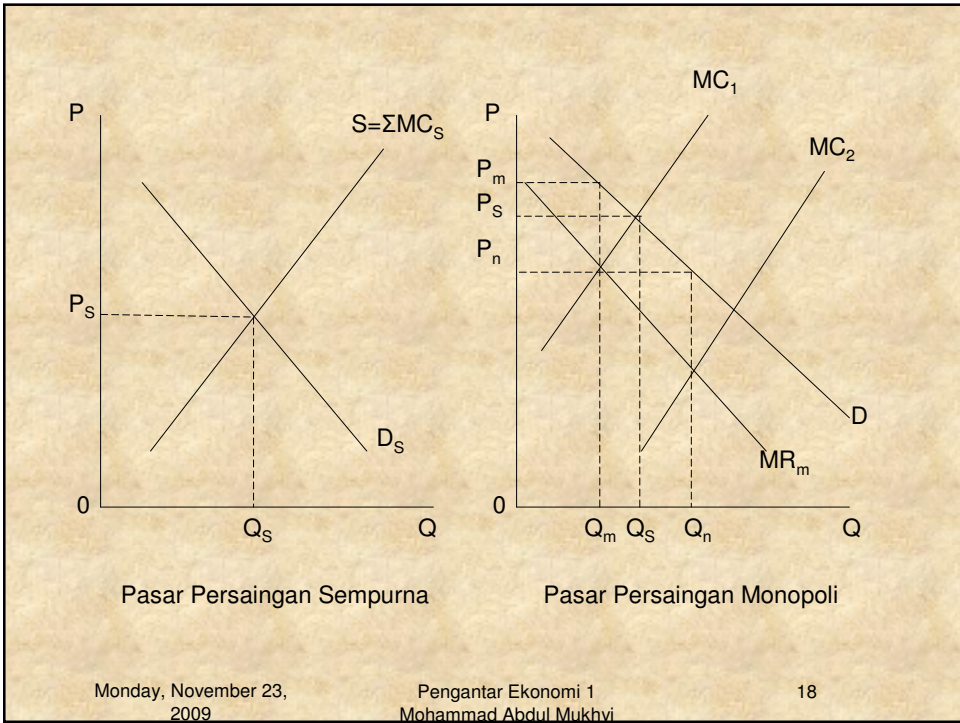
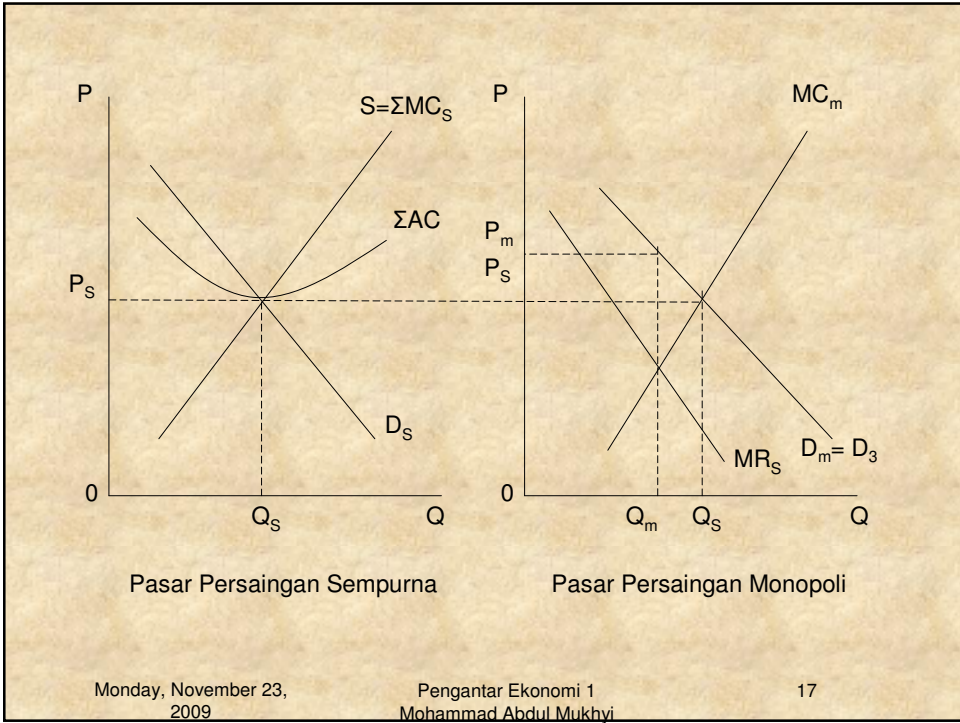
Indeks Lerner :

$$IL = \frac{P - MC}{P} = \frac{1}{\eta}$$

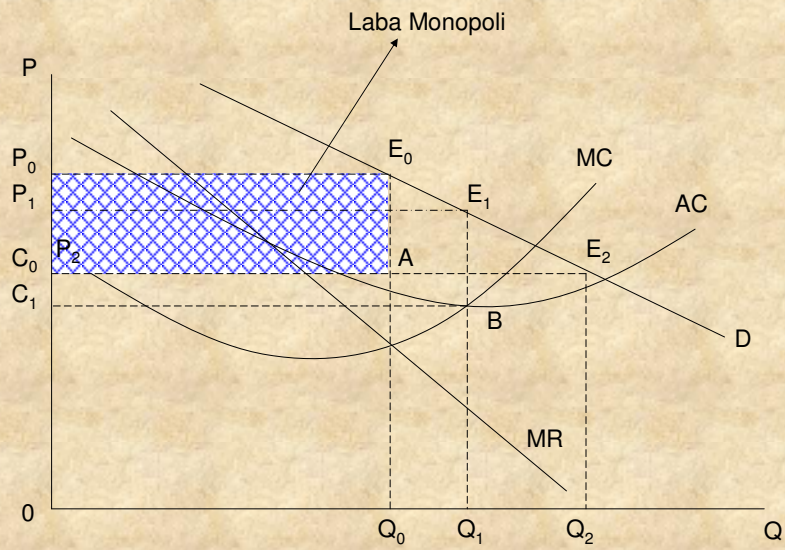




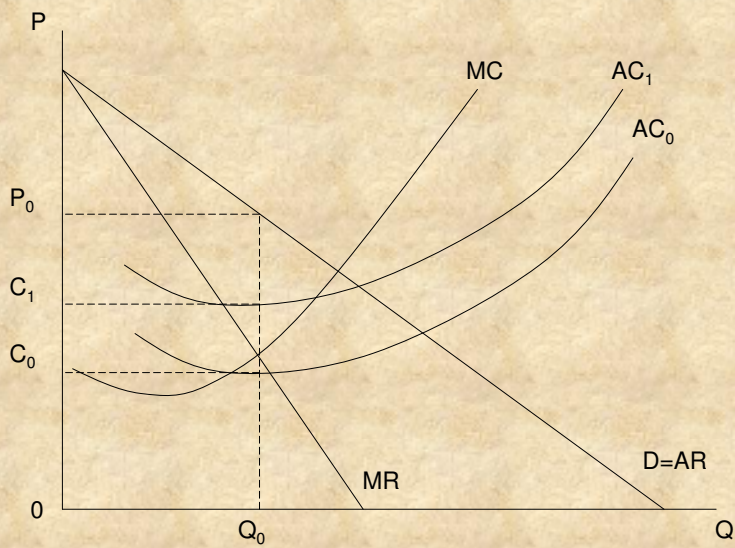




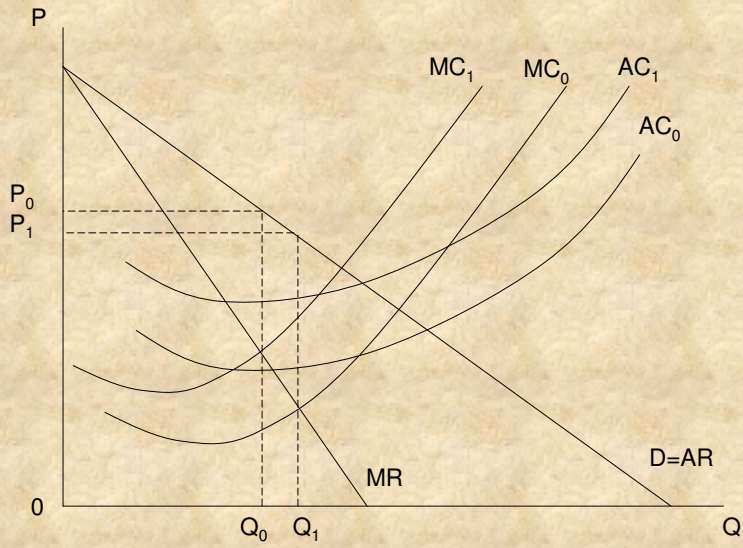
Campur Tangan Pemerintah



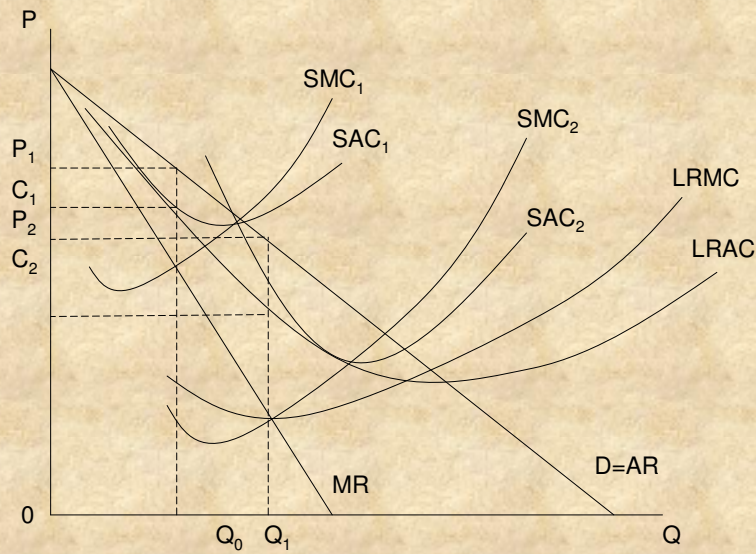
Pajak Pada Monopolis : Pajak Lumpsum



Pajak Pada Monopolis : Pajak Khusus



Keseimbangan Monopoli Jangka Panjang

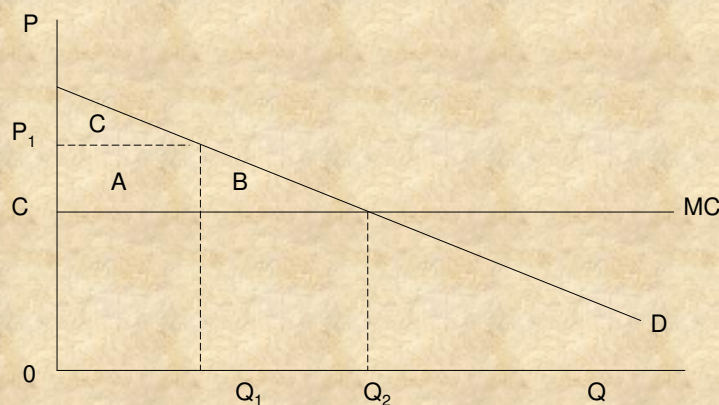


Diskriminasi Harga

1. Pasar sasaran benar-benar terpisah, sehingga komoditas tidak dapat dipindahkan dari satu pasar ke pasar lain.
2. Dimungkinkan dilakukannya perbedaan harga.
3. Ada perbedaan sifat dan elastisitas permintaan di masing-masing pasar.
4. Kebijakan diskriminasi harga tidak memerlukan biaya yang melebihi keuntungan dari ditetapkanya kebijakan tersebut.
5. Monopolis dapat mengeksploitasi sikap tidak rasional konsumen.
6. Monopolis harus mempunyai kekuatan pasar.

Jenis Diskriminasi Harga:

Diskriminasi harga derajat pertama : dengan mengambil seluruh surplus konsumen dengan cara menentukan harga yang berbeda untuk setiap jumlah komoditas yang berbeda.



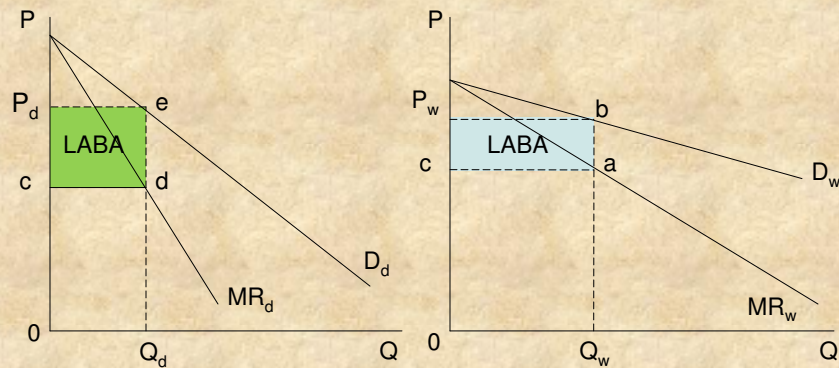
Dikriminasi harga derajat kedua:

Harga persatuan komoditas turun sebagai fungsi jumlah komoditas yang dibeli, turunnya harga menggambarkan pertimbangan biaya



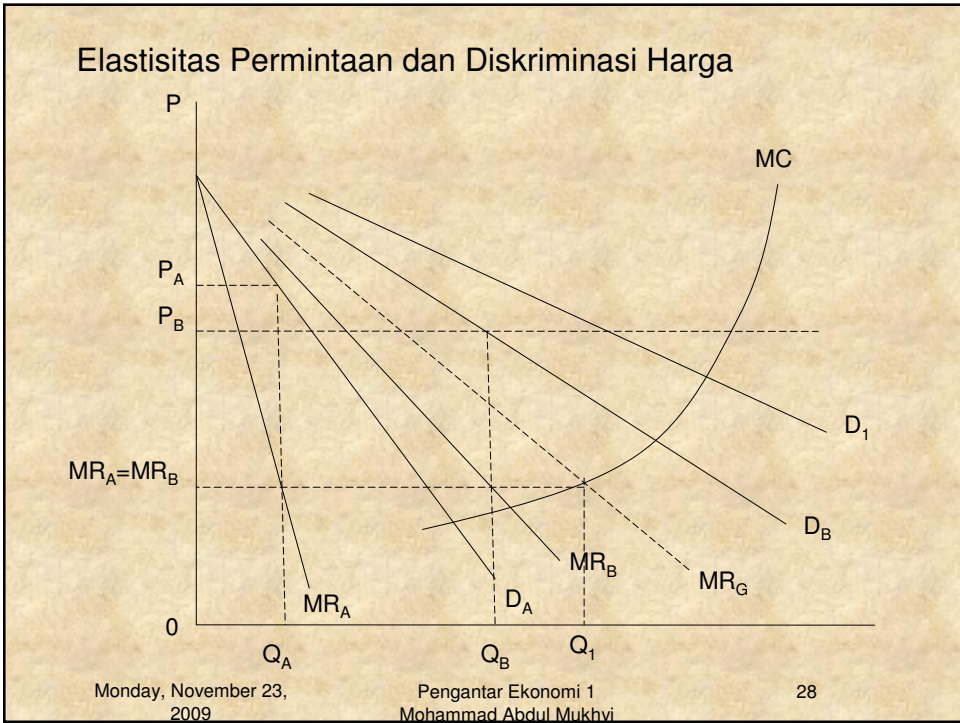
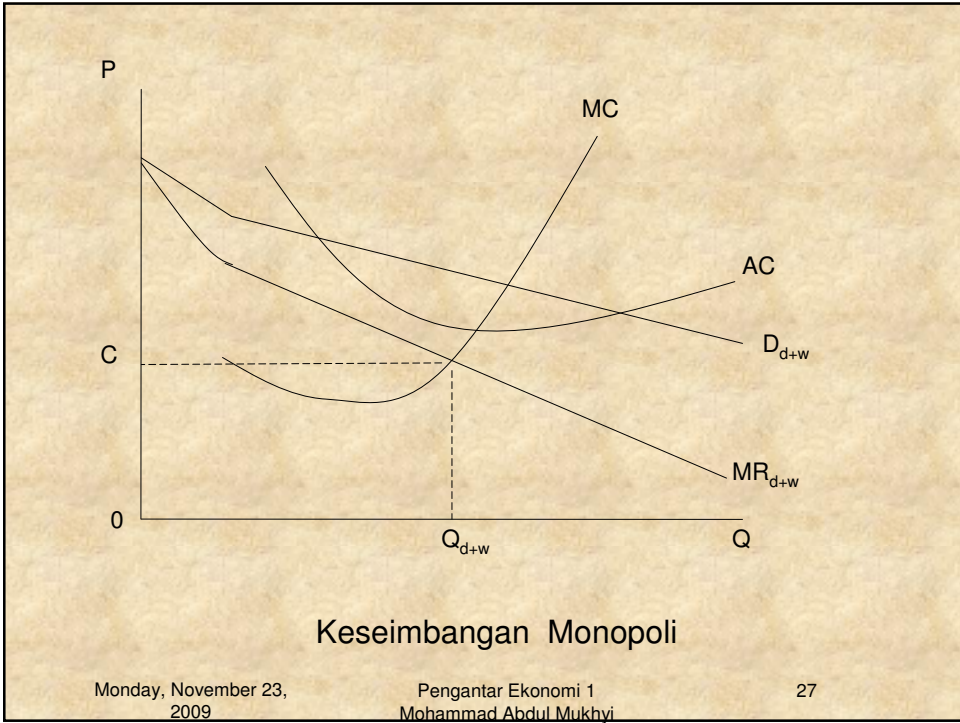
Diskriminasi harga derajat ketiga :

Menetapkan harga di tiap-tiap pasar, dengan mempertimbangkan biaya produksi dan sifat permintaan



Pasar dalam negeri

Pasar luar negeri

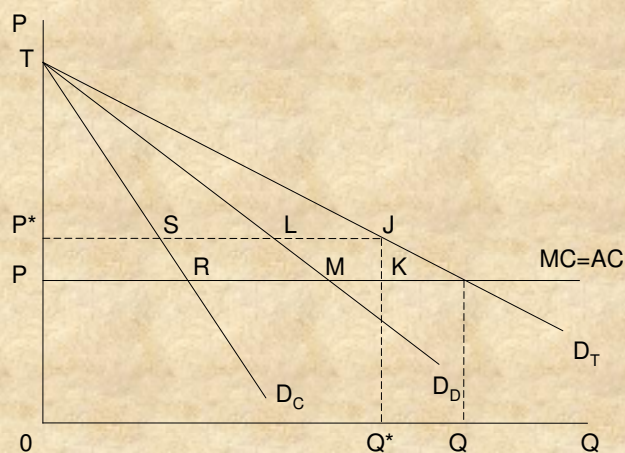


Perusahaan monopoli menjual di pasar dalam negeri (D_d) dan pasar luar negeri (D_w). Perusahaan akan memperoleh keuntungan maksimum bila $MC = MR_{d+w}$. Dengan memproduksi sebanyak Q_{d+w} dengan marginal cost (OC). Penjualan di tiap-tiap pasar harus memenuhi syarat MC (OC) sama dengan MR dimasing-masing pasar.

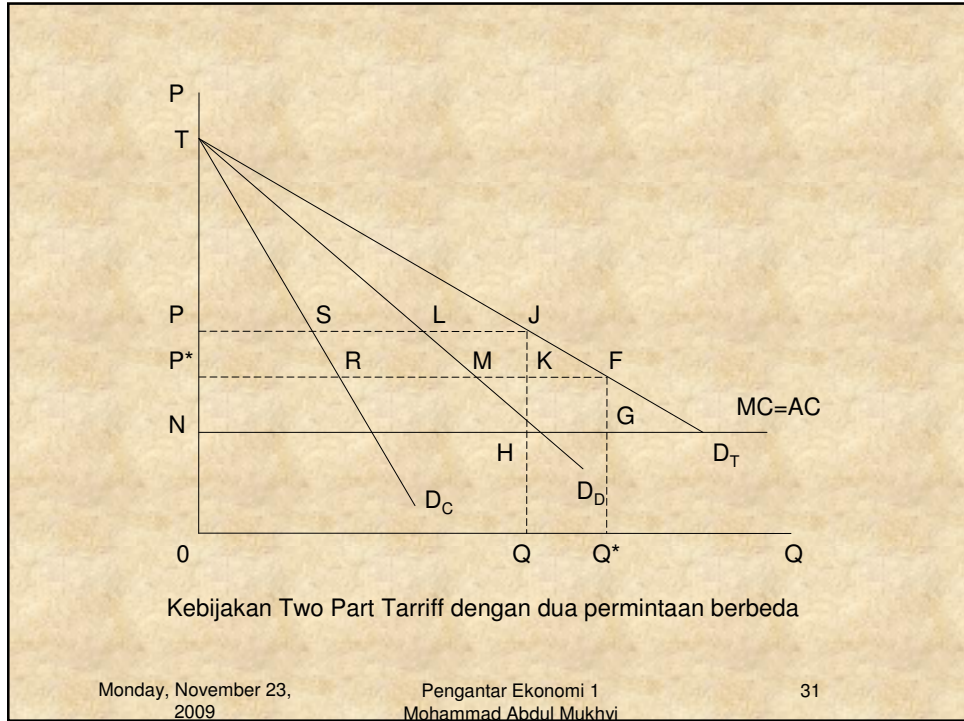
Pemaksimalan keuntungan di pasar dalam negeri $OC = MR_d$ dan pasar luar negeri $OC = MR_w$ dengan output sebesar Q_d dan Q_w , harga pasar P_d dan P_w .

Monopoli menjual di pasar A dan pasar B, total revenue maksimum diperoleh bila $MR_A = MR_B$ dengan alokasi komoditi sebanyak Q_A dan Q_B serta harga sebesar P_A dan P_B . Pasar A menunjukkan permintaan yang lebih inelastis daripada pasar B, maka harga di pasar A lebih tinggi dibandingkan pasar B. biaya produksi ditunjukkan oleh kurva AC dan MC .

Two Part Tariff



Kebijakan Two Part Tarriff dengan dua permintaan berbeda



Dua permintaan konsumen DC dan DD dan DT permintaan total dari DC dan DD. Bila konsumen mempunyai permintaan berbeda-beda, maka monopolis dapat menetapkan entry fee yang lebih rendah, tetapi meningkatkan harga per unit output di atas MC.

Monopolis menerima keuntungan lebih besar pada harga P^* dengan entry fee TSP^* dibandingkan harga P dengan entry fee TRP , dengan pengurangan sebesar P^*SRP , total keseluruhan pengurangan entry fee sebesar $2P^*SRT$.

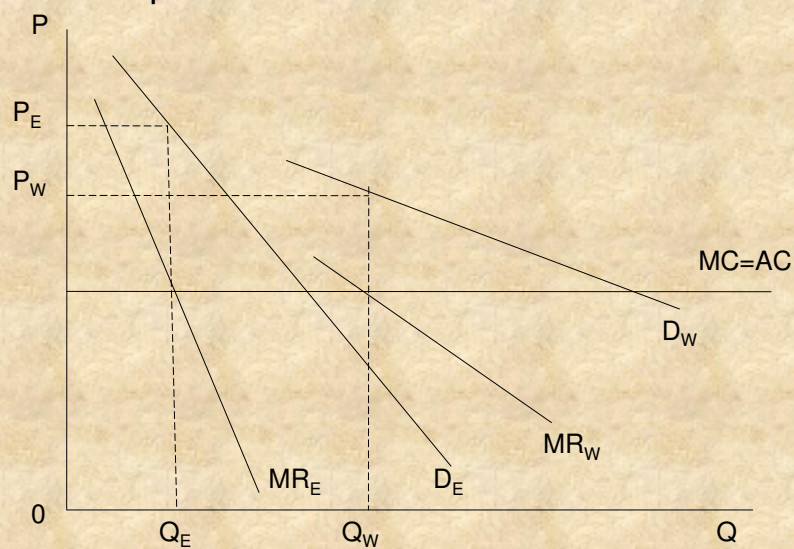
Kenaikan harga dari P ke P^* , TR perusahaan naik menjadai P^*JKP ditambah dua kali TSP^* , TR perusahaan naik sebesar $P^*JKP - 2(P^*SRP) = P^*JKP - P^*LMP$ (catatan $D_D = 2D_C$, sehingga $2P^*SRP = P^*LMP$), ada kenaikan keuntungan sebesar $LJKM$.

Kesimpulan : keuntungan perusahaan dapat ditingkatkan dengan menurunkan entry fee dan menaikkan harga di atas MC

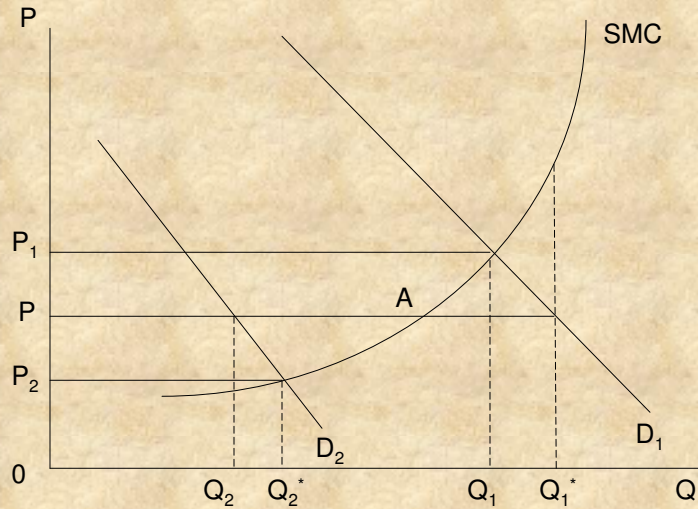
Kesimpulan ;

1. Dibandingkan pemberlakuan harga yang tunggal yang seragam penetapan strategu two part tariff dapat meningkatkan keuntungan.
2. Harga baru akan lebih rendah dari harga pasar monopoli, akan tetapi masih lebih besar dari MC.
3. Penetapan kebijakan two part tariff akan memperkecil welfare cost karena output yang dihasilkan lebih banyak.

Intertemporal Price Discrimination



Peak Load Pricing

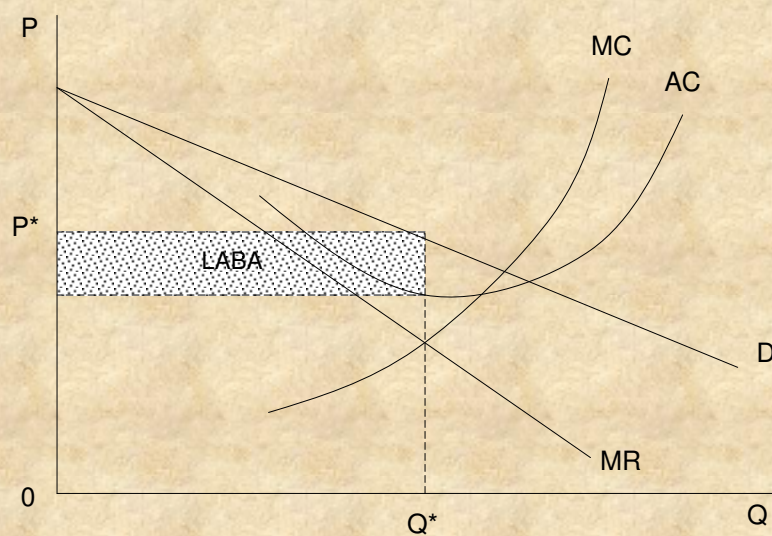


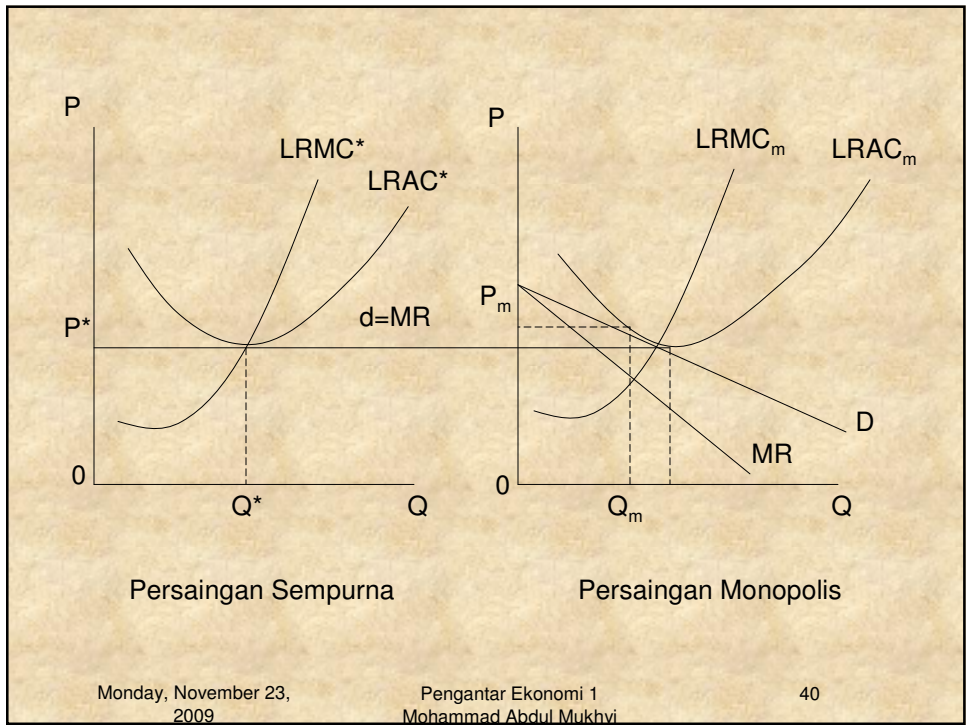
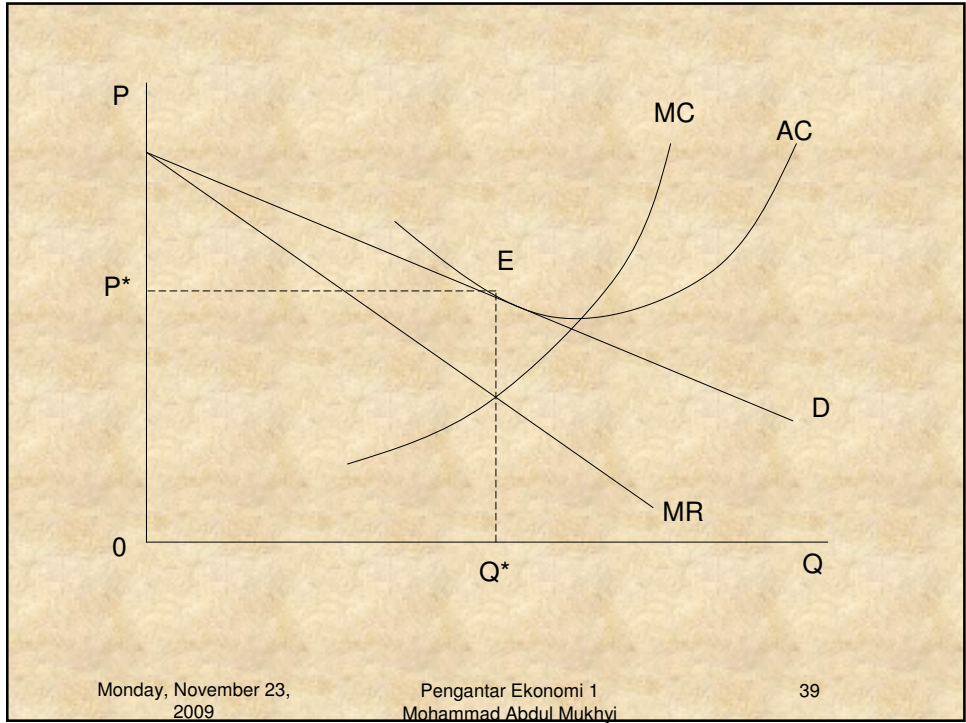
PASAR PERSAINGAN MONOPOLISTIK

DR. MOHAMMAD ABDUL MUKHYI, SE.MM

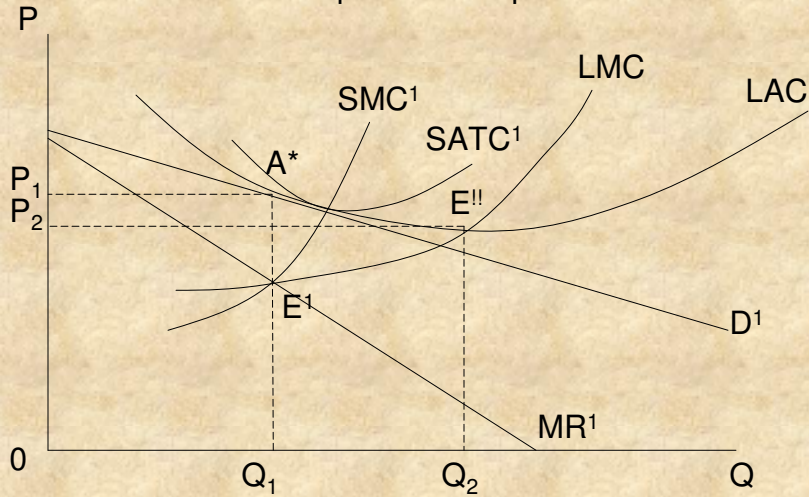
Ciri-ciri Pasar Monopolistik

1. Berbeda karakteristik.
2. Terdapat cukup banyak pengusaha.
3. Perusahaan memiliki sedikit kekuasaan mempengaruhi harga pasar.
4. Rendahnya hambatan memasuki pasar
5. Persaingan promosi penjualan sangat aktif

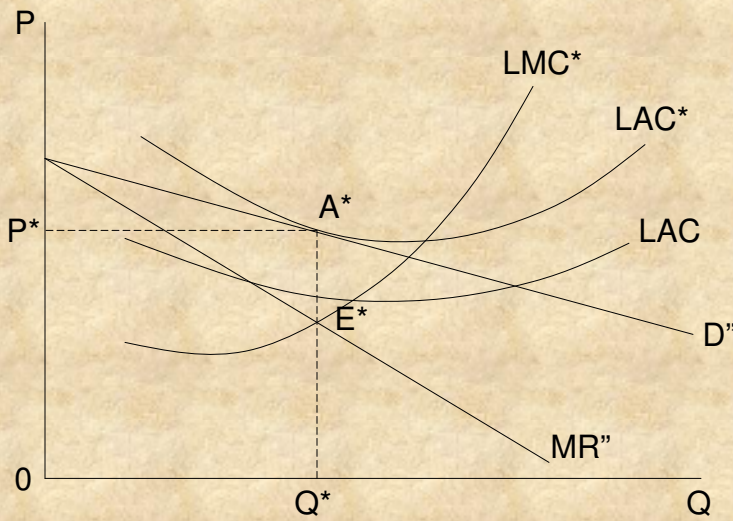




Long-Run Price and Output Determination Under Monopolistic Competition



Long Run Equilibrium of The Monopolistically Competitive Firm With Selling Expenses



Warna Sari Pasar Persaingan Monopolistic

1. Efisiensi dan differensiasi Produksi dengan sifat kekhususan atas produk dan bisa dibedakan produ-produk pesaingnya.
2. Inefisiensi pasar persaingan monopolistik jangka panjang.
3. Perkembangan teknologi dan inovasi terbatas, karena perusahaan dalam jangka panjang memperoleh keuntungan normal.
4. Persaingan bukan harga, bertujuan untuk menggeser kurva permintaan ke kanan. Ini dilakukan dengan diferensiasi produk
5. Promosi penjualan melalui iklan
6. Distribusi pendapatan

PASAR PERSAINGAN OLIGOPOLI

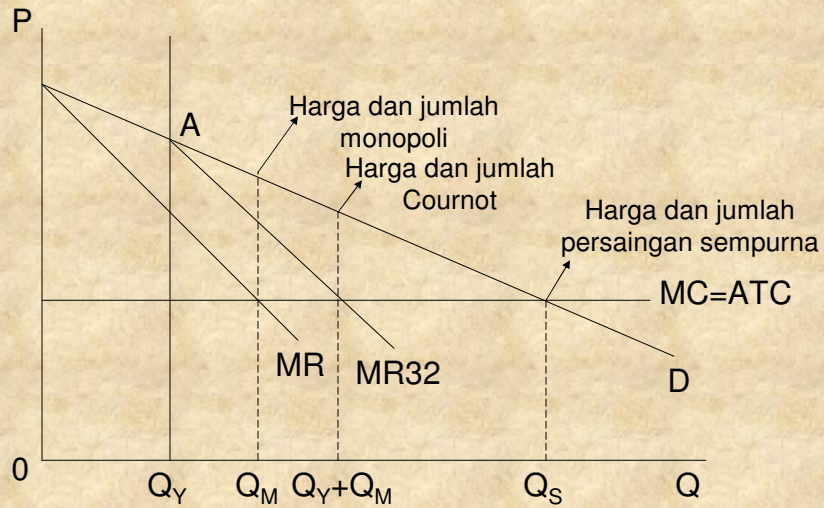
DR. MOHAMMAD ABDUL MUKHYI, SE.MM

- Pasar yang terdiri dari beberapa produsen yang menghasilkan seluruh atau sebagian besar total output di pasar.
- Tidak ada keseragaman sifat-sifat perusahaan dalam berbagai industri.
- Adanya saling ketergantungan

Ciri-ciri pasar persaingan oligopoli :

1. Menghasilkan komoditas standar atau komoditas berbeda corak.
2. Kekuasaan menentukan harga adakalanya lemah dan adakalanya tangguh yang tergantung pada bentuk kerja sama di pasar oligopoli
3. Perlu melakukan promosi iklan yang intensif terutama untuk komoditas yang berbeda corak.

Cournot Model



Monday, November 23,
2009

Pengantar Ekonomi 1
Mohammad Abdul Mukhyi

47

Asumsi MC konstan dan sama dengan AC. Jumlah produksi yang memaksimalkan keuntungan perusahaan A adalah Q_M dimana $MR=MC$ adalah setengah dari produksi di pasar persaingan sempurna sebesar Q_S .

Produksi perusahaan B dimulai dari titik A

Monday, November 23,
2009

Pengantar Ekonomi 1
Mohammad Abdul Mukhyi

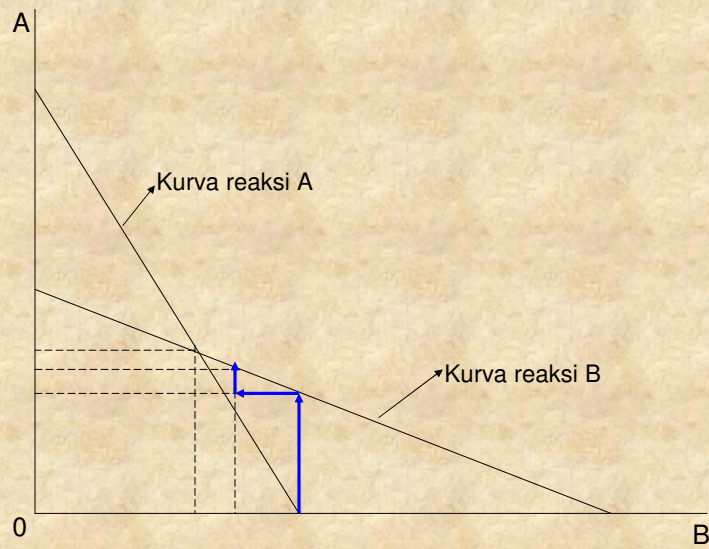
48

Tingkat produksi B sebagai reaksi atas produksi A

| Perusahaan A | Perusahaan B | Total Produksi |
|--------------|--------------|----------------|
| 0 | 50 | 50 |
| 20 | 40 | 60 |
| 40 | 30 | 70 |
| 60 | 20 | 80 |
| : | : | : |
| : | : | : |
| 100 | 0 | 100 |

Tingkat produksi A sebagai reaksi atas produksi B

| Perusahaan B | Perusahaan A | Total Produksi |
|--------------|--------------|----------------|
| 0 | 50 | 50 |
| 20 | 40 | 60 |
| 40 | 30 | 70 |
| 60 | 20 | 80 |
| : | : | : |
| : | : | : |
| 100 | 0 | 100 |



Stackelberg Model

Di pasar ada dua perusahaan, satu bertindak sebagai pemimpin dan satu bertindak sebagai pengikut.

Pemimpin mempunyai kewenangan menentukan jumlah output yang akan dihasilkan untuk memperoleh keuntungan maksimum. Pengikut akan bereaksi sesuai dengan ketentuan Model Cournot

MC konstan dan sama dengan AC.

Perusahaan A sebagai pemimpin, dimisalkan A tidak berproduksi, maka B akan menghasilkan sebanyak 48 unit. Jumlah output di pasar = $0 + 48 = 48$ unit, dengan harga pasar di E setingkat dengan S. Bila A menghasilkan 96 unit, maka B tidak kebagian pasar karena seluruh output di pasok oleh A dengan harga pasar G. Kurva SG disebut kurva permintaan sisa dari A.

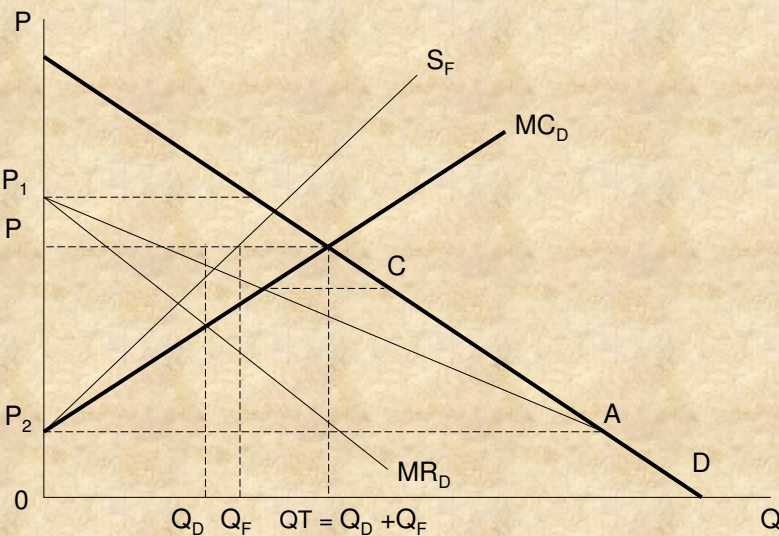
Bila A memproduksi 48 unit, maka B menghasilkan sebanyak 24 unit dengan total output di pasar $48 + 24 = 72$ unit dengan harga pasar F pada tingkat produksi 96 unit,

Model Perusahaan Dominan

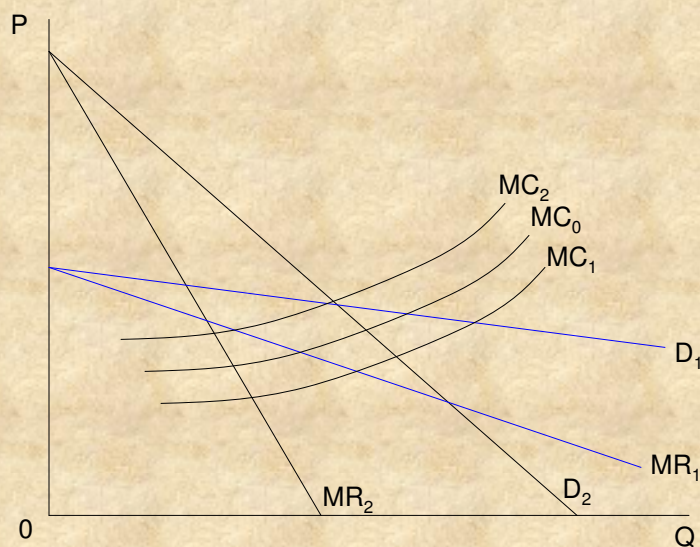
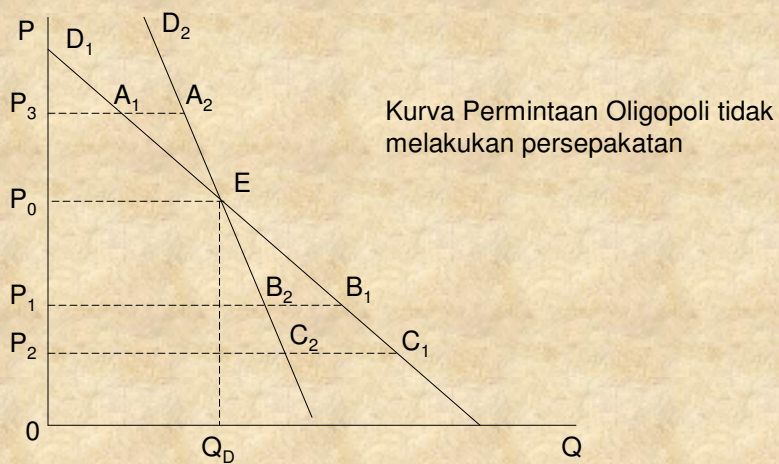
Perusahaan pengikut tidak bereaksi mengikuti model Cournot, tetapi dalam pasar persaingan sempurna.

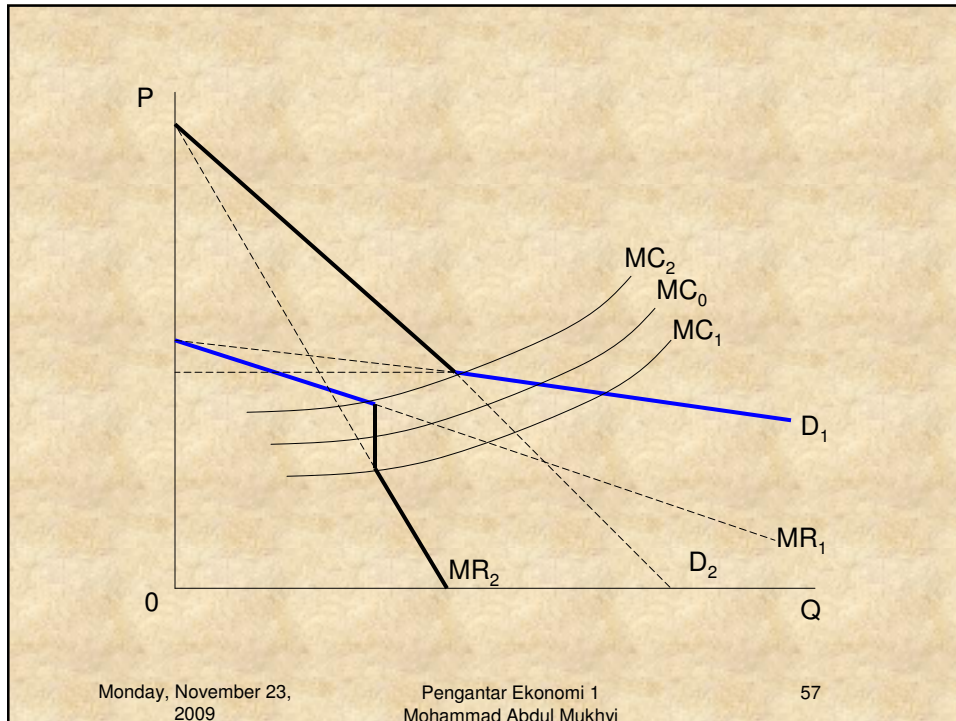
Permintaan sisi perusahaan dominal adalah $DD -$ produksi perusahaan pengikut (S_F), kurva permintaan sisa P_1AD . Kurva permintaan perusahaan dominan dimulai dari P_1 . Bila harga lebih rendah dari P_2 , permintaan sisa perusahaan dominan sama dengan permintaan pasar dengan MR_D dengan MC_D . Output optimal Q_D , harga P .

Jumlah output yang dihasilkan perusahaan pengikut adalah Q_F , jumlah total output di pasar $Q_D + Q_F = Q_T$,



Kurva Permintaan Bengkok (Kinked Demand Curve)





Syarat Keuntungan : $MR = MC$

Untuk memaksimalkan keuntungan MC_0 harus sama dengan MR dengan harga P_0 jumlah kuantitas produksi Q_0

Hambatan memasuki pasar :

1. Skala ekonomi
2. Perbedaan biaya produksi
3. Keistimewaan sifat-sifat produksi

Oligopoli dan Kartel

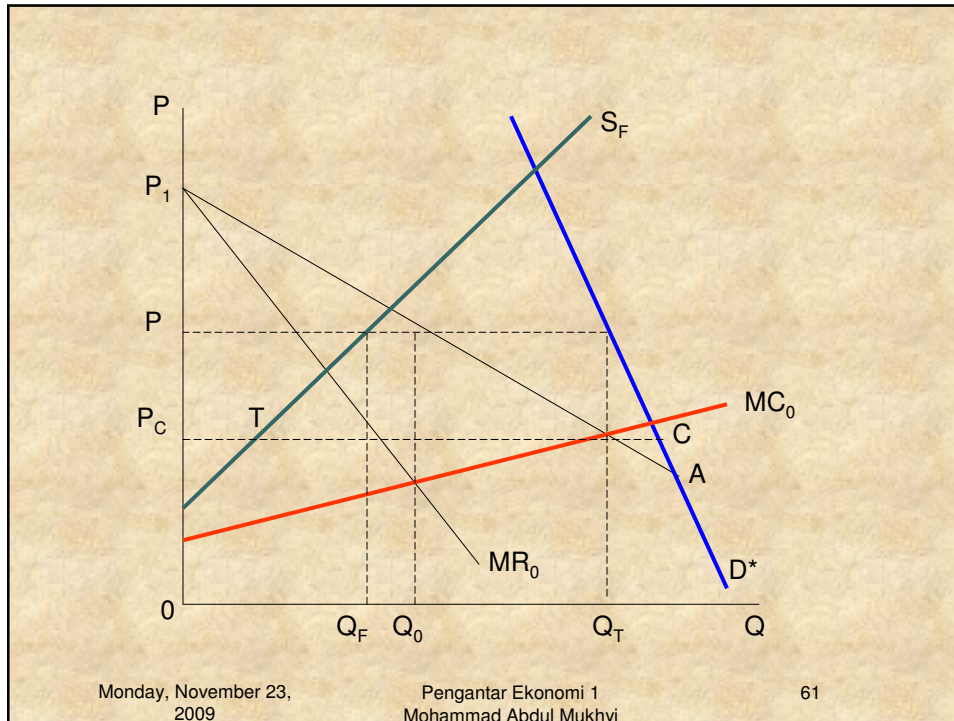
Kartel adalah kesepakatan diantara produsen-produsen yang independen untuk mengkoordinasikan keputusan mereka, sehingga masing-masing dari anggota kartel dapat memperoleh keuntungan monopoli.

Kesepakatan dapat berupa pembatasan/kuota produksi, daerah penjualan, kesepakatan harga. Kartel lebih banyak ditemukan pada industri yang strukturnya oligopolistik, karena jumlah perusahaan relatif sedikit.

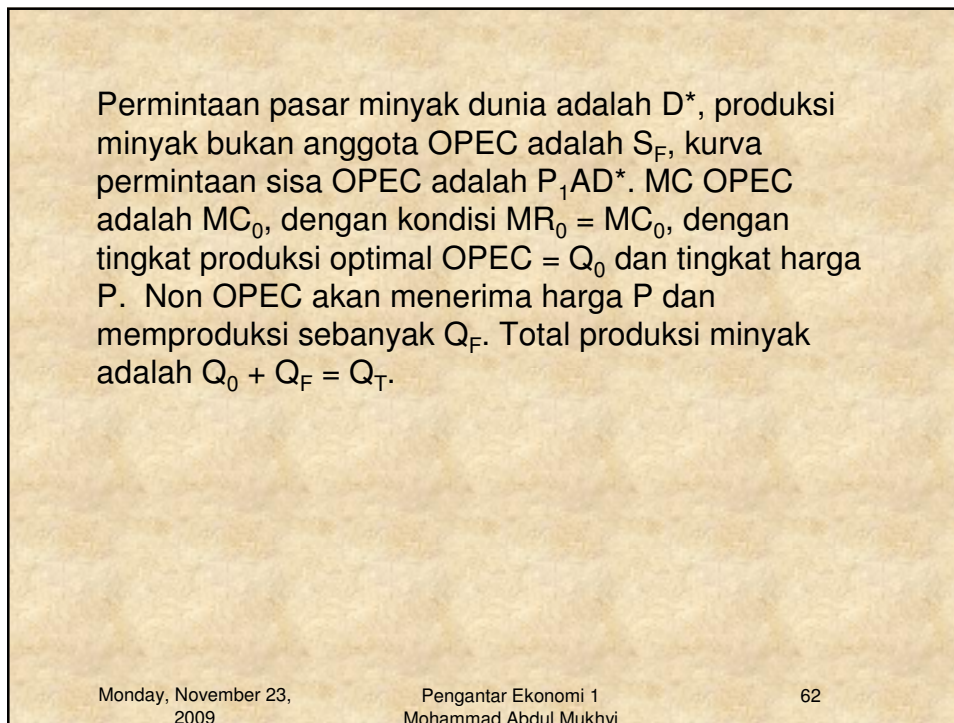
Tujuan kartel adalah meningkatkan keuntungan masing-masing perusahaan.

Sebab kegagalan kartel :

1. masing-masing perusahaan memiliki dorongan yang kuat untuk melanggar kesepakatan kartel.
2. Anggota kartel biasanya berselisih pendapat mengenai kesepakatan kartel mengenai jumlah output, harga, pembagian pangsa pasar dan pembagian keuntungan.
3. Ancaman dari pemain baru karena keuntungan yang diperoleh anggota kartel



Permintaan pasar minyak dunia adalah D^* , produksi minyak bukan anggota OPEC adalah S_F , kurva permintaan sisa OPEC adalah P_1AD^* . MC OPEC adalah MC_0 , dengan kondisi $MR_0 = MC_0$, dengan tingkat produksi optimal OPEC = Q_0 dan tingkat harga P . Non OPEC akan menerima harga P dan memproduksi sebanyak Q_F . Total produksi minyak adalah $Q_0 + Q_F = Q_T$.



Oligopoli dan Teori Permainan

Mempelajari pilihan pada kondisi terjadinya interaksi strategi

| | | Perusahaan B | |
|--------------|----------------|----------------|---------------|
| | | Sedikit Output | Banyak Output |
| Perusahaan A | Sedikit Output | 20 22 | 30 9 |
| | Banyak Output | 17 20 | 25 18 |

Monday, November 23,
2009

Pengantar Ekonomi 1
Mohammad Abdul Mukhyi

63

Game Dilema Narapidana (the prisoner's dilemma game)

| | | Benny | |
|--------|---------|----------------|---------------|
| | | Mengaku | Mungkir |
| Jeremy | mengaku | 15 th 15 th | 30 th 1 th |
| | mungkir | 1 th 30 th | 3 th 3 th |

Monday, November 23,
2009

Pengantar Ekonomi 1
Mohammad Abdul Mukhyi

64

Literatur

Dominick Salvatore, Managerial Economics, McGraw-Hill Book Company.

Sugiharto, dkk, Ekonomi Mikro, sebuah kajian komprehensif, PT. Gramedia Pustaka Utama