|  |
| --- |
| **BAB X. MONOPOLI** |

1. **CAKUPAN BAHASAN**

Pembahasan tentang monopoli meliputi :

* 1. Ciri monopoli dan sumber monopoli
  2. Kurva permintaan (kurva D) yang dihadapi oleh monopolis
  3. Pengukuran kekuatan pasar (market power) monopolis
  4. Penentuan harga (P) dan penjualan (Q) oleh monopolis --- Monopolist’s pricing, dengan :

1. Maksimisasi laba --- untuk Short run dan Long run
2. Diskriminasi harga
3. Mark-up pricing
4. Marginal cost pricing
5. Penetapan harga untuk monopoli dengan beberapa pabrik
6. Perbandingan pricing : perfect competition dan monopoly
   1. Kerugian kesejahteraan masyarakat (the welfare cost atau the social cost of monopoly) karena monopoli
7. **CIRI MONOPOLI DAN SUMBER MONOPOLI**
   1. Ciri monopoli dan contoh monopoli

Pada Figure 15 dikemukakan ciri struktur pasar monopoli: industri mempunyai hanya 1 (satu) perusahaan dan 1 (satu) produk, serta mempunyai beberapa penghalang (barriers) berat untuk dimasuki oleh perusahaan baru.

Contoh monopoli : Perusahaan Listrik dan Gas Negara, Pertamina, OPEC, Bogasari, berbagai kartel seperti semen dan pupuk, dan lainnya.

* 1. Sumber monopoli
     1. Menguasai sumber bahan baku (raw materials) produksi.
     2. Memiliki hak patent atau copyright terhadap produk baru.
     3. Memilki skala operasi yang besar sehingga terdapat economies of scale --- monopoli ini disebut natural monopoly.
     4. Memilki market franchise oleh pemerintah.

1. **KURVA PERMINTAAN (KURVA D) BAGI**

**PERUSAHAAN MONOPOLI (MONOPOLIS)**

|  |  |
| --- | --- |
| Karena ciri monopoli dimaksud, maka monopolis mempunyai kekuatan pasar (market power) menentukan harga (P) dan kuantitas penjualan (Q). Ini berarti :   * Kurva D yang dihadapi oleh monopolis adalah miring ke-bawah dengan slope negatif --- jadi berlaku the law of demand yaitu cetris paribus P↓ → Q↑. * MR < (P = AR), jadi kurva MR dibawah kurva D dimana D = P = AR, karena ε (price elasticity of demand) pada setiap titik sepanjang kurva D tidak sama. |  |
| Bukti Kurva MR dibawah kurva D, berdasarkan MR = P[1 – 1/ε)] --- lihat bahan Ekonomi Mikro I, sehingga apabila ε (angka absolut, karena ε bertanda minus) pada titik kurva D :   * ε = ∞ (takterhingga), maka MR = P[1 – (1/∞)] = P[1 – 0] = P * ε = 1, maka MR = P[1 – (1/1)] = P[0] = 0 * ε > 1 (misal ε = 3), maka MR = P[1 – (1/3)] = P[2/3] = (2/3)P * ε < 1 (misal ε = 1/3), maka MR = P[1 – {1/(1/3)}] = P[1– 3]=P(– 2)= –2P | |

1. **PENGUKURAN KEKUATAN PASAR (MARKET POWER)**
2. Market power berdasarkan The Lerner Index

Abba P. Lerner merumuskan the Lerner index (LI) :

(P – MC)/MC atau (AR – MC)/MC =

= 1 – (MR/AR) = 1/ε, karena MR = P[1 – 1/ε)]

Jadi market power menurun kalau ε membesar. Misal, pada perfect competition ε = ∞ (tak terhingga) karena perusahaan adalah price taker, maka market power meningkatkan harga menjadi 0 (nol).

Untuk ekspor : LI = (Domestic price – Export price)/Domestic price, maka

Domestic monopoly power = LI \* (Domestic sales + Export sales)/D. sales.

1. Market power berdasarkan concentration ratio
   1. Concentration ratio mengukur peranan (share) dari perusahaan-perusahaan besar dalam penjualan (atau laba atau aset) industri.

CR4 = concentration ratio dari 4 perusahaan besar dalam industri (seluruh perusahaan). CR4 > 50, maka industri dikategorikan sebagai oligopoli.

* 1. The Herfindahl index (HI)

n n = jumlah perusahaan dalam industri

HI = Σ Si i = satu perusahaan

i=1 S = market share dari setiap perusahaan i

Semakin tinggi HI semakin besar tingkat konsentrasi dalam industri.

Misal, monopoly (satu perusahaan) HI = 1002 = 10.000. Oligopoli dengan 4 perusahaan yang sama besarnya, maka HI = 4(252) = 4(625) = 2500. 100 perusahaan yang sama besarnya, maka HI = 100(12) = 100.

1. **MONOPOLIST’S PRICING FOR MAXIMIZING PROFIT**
2. Prinsip maksimisasi laba monopoli --- Short run (SR) dan Long run (LR)

Makimisasi laba (maximizing profit) terjadi pada MR = MC, dengan kurva SRTC untuk SR, dan kurva LRTC untuk LR.

|  |
| --- |
| Monopolis beroperasi pada bagian elastis kurva D yaitu dengan ε > 1. |
| Monopolis beroperasi pada bagian elastis kurva D yaitu dengan ε > 1 |

1. Dengan diskriminasi harga

Terdapat 2 (dua) kelompok konsumen yang dihadapi monopolis, masing-masing dengan marginal revenue MR1 dan MR2 serta elastisitas permintaan terhadap harga ε1 dan ε2 .

Penetapan harga oleh monopolis lebih tinggi pada kelompok dengan permintaan yang inelastis :

|  |  |
| --- | --- |
| * MR1 = P1(1–1/ε1) =   = MR2=P2(1–1/ε2),  jadi bila ε1 < ε2 → 1/ε1>1/ε2, sehingga (1–1/ε1) < (1–1/ε2), berarti P1 > P2.   * Jadi monopolis menetapkan harga lebih tinggi terhadap grup konsumen yang permintaannya kurang elastis (ε > 1 tetapi lebih kecil). Misal dumping, karena permintaan lebih elastis di luar negeri. * Kalau P1, P2, ε1 diketahui, maka ε dapat dicari, dengan P1/P2 = MR1/MR2. | Di atas titik E, bagian elastis(ε>1) dari kurva D1 dan kurva D2, tetapi lebih elastis pada kurva D2. |

Untuk maksimisasi laba, maka MR1 = MR2 = MC --- karena jika :

(1). MR1 > MR2, monopolis akan menambah penjualan terus pada pasar 1, atau sebaliknya; (2). MR1 = MR2 > MC, maka penjualan akan ditambah; (3). MR1 = MR2 < MC, maka penjualan aakan diturunkan.

1. Dengan mark-up pricing

Maksimisasi laba : MR = MC → P(1 – 1/ε) = MC → P = MC[ε/(ε – 1)].

[ε/(ε – 1)] = mark-up → berarti [ε/(ε – 1)] > 1 kalau ε > 1 → jadi monopolis akan menjual di daerah yang elastis.

1. Dengan Average Cost (AC) pricing dan Marginal Cost (MC) pricing

|  |  |
| --- | --- |
| AC pricing: P = AC.  Jadi tidak ada laba, tapi P lebih rendah dan Q (sales) lebih besar, dibandingkan dengan maksimisasi laba pada MR = MC.  Kesejahteraan rakyat lebih tinggi. |  |
| Monopolis mungkin da-pat menetapkan P = MC karena beroperasi de-ngan kapasitas atau pro-duksi yang tinggi, se-hingga terdapat econo-mies of scale. Misal, perusahaan listrik, tele-pon, gas, dan jalan.  P jauh lebih rendah, Q jauh lebih tinggi, di-bandingkan dengan maksimisasi laba (MR = MC).  Jadi memberikan kese-jahteraan yang tinggi. |  |

1. Perbandingan pricing : monopoly dan perfect competition

|  |
| --- |
| P jauh lebih rendah dan Q jauh lebih besar pada perfect competition (P = 11 dan Q = 500), dibandingkan pada monopolist pricing (P = 6 dan Q = 1000). |

1. Penetapan harga untuk monopoli (monopolist’s pricing)

dengan beberapa pabrik (multiplant monopoly) --- misal 2 pabrik

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Figure 27 : Penetapan MC dan pabrik untuk produksi** | | | | | | | |
| Q | P | TR | MR | MC1 | MC2 | MC | Pabrik |
| 1 | 6.00 | 6.00 | 6.00 | 2.30 | 2.45 | 2.30 | Pabrik 1 |
| 2 | 5.50 | 11.00 | 5.00 | 2.40 | 2.55 | 2.40 | Pabrik 1 |
| 3 | 5.10 | 15.30 | 4.30 | 2.50 | 2.65 | 2.45 | Pabrik 2 |
| 4 | 4.80 | 19.20 | 3.90 | 2.60 | 2.75 | 2.50 | Pabrik 1 |
| 5 | 4.56 | 22.80 | 3.60 | 2.70 | 2.85 | 2.55 | Pabrik 2 |
| 6 | 4.35 | 26.10 | 3.30 | 2.80 | 2.95 | 2.60 | Pabrik 1 |
| 7 | 4.17 | 29.19 | 3.09 | 2.90 | 3.05 | 2.65 | Pabrik 2 |
| 8 | 4.01 | 32.08 | 2.89 | 3.00 | 3.15 | 2.70 | Pabrik 1 |
| 9 | 3.87 | 34.83 | 2.75 | 3.10 | 3.25 | 2.75 | Pabrik 2 |
| 10 | 3.73 | 37.30 | 2.47 | 3.20 | 3.35 | 2.80 | Pabrik 1 |
| Untuk setiap jumlah Q, monopolis melihat apakah dapat diproduksi dengan Marginal Cost (MC) lebih rendah pada pabrik 1 atau pabrik 2, dan pilihan pada MC terendah. | | | | | | | |

|  |
| --- |
| **BAB XI.**  **MONOPOLISTIC COMPETITION** |

1. **CAKUPAN BAHASAN**
   1. Pengertian dan karakter monopolistic competition
   2. Kurva permintaan (kurva D) yang dihadapi oleh perusahaan monopolistic competition
   3. Pricing oleh perusahaan monopolistic competition --- Short run dan Long run
   4. Upaya meningkatkan penjualan dan laba oleh monopolistic competition : Product variation dan Selling expenses
2. **PENGERTIAN DAN KARAKTER**

**MONOPOLISTIC COMPETITION**

1. Pengertian dan contoh monopolistic competition

Ciri monopolistic competition. Pada Figure 15 dikemukakan ciri monopolistic competition : industri monopolistic competition terdiri dari banyak perusahaan tapi dengan skala cukup kecil dan bersifat independen satu sama lain, tidak ada penghalang untuk entry, produk sejenis tapi berbeda (differentiated product).

Kenapa disebut monopolistic competition :

* 1. Istilah monopolistic, karena ciri differentiated product menyebabkan perusahaan monopolistic mempunyai kekuatan pasar menentukan harga (P) dan penjualan (Q).
  2. Istilah competition, karena ciri dimana industri terdiri dari banyak perusahaan dengan skala kecil dan bersifat independen, serta tidak ada penghalang untuk entry.

Contoh industri monopolistic competition : sikat gigi, odol, sabun, obat, makanan, restoran, pakaian, tukang gunting, sepatu, dan lainnya.

1. Karakter monopolistic competition

Berdasarkan pengertian dan ciri monopolistic competition diatas, maka karakter penting monopolistic competition :

* 1. Product differentiation dan monopoly power.

Produk adalah heterogen, tapi hanya kecil perbedaannya, jadi serupa atau sejenis dan karenanya bersifat substitusi.

Sumber product differentiation antara lain adalah bahan, iklan, pembungkusan, brand, lokasi, design --- sehingga menurut konsumen produk saling berbeda walaupun sejenis.

Karena product differentiation ini, maka perusahaan dalam monopolistic competition mempunyai monopoly power, tetapi karena produknya mempunyai substitusi, maka setiap kenaikan harga akan cenderung menyebabkan penjualan menurun karena konsumen mengganti dengan produk yang lain.

* 1. Persaingan bukan harga (nonprice competition).

Perusahaan melakukan kompetisi dengan mempertajam product differentiation.

* 1. Jumlah perusahaan cukup banyak dan terdapat kebebasan bagi perusahaan masuk keluar industri (large number of firms and freedom of entry and exit) berdasarkan kinerja memperoleh laba atau rugi.
  2. Perusahaan bersifat independen (independen behavior).

Tindakan suatu perusahaan tidak mempengaruhi perusahaan lain.

1. **KURVA PERMINTAAN (KURVA D)**

**PERUSAHAAN MONOPOLISTIC COMPETITION**

|  |  |
| --- | --- |
| * + - Karena perusahaan mono-polistic competition mem-punyai monoply power dan bersifat independen sebagai akibat dari product differentiation dan jumlah perusahaan banyak dalam industri, maka kurva D yang dihadapi oleh perusahaan adalah sama dengan yang dihadapi oleh monopoli (sama dengan Figure 20).     - Kurva D dimaksud miring dari kiri atas ke kanan bawah sehingga mempunyai slope negatif dan berarti berlaku the law of demand. |  |

1. **PRICING OLEH PERUSAHAAN MONOPOLISTIC COMPETITION --- SHORT RUN DAN LONG RUN**

|  |
| --- |
| * Kurva ATC dan MC adalah Short Run * Perusahaan beroperasi pada bagian kurva D yang elastis (ε > 1) |
| * Kurva ATC dan MC adalah Long Run dan Short Run * Perusahaan beroperasi pada bagian kurva D yang elastis (ε > 1) |

* 1. **PENINGKATAN PENJUALAN :**

**PRODUCT VARIATION DAN SELLING EXPENSES**

Product variation dan Selling expenses adalah upaya perusahaan yang menimbulkan biaya, dengan maksud untuk meningkatkan penjualan dan laba :

1. Product variation adalah perubahan karakteristik produk agar lebih menarik bagi konsumen.
2. Selling expenses adalah biaya karena iklan, peningkatan sarana penjualan, peningkatan servis, dan lainnya.

|  |
| --- |
| Bandingkan Figure 31 dengan Figure 30, Product variation dan Selling expenses menyebabkan kurva D′′ dan MR′′ serta LAC\* dan LMC\* (Figure 31) lebih tinggi dari D′ dan MR′ serta LACdan LMC (Figure 30). |