

PASAR OLIGIOPOLY

Karakteristik :

few seller, many buyer

May be differentiated

barrier to entry (patent)

High cost of information

potential monopoly profit

Example : aircraft, mobil, semen, dll

Oligopoly yang paling sederhana adalah duopoly, hanya ada 2 penjual, dimana kemampuan untuk mendikte pasar (menentukan P atau Q) tinggi, karena bila salah satu *exit*, akan memperkuat yang satu lagi untuk mendikte pasar, sehingga ia akan menjadi monopolis.

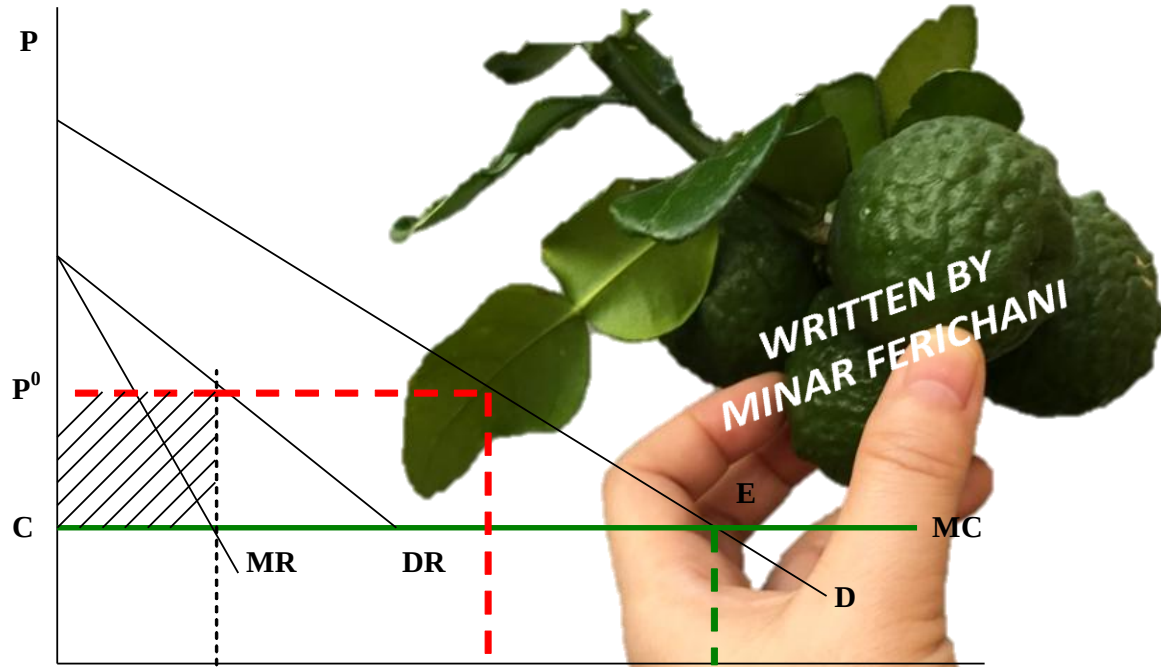


- Cara mendikte pasar ada 2:
- *Quantity setting model (Cournot duopoly)*
- *Price setting (Bertrand equilibrium)*



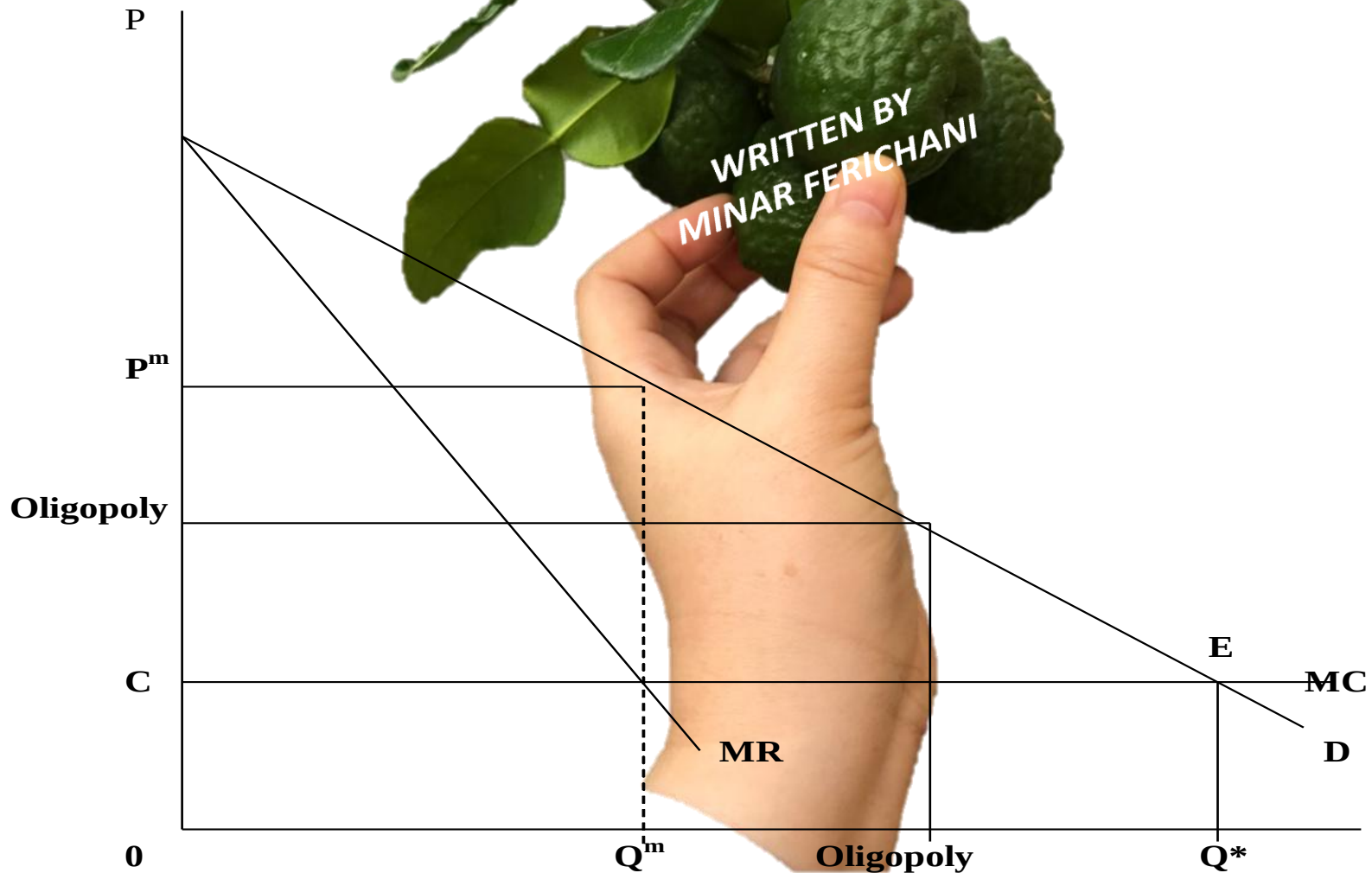
WRITTEN BY
MINA FERICHANI

1. Quantity setting model

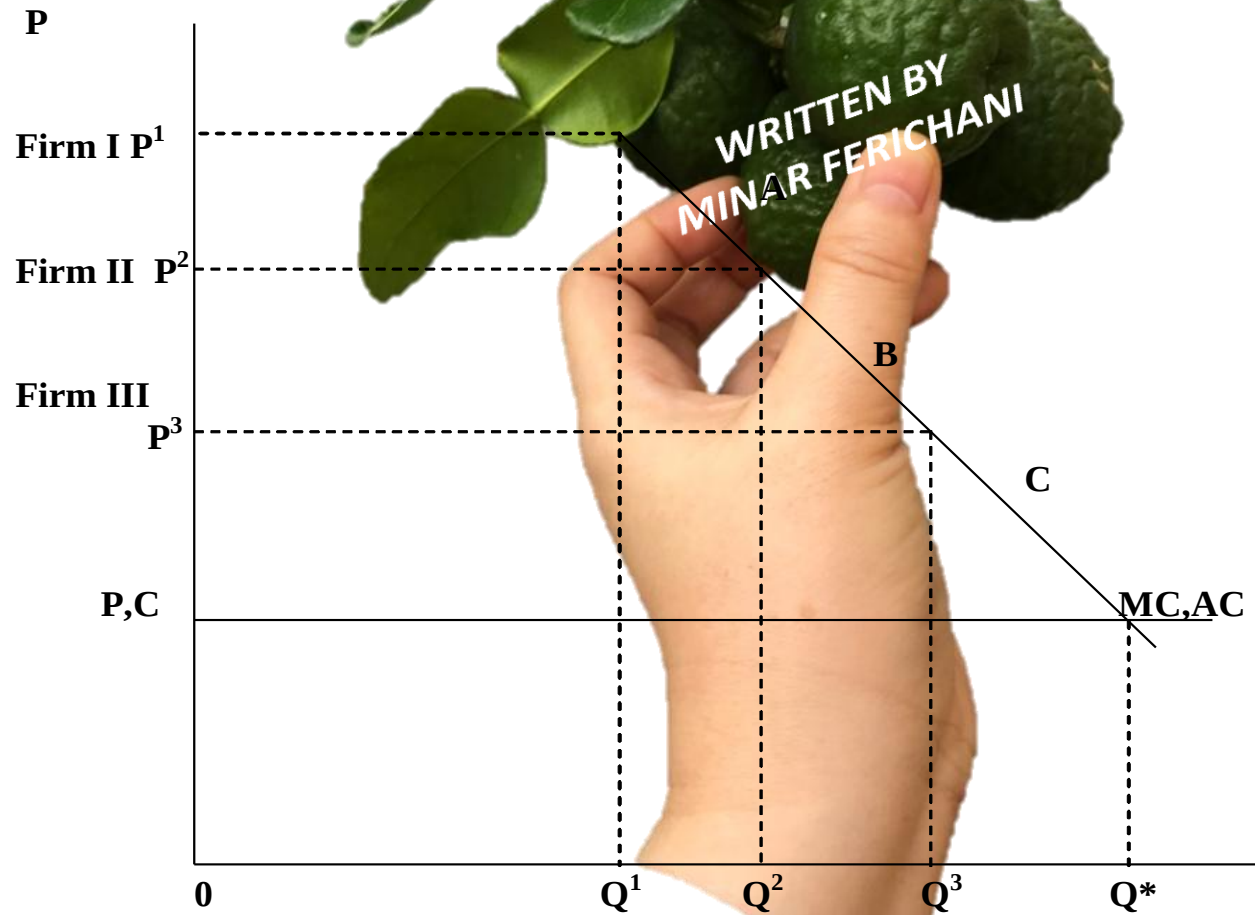


- Titik E adalah keseimbangan di pasar persaingan sempurna, DR adalah demand yang dihadapi oleh perusahaan II (*residual demand*). Jika 2 perusahaan diasumsikan identik, maka MC nya sama dan pasar sudah diketahui total demandnya.
- P^0 adalah harga yang ditentukan oleh perusahaan II, yang seolah-olah seperti monopoly. Daerah bayang2 adalah profitnya perusahaan II. Perusahaan I tidak akan memasang harga di bawah P^0 karena cost nya sama.

Dalam gambar di bawah ini, terlihat bahwa Q monopoly lebih sedikit dibanding Q oligopoly :



2. Price setting model

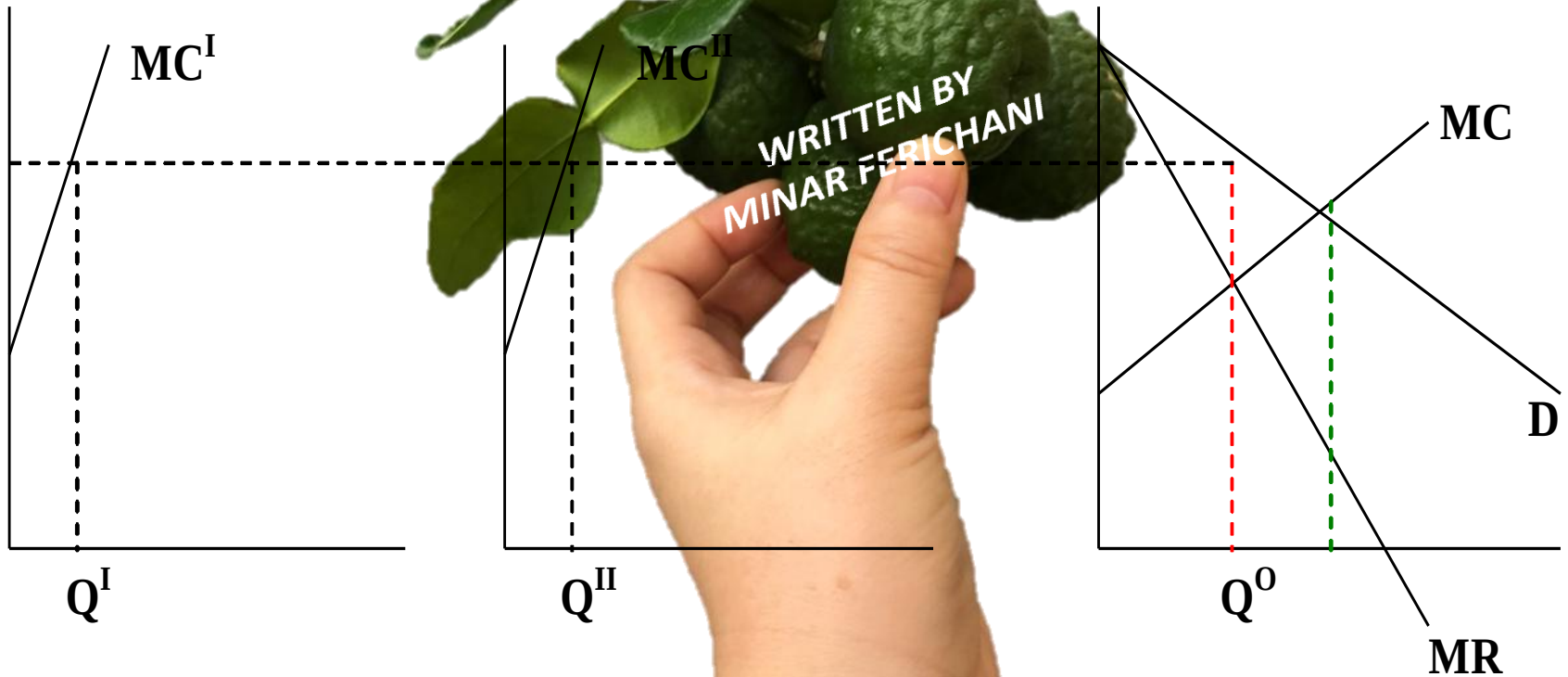


Satu perusahaan menentukan harga P_1 , Demandnya adalah A , dan tidak akan ada perusahaan lain yang berani memasang harga $> P_1$ karna tidak akan laku.

Bila ada perusahaan II berani memasang harga P_{II} , maka demandnya adalah B dan A akan ditinggalkan, semua pembeli akan membeli produk perusahaan II,

Demikian seterusnya, selama masih di atas MC , maka keluaranya perusahaan selalu ada perusahaan yang masuk untuk menggantikannya sampai $P = MC$, sehingga terjadi equilibrium (tidak ada lagi perusahaan yang mau bersaing) inilah yang disebut dengan "***Bertrand Equilibrium***"

Oligopoly mungkin membentuk kolusi, kalau berkolusi MC dari masing2 perusahaan dijumlahkan :



Jika berkolusi, maka mereka menikmati monopoly profit dari pengurangan Q di pasar
Bisa juga dilakukan **PRICE LEADERSHIP** (satu perusahaan menentukan harga, yang lain menyepakati)

Oligopoly

- Characteristics
 - Small number of firms
 - Product differentiation may or may not exist
 - Barriers to entry
- Examples: Automobiles, Steel, Aluminum, Petrochemicals, Electrical equipment, Computers

Oligopoly

- Barriers to entry include:
 - Scale economies; Patents; Technology; Name recognition
 - Strategic action: Flooding the market; Controlling an essential input
- Management Challenges
 - Strategic actions
 - Rival behavior



Oligopoly

- Equilibrium in an Oligopolistic Market
 - In perfect competition, monopoly, and monopolistic competition the producers did not have to consider a rival's response when choosing output and price.
 - In oligopoly the producers must consider the response of competitors when choosing output and price.

Oligopoly

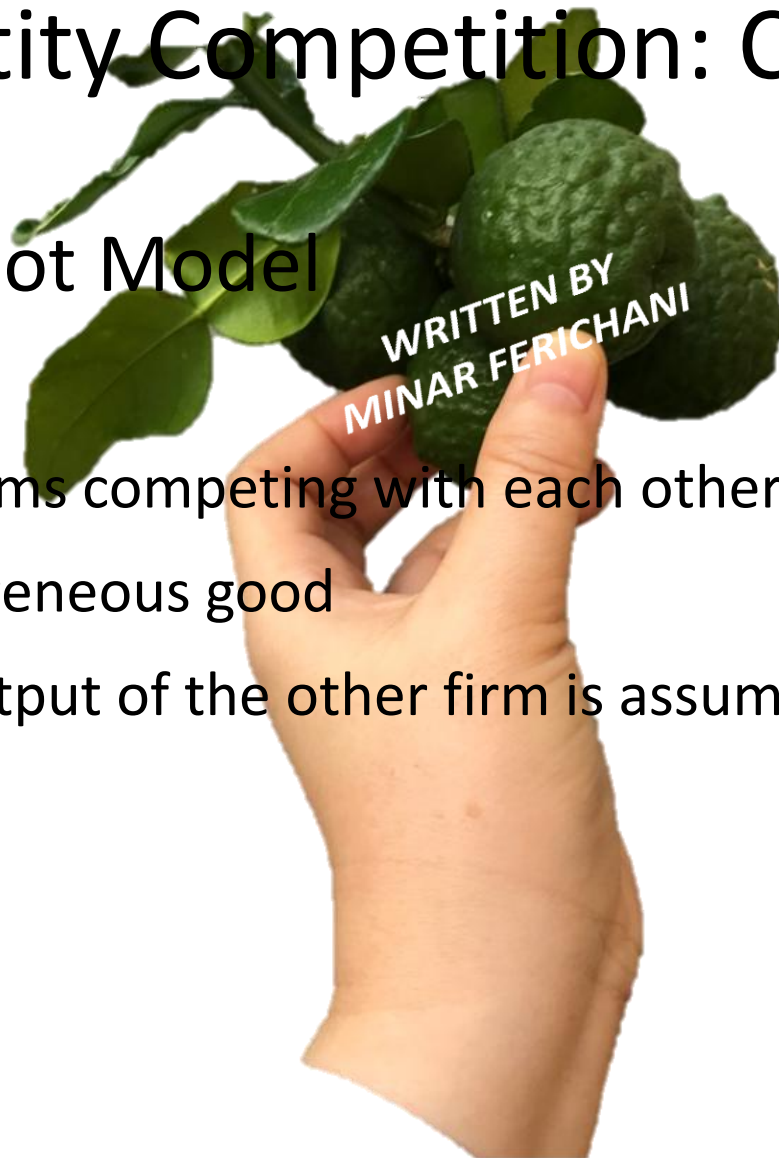
- Equilibrium in an Oligopolistic Market
 - Defining Equilibrium
 - Firms do the best they can and have no incentive to change their output or price
 - All firms assume competitors are taking rival decisions into account.
- Nash Equilibrium
 - Each firm is doing the best it can given what its competitors are doing.

Quantity Competition: Cournot

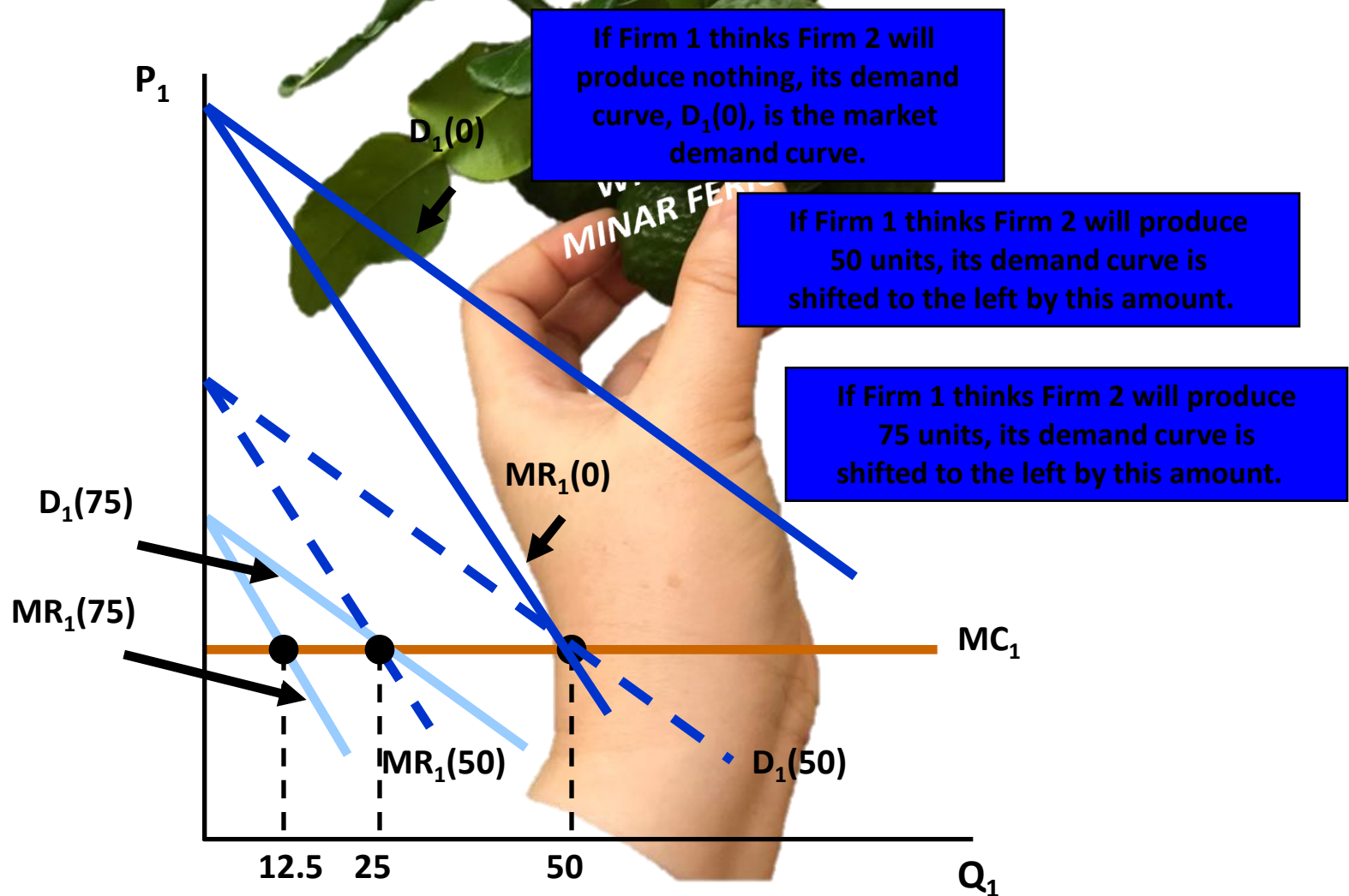
- The Cournot Model

- Duopoly

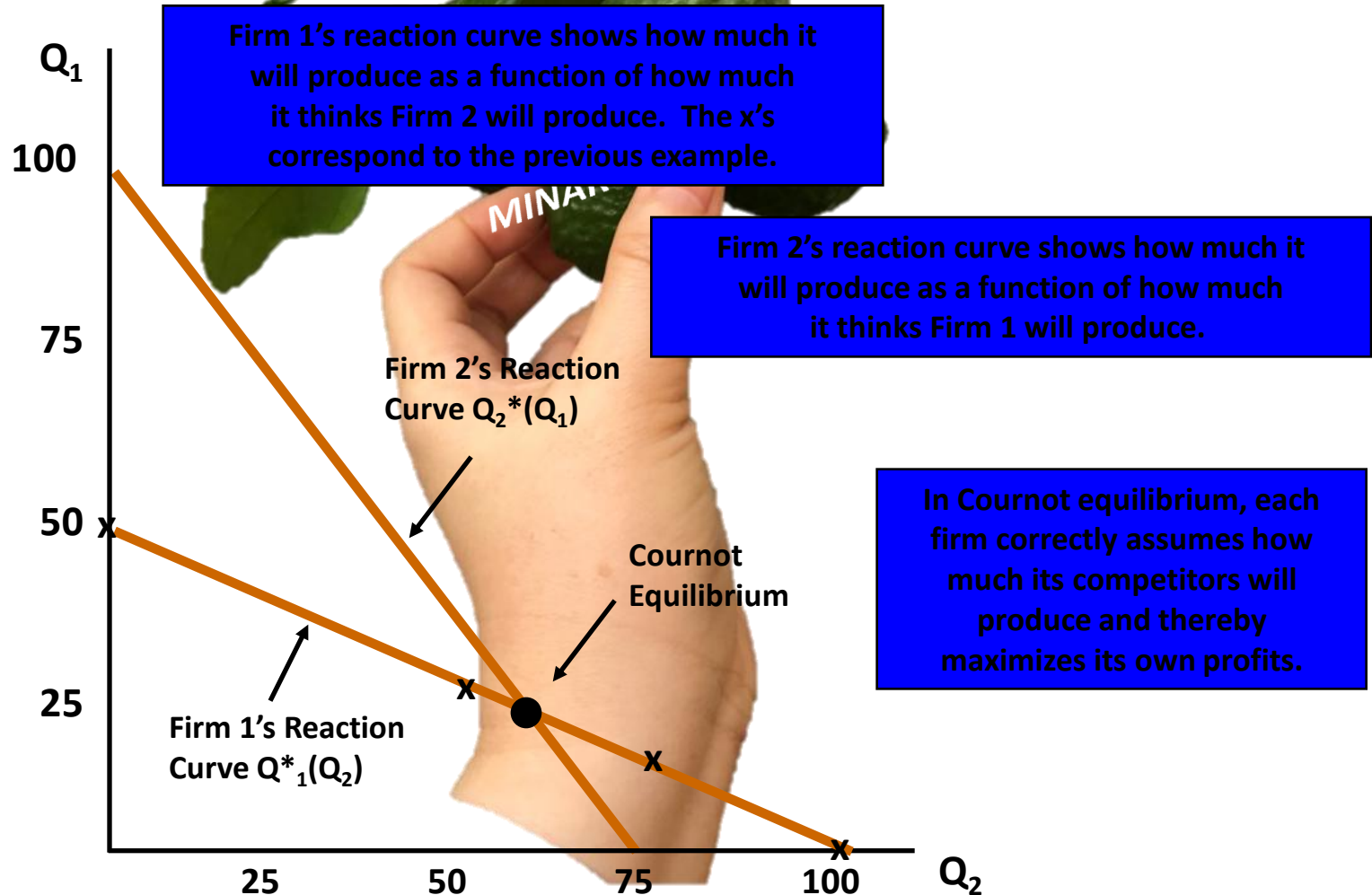
- Two firms competing with each other
 - Homogeneous good
 - The output of the other firm is assumed to be fixed



Firm 1's Output Decision



Reaction Curves and Cournot Equilibrium



Price Competition: Bertrand

- Competition in an oligopolistic industry may occur with price instead of output.
- The Bertrand Model is used to illustrate price competition in an oligopolistic industry with homogenous goods.
- How will consumers respond to a price differential? (Hint: Consider homogeneity)

Price Competition

Bertrand Model

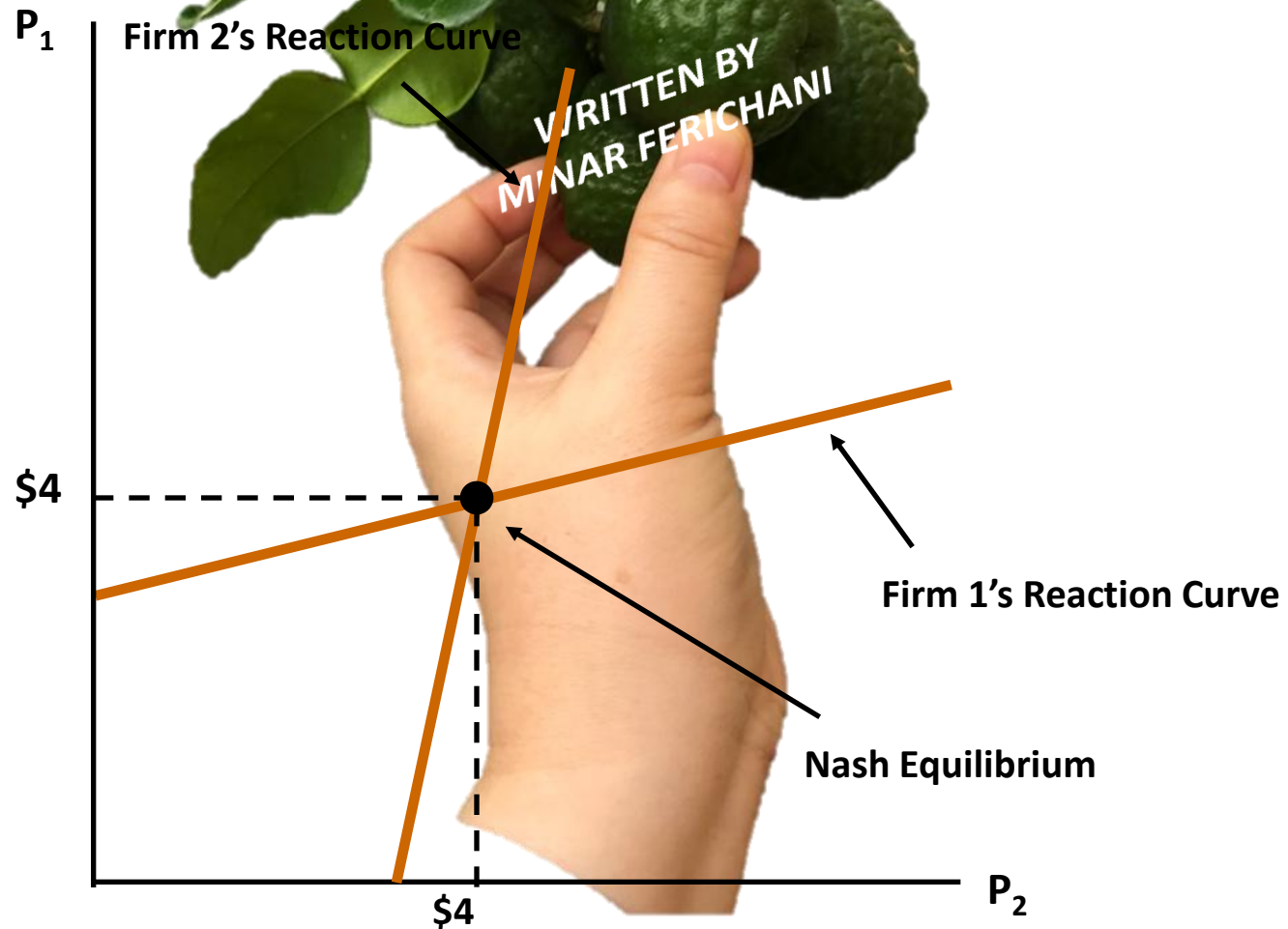
- Why not charge a higher price to raise profits?
- How does the Bertrand outcome compare to the Cournot outcome?
- The Bertrand model demonstrates the importance of the strategic variable (price versus output).

Price Competition

- Price Competition with Differentiated Products
 - Market shares are now determined not just by prices, but by differences in the design, performance, and durability of each firm's product.



Nash Equilibrium in Prices



CONTESTABLE MARKET (PASAR SIAP TANDING)

Ada rival / pesaing potensial yang siap masuk ke pasar seandainya profit di atas normal didapatkan oleh perusahaan yang sudah exist, sehingga perusahaan yang sudah exist hanya bisa berperilaku seperti pada pasar *perfect competition*.

Bila dalam usaha tersebut hanya perlu 1 perusahaan, bila ada dua, maka dua-duanya rugi.

Hal ini dimungkinkan bila *entry* dan *exit least cost*

Pemerintah harusnya memberi peluang pada potensial market sehingga tak ada monopoly : harus diciptakan *contestable market*.

PASAR MONOPSONY

CIRI2 :

Jumlah pembeli tunggal

Produk homogen

Informasi perfect

easy to entry, maybe hard to exit

profit : normal/dibawah normal

Contoh : pasar perkebunan karet

rakyat, pasar tebu rakyat



PASAR MONOPSONY

A hand is holding a small branch with several green leaves and a few green, bumpy fruits. The text "WRITTEN BY MINAR FERICHANI" is overlaid on the image, tilted diagonally.

WRITTEN BY
MINAR FERICHANI

Monopsony power enables the buyer to purchase a good for less than the price that would prevail in a competitive market.

PASAR MONOPSONY

marginal value

Additional benefit derived from purchasing one more unit of a good. In §4.1, we explain that as we move down along a demand curve, the value the consumer places on an additional unit of the good falls..

MV analog dengan MU



PASAR MONOPSONY

WRITTEN BY
MINAR FERICHANI

Marginal Expenditure

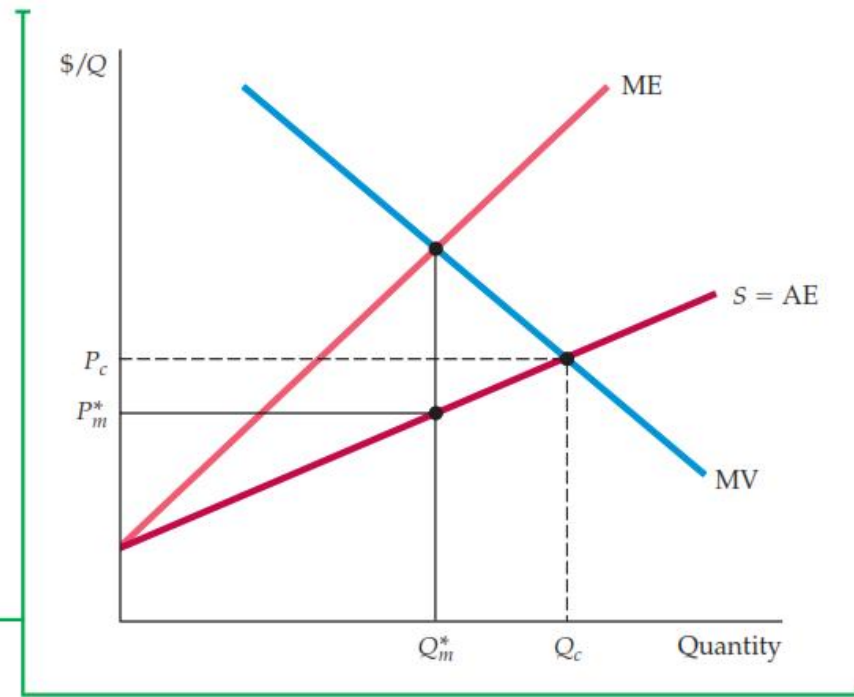
Additional cost of buying one more unit of a good.





FIGURE 10.14 MONOPSONIST BUYER

The market supply curve is monopsonist's average expenditure curve AE. Because average expenditure is rising, marginal expenditure lies above it. The monopsonist purchases quantity Q_m^* , where marginal expenditure and marginal value (demand) intersect. The price paid per unit P_m^* is then found from the average expenditure (supply) curve. In a competitive market, price and quantity, P_c and Q_c , are both higher. They are found at the point where average expenditure (supply) and marginal value (demand) intersect.



COMPARISON BETWEEN MONOPOLY AND MONOPSONY

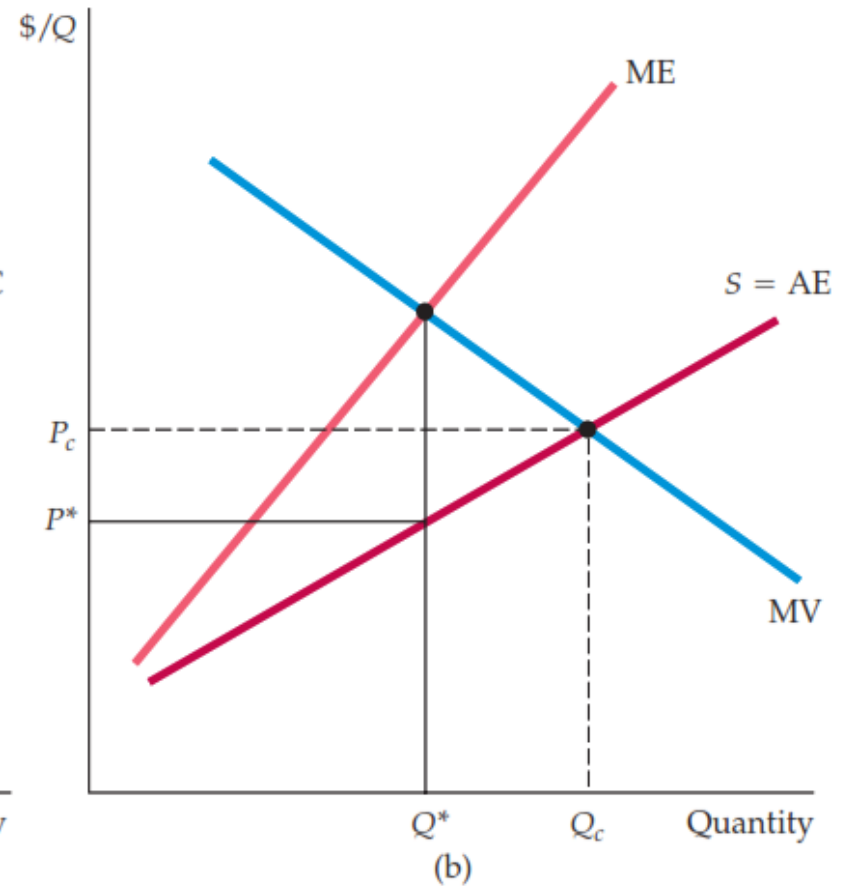
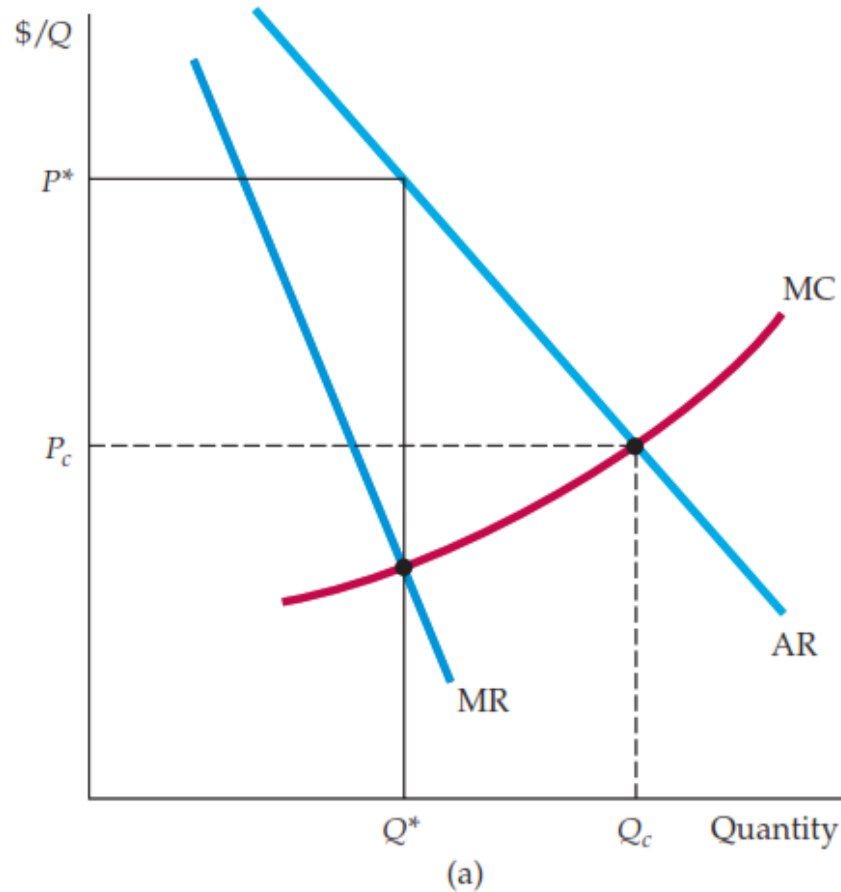


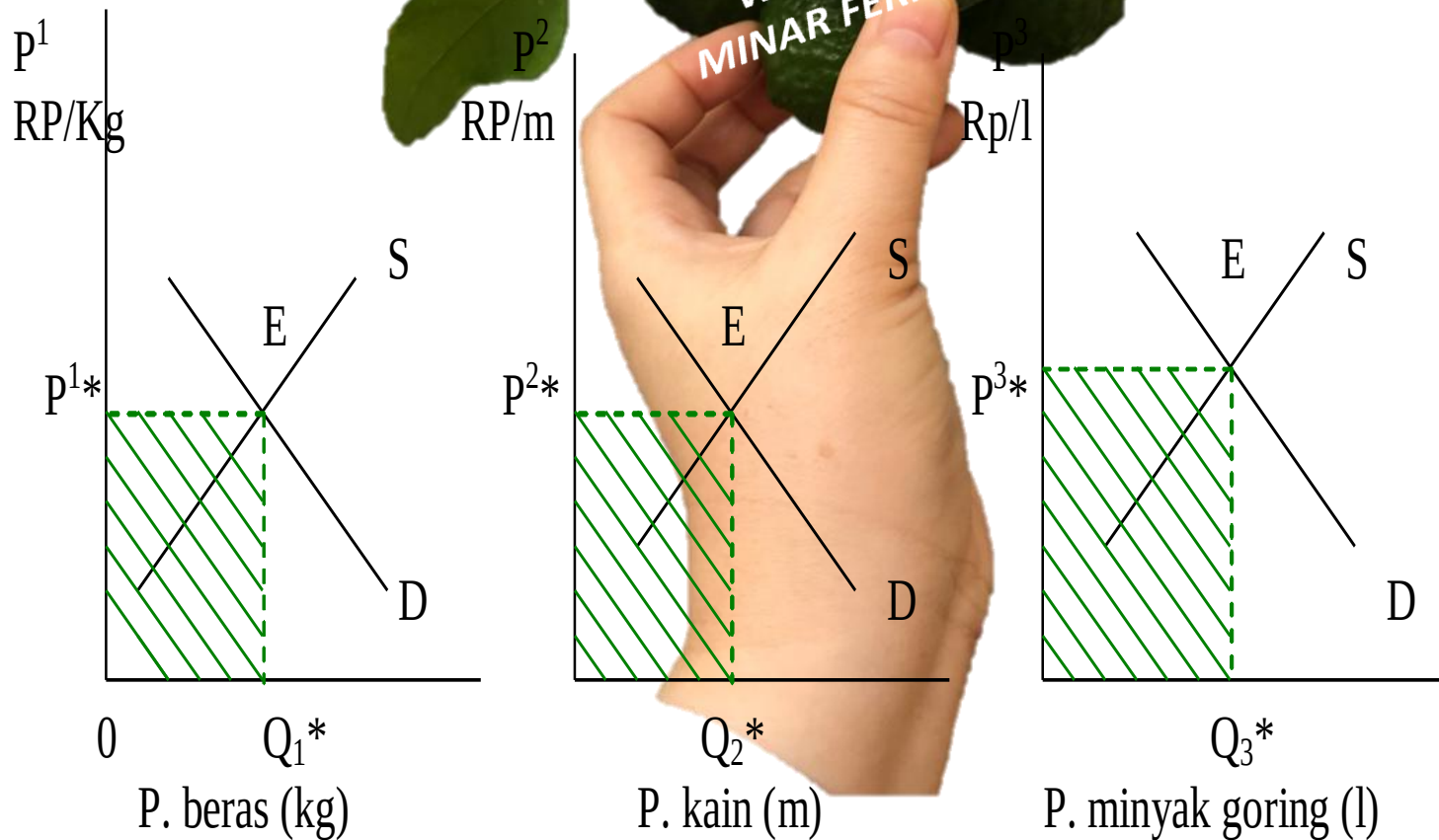


TABLE OF MARKET STRUCTURE

MARKET STRUCTURE	ΣBUYER & SELLER	PRODUCT CHARACTERISTIC	ENTRY & EXIT CONDITION	INFORMATION	PROFIT	EXAMPLE COMMODITY
Perfect competition						
Monopoly						
Monopolistic comptetion						
Oligopoly						
Monopsony						

GENERAL EQUILIBRIUM

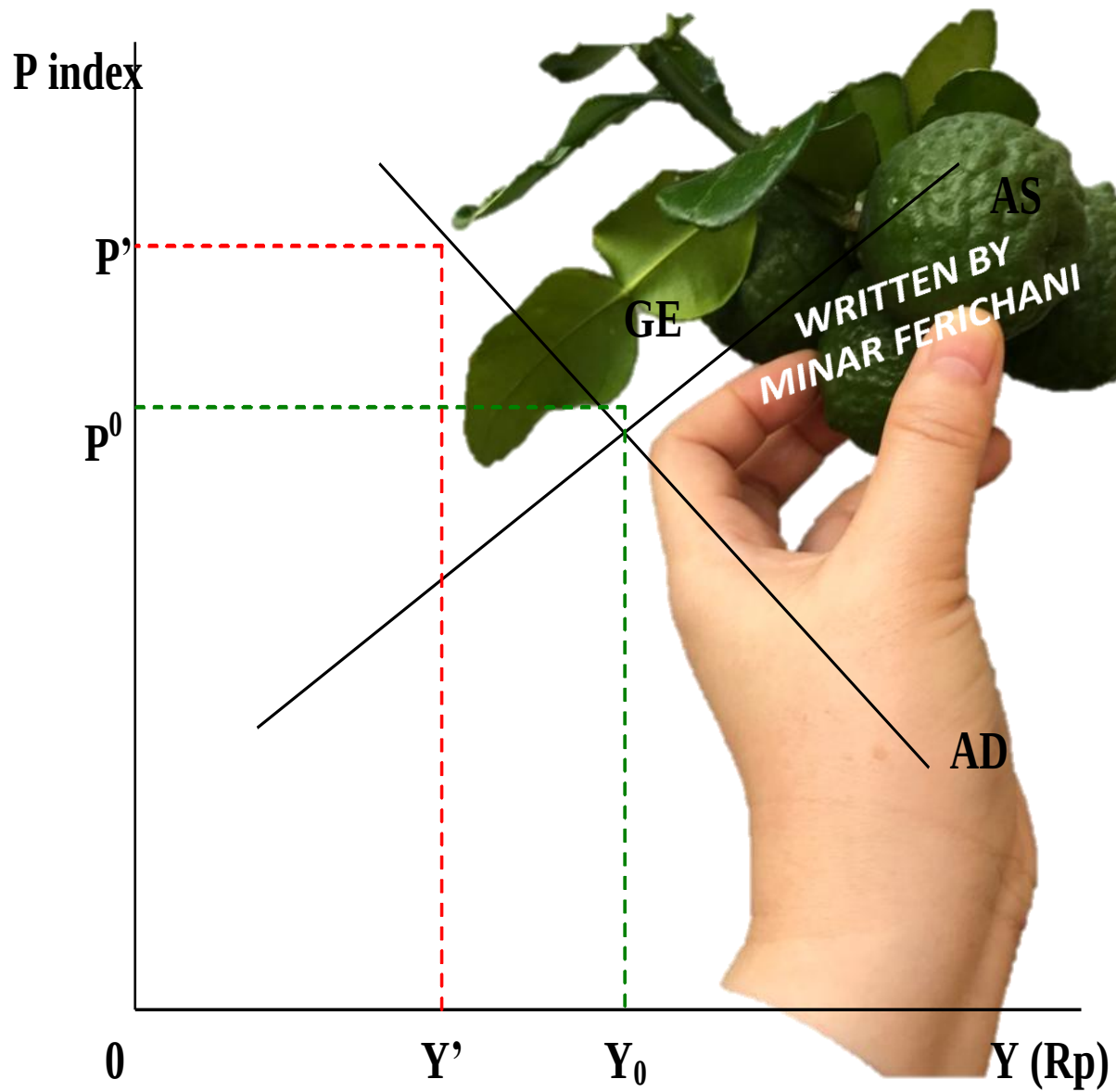
General equilibrium dapat terjadi jika semua pasar dalam keadaan *perfect competition*





Titik E adalah terjadinya equilibrium yaitu pertemuan Q^* (Q optimal) dan P^* (P optimal) yang merupakan hasil tawar menawar / kesepakatan antara produsen dan konsumen. Dengan demikian Q yang diminta sama dengan Q yang ditawarkan.

Jika semua pasar dalam keadaan equilibrium, maka akan ada kuantitas barang dan harga barang yang optimal di semua pasar barang (secara agregat), pada satu titik keseimbangan yang disebut *general equilibrium*.



Dalam general equilibrium, harga diukur dengan index
Consumer price index
GNP Price deflator

Bila ada barang yang diproduksi secara monopolis, maka Y akan lebih rendah dari yang diinginkan masyarakat (semula), dan harganya menjadi lebih tinggi.

Bila ada satu pasar saja yang bertindak sebagai monopolis, maka AD dan AS tidak akan berpotongan, sehingga terjadi *excess demand* (kelebihan permintaan).

Jadi antara general equilibrium dan perfect competition, seperti dua sisi dari satu mata uang. Dalam GE bila satu pasar saja tidak PC (misal dimonopoli) maka AD tidak akan berpotongan dengan AS , dan bila dalam PC tidak terjadi equilibrium, maka PC tidak akan tercapai