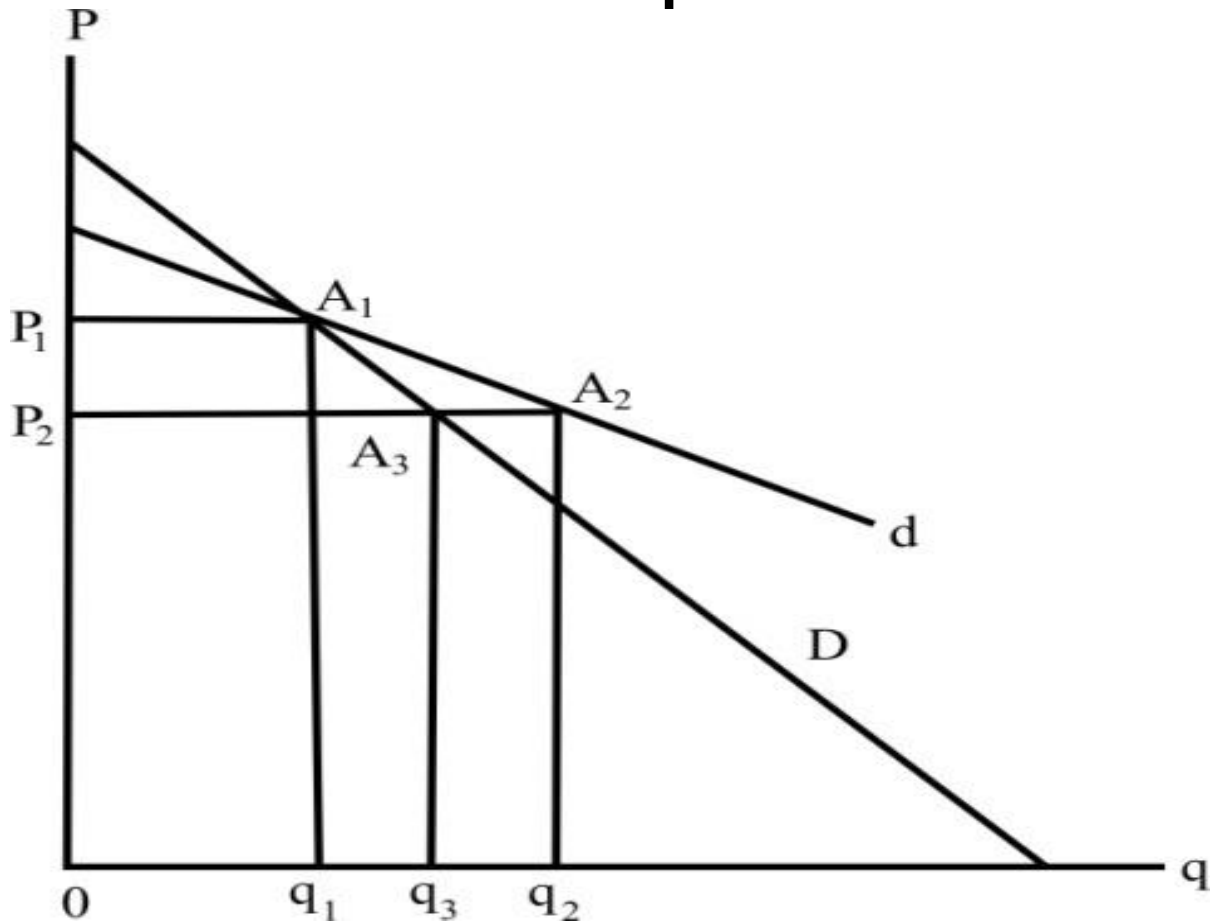


# PASAR PERSAINGAN MONOPOLISTIK (*MONOPOLISTIC COMPETITION*)

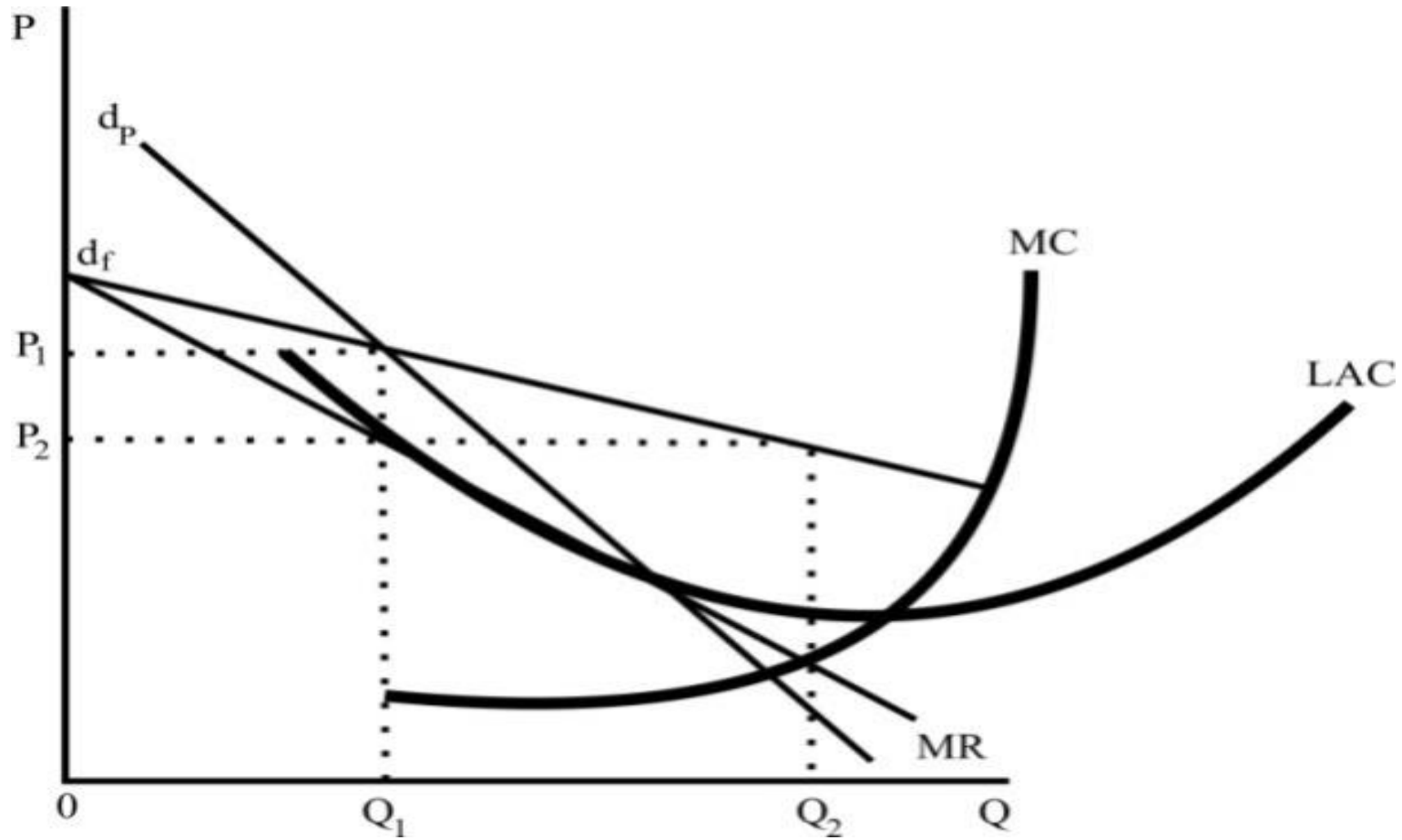
- Dalam pasar persaingan monopolistik, produsen yang merupakan monopolis dari barang produksinya juga bersaing dengan perusahaan lain yang memproduksi barang sejenis.
- Sebagai monopolis untuk barang produksinya sendiri, produsen tersebut menghadapi permintaan yang elastis ( $d$ ). Jika perusahaan lain yang sejenis tidak bereaksi, maka ketika menurunkan harga dari  $P_1$  ke  $P_2$  produsen tersebut dapat menjual output sebesar  $q_2$ . Jika perusahaan-perusahaan lain yang sejenis juga menurunkan harga, maka yang terjual hanya sebesar  $q_3$ . Dalam hal ini, produsen menghadapi dua macam permintaan  $d$  dan  $D$ .

# Permintaan Pada Pasar Persaingan Monopolistik

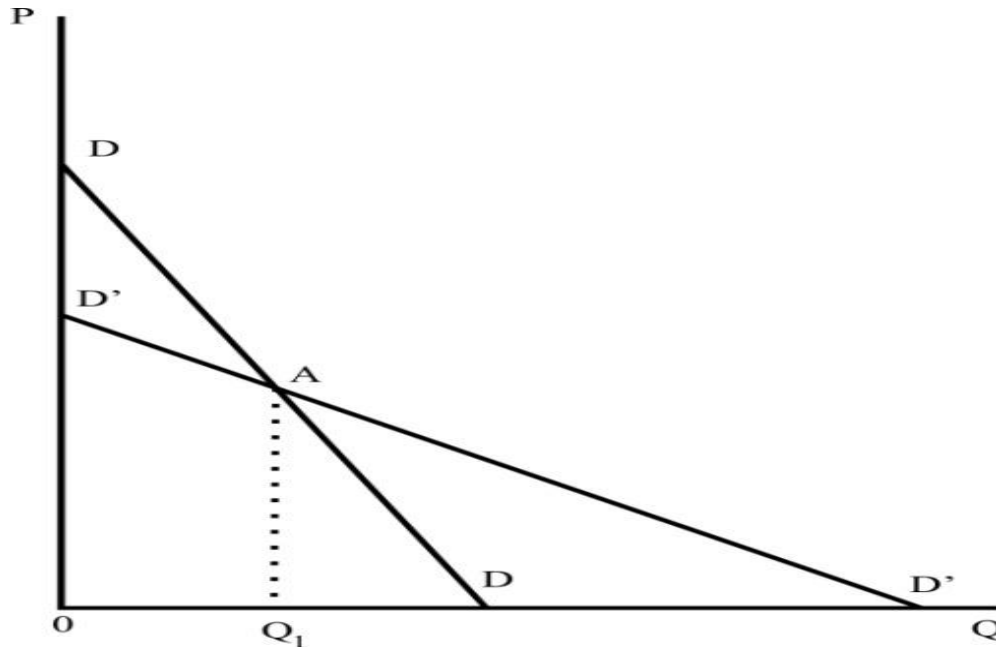


- Diferensiasi produk menciptakan loyalitas konsumen terhadap *merk* dan menyebabkan kurva permintaannya *berslope* negatif. Adanya diferensiasi produk dalam pasar persaingan monopolistik mengakibatkan kurva permintaan yang dihadapi masing-masing perusahaan miring ke kanan dan kontrol perusahaan terhadap harga produk kecil.

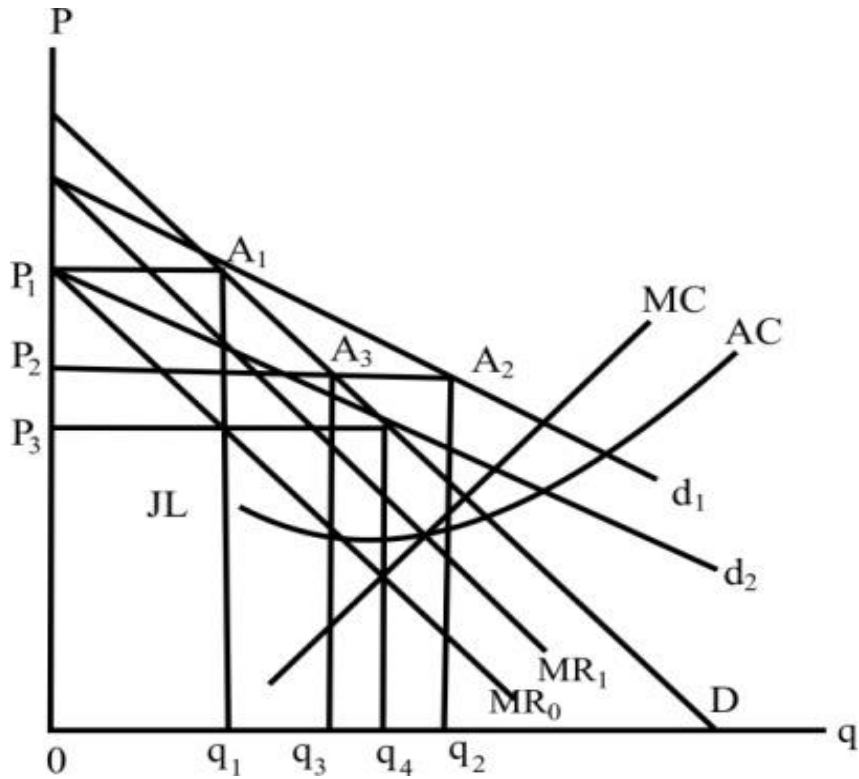
# Kurva Permintaan dengan Diferensiasi Produk



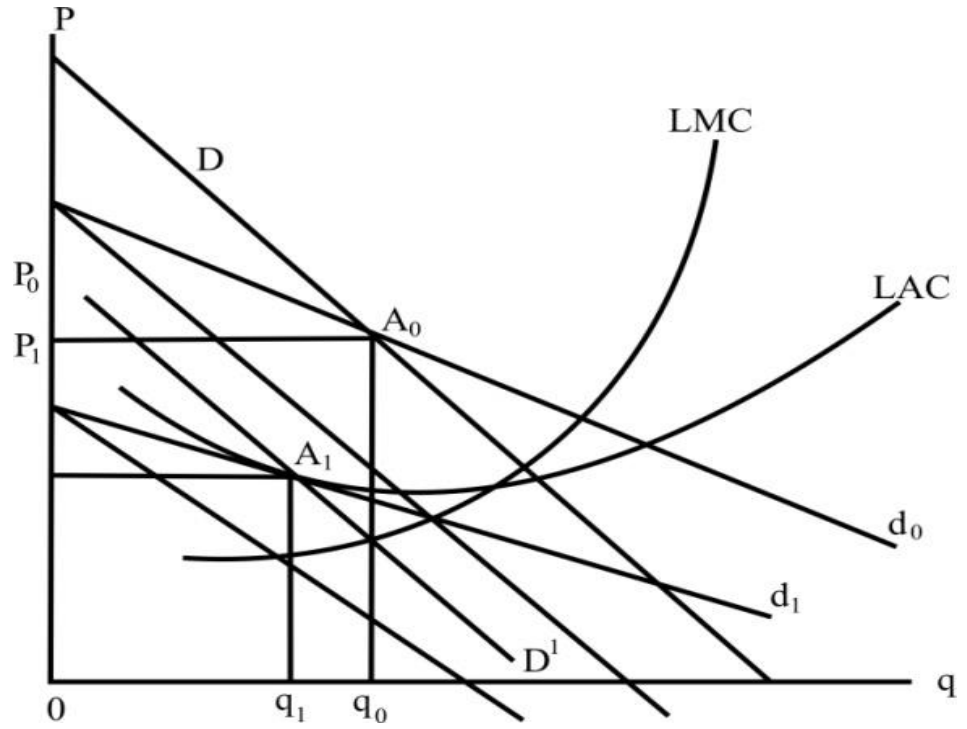
- Dalam pasar persaingan monopolistik, semua perusahaan berusaha untuk menguasai pasar, salah satunya dengan menggencarkan promosi dengan membuat iklan. Tujuan dari promosi dengan pembuatan iklan adalah membuat kurva permintaan atas produknya menjadi lebih elastis.



# Keseimbangan



*Shortrun Equilibrium*



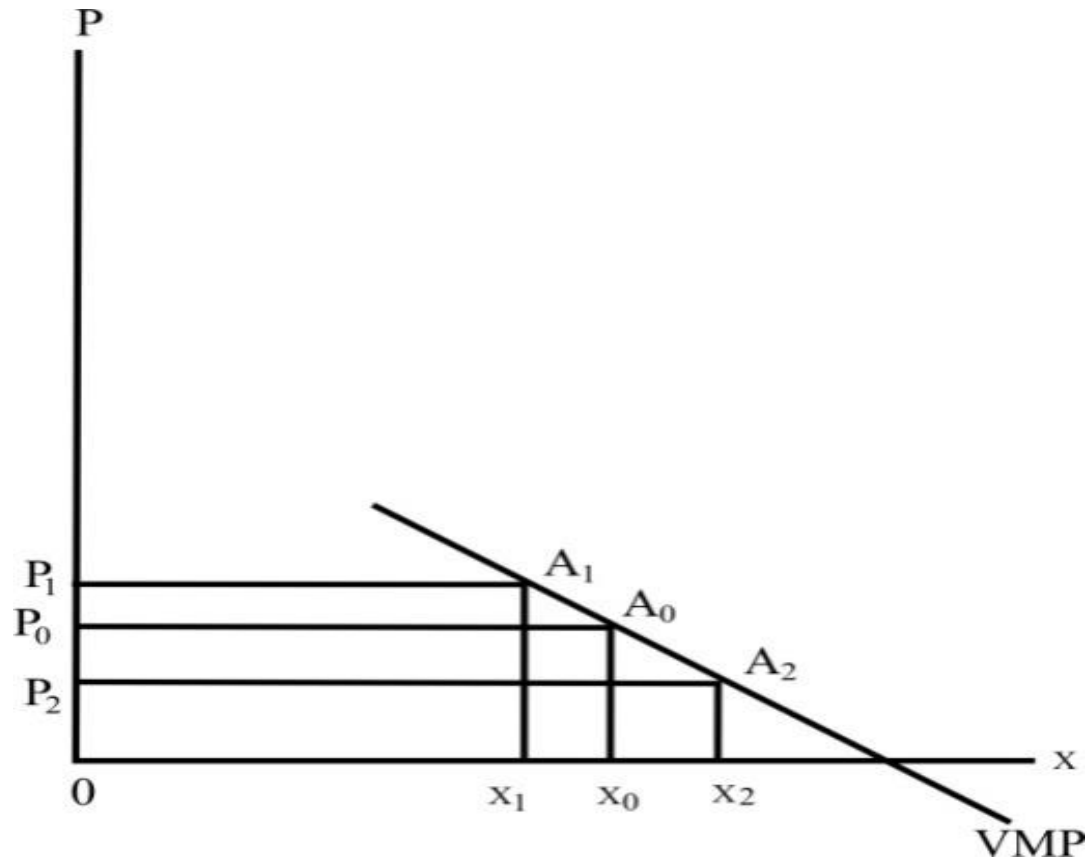
*Longrun Equilibrium*

# PASAR FAKTOR PRODUKSI

## *(FACTOR MARKET)*

- Setiap proses produksi selalu membutuhkan faktor produksi (input) untuk menghasilkan output tertentu. Faktor produksi (input) juga mempunyai harga sebagaimana output, sehingga penggunaan input merupakan komponen dalam proses pencapaian keuntungan maksimum (*profit maximization*).
- Pada persaingan sempurna baik pasar faktor maupun pasar output, nilai  $\underline{P}$  dan  $\underline{r}$  adalah konstan.

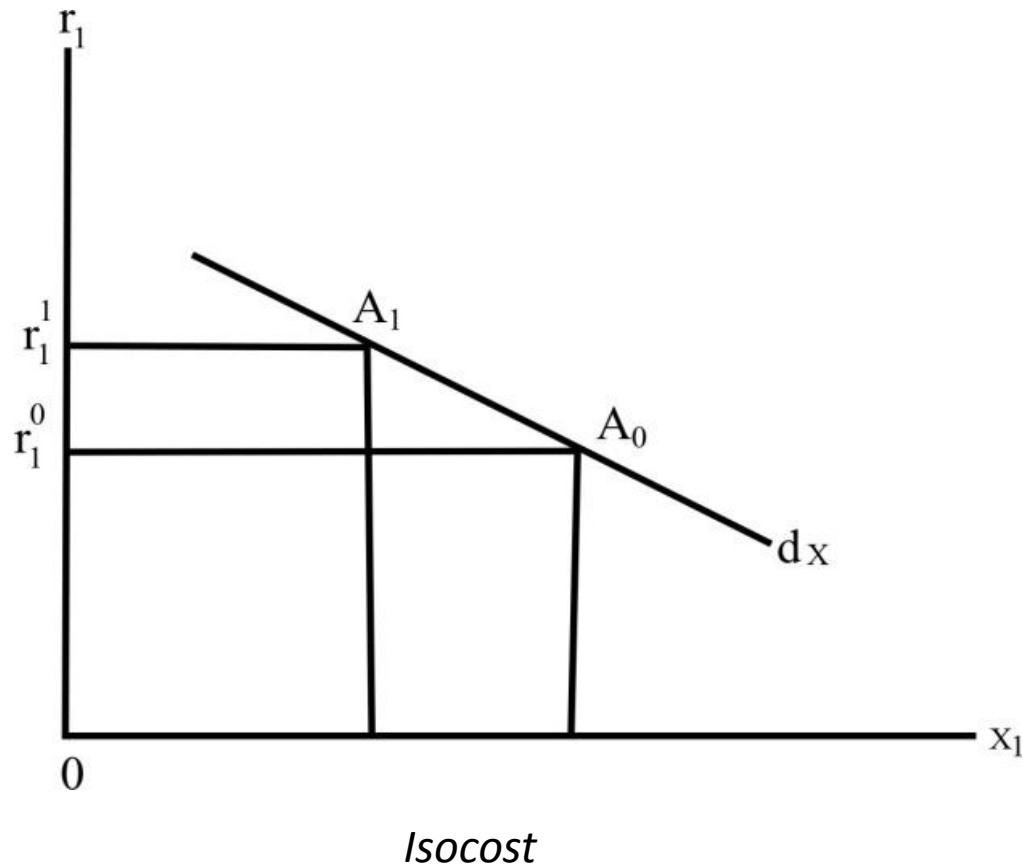
- VMP merupakan hubungan antara harga input dan jumlah input yang dipergunakan oleh suatu produsen.



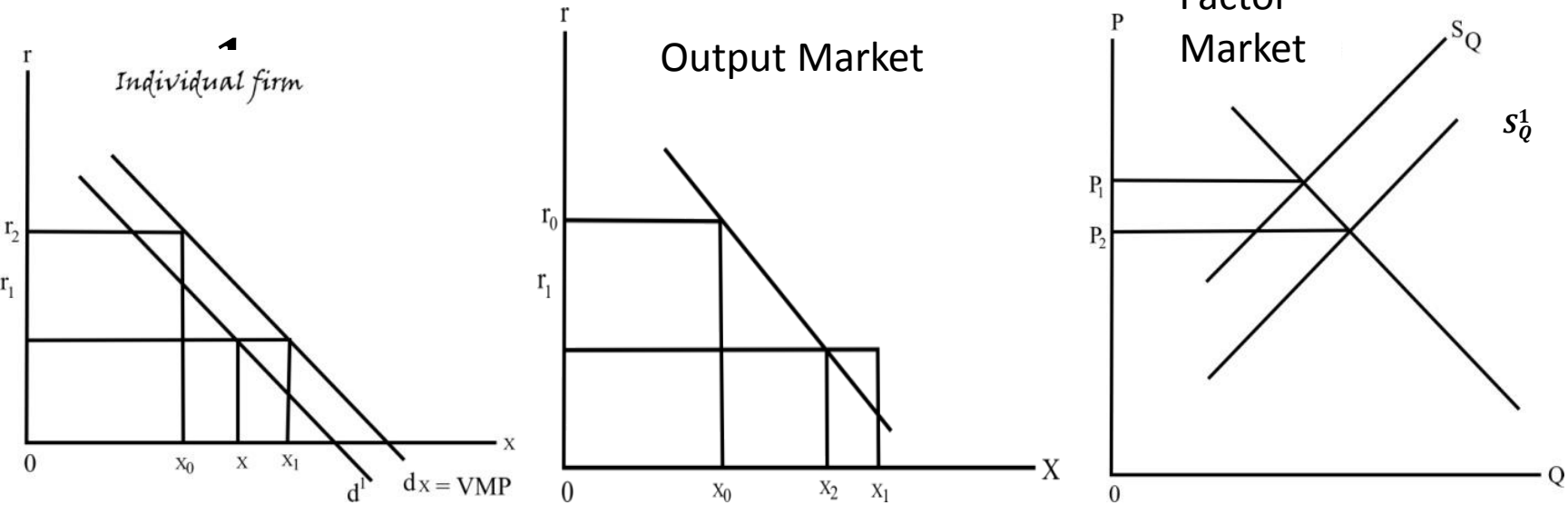
Kurva Permintaan Input



- Garis *isocost* tidak selalu merupakan kendala pada teori produksi, berbeda pada teori konsumsi dimana *budget line* selalu merupakan kendala



- Permintaan pasar faktor produksi tidak sama dengan penjumlahan horisontal permintaan individual faktor produksi.



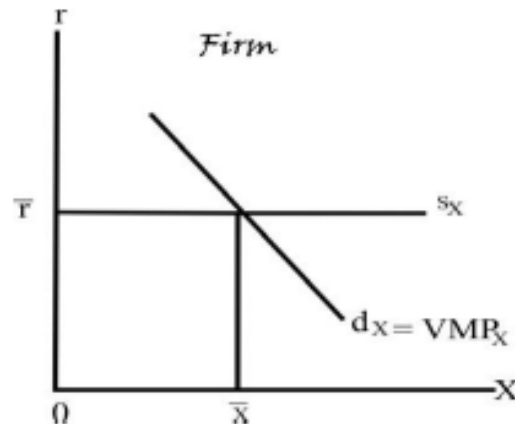
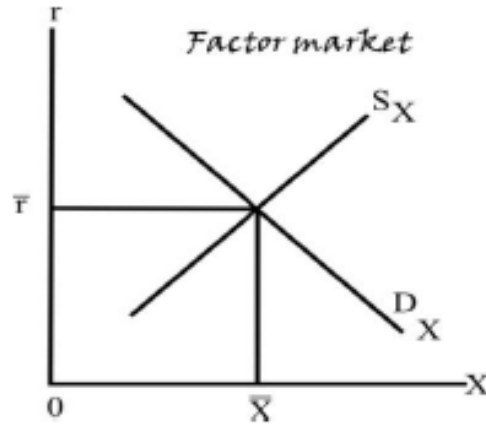
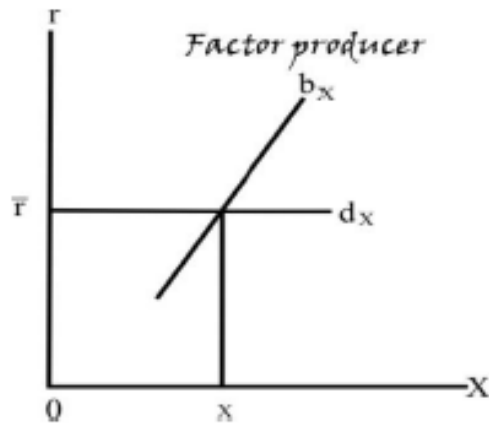
Penurunan harga input mengakibatkan pergeseran penawaran barang produksi dari  $S_Q$  menjadi  $S_Q^1$ , sehingga harga barang produksi turun dari  $P_0$  ke  $P_1$ .

# Jenis Pasar Faktor

- Persaingan Sempurna pada Pasar Faktor dan Produk
- Persaingan Sempurna pada Pasar Faktor dan Monopoli Pada Pasar Produk
- Monopsoni pada Pasar Faktor
- Monopoli pada Pasar Faktor

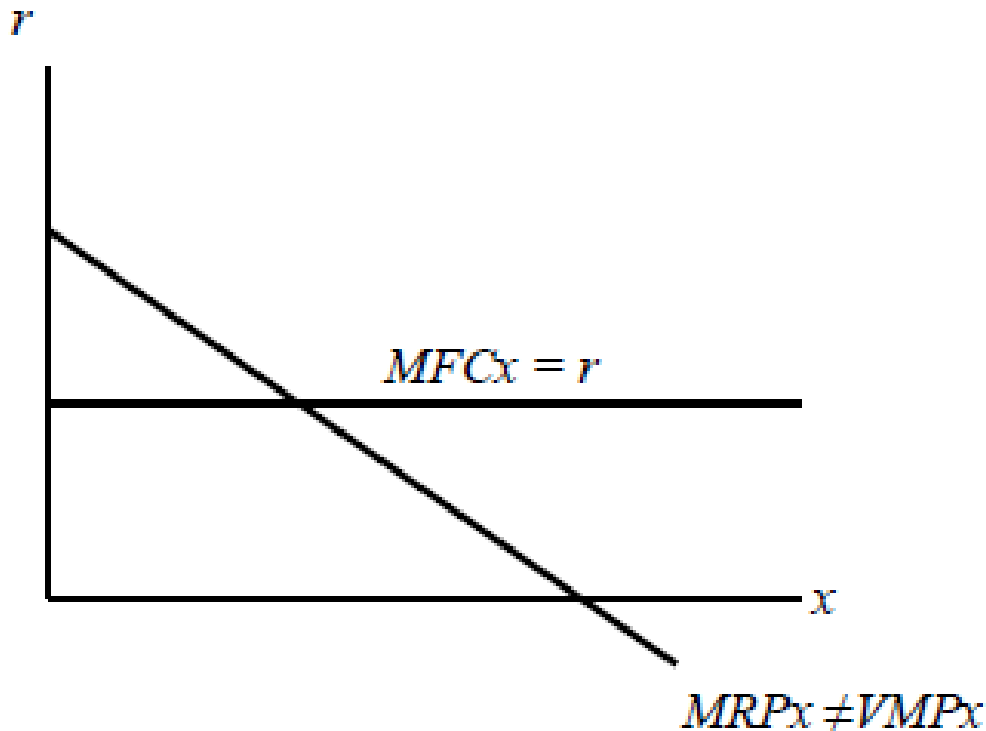
# Persaingan Sempurna pada Pasar Faktor dan Produk

- Sifat dari pasar faktor produksi ditentukan oleh sifat pasar faktor dan pasar barang/jasa yang diproduksi.



# Persaingan Sempurna pada Pasar Faktor dan Monopoli Pada Pasar Produk

- Pada pasar tipe ini, keuntungan maksimum terjadi pada saat *Marginal Revenue Product of x* sama dengan *marginal factor cost of x* ( $MRP_x = MFC_x$ )



$$\pi_{max}: \frac{\partial \pi}{\partial x} = 0$$

$$\frac{\partial \pi}{\partial x} = \frac{\partial R}{\partial x} - \frac{\partial C}{\partial x} = 0$$

$$MRP_x - MFC_x = 0$$

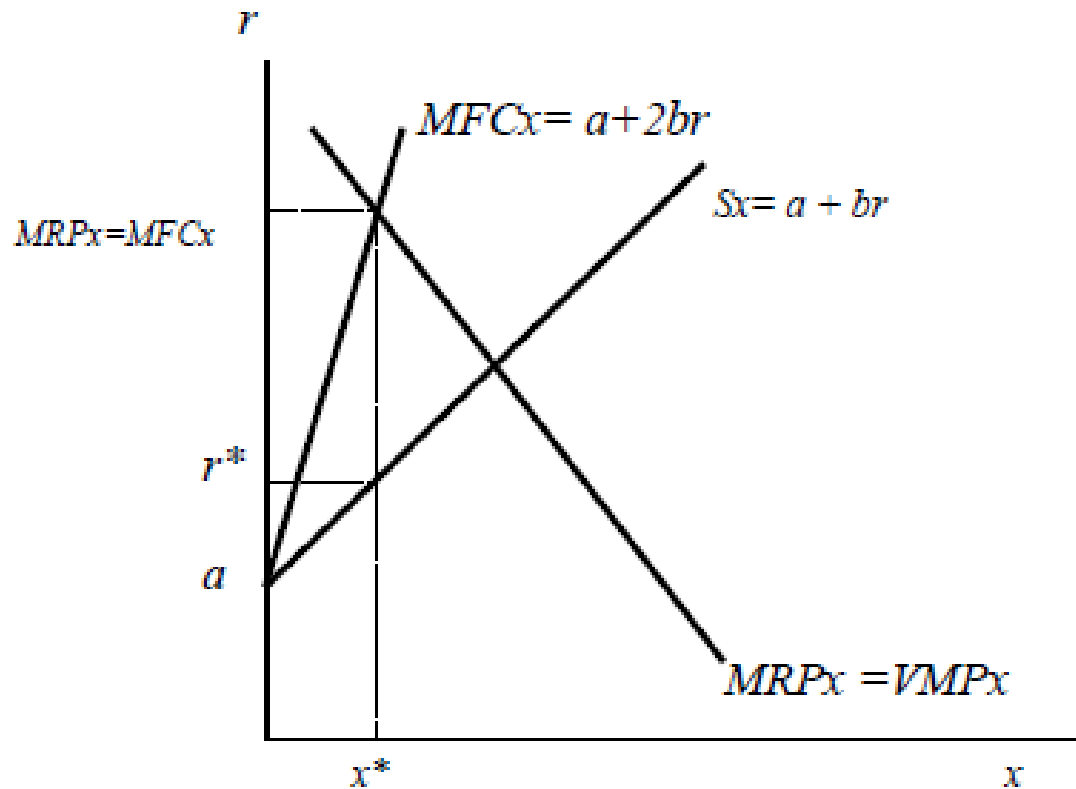
$$\boxed{MRP_x = MFC_x}$$

$MRP_x$  adalah perubahan penerimaan perkesatuan perubahan input ( $x = \frac{\partial R}{\partial x}$ ).  $MFC_x$  adalah perubahan biaya perkesatuan perubahan  $x$  ( $\frac{\partial C}{\partial x}$ ). Pada pasar produk persaingan sempurna  $MRP_x = MFC_x$ . Pada pasar faktor persaingan sempurna  $MFC_x = r$ , karena  $r$  konstan.

# Monopsoni pada Pasar Faktor

- Dalam pasar monopoli hanya terdapat satu produsen/penjual saja, sedangkan dalam pasar monopsoni hanya ada satu pembeli saja.
- Analisis pada monopsonis serupa pada monopolis. Karena adanya efisiensi dalam penggunaan faktor produksi dan letak geografi serta sarana dan pra sarana komunikasi yang kurang memadai dapat menimbulkan monopsoni pada pasar faktor

- Perusahaan pada pasar faktor persaingan sempurna berperan sebagai *price taker*, sedangkan monopsonis pada factor berperan sebagai *price maker*.





# Monopoli pada Pasar Faktor

- Monopoli pada penawaran input pada umumnya terjadi untuk mengontrol *supply* faktor produksi yang bersifat unik, sebagian besar merupakan sumberdaya alam (natural resources).