

Nama : Rhesty Puspita Sari

Npm : 2213031003

Esensi Jurnal

Pasar adalah sekumpulan pembeli dan penjual dari sebuah barang dan jasa tertentu. Para pembeli sebagai sebuah kelompok menentukan permintaan terhadap sebuah produk, dan para penjual sebagai kelompok lainnya menentukan penawaran terhadap produk. Aktivitas usaha yang dilakukan di pasar pada dasarnya akan melibatkan dua subyek pokok, yaitu produsen dan konsumen. Mekanisme pasar cenderung untuk menyesuaikan jumlah barang yang diminta (demand) dan jumlah barang yang ditawarkan (supply) sehingga memungkinkan penggunaan sumber yang tertib untuk pemenuhan kebutuhan. berbagai macam bentuk pasar dengan dua batasan ekstrim. Pertama, adalah bentuk pasar persaingan murni (*pure competition*). Pasar persaingan murni ini merupakan bentuk pasar yang sangat ideal. Kedua, adalah bentuk pasar monopoli murni (*pure monopoly*).

Ada beberapa bentuk pasar sebagaimana yang sudah sering diungkapkan oleh para pakar pemasaran. Adapun bentuk-bentuk pasar tersebut sebagai berikut: 1) Pasar Persaingan Sempurna; 2) Pasar Monopoli; 3) Pasar Oligopoli; dan Pasar Persaingan Monopolistik.

#### 1. Pasar Persaingan Sempurna

Suatu kondisi pasar dimana terdapat banyak penjual dan pembeli. Pasar persaingan sempurna mempunyai beberapa ciri, yaitu:

- a. Terdapat banyak penjual dan pembeli, dan masing-masing penjual hanya merupakan bagian kecil dari pasar secara keseluruhan.
- b. Barang yang dihasilkan bersifat homogen, artinya barang yang diproduksi oleh seorang produsen merupakan barang substitusi sempurna dari barang yang sama yang diproduksi oleh produsen lain.
- c. Adanya kebebasan keluar masuk industri (*free entry dan free exit*) baik bagi konsumen maupun bagi produsen. Artinya bila menguntungkan pengusaha bebas membuka pabrik baru tetapi bila rugi mereka bisa menutup usahanya.

- d. Informasi mengenai pasar (seperti perubahan harga dan permintaan) mudah didapat.

## 2. Pasar Monopoli

Dalam kehidupan sehari-hari sering kita temui bentuk pasar monopoli, yaitu situasi pasar dimana hanya ada satu penjual produk, dan produk tersebut tidak ada penggantinya (*no substitutes*). Beberapa ciri yang dimiliki oleh pasar monopoli, antara lain:

- a. Di dalam pasar hanya terdapat satu penjual.
- b. Jenis barang yang diproduksi tidak ada penggantinya (*no substitutes*) “yang mirip”.
- c. Ada hambatan atau rintangan (*barriers*) bagi perusahaan baru yang akan masuk dalam pasar monopoli.
- d. Penjual tunggal ini tidak dipengaruhi dan tidak mempengaruhi harga serta output dari produk-produk lain yang dijual dalam perekonomian.

## 3. Pasar Oligopoli

Diantara dua bentuk pasar yang ekstrim tersebut terdapat bentuk antara yang mempunyai unsur persaingan sempurna dan monopoli, atau yang biasa disebut bentuk menengah. Bentuk tersebut salah satunya yaitu pasar oligopoli. Pasar oligopoly memiliki beberapa ciri, diantaranya yaitu:

- a. Terdapat sedikit penjual yang menjual produk substitusi (yang saling merupakan pengganti antara produk yang satu dengan yang lainnya), artinya yang mempunyai kurva permintaan dengan elastisitas silang (*cross elasticities of demand*) yang tinggi.
- b. Terdapat rintangan untuk memasuki industri oligopoli. Hal ini karena perusahaan yang ada dalam pasar hanya sedikit.
- c. Keputusan harga yang diambil oleh satu perusahaan harus dipertimbangkan oleh perusahaan yang lain dalam industri.

#### 4. Pasar Persaingan Monopolistik

Bentuk pasar persaingan monopolistik ini adalah merupakan bentuk pasar menengah lainnya selain oligopoli. Pasar persaingan monopolistik ini merupakan perpaduan antara bentuk persaingan sempurna dengan monopoli. Beberapa ciri yang dimiliki oleh

bentuk ini antara lain:

- a. Perusahaan bebas masuk dan keluar dari pasar (*free entry dan free exit*).
- b. Barang yang dihasilkan mempunyai corak yang berbeda (*product differentiation*).
- c. Barang yang dihasilkan tidak homogen.