

MAKALAH EKONOMI INDUSTRI
“STRUKTUR PASAR”

Disusu Guna Memenuhi Tugas Mata Kulaih Ekonomi Industri

Dosen Pengampu

Dr. Pujiati, S.Pd., M.Pd.

Meyta Pritandhari, S.Pd., M.Pd.



Disusun Oleh:

Kelompok 1 Kelas Peminatan 1:

- | | | |
|----|-----------------------|------------|
| 1. | M. Dimas Syahputra | 2213031012 |
| 2. | Nazwa Bunga Lestari | 2213031040 |
| 3. | Nabila Sevtiana Putri | 2213031079 |
| 4. | Aldi Pranoto | 2213031088 |

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2025

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya. Atas berkat rahmat dan hidayah-Nya serta berbagai upaya, tugas makalah mata kuliah Ekonomi Industri yang berjudul “Struktur Pasar” dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada Ibu Dr. Pujiati, S.Pd., M.Pd. dan Ibu. Meyta Pritandhari, S.Pd., M.Pd. selaku dosen pengampu mata kuliah Ekonomi Industri dan seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam menyelesaikan makalah ini. Penulis telah berupaya menyajikan makalah ini dengan sebaik-sebaiknya, berdasarkan pengetahuan dan beberapa referensi yang di ambil, meskipun tidak lengkap.

Di samping itu, apabila dalam makalah ini didapati kekurangan dan kesalahan, baik dalam pengetikan maupun dalam pembahasannya, maka penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran dari pembaca. Semoga makalah ini bermanfaat bagi kita semua khususnya para pembaca yang sedang dalam pembelajarannya dan sebagai sarana penunjang proses belajar mengajar dalam kehidupan sehari-hari.

Bandar Lampung, 15 September 2025

Kelompok 1

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	2
C. Tujuan.....	2
BAB II PEMBAHASAN	3
A. Pasar	3
B. Pasar Persaingan Sempurna	3
1. Pengertian Pasar Persaingan Sempurna	3
2. Ciri-Ciri Pasar Persaingan Sempurna.....	4
3. Kekurangan dan Kelebihan Pasar Persaingan Sempurna.....	4
C. Monopoli.....	6
1. Pengertian Pasar Monopoli	6
2. Ciri-Ciri Pasar Monopoli.....	6
3. Kekurangan dan Kelebihan Pasar Monopoli.....	7
D. Oligopoli	7
1. Pengertian Pasar Oligopoli	7
2. Ciri-Ciri Pasar Oligopoli	8
3. Kekurangan dan Kelebihan Pasar Oligopoli	9
BAB III PENUTUP	10
A. Kesimpulan	10
B. Saran.....	10
DAFTAR PUSTAKA	11

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Struktur pasar adalah konsep penting dalam ilmu ekonomi yang menggambarkan terbentuknya interaksi antara penjual dan pembeli dalam suatu sistem. Memahami struktur pasar memiliki peranan krusial karena hal tersebut berpengaruh terhadap pola produksi, distribusi, hingga konsumsi dalam kegiatan perekonomian. Pasar tidak hanya berfungsi sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli, melainkan juga mencerminkan mekanisme interaksi yang menentukan harga, jumlah barang maupun jasa yang diperdagangkan, serta tingkat efisiensi ekonomi.

Dalam penerapannya, dikenal beberapa bentuk struktur pasar, seperti pasar persaingan sempurna, monopoli, dan oligopoli. Pasar persaingan sempurna dianggap sebagai model ideal karena melibatkan banyak penjual dan pembeli, menawarkan produk yang homogen, serta harga ditentukan sepenuhnya oleh mekanisme permintaan dan penawaran. Akan tetapi, kondisi nyata sering kali tidak sesuai dengan gambaran ideal tersebut. Justru monopoli dan oligopoli lebih sering dijumpai, di mana satu atau beberapa perusahaan besar memiliki kekuatan dominan untuk mengendalikan harga maupun output. Situasi semacam ini membawa keuntungan sekaligus kelemahan yang memengaruhi konsumen serta pelaku usaha lainnya.

Di Indonesia, fenomena monopoli dan oligopoli dapat ditemui dalam berbagai sektor, seperti telekomunikasi, energi, transportasi, semen, hingga industri rokok. Sementara itu, pasar persaingan sempurna lebih banyak dijumpai pada sektor pertanian dan kebutuhan pokok masyarakat. Perbedaan struktur pasar ini mencerminkan bagaimana mekanisme ekonomi bekerja secara bervariasi, sekaligus menunjukkan peran penting regulasi pemerintah dalam menjaga keseimbangan pasar agar tidak merugikan konsumen maupun pelaku usaha kecil.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam makalah ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengertian struktur pasar dalam ilmu ekonomi?
2. Apa saja pengertian, ciri-ciri, kelebihan, dan kelemahan pasar persaingan sempurna?
3. Apa yang dimaksud dengan pasar monopoli beserta ciri-ciri, kelebihan, dan kekurangannya?
4. Bagaimana pengertian, ciri-ciri, kelebihan, dan kelemahan pasar oligopoli?

C. Tujuan

Tujuan dari penulisan makalah ini adalah sebagai berikut:

1. Menjelaskan pengertian struktur pasar dalam ekonomi industri.
2. Mengidentifikasi ciri-ciri, kelebihan, dan kekurangan pasar persaingan sempurna.
3. Mengidentifikasi ciri-ciri, kelebihan, dan kekurangan pasar monopoli.
4. Mengidentifikasi ciri-ciri, kelebihan, dan kekurangan pasar oligopoli.

BAB II

PEMBAHASAN

A. Pasar

Pasar dapat dipahami sebagai suatu wadah yang mempertemukan sekelompok individu, baik penjual maupun pembeli, untuk melakukan kegiatan transaksi yang melibatkan barang maupun jasa (Lestari, 2024). Dalam konteks ini, pasar tidak hanya sekadar tempat fisik, melainkan juga mencakup suatu mekanisme interaksi sosial dan ekonomi di mana penjual menawarkan produk atau jasa, sementara pembeli mencari pemenuhan kebutuhan atau keinginannya. Keberadaan pasar menciptakan ruang pertukaran nilai yang didasarkan pada kesepakatan harga antara kedua belah pihak, sehingga menjadikannya sebagai salah satu instrumen penting dalam pergerakan roda perekonomian. Dengan demikian, pasar berfungsi sebagai sarana utama dalam menjembatani hubungan antara produksi dan konsumsi, serta mendorong terjadinya dinamika ekonomi yang terus berkembang.

B. Pasar Persaingan Sempurna

1. Pengertian Pasar Persaingan Sempurna

Menurut Albar dkk. (2025), pasar persaingan sempurna merupakan suatu bentuk pasar di mana interaksi antara penjual dan pembeli terjadi melalui mekanisme permintaan serta penawaran. Ciri utama pasar ini adalah banyaknya penjual dan pembeli sehingga tidak ada pihak yang memiliki kemampuan untuk secara langsung memengaruhi harga (Mukaromah & Wijaya, 2020). Dalam kondisi tersebut, baik produsen maupun konsumen berperan sebagai *price taker* karena harga sepenuhnya ditentukan oleh mekanisme pasar.

Produk yang diperdagangkan bersifat homogen, sehingga konsumen tidak memiliki preferensi khusus terhadap penjual tertentu. Jumlah pembeli yang besar juga menciptakan keseimbangan kekuatan pasar. Oleh karena

itu, pasar persaingan sempurna dipandang sebagai model ideal dalam teori ekonomi karena mencerminkan keterbukaan, efisiensi, dan transparansi transaksi. Contohnya adalah perdagangan kebutuhan pokok seperti beras, gandum, kentang, dan sagu (Albar dkk., 2020).

2. Ciri-Ciri Pasar Persaingan Sempurna

Menurut Hidayah dkk. (2023), pasar persaingan sempurna memiliki beberapa ciri utama, yaitu:

- a. Terdapat banyak penjual dan pembeli sehingga tidak ada yang mampu mendominasi, dan harga ditentukan oleh mekanisme permintaan serta penawaran.
- b. Semua pelaku pasar bertindak sebagai price taker, sehingga harga terbentuk murni dari interaksi pasar.
- c. Keluar masuk pasar berlangsung bebas tanpa hambatan regulasi, biaya, maupun sumber daya.
- d. Produk yang ditawarkan bersifat homogen sehingga dianggap sama oleh konsumen.
- e. Pembeli memiliki pengetahuan sempurna mengenai harga dan selalu mengikuti setiap perubahan yang terjadi di pasar.

3. Kekurangan dan Kelebihan Pasar Persaingan Sempurna

a. Kekurangan Pasar Persaingan Sempurna

Menurut Mukaromah & Wijaya (2020) pasar persaingan sempurna tidak hanya memiliki kelebihan, tetapi juga menyimpan beberapa kelemahan seperti berikut.

- 1) Produsen dalam sistem ini umumnya kekurangan sumber dana untuk riset maupun pengembangan, sehingga inovasi yang dihasilkan sangat terbatas.
- 2) Konsumen memiliki pilihan yang terbatas karena produk yang ditawarkan cenderung seragam dengan kualitas hampir sama.

- 3) Tenaga kerja yang bekerja pada industri dalam pasar ini biasanya hanya memperoleh upah dalam jumlah rendah, karena persaingan ketat menekan biaya produksi.
- 4) Sering terjadi ketidakmerataan dalam pembagian pendapatan antarprodusen, yang berpotensi memunculkan masalah keadilan serta menimbulkan konflik sosial.

b. Kelebihan Pasar Persaingan Sempurna

Menurut Mukaromah & Wijaya (2020) pasar persaingan sempurna memiliki sejumlah kelebihan yang membuatnya dianggap sebagai model pasar ideal seperti berikut:

- 1) Tidak terdapat persaingan antarpengjual karena produk yang ditawarkan bersifat homogen atau serupa sehingga tidak ada diferensiasi yang berarti.
- 2) Dalam kondisi ini produsen tidak perlu melakukan promosi melalui iklan karena barang yang dijual sudah memiliki keseragaman dan pembeli memahami karakteristik produknya.
- 3) Harga barang dan jasa ditetapkan melalui interaksi semua pelaku pasar, sehingga relatif stabil dan tidak mudah dipengaruhi pihak tertentu.
- 4) Proses pembentukan harga berlangsung lewat mekanisme tawar-menawar yang mencerminkan kondisi pasar sebenarnya.
- 5) Pengjual maupun pembeli memiliki kebebasan penuh dalam melakukan transaksi; pembeli dapat membeli barang dari produsen mana saja sesuai keinginannya, dan pengjual bebas menawarkan produknya kepada siapa pun.
- 6) Sistem ini mampu meningkatkan efisiensi produksi, sebab dengan banyaknya pelaku usaha, setiap produsen akan berusaha menghasilkan barang berkualitas lebih baik agar tetap kompetitif di pasar.

C. Monopoli

1. Pengertian Pasar Monopoli

Berdasarkan UU Nomor 1 Tahun 1999 Pasal 1, monopoli didefinisikan sebagai penguasaan produksi atau pemasaran barang maupun jasa tertentu oleh satu pelaku usaha (Affandi dkk., 2024). Secara etimologis, istilah monopoli berasal dari bahasa Yunani, yakni *monos* yang berarti satu dan *polein* yang berarti menjual, yang menggambarkan kondisi pasar dengan hanya satu penjual yang mengendalikan seluruh penawaran (Gustia dkk., 2024).

Menurut Utomo (2022), monopoli terjadi karena : (1) pemberian hak eksklusif seperti paten yang menimbulkan keunggulan tertentu, dan (2) ketentuan Pasal 33 UUD 1945 yang memberi negara kewenangan menguasai sumber daya alam serta industri strategis yang berhubungan dengan kepentingan hidup orang banyak

2. Ciri-Ciri Pasar Monopoli

Menurut Idris dan Apriani (2019), pasar monopoli memiliki beberapa ciri, di antaranya:

- a. Hanya ada satu produsen yang menguasai seluruh penawaran barang atau jasa, sehingga konsumen tidak memiliki pilihan lain
- b. Tidak ada barang pengganti, produk di pasar monopoli tidak memiliki substitusi yang sebanding, sehingga konsumen tidak memiliki pilihan lain.
- c. Hambatan masuk tinggi dikarenakan adanya regulasi pemerintah, penguasaan sumber daya, teknologi khusus, atau kebutuhan modal besar membuat perusahaan lain sulit masuk ke industri.
- d. Produsen bertindak sebagai *price maker* dengan menentukan harga melalui pengaturan jumlah produksi dan penawaran.
- e. Promosi terbatas karena tidak ada pesaing, perusahaan monopoli umumnya tidak membutuhkan promosi atau iklan besar-besaran.

3. Kekurangan dan Kelebihan Pasar Monopoli

Menurut Imronah (2022) menyebutkan kelebihan dan kekurangan pasar monopoli sebagai berikut:

- a. Kelebihan: Efisiensi skala menurunkan biaya produksi dan meningkatkan output; inovasi berkelanjutan memperbaiki kualitas produk dan menekan harga; ketersediaan barang yang lebih murah dan berkualitas dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat; serta peluang keuntungan perusahaan lebih besar.
- b. Kekurangan: Konsumen tidak memiliki alternatif produk; keuntungan hanya terpusat pada perusahaan monopoli; dan adanya risiko eksploitasi terhadap konsumen karena ketergantungan pada produsen tunggal.

D. Oligopoli

1. Pengertian Pasar Oligopoli

Pasar oligopoli adalah salah satu bentuk pasar tidak sempurna yang ditandai dengan sedikitnya jumlah produsen atau penjual yang menguasai sebagian besar pasar, sementara konsumennya sangat banyak. Istilah oligopoli berasal dari bahasa Yunani *oligos* yang berarti “beberapa” dan *polein* yang berarti “menjual.” Secara sederhana, pasar ini bisa dipahami sebagai kondisi ketika beberapa perusahaan besar memegang peran dominan dalam menentukan harga dan jumlah barang yang diproduksi, namun tetap harus mempertimbangkan langkah pesaingnya (Hilwa dkk., 2024).

Dalam praktiknya, pasar oligopoli sering ditemukan pada sektor industri yang membutuhkan modal besar, teknologi tinggi, atau akses distribusi yang terbatas. Contohnya dapat dilihat pada industri semen, baja, telekomunikasi, rokok, hingga otomotif. Dominasi beberapa perusahaan besar dalam sektor-sektor tersebut menjadikan mereka sebagai pengendali utama dalam produksi dan distribusi barang maupun jasa. Dengan

demikian, pasar oligopoli bukan hanya menunjukkan adanya keterbatasan jumlah produsen, tetapi juga menekankan adanya konsentrasi kekuatan ekonomi yang berpengaruh langsung terhadap dinamika harga, persaingan, serta pilihan konsumen (Chairina & Hutagaol, 2022).

2. Ciri-Ciri Pasar Oligopoli

Menurut Hilwa dkk. (2024) pasar oligopoli memiliki beberapa ciri-ciri utama sebagai berikut:

a. Interdependensi strategis

Perusahaan dalam pasar oligopoli saling bergantung satu sama lain. Setiap kebijakan harga atau output yang diambil oleh satu produsen akan langsung memengaruhi dan dipertimbangkan oleh produsen lainnya.

b. Jenis produk bervariasi.

Produk yang diperdagangkan bisa bersifat homogen maupun terdiferensiasi. Produk homogen biasanya terdapat pada komoditas seperti semen dan baja, sementara produk terdiferensiasi tampak pada industri mobil, rokok, dan telekomunikasi.

c. Hambatan masuk tinggi.

Pasar oligopoli ditandai dengan adanya hambatan masuk bagi perusahaan baru. Hambatan tersebut bisa berupa kebutuhan modal yang besar, penguasaan teknologi khusus, kendali distribusi, atau perlindungan hukum dari pemerintah. Kondisi ini menjadikan pasar oligopoli didominasi oleh perusahaan yang sama dalam jangka waktu panjang.

d. Persaingan non-harga.

Karena produk yang ditawarkan relatif mirip, perusahaan oligopoli lebih banyak bersaing melalui strategi non-harga, seperti iklan, promosi, inovasi, dan diferensiasi produk. Strategi ini digunakan untuk menarik minat konsumen, mempertahankan loyalitas, serta memperkuat posisi di pasar tanpa harus terjebak dalam perang harga.

3. Kekurangan dan Kelebihan Pasar Oligopoli

Pasar oligopoli memiliki dampak besar bagi konsumen dan perekonomian. Dari sisi positif, persaingan antar perusahaan besar mendorong inovasi produk dan layanan, meningkatkan kualitas, serta menciptakan skala ekonomi yang menekan biaya produksi per unit (Sirait dkk., 2022). Konsumen juga memperoleh variasi produk lebih beragam, terutama dalam oligopoli dengan diferensiasi produk. Namun, oligopoli juga memiliki kelemahan, seperti potensi pengendalian harga oleh perusahaan dominan, hambatan masuk yang tinggi bagi pendatang baru, dan risiko praktik persaingan tidak sehat seperti kartel atau kolusi harga. Oleh karena itu, peran pemerintah sangat penting dalam memastikan agar oligopoli tetap memberikan manfaat efisiensi dan inovasi tanpa merugikan konsumen (Hilwa dkk., 2024).

BAB III

PENUTUP

A. Kesimpulan

Struktur pasar merupakan bentuk pengorganisasian pasar yang menunjukkan hubungan antara jumlah penjual dan pembeli, tingkat persaingan, serta mekanisme pembentukan harga. Struktur ini berpengaruh pada perilaku produsen dan konsumen, serta menentukan efisiensi distribusi barang dan jasa dalam perekonomian. Secara umum, struktur pasar terdiri atas tiga bentuk utama, yaitu pasar persaingan sempurna, monopoli, dan oligopoli, yang memiliki perbedaan pada jumlah pelaku, cara penentuan harga, serta tingkat persaingan.

Pasar persaingan sempurna dipandang ideal karena melibatkan penjual dan pembeli, produk homogen, serta harga yang sepenuhnya ditentukan oleh permintaan dan penawaran. Namun, pasar ini jarang ditemui karena rendahnya inovasi dan terbatasnya kesejahteraan produsen. Sebaliknya, pasar monopoli terjadi ketika terdapat satu produsen yang menguasai penawaran, dengan kelebihan berupa efisiensi skala dan stabilitas pasokan, tetapi kelemahan pada kurangnya pilihan konsumen dan potensi eksploitasi harga. Adapun pasar oligopoli ditandai dengan sedikit produsen besar yang menguasai pangsa pasar, mendorong inovasi, variasi produk, dan efisiensi, namun juga rawan kolusi, hambatan masuk tinggi, serta harga yang kurang kompetitif bagi konsumen.

B. Saran

Kami menyadari bahwa dalam penyusunan makalah ini masih mungkin terdapat kekurangan, baik dari segi isi maupun cara penulisan. Oleh karena itu, kami sebagai penulis meminta maaf jika pembaca merasa kurang puas dengan hasil yang disajikan. Kritik dan saran yang membangun sangat kami harapkan agar dapat membantu memperbaiki kualitas penulisan makalah ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Albar, A., Ramadhan, S., Daulay, S. C. P., & Nainggolan, A. F. (2025). Struktur Pasar Persaingan Sempurna. *Al-A'mal: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 2(1), 198-202. and Islam. In *Social, Humanities, and Educational Studies (SHES): Conference Series* (Vol. 7, No. 2).
- Chairina, C., & Hutagaol, J. (2022). Pengaruh Iklan dalam Persaingan Pasar Monopolistik dan Pasar Oligopoli. *All Fields of Science Journal Liaison Academia and Society*, 2(2), 347-356.
- Faried, W. M. (2018). Persaingan Monopolistik dan Oligopoli.
- Fauzi, A. (2021). Pengawasan Praktek Monopoli Sebagai Bentuk Persaingan Usaha Tidak Sehat. *De Lega Lata: Jurnal Ilmu Hukum*, 6(2), 396-405.
- Gustia, S. K., Ramdhani, M. H., & Oktaviani, S. (2024). Monopoli Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1).
- Hidayah, R., Anshory, M. N., Fadhillah, M. R., & Jannati, N. (2023). Pasar Persaingan Sempurna Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Islam*, 1(1), 45-54.
- Hilwa, L., Ngutfah, U., Laela, N., Rais, M. I., & Aprianto, N. E. K. (2024). Persaingan Pasar Oligopoli di Indonesia. *Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen*, 1(4), 193-202.
- Idris, Z. & Apriani, D. (2019). "Tinjauan Terhadap Hukum Persaingan Usaha Indonesia Dari Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen", *Jurnal Panorama Hukum* 4 (1).
- Imronah, A. (2022). Struktur Pasar Dan Persaingan Harga Pasar Persaingan Sempurna. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 1(1), 26-35.
- Kadariah, S., Febriyanni, R., & Harahap, I. (2022). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kegagalan Pasar (Market Failure). *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(2), 926-931.
- Lestari, E. (2024). Persepsi Konsumen Mengenai Harga, Lokasi dan Kualitas Pasar Terhadap Minat beli Konsumen di Pasar Klandasan. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(1), 133-138.
- Mukaromah, N. M. F., & Wijaya, T. (2020). Pasar persaingan sempurna dan pasar persaingan tidak sempurna dalam perspektif islam. *PROFIT: Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 4(2), 1-16.

Munawwarah, E. (2021). Pasar Monopoli dalam Pandangan Islam. *Jurnal Citra Ekonomi*, 2(1), 93–99.

Taufiqurrahman, M. (2020). Struktur Pasar Monopolistik. *Struktur Pasar Monopolistik*, 1-18.

Utomo, T. B. (2022). Perbandingan Pasar Monopoli. *ResearchGate*, Diakses pada 15 September 2025. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.34976.87048>