

# **BAHAN AJAR**

## **EKONOMI BISNIS**

### **Kelas X AKL**

3.6 Mendeskripsikan pasar monopoli,  
monopolistik, dan oligopoliy

Oleh :

**Regina Afifah Khoerunisa, S.Pd**



**SMK BINA MANDIRI  
KURIKULUM 2013  
TAHUN 2022/2023**

## PASAR MONOPOLI DAN PASAR MONOPOLISTIK

Nama : Regina Afifah Khoerunisa, S.Pd.  
Institusi : SMK Bina Mandiri  
Kelas : X AKL  
Mata Pelajaran : Ekonomi Bisnis  
Semester : Ganjil  
Alokasi Waktu : 2 Pertemuan ( 4 x 45 menit )

### PENDAHULUAN

#### A. Deskripsi Singkat Materi

Setelah kamu mempelajari permintaan dan penawaran suatu barang, sekarang kita akan mempelajari pasar persaingan tidak sempurna. Persaingan tidak sempurna (*imperfect competition*) adalah struktur pasar di mana penjual atau pembeli memiliki kekuatan pasar atas harga, yang mana mencegah pasar beroperasi di bawah persaingan sempurna. Karena memiliki kekuatan pasar, pelaku pasar seringkali berada dalam posisi untuk menyalahgunakan kekuasaan mereka, menaikkan harga, dan memanipulasi pasar untuk mengamankan keuntungan yang lebih tinggi.

Contoh pasar persaingan tidak sempurna adalah persaingan monopolistik, oligopoli dan monopoli. Dalam hal ini, produsen (penjual) memiliki kekuatan untuk mempengaruhi harga dan bertindak sebagai *price maker*. Untuk memperoleh keuntungan yang tinggi, mereka menetapkan harga di atas biaya marginal. Pada materi ini akan dibahas mengenai pasar monopoli dan monopolistik, pelajarilah secara seksama !

#### B. Capaian Pembelajaran

Setelah mendapatkan materi yang diajarkan, diharapkan peserta didik mampu :

##### Pertemuan Ke-1

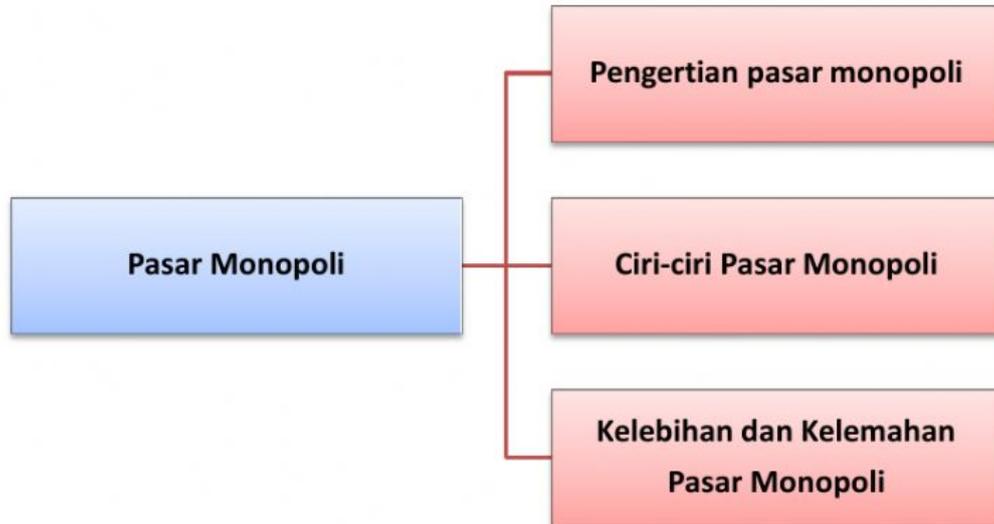
- 3.6.1 Menjelaskan pengertian pasar monopoli
- 3.6.2 Menganalisis ciri-ciri pasar monopoli
- 3.6.3 Membandingkan kelebihan dan kelemahan pasar monopoli

##### Pertemuan Ke-2

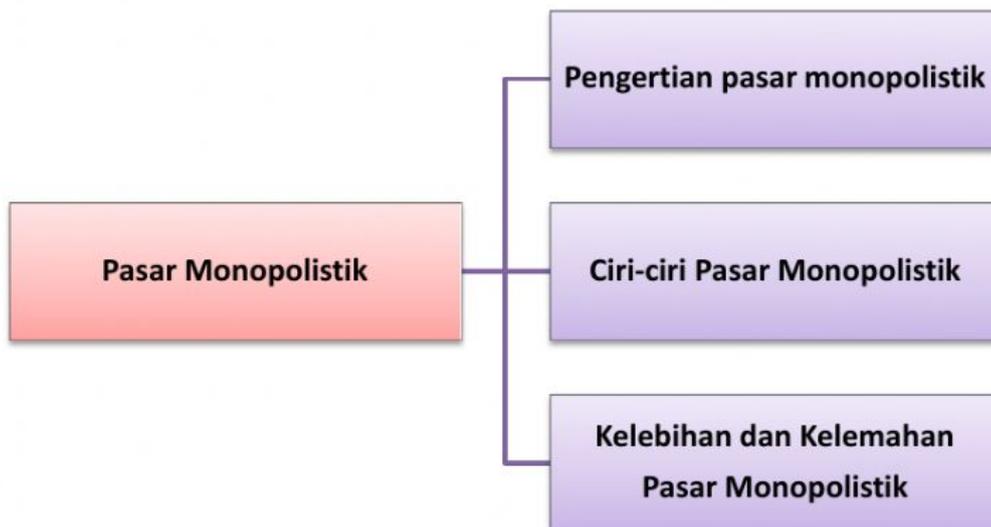
- 3.6.4 Menjelaskan pengertian pasar monopolistik
- 3.6.5 Menganalisis ciri-ciri pasar monopolistik
- 3.6.6 Membandingkan kelebihan dan kelemahan pasar monopolistik

## PETA KONSEP

### Pertemuan Ke-1



### Pertemuan Ke-2



## KEGIATAN PEMBELAJARAN 1 PASAR MONOPOLI

### A. Pasar Monopoli

#### 1. Pengertian Pasar Monopoli



Kata monopoli sendiri, berasal dari bahasa Yunani yang berasal dari kaya monos yaitu sendiri serta polein yang artinya ialah penjual.

Dari akar kata monopoli tersebut, istilah monopoli pun dapat didefinisikan sebagai suatu kondisi di mana hanya ada satu penjual yang memasok ataupun menawarkan suatu barang maupun jasa-jasa tertentu.

Istilah monopoli juga dapat diartikan sebagai keadaan, di mana suatu bisnis dikuasai hanya oleh satu perusahaan atau pasar saja dan perusahaan atau pasar tersebut tidak memiliki pesaing.

Pada umumnya, produk maupun jasa yang berasal dari perusahaan monopoli merupakan produk yang menjadi salah satu kebutuhan yang banyak dibutuhkan oleh masyarakat pada umumnya.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengertian monopoli didefinisikan sebagai pengadaan barang dagangan tertentu baik itu di pasar lokal maupun nasional dan sekurang-kurangnya sepertiga dari pasar tersebut dikuasai oleh orang maupun satu kelompok. Sehingga, harga dari barang dapat dikendalikan.

Monopoli juga dapat diartikan sebagai keadaan bisnis yang dipegang secara penuh hanya oleh satu perusahaan saja. Hal tersebut dapat terjadi karena hanya

perusahaan tersebutlah yang memiliki pelayanan yang dibutuhkan oleh banyak orang. Sehingga, menjadikan perusahaan tersebut tidak memiliki kompetitor lain.

Pasar monopoli merupakan suatu bentuk di mana ada penjual tunggal yang menguasai pasar, penjual tersebut berkuasa untuk menentukan harga serta tidak memiliki barang sejenis yang hampir sama. Pada pasar monopoli tersebut, tidak ada barang lain yang sejenis serta tidak ada pesaing atau kompetitor. Penjual yang ada di pasar monopoli, disebut sebagai monopolis. Sebagai monopolis, mereka memiliki kekuasaan untuk menentukan harga.

## 2. Ciri-ciri Pasar Monopoli

### a. Hanya Terdapat Satu Pemasok atau Satu Perusahaan Saja

Ciri pertama ini, tentu adalah ciri dari monopoli yang paling mudah diidentifikasi. Ketika perusahaan melakukan monopoli, maka perusahaan tersebut akan menjadi satu-satunya pemasok barang atau produk yang dibutuhkan oleh masyarakat. Artinya, perusahaan tersebut menguasai sumber daya sepenuhnya, sehingga hanya perusahaan tersebut saja yang mampu membuat produk atau barang tersebut.

### b. Tidak Ada Barang Pengganti atau Substitusi

Karena tidak ada pemasok atau perusahaan lain, maka konsumen pun tidak memiliki alternatif barang lain, ketika suatu barang kosong. Sehingga, tidak ada barang pengganti atau substitusi yang dapat dipilih oleh konsumen.

### c. *Price Maker*

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, bahwa perusahaan yang melakukan kegiatan monopoli mendapatkan keuntungan yang besar dari hasil kewenangan yang mereka miliki, yaitu dapat bebas menentukan harga dari suatu produk dan menentukan harga dengan bebas, sehingga ciri ketiga dari monopoli ialah price maker atau pembuat harga.

### d. Calon Pendetang Baru, akan Kesulitan untuk Memasuki Pasar

Ciri keempat dari monopoli, ialah para pendatang baru yang akan memasuki pasar akan menemui banyak hambatan. Hal tersebut dikarenakan ketiga ciri dari monopoli sebelumnya, yaitu perusahaan dapat bebas menentukan harga produknya sendiri serta konsumen pun telah terbiasa untuk tidak memiliki pilihan, kecuali membeli produk atau jasa yang dijual oleh perusahaan tersebut.

e. Memiliki Sedikit Anggaran Iklan

Perusahaan yang melakukan monopoli, pada umumnya memiliki anggaran dalam pemasaran dan beriklan yang relatif kecil.

f. Menimbulkan Ketidakadilan

Praktik monopoli yang terjadi, dapat menimbulkan ketidakadilan serta kerugian bagi masyarakat. Karena kegiatan monopoli ini dapat menyebabkan kerugian, maka pemerintah Indonesia pun menerapkan kebijakan khusus agar praktik dari kegiatan monopoli tidak dijalankan semena-mena oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.

Di Indonesia, lembaga yang memiliki wewenang untuk mengawasi praktik dari kegiatan monopoli bernama Komisi Pengawasan Persaingan Usaha atau KPPU. Di mana KPPU ini memiliki tugas yang telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, tentang terwujudnya ekonomi nasional yang lebih efisien serta mensejahterakan rakyatnya. KPPU sendiri memiliki misi yaitu penindakan serta pencegahan dari internalisasi nilai persaingan usaha serta penguatan kelembagaan. Ada beberapa contoh dari perusahaan monopoli di Indonesia. Beberapa di antaranya ialah Pertamina, PLN dan PDAM, di mana ketiga perusahaan tersebut menjadi pemasok utama dan satu-satunya bagi bahan bakar, listrik hingga air bersih untuk kebutuhan masyarakat.

Ketiga perusahaan di Indonesia tersebut, merupakan perusahaan yang melakukan monopoli karena hukum atau Undang-Undang. Sehingga, pemerintah lah yang memiliki wewenang dalam menentukan harga dari ketiga produk tersebut. Selain di Indonesia, tentu saja pasar monopoli ini juga terjadi di luar negeri. Contoh dari perusahaan luar negeri yang melakukan monopoli ialah Google, Microsoft dan Facebook. Ketiga perusahaan tersebut, memiliki kompetitor akan tetapi kompetitor tersebut umumnya tidak memiliki kekuatan yang sepadan dengan ketiga perusahaan tersebut dan kesulitan untuk bersaing.

Ketiga perusahaan tersebut melakukan monopoli, karena memiliki hak paten. Sehingga hanya ketiga perusahaan tersebutlah yang mampu menghasilkan jasa atau produk yang dibutuhkan oleh konsumen.

Seperti yang telah dijelaskan di atas, bahwa monopoli dapat membawa kerugian bagi rakyat serta keuntungan bagi perusahaan yang melakukan monopoli tersebut. Sehingga, munculah gerakan anti monopoli serta kebijakan lainnya yang membahas mengenai monopoli, termasuk kebijakan monopoli di Indonesia.

## Pasar monopoli di Indonesia dan Contohnya



### 3. Kelebihan dan Kekurangan Pasar Monopoli

Usai mengetahui ciri-ciri dan contoh monopoli di Indonesia, Grameds tentu mengetahui bahwa monopoli banyak membawa kerugian bagi beberapa pihak, akan tetapi juga membawa dampak keberuntungan bagi pihak lainnya.

Berikut adalah kelebihan dan kekurangan dari pasar monopoli.

#### Kelebihan Pasar Monopoli

Berikut beberapa keuntungan pasar monopoli.

a. Rendahnya Tingkat Kompetisi

Perusahaan yang ada dalam pasar monopoli, memiliki tingkat kompetisi yang cukup rendah.

b. Leluasa Memasang Tarif Harga

Sebagai pemasok satu-satunya, maka perusahaan pun tidak akan takut kehilangan konsumen meskipun memberikan harga tinggi hingga dinilai tidak masuk akal.

c. Inovasi Berkelanjutan

Perusahaan yang terlibat dalam aktivitas monopoli tersebut, akan terus melakukan peningkatan inovasi serta kreativitas, agar konsumen merasa tetap puas serta bersikap loyal pada perusahaan.

d. Efisiensi Kegiatan Operasional Perusahaan

Karena tidak memiliki kompetitor, maka perusahaan yang melakukan monopoli pun dapat menjalankan operasionalnya dengan lebih efisien, selain itu perusahaan juga akan lebih leluasa dalam mengembangkan ide maupun inovasi yang dibutuhkan tanpa adanya gangguan dari pesaing lainnya.

### **Kekurangan Pasar Monopoli**

a. Merugikan Konsumen

Seperti yang dijelaskan pada pengertian monopoli, karena praktek monopoli, konsumen menjadi tidak memiliki alternatif produk lainnya selain produk serta jasa yang telah disediakan oleh perusahaan yang melakukan monopoli tersebut. Akibatnya, konsumen pun merasa enggan untuk membeli produk serta jasa tersebut, karena harga yang dibandrol oleh perusahaan terkadang naik hingga dinilai tidak masuk akal oleh konsumen. Namun, karena perusahaan tersebut melakukan monopoli, perusahaan tersebut pun tidak merasa takut akan kehilangan konsumen, dan perusahaan bisa memberikan pelayanan yang kurang optimal hingga menyebabkan konsumen merugi.

b. Memicu Kehadiran Pasar Gelap

Pasar monopoli memiliki kekurangan yang kedua, yaitu dapat memicu kemunculan pasar gelap. Di mana pasar gelap tersebut, akan menjual produk serupa dengan perusahaan monopoli, tetapi dijual atau didapatkan dengan cara ilegal. Pasar gelap membuat konsumen, mendapatkan produk serta jasa dengan harga yang lebih terjangkau apabila dibandingkan dengan pasar monopoli, sehingga tidak jarang pula konsumen lebih memilih membeli barang kebutuhannya di pasar gelap.

c. Memerlukan Biaya yang Besar

Kekurangan terakhir yang disebabkan oleh monopoli ialah memerlukan biaya yang besar. Suatu perusahaan yang ingin melakukan monopoli, maka ia harus memiliki biaya yang cukup besar, sehingga perusahaan tersebut terus mampu melakukan monopoli pasar dengan menggunakan teknologi-teknologi terbaru sesuai dengan perkembangan zaman.

## KEGIATAN PEMBELAJARAN 2 PASAR MONOPOLISTIK

### B. Pasar Monopolistik

#### 1. Pengertian Monopolistik

Pasar persaingan monopolistik merupakan salah satu jenis pasar persaingan tidak sempurna. Sistem pasar monopolistik ini dikembangkan karena tidak adanya kepuasan pada analisis model persaingan pasar sempurna atau pasar monopoli. Akan tetapi, jika kita lihat dari struktur pasar monopolistik, maka sistem tersebut lebih mendekati pada pasar persaingan sempurna. Namun para produsen akan lebih berpartisipasi di dalam jenis pasar tersebut untuk menghasilkan sebuah produk yang berbeda dan mempunyai karakteristik sendiri.

Pasar monopolistik adalah sebuah pasar yang memiliki banyak konsumen yang dapat menghasilkan suatu komoditas yang berbeda-beda. Jenis pasar ini juga seringkali disebut sebagai pasar yang memiliki banyak penjual yang hanya menawarkan satu jenis produk namun dengan kualitas, bentuk, dan ukuran produk yang berbeda. Di dalam pasar monopolistik, para konsumen akan merasakan adanya sebuah perbedaan dari ciri khas pada setiap produk yang ditawarkan oleh satu produsen dengan produsen lainnya.

Dengan adanya perbedaan pada setiap produk yang ditawarkan, itu akan mencerminkan perbedaan yang sesungguhnya diantara produk-produk yang akan dibeli. Tapi juga mungkin saja, perbedaan yang tercipta hanyalah persepsi dari masing-masing konsumen saja. Dimana produk yang ditawarkan oleh berbagai produsen yang ada di pasar memang berbeda. Misalnya saja, perbedaan suatu produk bisa kita lihat dari bentuk kemasan atau fisiknya. Mulai dari perbedaan bentuk, ukuran, fungsi, dan juga kualitas produk. selain itu, perbedaan tiap produk juga bisa kita lihat dari merek, logo, dan juga kemasannya.

Kemudian untuk melihat lebih jelas lagi terkait perbedaan produk, bisa kita lihat dari jangka waktu kredit penjualan produk tersebut, kemudahan dalam mengaksesnya, ketersediaan komoditas, lokasi untuk mendapatkan komunitas, layanan after sales, dan lain sebagainya. Adapun contoh dari produk yang dijual di pasar monopolistik yang bisa kita jumpai dalam kehidupan sehari-hari yaitu alat kosmetik, pakaian, obat-obatan, tempat makan, dan masih banyak lagi.