

## Materi 8

### Ekonomi Mikro

# **Pasar Persaingan Sempurna**

#### Tujuan Pembelajaran :

Mahasiswa dapat mengetahui dan memahami metode dan model pasar persaingan sempurna dalam :

Karakteristik Pasar Persaingan Sempurna, Permintaan, Penawaran dan Penerimaan dalam Pasar Persaingan Sempurna, Keseimbangan Perusahaan Dalam Jangka Pendek dan Jangka Panjang, Kekuatan dan Kelemahan Pasar Persaingan Sempurna.

Dosen : Elistia, SE, MM  
elistia@esaunggul.ac.id

## MATERI 7

### Pasar Persaingan Sempurna

#### A. Pendahuluan

Dalam analisis ilmu ekonomi pada kondisi pasar persaingan sempurna, yaitu suatu kondisi pasar yang paling ideal yang menjamin terwujudnya kegiatan produksi barang yang optimal dan efisien. Suatu kondisi ideal yang sangat diharapkan.

Walaupun demikian dalam kenyataan kondisi ideal ini sangat sulit untuk diwujudkan, yang ada hanya ciri-ciri pasar yang mendekati sempurna. Dalam analisis kita tentang struktur pasar walaupun sulit diwujudkan adanya pasar persaingan sempurna, tidak ada salahnya kita coba untuk lebih memahaminya, karena dengan ini kita akan lebih mudah untuk mempelajari kondisi dan struktur pasar yang lain.

Pasar Persaingan Sempurna, disebut juga dengan Pasar Kompetitif Sempurna (*Perfectly competitive market*), adalah suatu pasar dimana terdapat banyak penjual dan pembeli yang memperdagangkan produk identik, sehingga masing-masing dari mereka akan menjadi penerima harga. Dalam definisi lain disebutkan bahwa: industri di mana terdapat banyak penjual dan pembeli, dan setiap penjual dan pembeli tidak dapat mempengaruhi keadaan pasar.

#### B. Karakteristik Pasar Persaingan Sempurna

Di dalam pasar persaingan sempurna, jumlah perusahaan sangat banyak dan kemampuan setiap perusahaan dianggap sedemikian kecilnya, sehingga tidak mampu memengaruhi pasar. Tetapi hal itu belum lengkap, masih diperlukan beberapa karakteristik (syarat) agar sebuah pasar dapat dikatakan persaingan sempurna:

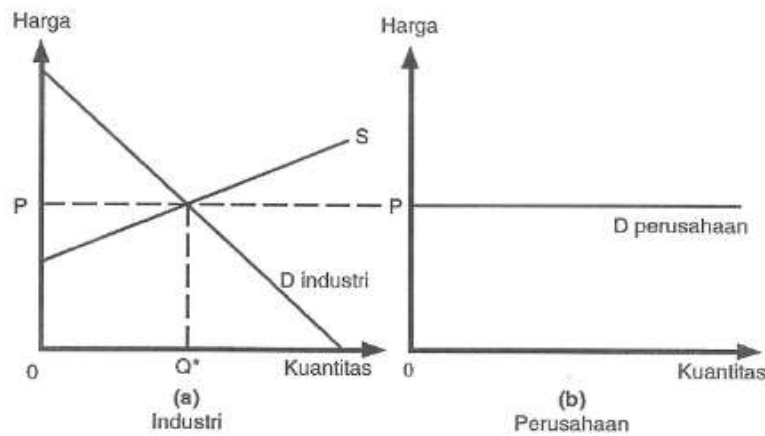
1. Semua perusahaan memproduksi barang yang homogen (*homogeneous product*)
2. Produsen dan konsumen memiliki pengetahuan/informasi sempurna (*perfect know-ledge*)
3. Output sebuah perusahaan relatif kecil dibanding output pasar (*small relatively output*)
4. Perusahaan menerima harga yang ditentukan pasar (*price taker*)
5. Semua perusahaan bebas masuk dan keluar pasar (*free entry and exit*)

#### C. Permintaan dan Penerimaan Dalam Pasar Persaingan Sempurna

##### a) Permintaan

Tingkat harga dalam pasar persaingan sempurna ditentukan oleh permintaan dan penawaran. Misalkan kita berbicara tentang pasar pakaian anak-anak, maka harga pakaian anak-anak ditentukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran pakaian anak-anak, seperti digambarkan dalam Diagram 8.1.a. Perusahaan secara individu harus menerima harga tersebut sebagai harga jual. Karena jumlah output perusahaan relatif sangat kecil dibanding output pasar, maka berapa pun yang dijual perusahaan, harga relatif tidak berubah. Karena itu kurva permintaan yang dihadapi perusahaan secara individu berbentuk garis lurus horizontal (diagram 8.1.b).

**Diagram 8.1**  
**Kurva Permintaan Industri dan Perusahaan**  
**(Pakaian Anak-anak) Dalam Pasar Persaingan Sempurna**

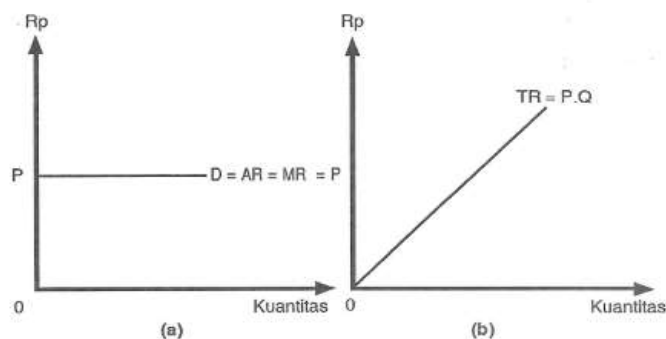


- Diagram 8.1.a Tingkat harga dalam pasar persaingan sempurna ditentukan oleh permintaan dan penawaran.
- Diagram 8.1.b Jumlah output perusahaan relatif sangat kecil dibanding output pasar, maka berapa pun yang dijual perusahaan, harga relatif tidak berubah.

**b) Penerimaan**

Penerimaan total (*total revenue*) perusahaan sama dengan jumlah output (Q) dikali harga jual (P). Karena harga telah ditetapkan, penerimaan rata-rata (*average revenue*) dan penerimaan marjinal (*marginal revenue*) adalah sama dengan harga. Dengan demikian kurva permintaan (D) sama dengan kurva penerimaan rata-rata (AR) sama dengan kurva penerimaan marjinal (MR) dan sama dengan harga (P), seperti pada Diagram 8.2.a. Kurva penerimaan total berbentuk garis lurus dengan sudut kemiringan positif, bergerak mulai dari titik (0, 0), seperti ditunjukkan oleh Diagram 8.2.b.

**Diagram 8.2**  
**Kurva Penerimaan: TR, AR, MR**  
**Dalam Pasar Persaingan Sempurna**



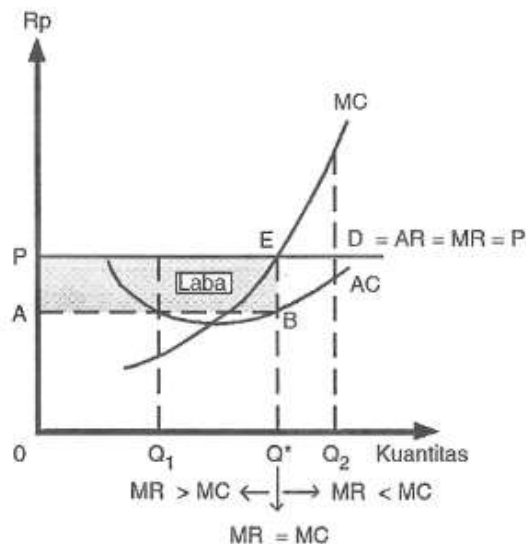
- Diagram 8.2.a Kurva permintaan (D) sama dengan kurva penerimaan rata – rata (AR) sama dengan kurva penerimaan marjinal (MR) dan sama dengan harga (P)
- Diagram 8.2.b Kurva penerimaan total berbentuk garis lurus dengan sudut kemiringan positif, bergerak mulai dari titik (0,0).

#### D. Keseimbangan Perusahaan Dalam Jangka Pendek

Ada dua syarat yang harus dipenuhi agar perusahaan berada dalam keseimbangan:

- Perusahaan sebaiknya hanya berproduksi, paling tidak, bila biaya variabel (VC) adalah sama dengan penerimaan total (TR), atau biaya variabel rata-rata (AVC) sama dengan harga (P). Dalam kondisi ini perusahaan hanya menanggung kerugian biaya tetap (FC), di mana biaya ini dengan atau tanpa produksi tetap harus dikeluarkan. Tetapi jika AVC lebih kecil dari harga maka perusahaan tidak mampu menutupi lagi beban biaya tetap. Kegiatan produksi hanya menambah beban, karena itu produksi sebaiknya dihentikan.
- Perusahaan memproduksi pada saat  $MR = MC$  agar perusahaan memperoleh laba maksimum atau, dalam kondisi buruk, kerugiannya *minimum* (*minimum loss*).

Diagram 8.3  
Keseimbangan Jangka Pendek  
Perusahaan Dalam Kondisi Laba Maksimum

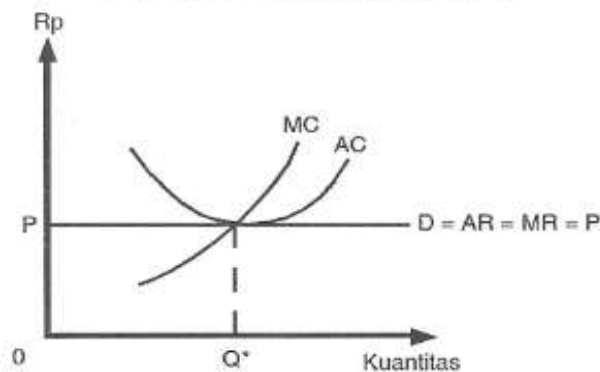


#### Penjelasan diagram 8.3 dan 8.4 :

- Diagram 8.3 menunjukkan bahwa kondisi  $MR = MC$  (titik E) tercapai pada saat output sejumlah  $Q^*$ .
- Perusahaan memproduksi pada saat  $MR = MC$  agar perusahaan memperoleh laba maksimum atau dalam kondisi buruk kerugiannya minimum (*minimum loss*).
- Karena biaya rata-rata lebih kecil dari harga, dari setiap unit output perusahaan memperoleh laba sebesar BE per unit.
- Jika output lebih kecil dari  $Q^*$ , misalnya  $Q_1$ , penerimaan marjinal ( $MR = P$ ) lebih besar dari biaya marjinal (MC), sehingga lebih menguntungkan bagi penamaan menambah output.
- Bila output lebih besar dari  $Q^*$ , MC sudah lebih dari MR. Penambahan output akan mengurangi laba. Karena itu laba maksimum tercapai hanya bila  $MR = MC$ , pada saat jumlah output adalah  $Q^*$ .

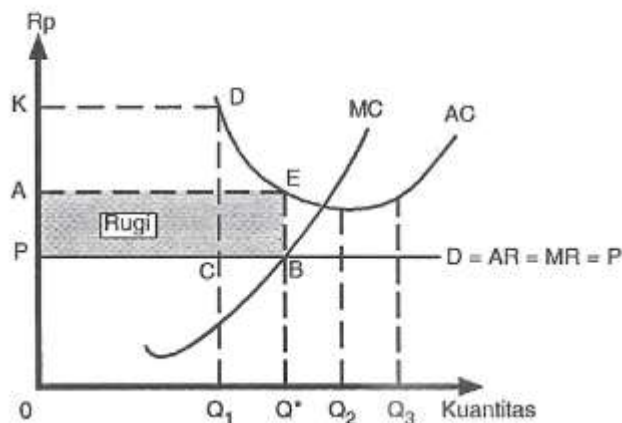
- Karena biaya rata-rata (AC) lebih kecil dari harga (P), untuk setiap unit output yang terjual diperoleh laba sebesar BE. Laba total yang diperoleh sama dengan  $Q^*$  dikali BE atau sama dengan luas bidang APEB. Laba ini disebut laba super normal (super normal profit).
- Diagram 8.3 hanya menjelaskan satu kemungkinan, yaitu laba maksimum.
- Masih ada dua kemungkinan yang dialami perusahaan, yaitu impas dan rugi.
- Kondisi impas terjadi bila biaya rata-rata sama dengan harga, di mana laba per unit sama dengan nol, seperti digambarkan dalam Diagram 8.4. Keadaan seperti ini dinamakan sebagai laba normal (*normal profit*).

**Diagram 8.4**  
Keseimbangan Jangka Pendek  
Perusahaan Dalam Kondisi Impas



Penjelasan diagram 8.5 :

**Diagram 8.5**  
Keseimbangan Jangka Pendek  
Perusahaan Dalam Kondisi Rugi Minimum



- Diagram 8.5 menunjukkan bahwa pada saat  $MR = MC$  perusahaan mengalami kerugian sebesar BE per unit.
- Sehingga kerugian total adalah seluas bidang PAEB. Kerugian ini adalah kerugian minimum (*minimum loss*). Bila perusahaan memproduksi kurang dari  $Q^*$  (misal  $Q_1$ ), kerugian per unit menjadi lebih besar ( $CD > BE$ ).
- halnya kerugian total, yang secara grafis terlihat dari luas  $PKDC >$  luas PAEB. Bila output lebih besar dari  $Q^*$ , kerugian per unit bisa menjadi lebih kecil (bila memproduksi  $Q_2$ )

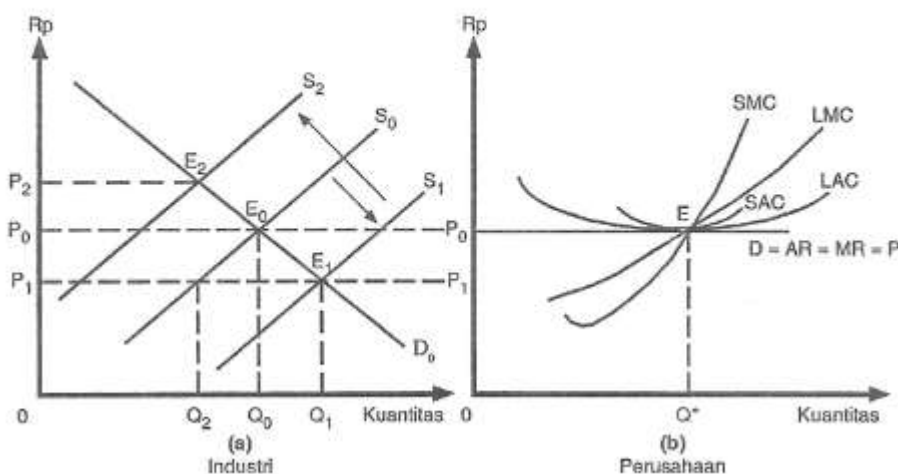
atau lebih besar (bila memproduksi  $Q_3$ ), tetapi kerugian total lebih besar dibanding jika memproduksi sebanyak  $Q^*$

### E. Keseimbangan Perusahaan Dalam Jangka Panjang

Agar dapat bertahan dalam pasar, maka dalam jangka panjang perusahaan harus memenuhi empat persyaratan:

- 1) Perusahaan harus bekerja sebaik mungkin (*doing as well as possible*), agar perusahaan mencapai keadaan yang paling optimal. Secara matematis hal ini berarti perusahaan memproduksi sampai saat  $MR = MC$ . Pada saat itu biaya marjinal jangka pendek sama dengan biaya marjinal jangka panjang ( $SMC = LMC$ ).
- 2) Tidak mengalami kerugian (*not suffering loss*), agar dapat mengganti barang modal yang digunakan dalam produksi. Karena itu biaya rata-rata jangka pendek harus sama dengan harga jual ( $SAC = P$ ).
- 3) Tidak ada insentif bagi perusahaan untuk masuk-keluar, karena laba nol (*zero economic profit*). Laba nol disebut juga laba normal (*normal profit*), yaitu tingkat laba yang memberikan tingkat pengembalian yang sama, jika uang dan faktor produksi lain dialokasikan pada kegiatan alternatif. Jika laba lebih besar dari nol akan ada perusahaan yang tertarik untuk masuk (*entry*) ke dalam pasar. Sebaliknya jika laba lebih kecil dari nol (merugi) akan mendorong perusahaan keluar (*exit*) dari pasar (adanya karakteristik *free entry and exit*).
- 4) Perusahaan tidak dapat menambah laba lagi, walaupun dengan memperbesar skala produksi, karena sudah memproduksi pada titik minimum kurva biaya rata-rata jangka panjang (minimum LAC), pada saat  $SAC = LAC$ .

Diagram 8.6  
Keseimbangan Jangka Panjang  
Perusahaan Dalam Pasar Persaingan Sempurna



#### Penjelasan Diagram 8.6 :

- Diagram 8.6.a menunjukkan keseimbangan industri jangka panjang terjadi di titik  $E_0$  di mana tingkat harga  $P_0$  dan jumlah output  $Q_0$ ;
- Pada saat itu keseimbangan perusahaan digambarkan pada Diagram 8.6.b (perhatikan kurva SMC, LMC, SAC dan LAC berpotongan di satu titik, yaitu titik E) dengan output  $Q^*$ ;

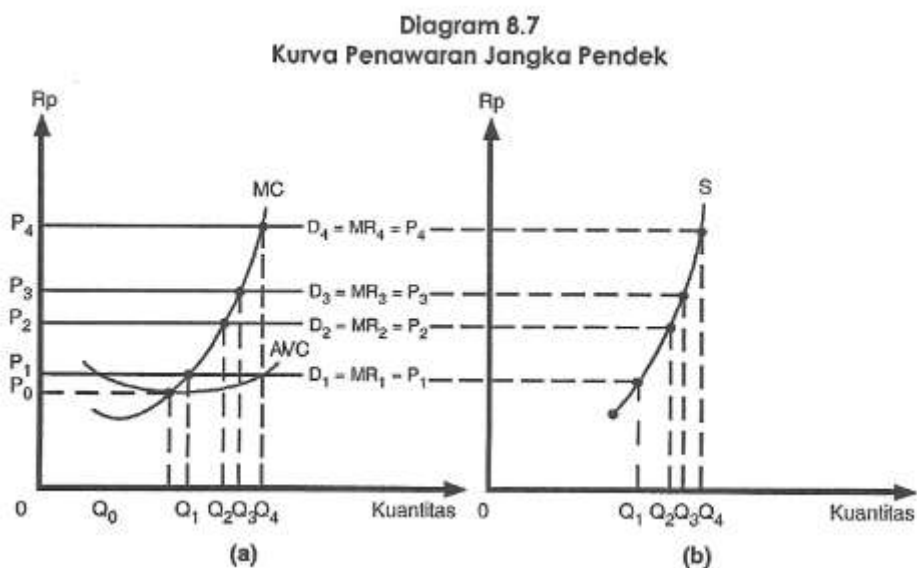
- Jika ada perusahaan yang masuk, akan terjadi penambahan penawaran. Diagram 8.6.a menunjukkan kurva penawaran bergeser ke kanan ( $S_0$  ke  $S_1$ );
- Keseimbangan baru terjadi di titik E1, di mana harga keseimbangan  $P_1$  dan output sebanyak  $Q_1$ . Sebelum ada perusahaan yang masuk, pada tingkat harga  $P_1$  jumlah output yang ditawarkan hanya  $Q_2$ ;
- Selisih  $Q_1 - Q_2$  adalah akibat penambahan kapasitas produksi yang berasal dari perusahaan yang masuk;
- Tetapi pada tingkat harga  $P_1$  ada perusahaan-perusahaan yang tidak dapat bertahan, karena harga jual lebih kecil dari biaya produksi per unit ( $P_1 < AC$ );
- Lagi pula jika output ditambah, kerugian bertambah besar (jarak  $SMC - P_1$  makin besar);
- Keluarnya perusahaan menyebabkan penawaran tingkat industri berkurang, misalnya sampai ke kurva  $S_2$  (Diagram 8.6.a) yang menaikkan harga menjadi  $P_2$ . Bagi perusahaan secara individu, keadaan ini sangat menguntungkan, karena perusahaan memperoleh laba super normal ( $P_2 > AC$ ). Hal ini akan menarik perusahaan-perusahaan lain untuk masuk ke dalam industri;
- Gerakan masuk-keluar akan berhenti bila keseimbangan kembali ke titik E, sehingga perusahaan dalam industri hanya menikmati laba normal. Hal ini dikarenakan adanya asumsi *free entry and exit*;

## F. Penawaran Perusahaan Dalam Pasar Persaingan Sempurna

Penawaran industri adalah total penawaran perusahaan-perusahaan. Jumlah output yang ditawarkan perusahaan adalah jumlah yang menghasilkan laba maksimum ( $MR = MC$ ). Berdasarkan hal tersebut dapat dikonstruksi kurva penawaran perusahaan, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

### a) Kurva Penawaran Jangka Pendek

Kurva penawaran jangka pendek perusahaan dapat dikonstruksi dari kurva biaya marjinal (MC) jangka pendek, seperti pada Diagram 8.7 berikut ini.



**Penjelasan diagram 8.7 :**

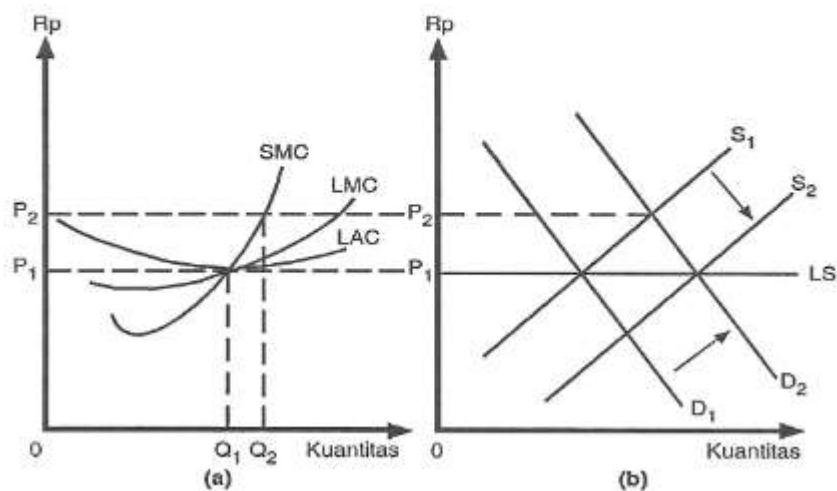
- Diagram 8.7.a menunjukkan jika harga di bawah  $P_0$ , perusahaan tidak mau memproduksi (tidak ada penawaran) karena harga masih lebih kecil dari biaya variabel per unit yang paling rendah (AVC berpotongan dengan MC);
- Jika harga naik ke  $P_1$ , agar mencapai laba maksimum perusahaan memproduksi pada saat  $MR=MC$  atau  $MR = P$ , sehingga jumlah output adalah  $Q_1$ ;
- Jika harga jual terus meningkat, misalnya ke  $P_2, P_3$  dan  $P_4$ , maka perusahaan harus memproduksi  $Q_2, Q_3$  dan  $Q_4$  agar mencapai laba maksimum;
- Kurva MC menunjukkan hubungan antara tingkat harga dengan jumlah output yang diproduksi (ditawarkan);
- Dengan demikian dalam pasar persaingan sempurna kurva MC setelah melewati titik potong dengan minimum kurva AVC adalah juga kurva penawaran perusahaan jangka pendek (Diagram 8.7b);
- Dapat disimpulkan bahwa dalam pasar persaingan sempurna, meskipun perusahaan menderita rugi, selama  $P$  masih di atas AVC, sebaiknya perusahaan tetap memproduksi karena kerugian yang diderita masih lebih kecil dari FC yang harus dikeluarkan apabila perusahaan tidak memproduksi;
- Kalau memproduksi, berarti sebagian dari FC masih dapat tertutup. Namun, bila  $P$  di bawah AVC, maka sebaiknya perusahaan tidak memproduksi, karena kalau tetap memproduksi kerugian lebih besar dari FC.

**b) Kurva Penawaran Jangka Panjang**

Dalam pasar persaingan sempurna, kurva penawaran jangka panjang merupakan locus keseimbangan jangka panjang pada berbagai tingkat produksi.

**1. Industri Skala Biaya Konstan (*Constant Cost Industry*)**

Diagram 8.8  
Kurva Penawaran Jangka Panjang  
Industri Skala Biaya Konstan

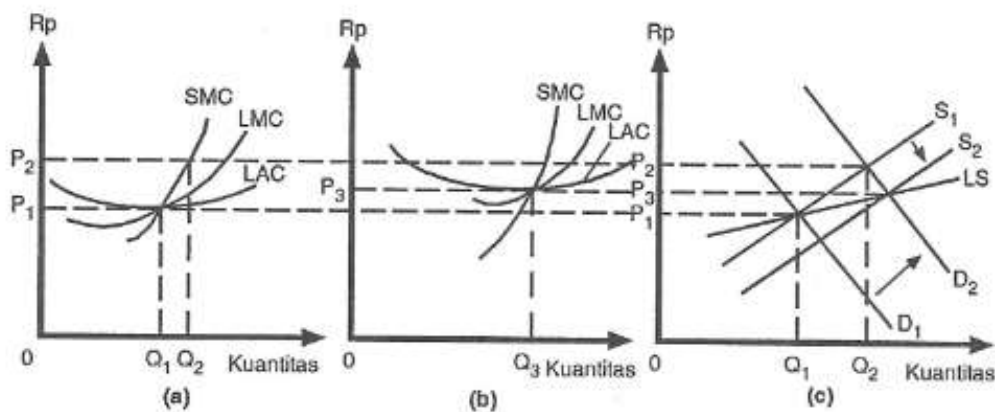




- Dalam industri skala biaya konstan (*constant cost industry*) penambahan penggunaan faktor produksi karena masuknya perusahaan-perusahaan baru, tidak akan menaikkan harga faktor produksi.
- Karenanya kurva-kurva biaya perusahaan yang sudah ada tidak berubah seperti yang ditunjukkan Diagram 8.8.a.
- Bila permintaan pasar meningkat (kurva permintaan  $D_1$  bergeser ke  $D_2$ ), harga output meningkat ke  $P_2$  (Diagram 8.8.b). Harga  $P_2$  menyebabkan perusahaan lama menikmati laba super normal.
- Hal ini mengundang perusahaan-perusahaan lain memasuki industri dan menambah penawaran sampai mencapai keseimbangan pada harga  $P_1$  (kurva  $S_1$  bergeser ke  $S_2$ ). Kuva penawaran jangka panjang adalah LS yang berbentuk garis lurus sejajar sumbu horizontal.

## 2. Industri Skala Biaya Menaik (*Increasing Cost Industry*)

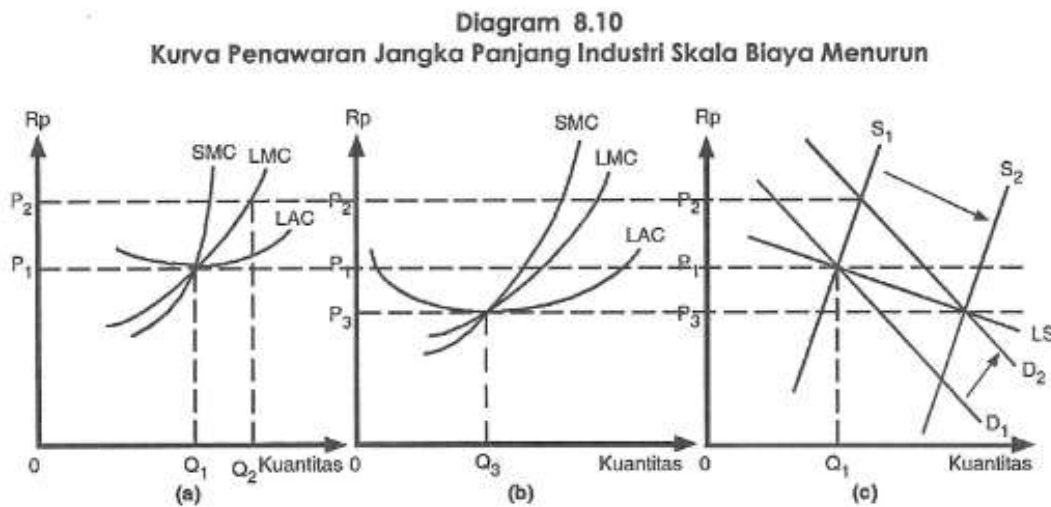
Diagram 8.9  
Kurva Penawaran Jangka Panjang Industri Skala Biaya Menaik



- Pada industri skala biaya menaik (*increasing cost industry*), masuknya perusahaan-perusahaan baru menyebabkan harga faktor produksi naik, sehingga terjadi perubahan struktur biaya dan pergeseran titik keseimbangan. Diagram 8.9 menunjukkan hal itu.
- Diagram 8.9.c menunjukkan peningkatan permintaan ( $D_1$  ke  $D_2$ ), menaikkan harga ke yang mengundang masuknya perusahaan-perusahaan lain ke dalam industri.
- Akibatnya struktur biaya perusahaan berubah menjadi lebih mahal. Diagram 8.9.a adalah struktur biaya sebelum masuknya perusahaan lain. Diagram 8.9.b adalah struktur biaya setelah masuknya perusahaan lain.
- Perubahan struktur biaya menyebabkan titik potong MR dan MC bergeser dan mendesak perusahaan mengubah jumlah output yang ditawarkan. Akibatnya dalam industri kurva penawaran bergeser ke  $S_2$  dengan tingkat harga  $P_3$  dan output  $Q_3$ .
- Pada saat itu perusahaan menikmati laba normal yang menyebabkan gerak masuk-keluar terhenti. Karena itu kurva penawaran jangka panjang adalah LS yang mempunyai sudut kemiringan positif.

### 3. Industri Skala Biaya Menurun (*Decreasing Cost Industry*)

- Pada industri skala biaya menurun (*decreasing cost industry*) masuknya perusahaan-perusahaan lain ke dalam industri justru menurunkan harga faktor produksi karena efisiensi skala besar (*large scale economies*). Akibatnya, struktur biaya berubah menjadi lebih murah (Diagram 8.10.a ke Diagram 8.10.b). Meningkatnya permintaan ( $D_1$  ke  $D_2$ ) pada Diagram 8.10.c menaikkan harga jual ke  $P_2$  yang mengundang masuknya perusahaan-perusahaan lain.
- Dengan struktur biaya yang baru, keseimbangan pun bergeser yang menyebabkan kurva penawaran bergeser ( $S_1$  ke  $S_2$ ). Jumlah penawaran industri adalah  $Q_3$ . Kurva penawaran jangka panjang adalah LS yang mempunyai sudut kemiringan negatif.



## G. Kekuatan dan Kelemahan Pasar Persaingan Sempurna

### a) Kekuatan

Sebagai sebuah model ekonomi, pasar persaingan sempurna memberikan penjelasan tentang perilaku perusahaan dalam dunia ideal, di mana dibuktikan bahwa perusahaan memproduksi dalam skala yang efisien dengan harga produksi yang paling murah. Pasar persaingan sempurna juga memungkinkan *output* yang maksimum dibanding pasar lainnya (akan dijelaskan lebih lanjut dalam bab berikutnya).

Konsekuensi model pasar persaingan sempurna bagi masyarakat adalah pasar ini memberikan tingkat kemakmuran dan kenikmatan (utilitas hidup) yang maksimal, karena:

- Harga jual barang dan jasa adalah yang termurah.
- Jumlah output paling banyak sehingga rasio output per penduduk maksimal (kemakmuran maksimal).
- Masyarakat merasa nyaman dalam mengonsumsi karena tidak perlu membuang waktu untuk memilih barang dan jasa (produk yang homogen) dan tidak takut ditipu dalam kualitas dan harga (informasi sempurna).

## b) Kelemahan

Namun demikian, model pasar persaingan sempurna memiliki beberapa kelemahan:

### 1. Kelemahan Dalam Hal Asumsi

Asumsi-asumsi yang dipakai dalam pasar persaingan sempurna mustahil terwujud, karena dalam dunia nyata manusia (produsen dan konsumen) dibatasi oleh dimensi waktu dan tempat. Keterbatasan itu menyebabkan perpindahan faktor produksi dan pengumpulan informasi membutuhkan biaya. Hasil (output dan informasi) yang diperoleh pun tidak homogen dan sempurna.

### 2. Kelemahan Dalam Pengembangan Teknologi

Model pasar persaingan sempurna menyatakan bahwa keseimbangan dalam jangka panjang akan tercapai dan setiap perusahaan memperoleh laba normal. Masalahnya apakah dengan laba normal perusahaan dapat melakukan kegiatan riset dan pengembangan (*research and development*). Padahal kegiatan riset dan pengembangan amat dibutuhkan untuk memperoleh teknologi produksi yang meningkatkan efisiensi produksi.

### 3. Konflik Efisiensi - Keadilan

Pasar persaingan sempurna sangat menekankan efisiensi. Tetapi hal ini menimbulkan masalah jika diterapkan dalam kehidupan nyata. Misalnya kasus industrialisasi di negara sedang berkembang (NSB). Karena industrinya masih amat muda atau dalam tahap awal perkembangan (*infant industry*), biaya produksinya (biaya rata-rata) jelas lebih tinggi daripada industri di negara maju.

Jika dibiarkan bersaing dalam pasar global, industri di NSB akan ambruk karena kalah bersaing. Kemakmuran dan kesejahteraan rakyat di NSB tidak akan meningkat di-banding di negara maju. Muncul masalah ketidakadilan! Agar tidak kalah bersaing, industri di NSB butuh perlindungan (*protection*) sementara. Tetapi hal ini akan menimbulkan masalah inefisiensi.

Contoh Soal :

Di dalam sebuah pasar output berstruktur persaingan sempurna, jumlah perusahaan adalah 1.000. Dalam jangka pendek setiap perusahaan memiliki kurva penawaran  $Q_s = -200 + 50P$ , dimana  $Q_s$  adalah output tiap perusahaan;  $P$  adalah harga.

Permintaan pasar:  $Q_d = 160.000 - 10.000P$

- Hitung harga keseimbangan pasar jangka pendek
- Gambarkan kurva permintaan yang dihadapi perusahaan dan tingkat keseimbangan.

Jawab:

$$\begin{aligned} \text{a) Penawaran Total : } Q_s &= (-200 + 50P) \times 1.000 \\ &= -200.000 + 50.000P \end{aligned}$$

Keseimbangan pasar

$$Q_s = Q_d$$

$$-200.000 + 50.000P = 160.000 - 10.000P$$

$$60.000P = 360.000$$

$$P = 6$$

$$\begin{aligned} Q &= 160.000 - 10.000P \\ &= 160.000 - 10.000(6) \\ &= 100.000 \text{ unit} \end{aligned}$$

Harga keseimbangan pasar adalah 6 per unit, dengan total output 100.000 unit

Karena jumlah perusahaan 1.000 maka setiap perusahaan mencapai keseimbangan bila memproduksi 100 unit (100.000/1.000 unit). Juga karena perusahaan beroperasi dalam pasar persaingan sempurna, maka: Perusahaan berposisi sebagai penerima harga, dimana  $D = AR = MR = P = 6$

b) Gambar diagram kurva permintaan yang dihadapi perusahaan dan tingkat keseimbangan

