



PENGANTAR EKONOMI MIKRO

Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Dian Nuswantoro

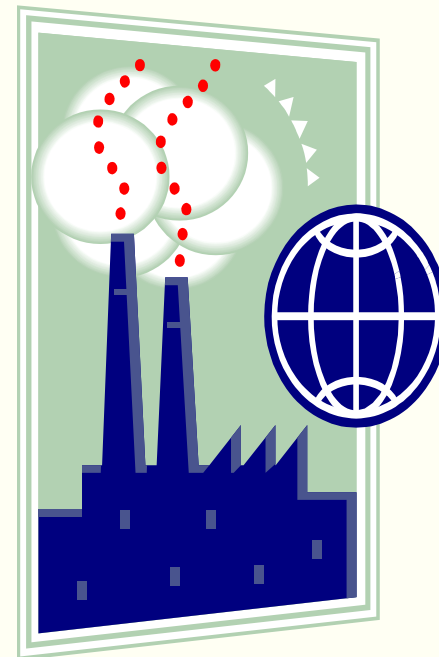


Faktor-faktor Yang Membedakan Bentuk Pasar ;

- 1. Ciri-ciri barang yang dihasilkan**
- 2. Banyaknya perusahaan dalam industri**
- 3. Tingkat kesulitan perusahaan baru dalam memasuki industri**
- 4. Besarnya kekuasaan perusahaan (firm, firma) di dalam pasar**

Firm dan Industri

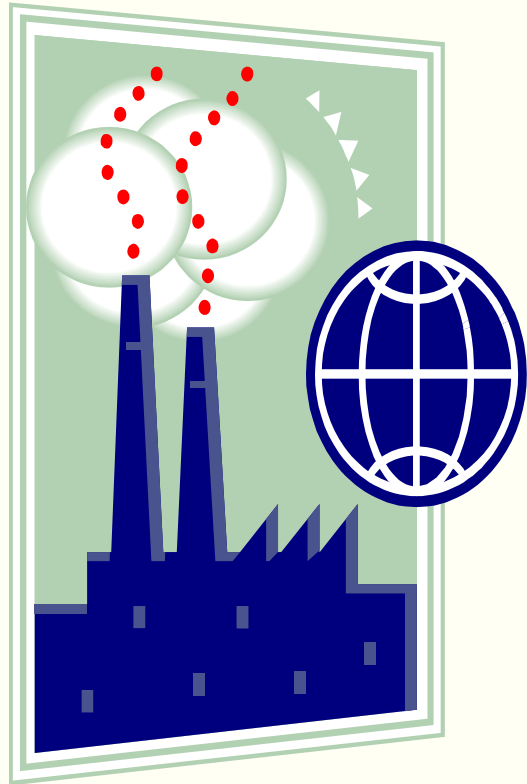
- Firm : perusahaan/produsen baik berupa individu maupun badan usaha
- Firm beroperasi di pasar-pasar secara bersama-sama untuk menawarkan produknya
- Industri : kumpulan dari beberapa firm yang menjual produk sejenis/mirip. Firm adalah bagian dari suatu industri



Fungsi Pasar

- Pasar : organisasi jual beli yg dilaksanakan dg cara apa pun dan dimana pun, tdk harus terjadi dalam suatu tempat spt pasar tradisional
- Fungsi Pasar ;
 1. Sebagai penentu nilai, yaitu tempat disepakatinya harga produk
 2. Sebagai pengorganisasi produksi, yaitu bgm memproduksi output yg paling efisien
 3. Sebagai fungsi distribusi

Bentuk-bentuk Pasar ;



- 1. Pasar Persaingan Sempurna**
- 2. Pasar Monopoli**
- 3. Pasar Persaingan Monopolistik**
- 4. Pasar Oligopoli**

Pasar Persaingan Sempurna

- Jenis pasar persaingan sempurna terjadi ketika jumlah produsen sangat banyak sekali dengan memproduksi produk yang sejenis dan mirip dengan jumlah konsumen yang banyak.
- Contoh produknya adalah seperti beras, gandum, batubara, kentang, dan lain-lain

Ciri-ciri Pasar Persaingan Sempurna (1)

- Jumlah penjual dan pembeli banyak
- Barang yang dijual sejenis, serupa dan mirip satu sama lain (homogen)
- Penjual bersifat pengambil harga (*price taker*)
- Harga ditentukan melalui mekanisme pasar, yaitu kekuatan permintaan dan penawaran (*demand and supply*)
- Posisi tawar konsumen sangat kuat
- Produsen sulit memperoleh keuntungan di atas rata-rata

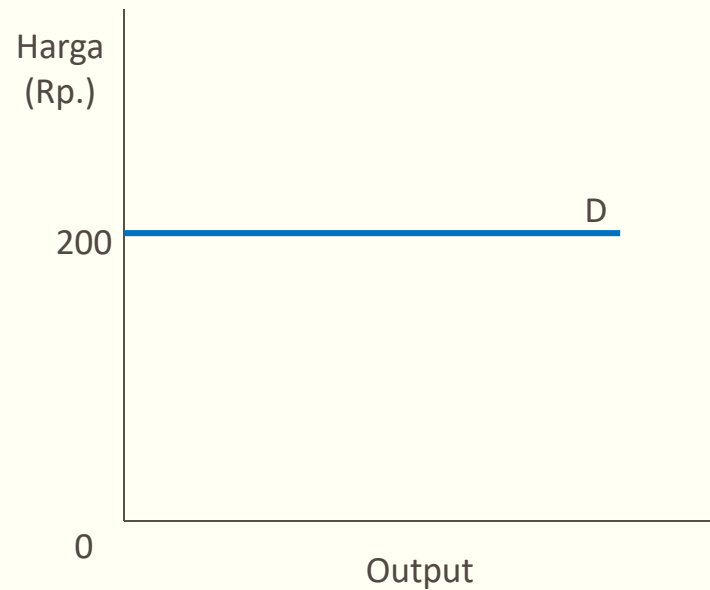
Ciri-ciri Pasar Persaingan Sempurna (2)

- Sensitif terhadap perubahan harga
- Mudah untuk masuk dan keluar dari pasar
- Pembeli memiliki pengetahuan yang sempurna mengenai pasar

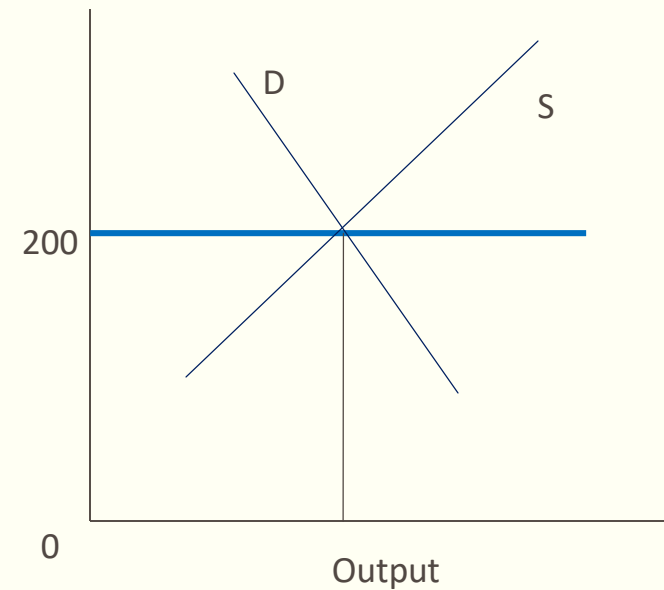
Terbentuknya Harga di Pasar Persaingan Sempurna

Setiap perusahaan hanya bertindak sbg pengambil harga (*price taker*) bukan penentu harga (*price maker*). Harga ditetapkan berdasarkan interaksi kekuatan penawaran (*supply*) dan permintaan (*demand*) di dalam pasar
Karena menaikkan harga diatas harga pasar -> tidak laku
Karena menurunkan harga di bawah harga pasar -> akan rugi

Hubungan Antara Permintaan Pasar dan Permintaan yang Dihadapi Perusahaan



(i) Firm



(ii) industri

Kebaikan persaingan sempurna

- **Memaksimumkan efisiensi**
- **Kebebasan konsumen bertindak dan memilih barang**
- **Konsumen selalu mendapatkan harga wajar/harga pasar**

Efisiensi

- ***Efisiensi produktif***

1. Setiap tingkat produksi, biaya yang dikeluarkan adalah minimum
2. Industri harus memproduksi barang pada biaya rata – rata yang terendah

- ***Efisiensi alokatif***

$$P = MC$$

Kelemahan persaingan sempurna

- **Tidak inovatif (sebab teknologi mudah dicontoh dengan mudah)**
- **Menimbulkan ongkos sosial (agar tercapai efisiensi biasanya mengabaikan kepentingan sosial)**
- **Membatasi pilihan konsumen (sebab produk homogen)**
- **Tidak selalu pemeratakan distribusi pendapatan**

Pendapatan Pasar Persaingan Sempurna

- Total pendapatan untuk perusahaan adalah harga jual (P) dikalikan kuantitas (Q) yang terjual.

$$TR = (P \times Q)$$

- Total pendapatan sebanding dengan jumlah output.
- Pendapatan rata-rata adalah berapa banyak pendapatan perusahaan untuk unit yang dijual.
- Pendapatan rata-rata adalah total pendapatan dibagi dengan kuantitas penjualan.

Pendapatan Pasar Persaingan Sempurna

- Pendapatan marginal adalah perubahan jumlah pendapatan dari unit tambahan dijual.

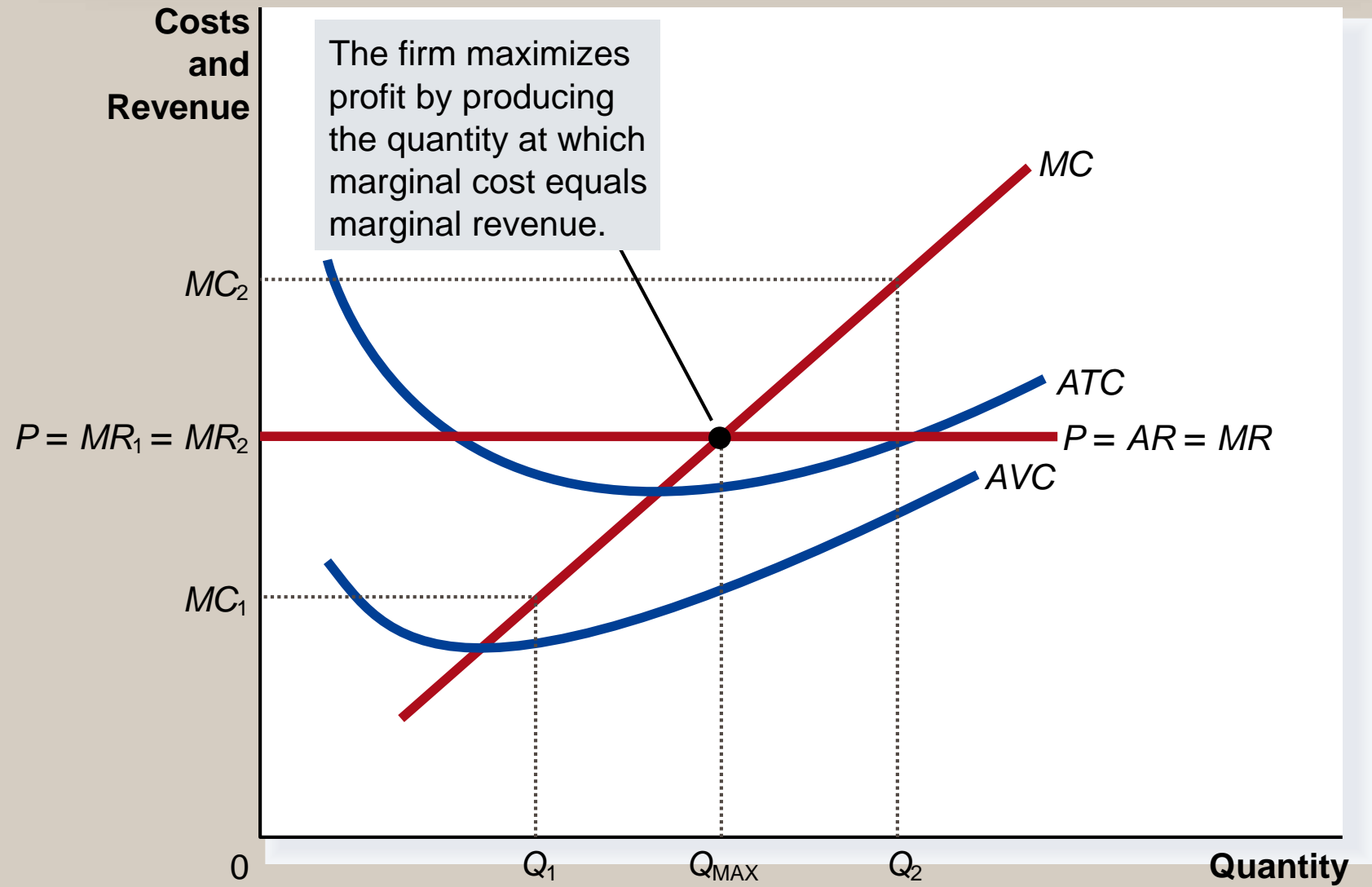
$$MR = \Delta TR / \Delta Q$$

- Untuk perusahaan kompetitif, pendapatan marginal sama dengan harga barang.

Table Total, Average, and Marginal Revenue for a Competitive Firm

Quantity	Price	Total Revenue	Average Revenue	Marginal Revenue
(Q)	(P)	($TR = P \times Q$)	($AR = TR/Q$)	($MR = \Delta TR/\Delta Q$)
1 gallon	\$6	\$ 6	\$6	\$6
2	6	12	6	6
3	6	18	6	6
4	6	24	6	6
5	6	30	6	6
6	6	36	6	6
7	6	42	6	6
8	6	48	6	6

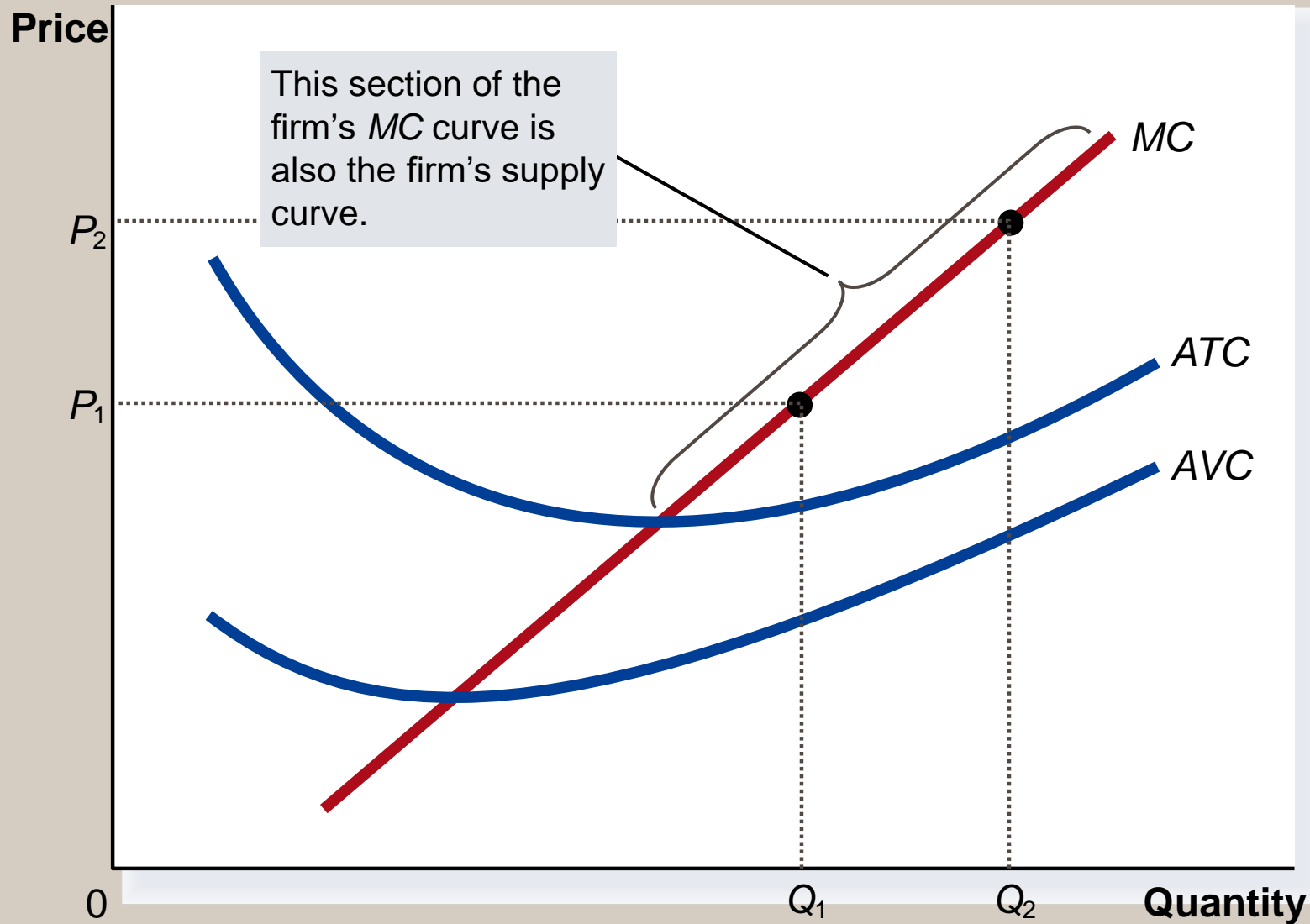
Figure 1 Profit Maximization for a Competitive Firm



LABA MAKSIMALISASI DAN KURVA PENAWARAN KOMPETITIF PERUSAHAAN'S

- Maksimalisasi keuntungan dimana pendapatan marjinal sama dengan biaya marjinal.
- Ketika $MR > MC$ ↓ *increase Q*
- Ketika $MR < MC$ ↓ *decrease Q*
- Ketika $MR = MC$ ↓ Profit is maximized.

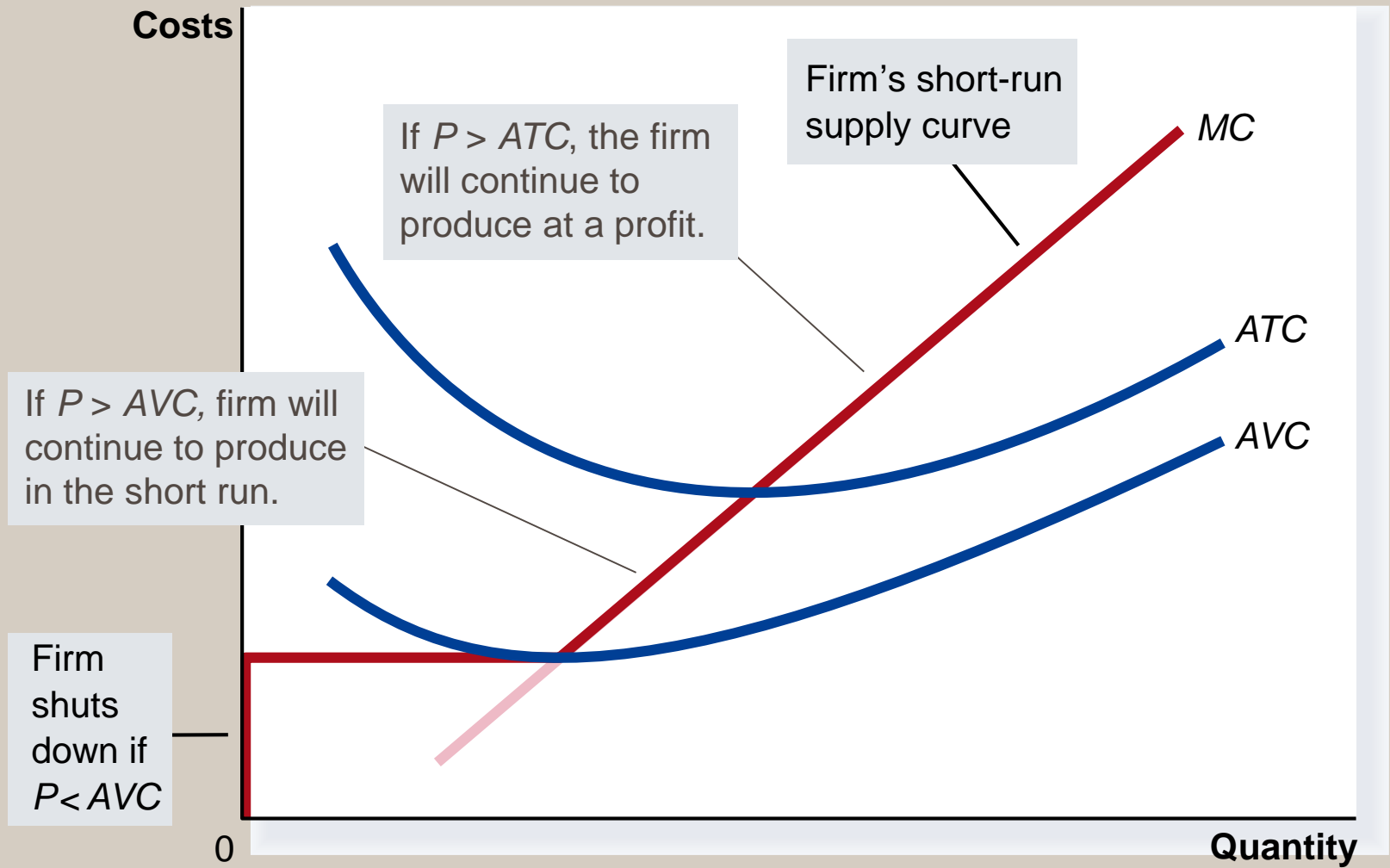
Figure 2 Marginal Cost as the Competitive Firm's Supply Curve



Perusahaan terhadap Jangka Pendek Keputusan untuk

- Sebuah berhenti mengacu pada keputusan jangka pendek untuk tidak menghasilkan apa-apa selama periode waktu tertentu karena kondisi pasar saat ini.
- Keputusan Keluar mengacu pada keputusan jangka panjang untuk meninggalkan pasar.
- Perusahaan itu menutup jika penerimaan mendapat dari memproduksi kurang dari biaya variabel produksi.
 - Shut down if $TR < VC$
 - Shut down if $TR/Q < VC/Q$
 - Shut down if $P < AVC$

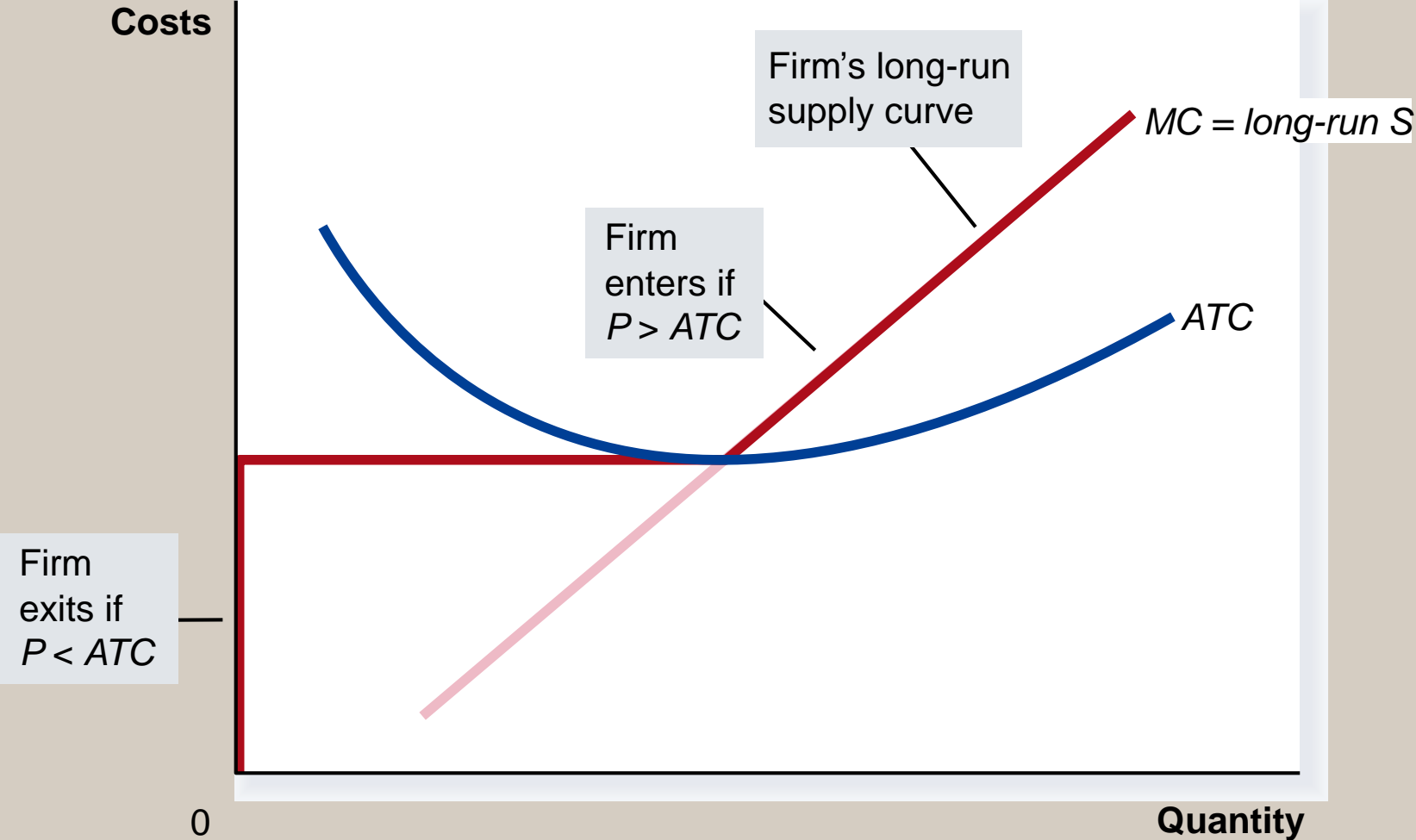
Figure 3 The Competitive Firm's Short Run Supply Curve



Perusahaan dlm Jangka Panjang Keputusan untuk Keluar atau Masuk Pasar

- Dalam jangka panjang, perusahaan keluar jika penerimaan kurang dari biaya total.
 - Keluar jika $TR < TC$
 - Keluar jika $TR/Q < TC/Q$
 - Keluar jika $P < ATC$

Figure 4 The Competitive Firm's Long-Run Supply Curve



Kurva Penawaran Pasar Persaingan Sempurna

Dalam jangka panjang kurva Penawaran Perusahaan kompetitif adalah bagian dari kurva biaya marginal perusahaan yang terletak di atas biaya total rata-rata.

Figure 4 The Competitive Firm's Long-Run Supply Curve

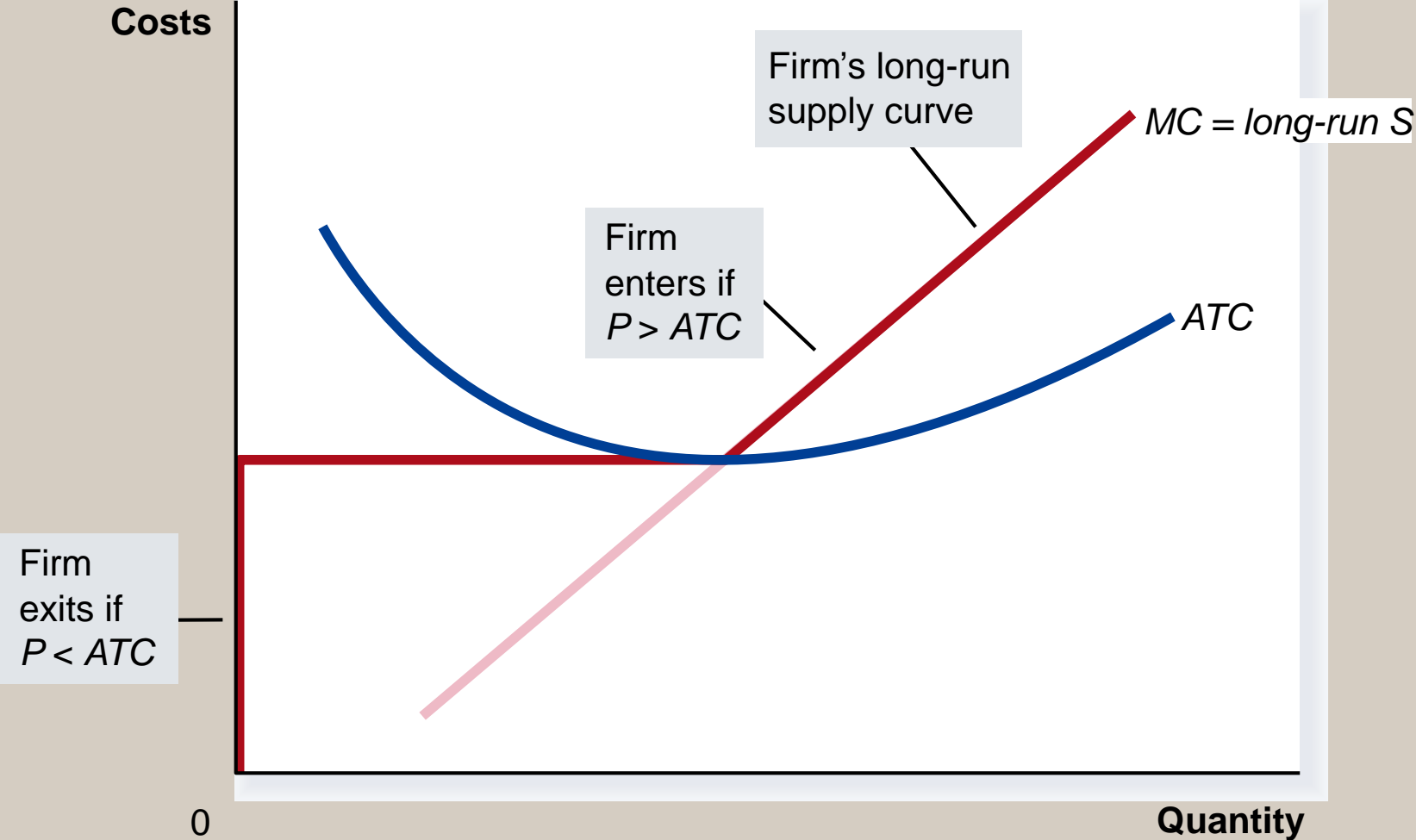
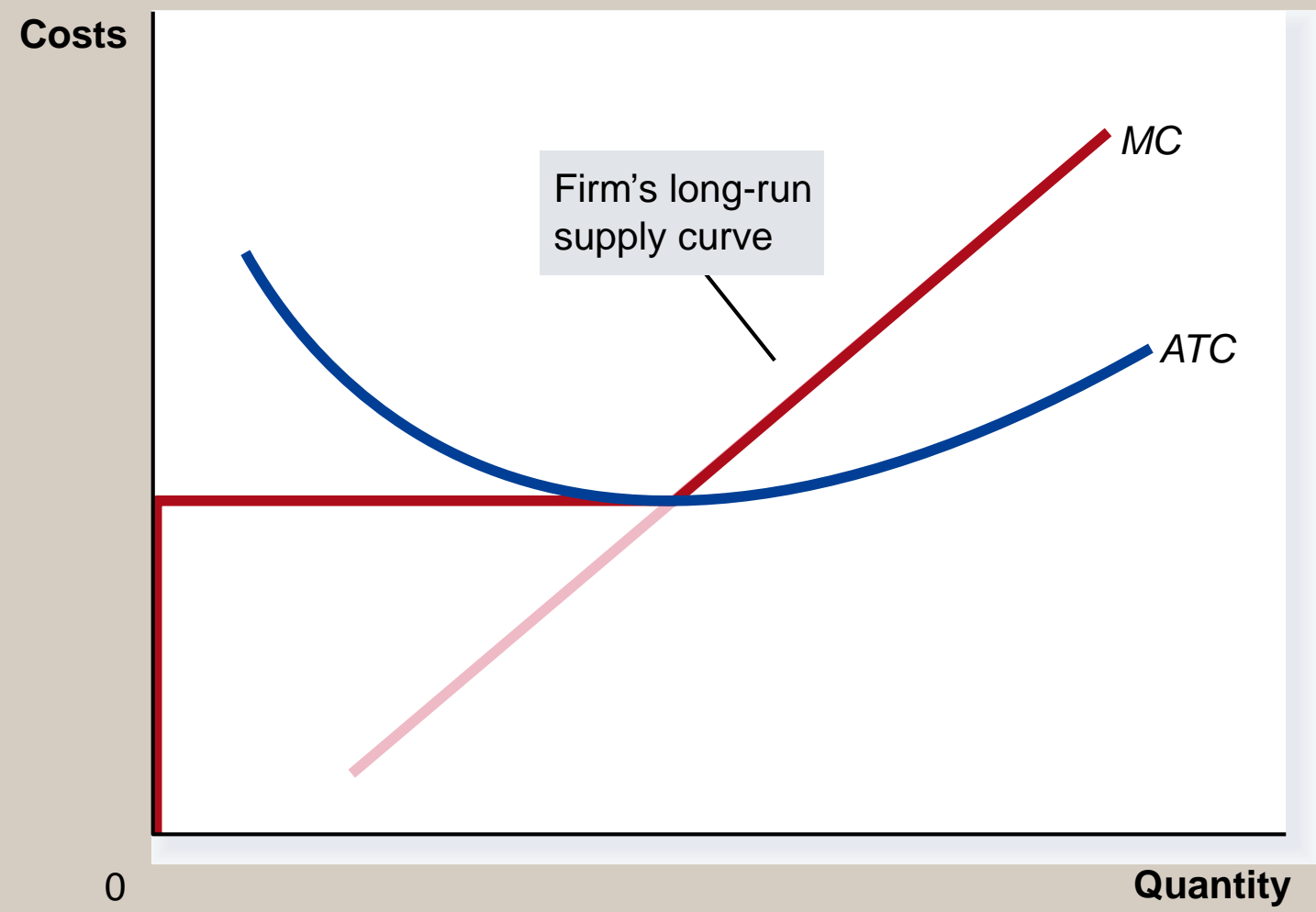


Figure 4 The Competitive Firm's Long-Run Supply Curve



Kurva Penawaran Pasar Persaingan Sempurna

- Kurva Penawaran Jangka pendek
 - Bagian dari kurva biaya marjinal yang terletak di atas biaya variabel rata-rata.
- Kurva Penawaran Jangka Panjang
 - Kurva biaya marjinal atas titik minimum kurva biaya total rata-ratanya.

Jangka Pendek: penawaran pasar dengan jumlah perusahaan tetap

- Untuk setiap harga yang diberikan, setiap perusahaan memasok jumlah output sehingga biaya marginal sama dengan harga.
- Kurva penawaran pasar mencerminkan kurva biaya marginal perusahaan

Jangka Panjang: Kurva Penawaran Masuk atau Keluar

- Pada akhir proses masuk dan keluar, perusahaan yang tetap harus menghasilkan keuntungan ekonomi nol.
- Proses masuk dan keluar berakhir hanya ketika harga dan biaya total rata-rata adalah sama.
- Ekuilibrium jangka panjang: harus memiliki perusahaan yang beroperasi pada skala yang efisien.