

PASAR PERSAINGAN SEMPURNA

Adinda Aurahmah Syari¹, Mhd. Amsar², Suci Citra Pratiwi Daulay³, Arief Fitrah⁴

Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, STAI Tebingtinggi Deli^{1,2,3,4}

adindaurahmahs@gmail.com¹, amsarwardana@gmail.com², sucicitrapratiwi088@gmail.com³,

arieffitrah77@gmail.com⁴

Abstrak

Pasar menurut istilah ekonomi dapat kita jelaskan bahwa pasar merupakan tempat bertemunya baik penjual maupun pembeli guna melakukan transaksi pembelian dan penjualan barang ataupun jasa, sehingga nanti tercipta harga keseimbangan sebagai harga yang berlaku di pasar saat itu dan juga dapat menetapkan jumlah yang nantinya diperdagangkan. Dengan demikian dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa pada setiap pertemuan antara penjual maupun pembeli akan terbentuk suatu harga keseimbangan sebagai harga yang disepakati antara pihak penjual dan juga pembeli. Seringkali kita melihat pasar yang ada di sekitar kita dalam bentuk pasar kongkret atau nyata bisa dilihat langsung oleh mata kita sendiri secara nyata. Misalnya pasar barang kebutuhan pokok. Semua aktivitas yang dilakukan di pasar pada dasarnya melibatkan dua pelaku utama, yaitu produsen dan juga konsumen. Keduanya memiliki peran yang besar terhadap pembentukan harga barang yang ada di pasar.

Kata Kunci : *Pasar, Persaingan Sempurna*

Abstract

Market, in economic terms, can be explained as a place where sellers and buyers meet to carry out transactions of buying and selling goods or services, thus creating an equilibrium price — the price prevailing in the market at that time — and determining the quantity to be traded. Therefore, it can be concluded that in every meeting between sellers and buyers, an equilibrium price will be formed as a mutually agreed price between both parties. We often observe markets around us in the form of concrete or physical markets that can be directly seen with our own eyes. For example, markets selling basic necessities. All activities carried out in the market essentially involve two main actors: producers and consumers. Both play a significant role in determining the price of goods in the market.

Keywords: *Market, Perfect Competition*

PENDAHULUAN

Pasar Persaingan sempurna merupakan model pasar yang sering digunakan. Pada pasar ini, permintaan dan penawaran bergerak secara leluasa. Karena dalam pasar ini terdapat banyak penjual dan pembeli. Sehingga harga yang terbentuk dikarenakan keinginan produsen dan konsumen. Karena permintaan mencerminkan konsumen dan Penawaran mencerminkan Produsen. Dalam pasar persaingan sempurna terdapat banyak penjual dan pembeli. Artinya jumlah penjual dan pembeli sama-sama banyak, maka harga tidak bisa dipengaruhi oleh satu penjual atau pembeli saja. Sehingga penjual dan pembeli telah menerima tingkat harga yang terbentuk didalam pasar sebagai suatu dantum atau fakta yang tidak dapat diubah. Bagi pembeli, barang atau jasa yang ia beli merupakan bagian kecil dari keseluruhan jumlah pembelian masyarakat. Bagi penjual pun berlaku hal yang sama sehingga bila penjual menurunkan harga, ia Akan rugi sendiri, sedangkan bila menaikkan harga. Maka pembeli akan lari penjual lainnya

¹ Mahasiswi prodi MBS Sekolah Tinggi Agama Islam Tebing Tinggi Deli

² Mahasiswa prodi MBS Sekolah Tinggi Agama Islam Tebing Tinggi Deli

³ Dosen Prodi MBS Sekolah Tinggi Agama Islam Tebing Tinggi Deli

Studi tentang pasar persaingan sempurna bukan hanya penting untuk memahami bagaimana teori ekonomi bekerja dalam kondisi ideal, tetapi juga memberikan kerangka berpikir untuk menilai sejauh mana suatu pasar dalam dunia nyata menyimpang dari efisiensi. Pemahaman ini penting dalam merancang kebijakan ekonomi yang dapat mendorong kompetisi sehat, menekan praktik monopoli, dan menciptakan kesejahteraan yang merata. Oleh karena itu, meskipun bersifat teoritis, pasar persaingan sempurna tetap menjadi bagian penting dalam diskusi akademik maupun dalam implementasi kebijakan ekonomi di berbagai negara.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk memberikan gambaran secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai karakteristik pasar persaingan sempurna dalam konteks ekonomi mikro. Metode ini dipilih karena sesuai untuk mengkaji konsep-konsep teoritis dan aplikatif yang berkaitan dengan struktur pasar dan perilaku pelaku ekonomi di dalamnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Definisi Pasar Persaingan Sempurna

Pasar persaingan sempurna merupakan jenis pasar dimana tidak ada pelaku ekonomi yang mempunyai kekuasaan pasar (*market power*) terhadap harga suatu produk yang homogen. Pembeli maupun penjual tidak mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi harga pasar. Mereka hanya bertindak sebagai pengambil harga (*price taker*) dan bukan sebagai pembuat harga (*price maker*)⁴ Pasar persaingan sempurna adalah suatu pasar dimana jumlah penjual dan pembeli (konsumen) sangat banyak dan produk atau barang yang ditawarkan sejenis atau serupa. Penjual yang harganya lebih tinggi tentu akan ditinggalkan pembeli. Hal inilah yang mendorong penjual untuk mengikuti saja harga yang berlaku di pasar (*price taker*)⁵

Contoh barang yang dijual pada bentuk pasar ini adalah beras, gandum, batu bara, kentang dan lain sebagainya. Pasar persaingan sempurna merupakan pasar dimana penjual dan pembeli tidak dapat mempengaruhi harga, sehingga harga di pasar benar-benar merupakan hasil kesepakatan dan interaksi antara penawaran dan permintaan. Dalam pasar persaingan sempurna, harga dipengaruhi oleh permintaan, (*demand*) dan penawaran (*supply*) antara penjual dan pembeli. Pembeli memberikan permintaan antara sifat barang yang akan dibeli, sedangkan penjual menawarkan nilai barang yang akan dijual.⁶ Pertukaran antara nilai keduanya adalah salah satu keseimbangan harga.

Dalam pasar persaingan sempurna jumlah perusahaan sangat banyak dan kemampuan setiap perusahaan dianggap sedemikian kecilnya, sehingga tidak mempengaruhi pasar

2. Ciri-ciri Pasar Persaingan Sempurna

Ciri-Ciri Pasar Persaingan Sempurna:

1. Terdiri atas Banyak Penjual & Pembeli

Adanya sifat ini, mengakibatkan perilaku penjual dan pembeli tidak bisa memengaruhi keadaan pasar, dengan kata lain mereka hanya sebagian kecil dari unsur pasar secara keseluruhan. Interaksi antara penjual dan pembeli dianggap sebagai pengikut harga (*price taker*) yang menyebabkan harga di pasar ini bersifat *datum* (harganya tetap berapapun jumlah barang yang dijual) karena mekanisme pasar yang menentukan harganya melalui interaksi antara kekuatan permintaan dan penawaran di masyarakat.

2. Adanya Kebebasan untuk Membuka dan Menutup Perusahaan (*Free Entry and Free Exit*)

⁴ Hestie Nurhayati, "MAKALAH: PASAR PERSAINGAN SEMPURNA", Academia.edu, 2018, academia.edu. https://www.academia.edu/37876248/MAKALAH_PASAR_PERSAINGAN_SEMPURNA_

⁵ Adiwarman A Karim, *Ekonomi Mikro Islam* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2014), h. 195.

⁶ Supriadi, Skripsi: "Penetapan Standar Harga Jual Beli dalam Konsep Islam" (Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2013), Hal. 3.

Artinya adalah tidak terdapat suatu hambatan apabila suatu perusahaan ingin memulai sebuah bisnis baru jika dianggapnya menguntungkan, dan menutup usahanya jika ternyata merugikan. Tidak seperti pasar lain yang mungkin ada keterikatan dalam membuka dan menutup pasar misalnya dengan adanya surat perjanjian.

3. Barang yang Diperjualbelikan Bersifat Homogen

Perusahaan menghasilkan barang di mana barang tersebut merupakan pengganti yang sempurna terhadap barang yang diproduksi oleh perusahaan lain dalam semua aspek, sehingga produk identik sama atau tidak bisa dibedakan. Artinya sekalipun Anda membeli disatu perusahaan, kemungkinan besar kualitas dan kuantitasnya akan sama persis dengan perusahaan lain.

4. Penjual & Pembeli Memiliki Pengetahuan yang Sempurna tentang Pasar

Penjual dan pembeli sangat mengetahui betul tentang keadaan pasar dalam hal tingkat harga yang berlaku di pasar dan meliputi setiap perubahannya. Pengetahuan tentang keadaan ini yang mengakibatkan:

- Semua sumber daya digunakan sepenuhnya untuk menghasilkan keuntungan yang maksimal.
- Tidak ada produsen yang menjual barang dengan harga yang lebih rendah dari harga pasar.
- Tidak ada konsumen yang membeli barang dengan harga yang lebih tinggi dari harga pasar

3. Kelebihan dan Kekurangan Pasar Pesaing Sempurna

Kelebihan-kelebihan pasar persaingan sempurna:

1. Kebebasan bertindak dan memilih Persaingan sempurna menghindari wujudnya konsentrasi kekuasaan di segolongan kecil masyarakat. Pada umumnya orang berkeyakinan bahwa konsentrasi semacam itu akan membatasi kebebasan seseorang dalam melakukan kegiatannya dan memilih pekerjaan yang disukainya. Juga kebebasannya untuk memilih barang yang dikonsumsikannya menjadi lebih terbatas.

2. Didalam pasar yang bebas tidak seorang pun mempunyai kekuasaan dalam menentukan harga, jumlah produksi dan jenis barang yang diproduksi. Begitu pula dalam menentukan bagaimana faktor-faktor produksi digunakan dalam masyarakat, efisiensilah yang menjadi factor yang menentukan pengalokasinya. Tidak seorang pun mempunyai kekuasaan untuk menentukan corak pengalokasiannya. Selanjutnya dengan adanya kebebasan untuk memproduksi berbagai jenis barang maka masyarakat dapat mempunyai pilihan yang lebih banyak terhadap barang-barang dan jasa-jasa yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhannya. Dan masyarakat mempunyai kebebasan yang penuh keatas corak pilihan yang akan dibuatnya dalam menggunakan factor-faktor produksi yang mereka miliki.

Disamping memiliki kelebihan-kelebihan, pasar persaingan sempurna juga memiliki kekurangan-kekurangan antara lain:

1. Persaingan sempurna tidak mendorong inovasi.

Dalam pasar persaingan sempurna teknologi dapat dicontoh dengan mudah oleh perusahaan lain. Sebagai akibatnya suatu perusahaan tidak dapat memperoleh keuntungan yang kekal dari mengembangkan teknologi dan teknik memproduksi yang baru tersebut. Oleh sebab itulah keuntungan dalam jangka panjang hanyalah berupa keuntungan normal. Karena walaupun pada mulanya suatu perusahaan dapat menaikkan efisiensi dan menurunkan biaya, perusahaan-perusahaan lain dalam waktu singkat juga dapat berbuat demikian. Ketidakekalan keuntungan dari mengembangkan teknologi ini menyebabkan perusahaan-perusahaan tidak terdorong untuk melakukan perkembangan teknologi dan inovasi.

2. Persaingan sempurna adakalanya menimbulkan biaya social

Didalam menilai efisiensi perusahaan yang diperhatikan adalah cara perusahaan itu menggunakan sumber-sumber daya. Ditinjau dari sudut pandangan perusahaan, penggunaannya mungkin sangat efisien. Akan tetapi, ditinjau dari sudut kepentingan masyarakat, adakalanya merugikan.

3. Membatasi pilihan konsumen

Karena barang yang dihasilkan perusahaan-perusahaan adalah 100 persen sama, konsumen mempunyai pilihan yang terbatas untuk menentukan barang yang akan dikonsumsinya.

4. Biaya dalam pasar persaingan sempurna mungkin lebih tinggi

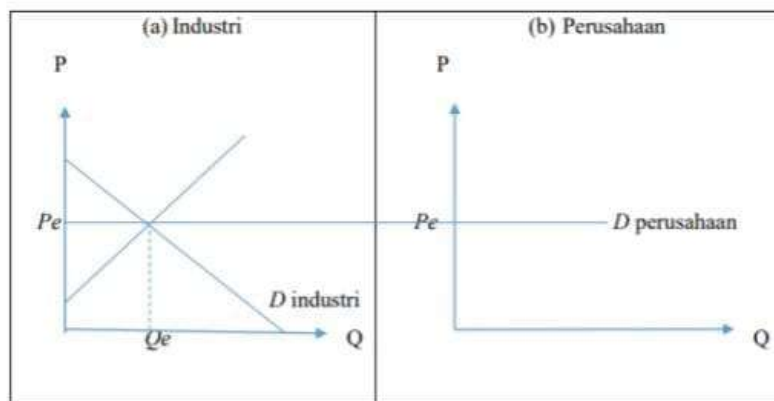
Didalam mengatakan biaya produksi dalam pasar persaingan sempurna adalah paling minimum tersirat (yang tidak dinyatakan) pemisalan bahwa biaya produksi tidak berbeda. Pemisalan ini tidak selalu benar. Perusahaan-perusahaan dalam bentuk pasar lainnya mungkin dapat mengurangi biaya produksi sebagai akibat menikmati skala ekonomi, perkembangan teknologi dan inovasi.

5. Distribusi pendapatan tidak selalu rata

Suatu corak distribusi pendapatan tertentu menimbulkan suatu pola permintaan tertentu dalam masyarakat. Pola permintaan tersebut akan menentukan bentuk pengalokasian sumber-sumber daya. Ini berarti distribusi pendapatan menentukan bagaimana bentuk dari penggunaan sumber-sumber daya yang efisien. Kalau distribusi pendapatan tidak merata maka penggunaan sumber-sumber daya (yang dialokasikan secara efisien) akan lebih banyak digunakan untuk kepentingan golongan kaya.

4. Kurva Pasar Persaingan Sempurna

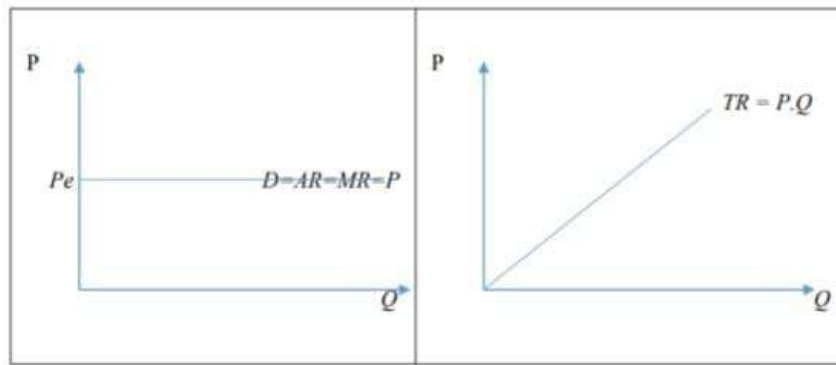
Tingkat harga dalam pasar persaingan sempurna ditentukan oleh permintaan dan penawaran. Jumlah output perusahaan relative sangat kecil dibanding output pasar, maka berapapun yang dijual perusahaan, harga relative tidak berubah." Permintaan total (*total revenue*) perusahaan sama dengan jumlah *output* dikali harga jual. Karena ketidak mampuan penjual dan pembeli dalam mempengaruhi harga, maka harga secara otomatis telah ditentukan (*given*) oleh pasar. Dengan demikian permintaan rata-rata (*average revenue*) dan penerimaan marginal (*marginal revenue*) adalah sama dengan harga. Dengan demikian dapat digambarkan kurva permintaan dan penawaran sebagai berikut:



Gambar 1: Kurva Permintaan Industri Perusahaan pada Pasar Persaingan Sempurna

Keterangan gambar:

- Pada kurva (a) industri, menunjukkan tingkat harga dalam pasar persaingan sempurna ditentukan oleh permintaan dan penawaran.
- Pada kurva (b) Perusahaan, menunjukkan jumlah output relatif sangat kecil dibanding output pasar, maka berapa pun yang dijual perusahaan, harga relatif tidak berubah.
- Karena perusahaan individual bertindak sebagai price takers, maka kurva permintaan yang dihadapi oleh perusahaan berupa garis horizontal sebesar P .
- Kurva permintaan (D) sama dengan kurva penerimaan rata-rata (AR) sama dengan kurva penerimaan marginal (MR) dan sama dengan harga (P).
- Kurva penerimaan total berbentuk garis lurus dengan sudut kemiringan positif, bergerak mulai dari titik $(0,0)$.



Gambar 2: Kurva Permintaan TR, AR, MR pada Pasar Persaingan Sempurna

1. Pemaksimalan Keuntungan pada Pasar Persaingan Sempurna

Perusahaan akan bekerja dalam situasi jangka pendek dan jangka panjang, dimana keduanya memiliki model pemaksimalan keuntungan (*max profit*) yang berbeda-beda. Analisis jangka pendek (*short run*), adalah dianggap setiap produsen tidak bisa menambah kapasitas pabriknya dan tidak mungkin bagi produsen-produsen baru masuk ke dalam pasar. Sedangkan analisis jangka panjang (*long run*) adalah di mana dimungkinkan adanya baik perluasan kapasitas pabrik oleh perusahaan-perusahaan yang telah ada maupun pembangunan pabrik-pabrik baru oleh pengusaha-pengusaha baru yang masuk ke pasar.

2. Pemaksimalan Keuntungan pada Ekuilibrium

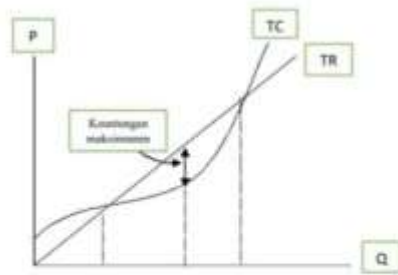
Suatu perusahaan dalam kondisi ekuilibrium ketika ia mencapai keuntungan (profit, π) maksimum. Keuntungan (π) adalah perbedaan atau selisih antara total cost (TC) dan total revenue (TR). Dengan demikian dapat dituliskan sebagai berikut: $\pi = TR - TC$. Seperti telah dibahas pada bab sebelumnya, bahwa ekuilibrium perusahaan dalam asumsi pasar persaingan sempurna, secara grafis dapat ditunjukkan melalui dua pendekatan, yaitu: (1) Menggunakan kurva TR dan TC (2) Menggunakan kurva MR dan MC.

1. Ekuilibrium Perusahaan Menggunakan Kurva TR dan TC

Digambarkan posisi ekuilibrium perusahaan dengan menggunakan kurva TR dan TC dalam pasar persaingan sempurna. Kurva TR adalah suatu garis lurus melalui origin, yang menunjukkan bahwa harga output adalah konstan pada semua tingkat output. Produsen akan selalu menerima harga atau price taker dan dapat menjual setiap outputnya pada harga pasar yang berlaku dengan TR yang naik secara proporsional dengan volume penjualannya. Slope kurva TR adalah marginal revenue (MR). MR ini konstan dan sama dengan harga pasar (P), karena semua unit output dijual pada harga yang sama. Dengan demikian secara matematis dapat dituliskan:

$$MR = AR = P = P_{\text{ekuilibrium}}$$

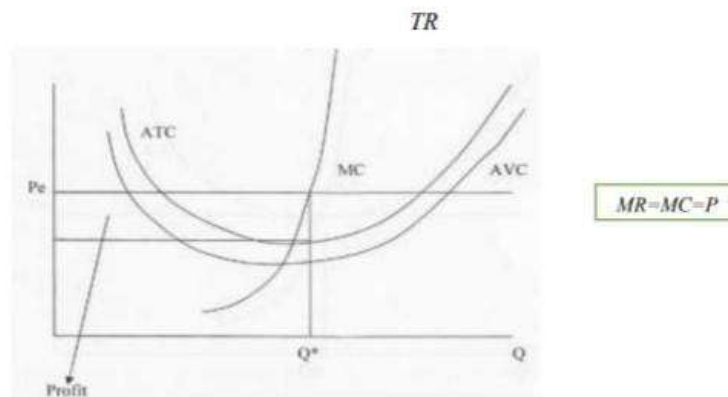
Perusahaan mencapai keuntungan maksimum pada penjualan output ekuilibrium, di mana jarak vertikal antara kurva TR dan kurva TC paling lebar.



Gambar 3: Kondisi Ekuilibrium yang Digambarkan oleh Kurva TR dan TC

2. Ekuilibrium Perusahaan Menggunakan Kurva MR dan MC

Maksimisasi keuntungan atau profit dapat dijelaskan juga menggunakan kriteria marginal revenue sama dengan marginal cost (atau $MR=MC$). Karena MR untuk perusahaan pada pasar persaingan sempurna adalah P , maka output optimal dihasilkan jika $P=MC$. Seperti pada gambar di output optimal untuk pasar persaingan sempurna jangka pendek di bawah ini:



Gambar 4: Kondisi Ekuilibrium Perusahaan yang Digambarkan Oleh Kurva MR dan MC

Kesimpulan

Pasar persaingan sempurna dapat didefinisikan sebagai struktur pasar atau industry dimana terdapat banyak penjual dan pembeli dan setiap penjual dan pembeli tidak dapat mempengaruhi keadaan dipasar. Untuk memperoleh keuntungan suatu perusahaan dibedakan menjadi jangka pendek dan jangka panjang. Hal ini mengingat sifat biaya produksi dari perusahaan dalam jangka pendek berbeda dengan jangka panjang. Dalam jangka pendek dikenal adanya biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya variabel (*variable cost*) sedangkan dalam jangka panjang tidak dikenal lagi pemilihan fixed cost maupun variable cost.

REFERENSI

- Adiwarman A. Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), h. 358.
- Karim, A. (2014). *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Kennedy, P. S. (2018). *Modul Ekonomi Mikro Pasar Persaingan Sempurna*. UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA, FAKULTAS EKONOMI, Jakarta. Retrieved 11 02, 2021
- Nurhayati, H. (2018). Retrieved from academia.edu:
https://www.academia.edu/37876248/MAKALAH_PASAR_PERSAINGAN_SEMPURNA

Rizky. N. (2020). STRUKTUR PASAR PERSAINGAN SEMPURNA. Retrieved 11 03, 2021, from eprints.umsida.ac.id: <http://eprints.umsida.ac.id/id/eprint/6996>

Zaini, A. A. (2014). PASAR *PERSAINGAN SEMPURNA DALAM PERFECTIF EKONOMI ISLAM*. Jurnal Ummul Qura, IV(4), 88-104.