



# **ETIKA DAN HUKUM BISNIS**

## **PERTEMUAN KE -11 PERSAINGAN PASAR**

# PENGERTIAN PASAR

- Sebuah forum dimana orang-orang berkumpul dengan tujuan untuk mempetukarkan kepemilikan barang atau uang.
- Pasar persaingan sempurna : Pasar di mana tidak ada pembeli atau penjual yang memiliki kekuatan cukup signifikan untuk mampu memengaruhi harga barang-barang yang di pertukarkan.

# KELEBIHAN DAN KEKURANGAN PASAR PERSAINGAN SEMPURNA

- KELEBIHAN :

1. Peluang eksploitasi konsumen cukup rendah dalam persaingan sempurna. Itu karena penjual di pasar ini tidak memiliki harga monopoli. Dengan demikian, mereka tidak memiliki pengaruh apa pun terhadap harga produk atau mereka tidak dapat membebani konsumen lebih tinggi dari harga normal.
2. Pasar persaingan sempurna dianggap berorientasi pada konsumen. Penjual tidak dapat mengganggu konsumen. Jika ya, pembeli akan berpindah ke penjual lain secara instan.
3. Di struktur pasar ini, sangat sedikit atau tidak ada biaya iklan karena produknya homogen. Produk yang dapat dengan mudah digantikan oleh barang serupa dari pemasok lain, karena secara fundamental memiliki kualitas dan karakteristik fisik yang sama dengan yang lain.
4. Juga tidak perlu mengeluarkan banyak uang untuk iklan karena penjualan akan terjadi secara otomatis jika perusahaan menentukan harga lebih rendah dari pesaing.

- **KEKURANGAN :**

1. Dalam bentuk struktur pasar ini, penjual tidak mendapatkan motivasi apa pun untuk menghadirkan inovasi atau menyertakan fitur tambahan dalam produk. Ini karena penjual tidak dapat dikenai biaya tambahan untuk fitur-fitur tambahan tersebut karena pembeli dapat pindah ke penjual lain.
2. Lokasi memainkan peran besar dalam menghasilkan penjualan. Perusahaan yang berlokasi di lokasi utama cenderung mendapatkan lebih banyak penjualan daripada yang tidak.
3. Ada sangat sedikit hambatan untuk memasuki pasar persaingan sempurna karena perusahaan mana pun dapat memasuki pasar ini untuk menjual produk, itu berarti kemungkinan pesaing akan lebih banyak.

# Karakteristik Pasar Persaingan Sempurna

1. Jumlah pembeli dan penjual relatif banyak
2. Kebebasan untuk masuk dan keluar bagi pembeli maupun penjual
3. Semua pembeli dan penjual mengetahui semua informasi tentang pasar
4. Barang-barang yang dijual sangat mirip
5. Biaya dan keuntungan sepenuhnya ditanggung oleh pihak yang membeli dan menjual

# PASAR MONOPOLI

1. Hanya terdapat satu penjual, tidak ada penjual lain boleh masuk
2. Penjual mengendalikan harga atas barang-barang yang dijualnya
3. Penjual dapat memastikan produknya terjual dan mendapatkan keuntungan besar

# KELEBIHAN KEUNTUNGAN PASAR MONOPOLI

1. Sumber daya yang tidak di perlukan untuk menyediakan jumlah barang yang di peroleh konsumen
2. Pasar monopoli tidak mendorong penjual untuk menggunakan sumber daya mereka dalam cara-cara yang meminimalkan sumber daya yang di konsumsi untuk menghasilkan komoditas dalam jumlah tertentu.
3. Pasar monopoli memungkinkan penjual untuk menetapkan harga yang membatasi konsumen guna memperoleh komoditas yang paling memuaskan yang bisa mereka beli dengan uang mereka

# PASAR OLIGOPOLI

1. Tidak banyak penjual yang ada hanya beberapa penjual besar
2. Penjual lain tidak bisa memasuki pasar

# CIRI-CIRI PASAR OLIGOPOLI

1. Terdapat beberapa penjual di pasar (umumnya kurang dari 10) dengan banyak pembeli di pasar
2. Barang yang diperjualbelikan relatif homogen namun terdiferensiasi  
Contohnya adalah sabun mandi dengan berbagai aroma dan bentuk, telepon seluler dengan berbagai ragam teknologi dan tampilan, dan lainnya
3. Penjual di pasar oligopoli memiliki kemampuan dalam menentukan harga karena adanya perbedaan dari masing-masing produk yang ditawarkan
4. Masing-masing penjual bersaing sangat ketat dengan penjual lainnya.

# JENIS PASAR OLIGOPOLI

1. Oligopoli murni (pure oligopoly)

Adalah pasar dimana barang yang diperjualbelikan bersifat identik. Misalnya: semen, air mineral, seng

2. Oligopoli terdiferensiasi (differentiated oligopoly)

Adalah pasar dengan barang yang homogen namun dapat dibedakan. Misalnya sabun, sepeda motor, laptop

.

# KELEBIHAN DAN KEKURANGAN PASAR OLIGOPOLI

## **KELEBIHAN :**

1. Konsumen memiliki lebih banyak pilihan terhadap barang yang ingin dikonsumsinya
2. Persaingan antar produsen dapat memberikan keuntungan bagi konsumen, terutama karena akan meningkatkan kesadaran produsen untuk memuaskan kebutuhan konsumen
3. Perusahaan umumnya terus melakukan inovasi sehingga produk semakin berkembang

## **KEKURANGAN :**

1. Perang harga antar produsen sering terjadi
2. Produsen menggelontorkan banyak dana untuk iklan dan promosi agar produknya dapat dibedakan dengan produk dari produsen lainnya.  
Pemborosan sumber daya ekonomi

# PENGERTIAN ITIKAD BAIK

Adalah bahwa kedua belah pihak harus berlaku satu dengan yang lainnya tanpa tipu daya, tanpa tipu muslihat, tanpa mengganggu pihak lain, tidak hanya melihat kepentingan diri sendiri saja tetapi juga kepentingan pihak lainnya.

# MAKNA IKTIKAD BAIK TIDAK UNIVERSAL

1. Harus memegang janji atau perkataannya
2. Tidak boleh mengambil keuntungan dengan tindakan yang menyesatkan terhadap salah satu pihak
3. Mematuhi kewajibannya dan berperilaku sebagai orang terhormat dan jujur

# KONSEP ITIKAD BAIK

Mencakup 3 komponen :

1. Suatu kewajiban bagi para pihak untuk bekerjasama dalam mencapai tujuan kontrak
2. Pemenuhan standar perilaku terhormat
3. Pemenuhan standard of contract yang masuk akal yang berkaitan dengan kepentingan para pihak

# ITIKAD BAIK MENGGUNAKAN STANDAR OBJEKTIF

1. Isi kontrak itu sendiri
2. Kepatutan atau iktikad baik
3. Kebiasaan dan
4. Undang-undang

**TERIMA KASIH**