**MAKALAH
PASAR MONOPOLI**

Di Susun Oleh :

Muh.Raufmansyah (90500119061)

Anggraeni Dwi Saputri (90500120108)

Ahriana Ananda (90500120115)

Ulfa Ramdhani (90500120099)

Irhamni (90500120091)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN MAKASSAR

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

TAHUN AJARAN

2021

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa. Atas rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas makalah yang berjudul "PASAR MONOPOLI" dengan tepat waktu.

Makalah disusun untuk memenuhi tugas Mata Kuliah EKONOMI MIKRO SYARIAH Selain itu, makalah ini bertujuan menambah wawasan tentang pasar persaingan sempurna bagi pembaca dan juga bagi penulis.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada selaku dosen EKONOMI MIKRO SYARIAH Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada semua pihak yang telah membantu diselesaikannya makalah ini.

Penulis menyadari makalah ini masih jauh dari sempurna. Oleh sebab itu, saran dan kritik yang membangun diharapkan demi kesempurnaan makalah ini.

Gowa, 8 November 2021

Daftar Isi

MAKALAH	1
KATA PENGANTAR.....	2
Daftar Isi	3
BAB I.....	5
PENDAHULUAN	5
A. Latar Belakang.....	5
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
BAB II	6
PEMBAHASAN	6
A. Pengertian Pasar	6
B. Ciri-Ciri Pasar Monopoli.....	7
C. Faktor-faktor Timbulnya Monopoli	7
D. Kurva Permintaan Dan Kekuatan Monopoli (Monopoly power).....	8
Definisi Permintaan.....	8
Hukum Permintaan.....	8
Fungsi Permintaan	9
Kurva Permintaan.....	9
Kekuatan monopoli (monopoly power).....	11
E. KURVA PENAWARAN	11
Penawaran (Supply).....	11
Hukum Penawaran	12
1.Hukum Penawaran	12
Faktor-Faktor yang Dapat Menggeser Kurva Penawaran	13
Pengaruh Faktor Bukan Harga Terhadap Penawaran	14
F. KESEIMBANGAN PERUSAHAAN	16
G. MONOPOLI ALAMIAH (Natural Monopoly).....	16
Pengertian Monopoli Alamiah dalam Dunia Ekonomi	17
Contoh Monopoli alamiah Potensial	18

Keuntungan Monopoli Alamiah	18
Kekurangan Pasar Monopoli Alamiah	19
Faktor Penyebab pasar monopolistik.....	20
Kebaikan Dan Keburukan Monopoli.....	20
Monopoli Dalam Perspektif Islam	22
KESIMPULAN	24
DAFTAR PUSTAKA.....	25

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pasar sebagai kumpulan jumlah pembeli dan penjual individual mempunyai karakteristik-karakteristik tertentu. Karakteristik tersebut muncul karena masing-masing individu pembeli dan penjual mempunyai perilaku individual yang berbeda pula. Di dalam biaya produksi terdapat karakteristik pasar tertentu dimana dalam pasar tersebut hanya terdapat satu penjual dari satu produk (barang atau jasa) yang tidak mempunyai alternatif produk pengganti (substitusi). Pasar dengan karakteristik tersebut disebut dengan pasar monopoli. Mengingat dalam pasar monopoli hanya terdapat satu penjual dari satu produk (barang atau jasa) yang tidak mempunyai alternatif produk pengganti (substitusi) maka dalam pasar monopoli tidak ada persaingan dari penjual lain. Dalam kehidupan perekonomian yang faktual, sangat jarang mendapat penjual yang tidak menghadapi persaingan dari penjual lain. Meskipun dalam suatu pasar misalnya hanya terdapat satu penjual sehingga tidak ada persaingan secara langsung dari penjual lain, tetapi penjual tunggal tersebut akan menghadapi persaingan secara tidak langsung dari penjual lain yang menghasilkan produk yang dapat merupakan alternatif produk pengganti yang tidak sempurna (Amin, M kutbi. 2010).

B. Rumusan Masalah

- Definisi monopoli
- Ciri ciri pasar monopoli
- Faktor faktor yang menimbulkan monopoli
- Kurva permintaan dan kekuatan monopoli (monopoly power)
- Kurva penawaran monopoli
- Keseimbangan perusahaan
- Monopoli alamiah (natural monopoly)
- Kebaikan dan keburukan monopoli
- Monopoli dalam perspektif islam

C. Tujuan Penelitian

Memberikan pengetahuan mengenai pasar monopoli kepada pembaca sehingga mengetahui apa saja yang terjadi di dalamnya.

BAB II

PEMBAHASAN

A. Pengertian Pasar

Monopoli Di dalam pasal 1 ayat 1 UU Antimonopoli, monopoli didefinisikan sebagai suatu penguasaan atas produksi / pemasaran barang / penggunaan jasa tertentu oleh satu pelaku usaha. Secara harafiah monopoli berasal dari Bahasa Yunani : monos yang artinya satu dan polein yang artinya menjual sehingga pasar monopoli dapat didefinisikan sebagai suatu bentuk pasar di mana hanya terdapat satu penjual yang menguasai pasar. Penentu harga pada pasar monopoli adalah seorang penjual atau sering disebut sebagai “monopolis”. Atau bisa juga diartikan sebagai suatu bentuk pasar dimana hanya terdapat satu perusahaan saja. Dan perusahaan ini menghasilkan barang yang tidak mempunyai barang pengganti yang sangat dekat oleh sebab itu penjual dapat menentukan harga dan memperoleh keuntungan yang tinggi. Hal ini merupakan kasus monopoli murni atau “pure monopoli”. Namun pada kenyataannya keadaan ini sangat sulit terealisasi karena meskipun secara teori pada pasar monopoli sangat sulit bagi perusahaan lain untuk menjadi substitusi, namun secara tidak langsung ada produsen yang mempunyai substitusinya walaupun secara fisik atau teknologi tidak sama namun secara fungsi sama. Bahkan sekalipun itu regulated monopolies yang diatur dan diawasi pemerintah sekalipun. Sebagai contoh, meskipun pengelolaan listrik nasional diberikan hak kepada PT. Perusahaan Listrik Negara (PLN) dan tidak ada pesaingnya, namun masih ada perusahaan genset sebagai substitusi bagi daerah yang belum terjamah oleh PLN. Tidak hanya itu, kekuasaan pemerintah terhadap pasar monopoli juga berpengaruh terhadap kelancaran proses monopoli itu sendiri. Belum lagi para innovator yang berambisi untuk menciptakan sumber listrik yang lebih ekonomis, efisien dan ramah lingkungan, ini juga menjadi pesaing pasar monopoli. Jadi pengertian pasar monopoli yang banyak digambarkan atau yang penulis cantumkan di atas tidaklah sepenuhnya benar.

Undang-Undang Tentang Monopoli Terlepas dari kenyataan bahwa dalam situasi tertentu kita membutuhkan perusahaan besar dengan kekuatan ekonomi yang besar, dalam banyak hal praktik monopoli, oligopoli, suap harus dibatasi dan dikendalikan, karena bila tidak dapat merugikan kepentingan masyarakat pada umumnya dan kelompok-kelompok tertentu dalam masyarakat. Strategi yang paling ampuh untuk itu, sebagaimana juga ditempuh oleh negara maju semacam Amerika, adalah melalui Undang-Undang Anti-Monopoli. Di Indonesia untuk mengatur praktik monopoli telah dibuat sebuah undang-undang yang mengaturnya. Undang-undang itu adalah Undang-undang Republik Indonesia Nomor 5 tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

B. Ciri-Ciri Pasar Monopoli

Adapun ciri-cirinya secara umum:

1. Pasar Monopoli adalah industri satu perusahaan Sifat ini sudah secara jelas dilihat dari definisi monopoli diatas, yaitu hanya ada satu saja perusahaan dalam industri tersebut. Barang atau jasa yang dihasilkannya tidak dapat diberi dari tempat lain. Para pembeli tidak mempunyai pilihan lain, kalau mereka menginginkan barang tersebut maka mereka harus membeli dari perusahaan monopoli tersebut.
2. Tidak mempunyai barang pengganti yang mirip Barang yang dihasilkan perusahaan tidak monopoli tidak dapat digantikan oleh barang lain yang ada dalam pasar. Barang tersebut merupakan satu-satunya jenis barang yang tidak terdapat barang mirip (close substitute) yang dapat menggantikan barang tersebut.
3. Tidak terdapat kemungkinan untuk masuk ke dalam industri Sifat ini merupakan sebab utama yang menimbulkan perusahaan yang mempunyai kekuasaan monopoli. Adanya hambatan kemasukan yang sangat tangguh menghadirkan berlakunya keadaan yang seperti itu. Ada beberapa bentuk hambatan kemasukan dalam pasar monopoli. Ada yang bersifat legal yaitu dibatasi dengan undang-undang. Ada yang bersifat teknologi yaitu teknologi yang digunakan sangat canggih dan tidak mudah dicontoh. Dan ada pula yang bersifat keuangan yaitu modal yang diperlukan sangat besar.
4. Dapat mempengaruhi penentuan harga Karena perusahaan monopoli merupakan satu-satunya penjualan didalam pasar maka, perusahaan monopoli dipandang sebagai penentu harga atau price setter. Dengan mengadakan pengendalian ke atas produksi dan jumlah barang yang ditawarkan perusahaan monopoli dapat menentukan harga pada tingkat yang dikendakinya.
5. Promosi iklan kurang diperlukan Karena perusahaan monopoli adalah satu-satunya perusahaan didalam industri, ia tidak perlu mempromosikan barangnya dengan menggunakan iklan. Walau bagaimanapun perusahaan monopoli sering membuat iklan. Iklan tersebut bukanlah bertujuan untuk menarik pembeli, tetapi untuk memelihara hubungan baik dengan masyarakat

C. Faktor-faktor Timbulnya Monopoli

Hal-hal yang dapat menimbulkan monopoli diantaranya:

1. Adanya penguasa bahan mentah (sumber daya) tertentu. Satu jenis produk tertentumungkin hanya dapat dihasilkan dengan menggunakan faktor produksi tertentu. Misalnya, Perusahaan Listrik Negara (PLN). Karena listrik merupakan kebutuhan vital masyarakat secara luas, maka penguasaan atau pengelolanya ditangani oleh pemerintah seperti yang tercantum dalam UUD 1945. satu perusahaan yang memiliki tanah atau hutan yang menghasilkan jenis kayu tertentu (ukir misalnya) maka perusahaan tersebut mempunyai kedudukan monopoli untuk produksi kayu ukir.
2. Adanya penguasaan teknik produksi tertentu atau memiliki keunggulan teknologi. Satu produsen yang memiliki teknik atau keunggulan teknologi jauh diatas calon pesaingnya, untuk satu periode tertentu dapat mempunyai kedudukan monopoli. Misalnya penguasaan teknik foto, dulu hanya ada pada "Kodak", sehingga sampai sekarang orang sering menyebut tustel dengan sebutan kodak. Demikian pula dengan

IBM, untuk menyebut komputer. Selama teknik produksi tidak ada yang meniru, maka pasar barang-barang tersebut akan dikuasai oleh si monopolis.

3. Adanya penguasaan hak paten untuk produk tertentu (merupakan unsur yuridis). Untuk mendapatkan hak paten ini biasanya harus didahului oleh adanya suatu penemuan. Satu produsen menemukan cara-cara produksi baru atau menghasilkan produk jenis baru kemudian dimintakan hak paten pada pemerintah. Dalam hal ini produsen mendapatkan monopoli untuk menghasilkan barang tersebut. Misalnya Graham Bell untuk pesawat telepon dan Thomas Edison untuk bola lampu pijar. Hak paten ini diberikan oleh departemen kehakiman dan mempunyai masa berlaku tertentu. Selama jangka waktu tersebut maka tidak ada orang lain yang dapat memproduksi barang yang sama, karena jika memproduksi maka akan dituntut ke pengadilan.
4. Adanya lisensi (izin). Hal ini terjadi karena diperoleh secara institusional (kelembagaan). Misalnya monopoli yang dipegang oleh PT ASTRA Internasional, yaitu monopoli untuk perakitan dan penjualan mobil baru merk TOYOTA.
5. Adanya monopoli yang diperoleh secara alamiah (tidak perlu adanya hak paten atau lisensi). Misalnya karena faktor luas pasar yang terlalu besar sehingga tidak memungkinkan untuk dilayani oleh lebih dari satu penjual. Masuknya perusahaan baru biasanya tidak akan menguntungkan, sebab perusahaan lama yang memegang monopoli sudah mempunyai pengalaman yang lebih luas dan mempunyai kekayaan non material atau good will dari masyarakat. Oleh sebab itu pendatang baru akan dapat bertahan jika mempunyai teknologi yang lebih efisien.

D. Kurva Permintaan Dan Kekuatan Monopoli (Monopoly power)

Definisi Permintaan

Beberapa ahli ekonomi menjelaskan definisi permintaan sebagai berikut; permintaan merupakan hubungan antara jumlah permintaan dengan harga. Permintaan menunjukkan tingkat permintaan akan suatu barang atau jasa dari konsumen. Permintaan menunjukkan hubungan antara jumlah barang yang diminta konsumen dengan harga barang. Permintaan adalah banyaknya jumlah barang yang diminta pada suatu pasar tertentu dengan tingkat harga tertentu pada tingkat pendapatan tertentu pada periode tertentu. Permintaan adalah hubungan antara jumlah yang diminta dengan harga. Berdasarkan beberapa definisi diatas maka dapat disimpulkan permintaan merupakan hubungan antara jumlah barang dan jasa yang diminta pada pasar tertentu pada tingkat harga tertentu dalam periode waktu tertentu.

Hukum Permintaan

Sifat hubungan antara jumlah barang yang diminta dapat dijelaskan melalui hukum permintaan. Hukum permintaan merupakan suatu hipotesis yang menyatakan makin rendah harga suatu komoditas maka akan semakin banyak jumlah komoditas yang diminta, sebaliknya

makin tinggi harga suatu komoditas maka akan semakin sedikit jumlah komoditas yang diminta (dengan asumsi faktor lain konstan atau ceteris paribus)¹

. Berdasarkan hukum permintaan dapat disimpulkan bahwa sifat hubungan yang terjadi antara jumlah komoditas yang diminta dengan harga adalah hubungan terbalik. Artinya ketika salah satu variabel naik maka variabel lainnya akan mengalami penurunan. Sifat hubungan ini terjadi karena ketika harga komoditas naik maka konsumen akan mengurangi pembelian dan berpindah membeli komoditas pengganti, sebaliknya jika harga komoditas turun maka pembeli akan mengurangi pembelian komoditas pengganti dan akan menambah pembelian terhadap komoditas yang mengalami penurunan harga. Alasan lainnya adalah kenaikan harga suatu komoditas yang tidak diikuti dengan kenaikan pendapatan konsumen akan mengurangi daya beli konsumen yang pada akhirnya akan membuat konsumen mengurangi pembelian terhadap komoditas yang mengalami kenaikan harga.

Fungsi Permintaan

Faktor penentu permintaan dapat diterjemahkan secara matematis melalui fungsi permintaan yaitu : $D_{x,t} = f(P_{x,t}; Y_t; P_{R,t}; P_{ex,t}; S)$. Fungsi permintaan sendiri diartikan sebagai fungsi yang menjelaskan hubungan jumlah komoditas yang diminta konsumen dengan harga komoditas itu eegedsendiri.

Kurva Permintaan

Hubungan antara faktor penentu permintaan dengan permintaan dapat dijelaskan melalui suatu kurva permintaan, yaitu suatu kurva yang menggambarkan sifat hubungan harga komoditas dengan jumlah komoditas yang diminta pembeli. Kurva permintaan memiliki slope negatif karena kenaikan harga akan menurunkan jumlah komoditas yang diminta, sehingga kurva permintaan bergerak dari kiri atas menuju kanan bawah seperti yang terlihat pada gambar dibawah ini :

Gambar 1 Pergeseran Kurva Permintaan Pengaruh Harga komoditas

¹Amin, M kutbi.2010.*pasarmonopoli*

Abdul, dede fatah.195006.*Monopolidalampektifekonomiislam* ,4,(2)

Elvira,rini .*Teoripermintaan (komprasidalampektifekonomikonvensionaldenganekonomiislam)*.

Gambar 1

Pergeseran Kurva Permintaan Pengaruh Harga komoditas

Sumber : Sarnowo dan Sunyoto ¹⁶

Perpindahan dari titik $Qd1, P1$ (titik A) menuju $Qd3, P3$ (titik B) pada kurva permintaan menunjukkan adanya kenaikan harga komoditas akan menyebabkan terjadinya penurunan dari $Qd1$ menuju $Qd3$. Sebaliknya Perpindahan dari titik $Qd1, P1$ (titik A) menuju $Qd2, P2$ (titik C) pada kurva permintaan menunjukkan penurunan harga komoditas yang menyebabkan terjadinya penurunan $Qd2$ menuju $Qd1$. Perpindahan titik-titik sepanjang kurva permintaan akan terjadi jika asumsi faktor lain ceteris paribus terpenuhi. Hukum permintaan menjelaskan bahwa harga komoditas merupakan faktor utama yang memengaruhi jumlah komoditas diminta. Namun harga komoditas bukan satu-satunya faktor yang memengaruhi jumlah komoditas diminta, masih banyak faktor lain yang memengaruhi seperti yang sudah dijelaskan di atas. Jika faktor lain mengalami perubahan dengan asumsi harga komoditas ceteris paribus maka perubahan tersebut akan memengaruhi jumlah komoditas yang diminta dan akan menggeser kurva permintaan ke arah kiri bawah atau ke kanan atas, seperti yang tergambar dibawah ini :

Gambar 2

Pergeseran Kurva Permintaan Pengaruh Bukan Harga Komoditas

Sumber : Sumar'in ¹⁷.

Diasumsikan ketika pendapatan konsumen mengalami peningkatan namun harga komoditas ceteris paribus maka kurva permintaan D1 akan bergeser menuju D3, sebaliknya ketika pendapatan konsumen mengalami peningkatan namun harga komoditas ceteris paribus maka kurva permintaan D1 akan bergeser menuju D2.

Kekuatan monopoli (monopoly power)

kekuatan monopoli (monopoly power) adalah kekuatan yang dapat meniadakan pesaing-pesaingnya (competitor) di pasar, atau membuat persekongkolan harga (fixing prices) Secara arbitrer.

Terbentuknya kekuatan monopoli untuk mempercepat proses pengembalian modal dan memperoleh hasil yang optimal. Disini perlu kita sadari bahwa yang tidak sukar untuk diraih adalah karena kalkulasi bisnis bukanlah kalkulasi yang mendorong terbentuknya efisiensi guna menghadapi persaingan pasar yang ketat, namun merupakan kalkulasi yang dirancang berdasarkan keunggulan monopolistiknya. Maka dengan dilatar – belakangi oleh kondisi perekonomian yang diwarnai oleh persaingan usaha tidak sehat ini Amerika mengeluarkan aturan main dalam perekonomian yang kemudian dikenal dengan nama antitrust law, yang merupakan undang – Undang anti monopoli yang tertua di dunia.

Antitrust law di Amerika bukan dirancang dari sebuah ketiadaan, melainkan dirancang dari sebuah fenomena ekonomi yang menimbulkan ketimpangan di kalangan warga negaranya, dimana muncul sebuah kekuatan dominan yang mendominasi bidang – bidang perekonomian di Amerika. Antitrust law di Amerika tumbuh dan berkembang sebagai reaksi terhadap praktek – praktek penyalahgunaan kekuatan ekonomi swasta yang tidak terkontrol sehingga kepentingan konsumen banyak dirugikan. Memasuki abad swasta yang berupaya untuk mendapatkan monopoli dalam bidang usaha tertentu untuk meraih keuntungan bisnis dengan menggunakan cara – cara yang tidak wajar.

Pada masa ini, banyak terjadi praktek – praktek bisnis yang curang (unfair business practices), persekongkolan untuk menetapkan harga (price fixing) melalui kartel, menetapkan mekanisme yang menghalangi terbentuknya kompetisi, menciptakan barrier to entry dan terbentuknya integrasi horisontal dan vertikal. Disamping itu tumbuhnya perusahaan raksasa sesuai perang dunia ternyata telah menelan perusahaan lemah dengan jurus – jurus fix price, control production divide, maupun freeze out competitors. Itulah praktek bisnis yang dipenghujung abad 18 (awal abad 19) yang telah diperagakan dengan begitu kasarnya, antara lain oleh emperium bisnis minyak John D. Rockefeller.

E. KURVA PENAWARAN

Penawaran (Supply)

Penawaran dalam ilmu ekonomi adalah banyaknya barang atau jasa yang tersedia dan dapat ditawarkan oleh produsen kepada konsumen pada setiap tingkat harga selama periode

waktu tertentu. Jadi, penawaran dapat didefinisikan banyaknya barang yang ditawarkan oleh penjual pada suatu pasar tertentu, pada periode tertentu, dan pada tingkat harga tertentu. Perusahaan hanya akan memproduksi jika harga barang yang berlaku lebih tinggi daripada biaya variabel marginal dengan kurva biaya variabel rata-ratanya. Pada dasarnya terdapat garis harga yang tak terbatas jumlahnya di atas titik perpotongan antara kurva biaya marginal dengan kurva biaya variabel rata-rata. Dari sinilah kita dapat menemukan beberapa kuantitas yang dapat ditawarkan pada setiap tingkatan harga.

Hukum Penawaran

1. Hukum Penawaran

Hukum penawaran pada dasarnya mengatakan bahwa makin tinggi harga sesuatu barang, semakin banyak jumlah barang tersebut akan ditawarkan oleh para penjual. Sebaliknya, makin rendah harga sesuatu barang, semakin sedikit jumlah barang tersebut yang ditawarkan.

Dengan kata lain definisi penawaran bisa juga dijelaskan dengan proses atau gejala substitusi pada umumnya sumber-sumber dan teknik produksi yang digunakan oleh seorang produsen dapat digunakan untuk memproduksi berbagai macam dan jumlah produk.

Hubungan antara jumlah barang yang ditawarkan dengan harga barang adalah hubungan searah. Jika harga barang tinggi maka akan lebih banyak orang yang melihat potensi mendapat keuntungan dengan menjual barang yang diproduksi atau dimilikinya, sehingga jumlah penawaran barang tersebutpun tinggi. Sebaliknya apabila harga turun maka jumlah penawaranpun akan turun. Lebih sedikit orang yang dapat memperoleh keuntungan dari harga yang rendah, sedangkan mereka yang tidak memperoleh keuntungan dari harga yang rendah akan menunda penjualan, akibatnya jumlah penawaran di pasarpun berkurang.

2. Kurva penawaran

Kurva penawaran dapat didefinisikan sebagai: *“Suatu kurva yang menunjukkan hubungan di antara harga sesuatu barang tertentu dengan jumlah barang tersebut yang ditawarkan”*.

- Kalau penawaran bertambah diakibatkan oleh faktor-faktor di luar harga, maka supply bergeser ke kiri atas.
- Kalau berkurang kurva supply bergeser ke kiri atas.
- Terbentuknya harga pasar ditentukan oleh mekanisme pasar.

Gambar 1.1. Kurva Penawaran

Faktor-Faktor yang Dapat Menggeser Kurva Penawaran:

Perubahan penawaran dapat dibedakan menjadi:

- a. Pergerakan sepanjang kurva penawaran yang diakibatkan oleh perubahan harga komoditas tersebut.
- b. Pergeseran kurva penawaran yang diakibatkan oleh perubahan faktor-faktor lain di luar harga komoditas itu sendiri
 - Kalau penawaran bertambah diakibatkan oleh faktor-faktor di luar harga, maka *supply* bergeser ke kiri atas.
 - Kalau berkurang kurva *supply* bergeser ke kiri atas
 - Terbentuknya harga pasar ditentukan oleh mekanisme pasar.

Gambar 1.2. Kurva Pergeseran Penawaran

Pengaruh Faktor Bukan Harga Terhadap Penawaran

Telah dinyatakan bahwa penawaran sesuatu barang yang ditentukan oleh harga barang itu sendiri dan juga oleh beberapa faktor lainnya. Untuk melengkapi analisis mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran, perlu diteliti peranan faktor-faktor lainnya dalam mempengaruhi jumlah barang yang ditawarkan.

a. Harga Barang Lain

Dalam membahas teori permintaan bahwa barang-barang ada yang saling bersaing satu sama lain dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Barang-barang seperti itu dapat menimbulkan pengaruh yang penting kepada penawaran sesuatu barang. Sebagai contoh, karena kenaikan biaya produksi di luar negeri maka buku tulis yang diimpor bertambah mahal. Beberapa konsumen buku tulis impor sekarang lebih suka membeli buku tulis buatan dalam negeri dan menaikkan permintaan terhadapnya. Kenaikan permintaan ini akan memberi dorongan kepada produsen dalam negeri untuk menaikkan produksi dan penawaran buku tulis.

b. Biaya untuk Memperoleh Faktor Produksi

Pembayaran kepada faktor-faktor produksi merupakan pengeluaran yang sangat penting dalam proses produksi berbagai perusahaan. Pengeluaran tersebut mempunyai peranan yang sangat besar dalam menentukan biaya produksi. Tanpa adanya kenaikan produktivitas dan efisiensi, kenaikan harga faktor-faktor produksi akan menaikkan biaya produksi. Di beberapa perusahaan kenaikan pengeluaran untuk memperoleh faktor-faktor produksi akan menyebabkan biaya produksi melebihi hasil penjualannya dan mereka mengalami kerugian. Ini dapat menimbulkan penutupan usaha tersebut dan jumlah penawaran barang menjadi berkurang.

c. Biaya produksi

Kenaikan harga input juga mempengaruhi biaya produksi. Bila biaya produksi meningkat, maka produsen akan mengurangi hasil produksinya, berarti penawaran barang berkurang.

d. Tujuan perusahaan

Dalam teori ekonomi selalu dimisalkan perusahaan berusaha memaksimalkan keuntungan. Dengan pemisalan ini tiap perusahaan tidak berusaha untuk menggunakan kapasitas memproduksi secara maksimal, tetapi akan menggunakannya pada tingkat kapasitas yang memaksimalkan keuntungannya. Tetapi dalam prakteknya perusahaan-perusahaan banyak yang mempunyai tujuan lain. Tujuan yang berbeda-beda tersebut menimbulkan efek yang berbeda terhadap penentuan tingkat produksi.

Dengan demikian penawaran sesuatu barang akan berbeda sifatnya sekiranya terjadi perubahan dalam tujuan yang ingin dicapai perusahaan.

a. Tingkat teknologi

Tingkat teknologi memegang peranan penting dalam menentukan banyaknya jumlah barang yang dapat ditawarkan. Kemajuan teknologi telah dapat mengurangi biaya produksi, mempertinggi produktifitas, mempertinggi mutu barang dan menciptakan barang-barang yang baru.

Dalam hubungannya dengan penawaran suatu barang, kemajuan teknologi menimbulkan dua efek, yaitu (1) produksi dapat ditambah dengan lebih cepat, dan (2) biaya produksi semakin murah. Dengan demikian keuntungan menjadi bertambah tinggi.

b. Dugaan tentang masa depan

Aspek dugaan atau ekspektasi terhadap masa depan mencakup dugaan mengenai perubahan harga dari barang tersebut. Misalnya, jika penjual menduga bahwa harga barangnya akan meningkat dimasa depan, ia akan mengurangi penawarannya pada saat ini.

Akibatnya penawaran berkurang. Hal ini dilarang oleh nabi, karena seperti yang nanti akan kita lihat, perilaku ini mengakibatkan harga dipasar melonjak.

c. Kondisi alam

Kondisi alam seperti terjadi bencana banjir, gempa bumi, dan sebagainya. Bisa mengakibatkan penawaran barang-barang tertentu berkurang khususnya barang-barang hasil pertanian.

d. Jumlah pedagang/penjual

Apabila jumlah penjual suatu produk tertentu semakin banyak, maka penawaran barang tersebut akan bertambah.

e. Kebijakan pemerintah

Kebijakan pemerintah untuk mengurangi komoditas impor menyebabkan *supply* dan keperluan akan kebutuhan tersebut dipenuhi sendiri sehingga dapat meningkatkan penawaran.

F. KESEIMBANGAN PERUSAHAAN

Penerapan Asas Keseimbangan dalam Perjanjian Kerja Sistem Outsourcing antara Pekerja Outsourcing dengan Perusahaan Penyedia Jasa di RSUD Kota Surakarta Penerapan asas keseimbangan dalam perjanjian kerja sistem outsourcing antara pekerja outsourcing dengan perusahaan penyedia jasa di RSUD Kota Surakarta diuraikan dalam empat bidang pekerjaan outsourcing diantaranya tenaga outsourcing bidang keamanan, tenaga outsourcing bidang kebersihan, tenaga outsourcing bidang tenaga boga dan tenaga outsourcing bidang pengemudi. Asas keseimbangan merupakan salah satu asas dalam perjanjian dimana merupakan asas yang harus terdapat dalam perjanjian. Asas keseimbangan mencakup kesesuaian antara hak dan kewajiban para pihak dalam perjanjian yang merupakan syarat mutlak yang harus dipenuhi dalam hukum perjanjian. Setiap pihak dalam perjanjian memiliki hak dan kewajiban yang harus dilaksanakan oleh masing-masing pihak dalam perjanjian. Salah satu pihak dalam perjanjian berkewajiban melaksanakan suatu hal yang diperjanjikan yang menjadi hak dari pihak lain dalam perjanjian begitu pula sebaliknya.

Penerapan Asas Keseimbangan dalam Perjanjian Kerja Sistem Outsourcing antara Pekerja Outsourcing dengan Perusahaan Penyedia Jasa di RSUD Kota Surakarta Penerapan asas keseimbangan dalam perjanjian kerja sistem outsourcing antara pekerja outsourcing dengan perusahaan penyedia jasa di RSUD Kota Surakarta diuraikan dalam empat bidang pekerjaan outsourcing diantaranya tenaga outsourcing bidang keamanan, tenaga outsourcing bidang kebersihan, tenaga outsourcing bidang tenaga boga dan tenaga outsourcing bidang pengemudi. Asas keseimbangan merupakan salah satu asas dalam perjanjian dimana merupakan asas yang harus terdapat dalam perjanjian. Asas keseimbangan mencakup kesesuaian antara hak dan kewajiban para pihak dalam perjanjian yang merupakan syarat mutlak yang harus dipenuhi dalam hukum perjanjian. Setiap pihak dalam perjanjian memiliki hak dan kewajiban yang harus dilaksanakan oleh masing-masing pihak dalam perjanjian. Salah satu pihak dalam perjanjian berkewajiban melaksanakan suatu hal yang diperjanjikan yang menjadi hak dari pihak lain dalam perjanjian begitu pula sebaliknya.

G. MONOPOLI ALAMIAH (Natural Monopoly)

Monopoli alamiah atau *natural monopoly* merupakan pasar monopoli yang terjadi secara alamiah. Kondisi ini bisa terjadi karena pihak tertentu memiliki sesuatu yang khas dan tidak

dimiliki daerah lain. Seperti contohnya daerah dengan lahan pertanian subur, iklim yang cocok untuk tempat tinggal semua makhluk hidup, atau sumber daya alam yang melimpah. Tidak semua daerah memiliki monopoli jenis ini. Di Indonesia contohnya Papua memegang pertambangan emas terbesar, Tulungagung penghasil marmer unik yang tidak dapat ditiru oleh pihak lain, dan masih banyak lagi. Sedangkan perusahaan yang dihasilkan oleh monopoli alamiah seperti Perusahaan Listrik Negara (PLN) dan PT Kereta Api Indonesia (KAI).

Pengertian Monopoli Alamiah dalam Dunia Ekonomi

Sedangkan dalam dunia ekonomi dan bisnis, monopoli alamiah merupakan jenis monopoli yang ada karena tingginya biaya awal atau skala ekonomi yang kuat dalam menjalankan usaha di industri tertentu. Perusahaan dengan monopoli alami menjadi satu-satunya penyedia produk atau layanan untuk industri dalam geografis tertentu.

Monopoli alamiah muncul dalam industri yang membutuhkan bahan baku unik, teknologi, atau faktor serupa untuk beroperasi. Monopoli ini bisa berjalan sepanjang waktu mengikuti kondisi pasar, namun adanya praktik bisnis yang tidak adil dapat menghambat persaingan.

Beberapa monopoli terkadang memang sengaja dibuat untuk mencari keuntungan dengan kecurangan. Seperti contohnya praktik kolusi, merger, akuisisi, dan pengambil alihan dengan cara yang tidak sportif.

Kolusi sendiri bisa melibatkan dua atau lebih pihak untuk bersekongkol agar mendapatkan keuntungan pasar, melalui penetapan harga atau kenaikan harga yang terkoordinasi dengan sangat baik dan terstruktur.

Dengan demikian, akan ada hambatan bagi perusahaan baru untuk memenuhi kebutuhan pasar sehingga terjadi monopoli alamiah. Hal ini senada dengan yang disebutkan oleh Ari Sudarman berikut ini:

- Produsen memiliki lebih dari satu sumber daya yang dibutuhkan dan merahasiakannya, atau memegang pengetahuan tertentu tentang teknik produksi yang tidak diketahui oleh orang lain.
- Produsen yang melakukan monopoli punya hak paten untuk setiap output yang dihasilkan.
- Produsen mendapatkan perizinan khusus oleh pemerintah. Dalam hal ini, pemerintah menunjuk perusahaan tertentu sebagai produsen sekaligus penyalur tunggal produk atau jasa tertentu. Akan tetapi, perusahaan tersebut berjalan dibawah hukum pemerintah pada aspek tertentu dalam praktik operasinya. Pemerintah juga menetapkan tarif, tujuannya agar mencegah masuknya barang sejenis dari luar negeri.
- Ukuran pasar terlalu kecil untuk dilayani lebih dari satu perusahaan. Contoh pasar yang hanya dapat dilayani oleh satu perusahaan skala produksi optimum adalah perusahaan transportasi, listrik, dan komunikasi.

- Produsen menerapkan *limit pricing policy*, yaitu kebijakan penetapan harga sampai tingkat yang paling rendah. Kebijakan ini digunakan untuk mencegah perusahaan baru tidak ikut menembus pasar.
- Untuk mencari keuntungan, produsen membutuhkan produksi dalam skala besar atau disebut dengan *economic scale*. Sehingga, perusahaan baru sulit memasuki pasar.

Contoh Monopoli alamiah Potensial

- Pembuatan pesawat terbang, meskipun saat ini termasuk dalam duopoli tapi mendekati monopoli alamiah. Industri ini membutuhkan biaya tetap yang sangat tinggi terkait pembuatan pesawat dengan skala global dan membutuhkan dua produsen utama sebagai pendukung.
- Platform digital, di beberapa negara Uber merajai taksi online yang dapat dipesan secara online. Biaya tetap tidak terlalu tinggi, tetapi perusahaan memberikan manfaat dominan seperti ekonomi jaringan, peningkatan ekonomi, dan harga rata-rata lebih rendah.
- Layanan bus di wilayah tertentu, jumlah perusahaan bus di suatu daerah cenderung menetapkan biaya relatif lebih tinggi. Akan tetapi, memberikan layanan yang praktis dan efisien seperti duplikasi layanan, kemacetan di masa puncaknya, pasokan terlalu banyak pada saat tidak sibuk. Namun, di beberapa kota memiliki lebih dari satu layanan bus, hal ini dapat dikatakan sebagai kompetisi, namun juga dapat disebut duplikasi. Lalu perusahaan gas dapat dikatakan sebagai monopoli alamiah pada tahap distribusi. Hal ini karena ada beberapa perusahaan yang menggunakan satu jaringan nasional. Akan tetapi di tahap ritel kemungkinan memiliki banyak persaingan (Abdul, dede fatah.1950).

Keuntungan Monopoli Alamiah

Sekilas bila terjadi monopoli memang sangat menakutkan. Tetapi nyatanya ada beberapa keuntungan dari sana:

1. Kemudahan Akses Pasar

Perusahaan yang mempraktikkan monopoli alamiah memiliki kebebasan dan kemudahan untuk keluar masuk pasar. Rendahnya hambatan ini memberikan peluang perusahaan baru untuk masuk dan turut meramaikan persaingan.

Kemudahan keluar masuk ini digunakan untuk memastikan tidak ada produsen tunggal yang mendominasi dan menggunakan kekuasaan untuk mengeksploitasi konsumen.

Akan tetapi, adanya kebebasan keluar masuk ini membuat persaingan semakin ketat. Kondisi ini bisa menjadi cambuk bagi perusahaan yang bermain di pasar monopolistik, sehingga perusahaan tersebut dituntut untuk terus berkreasi dan berinovasi dalam menciptakan produk atau jasa yang mengutamakan mutu dan kualitas

Mendapatkan Hak Cipta, Paten, Merk

Keuntungan lain dari praktik monopoli alamiah adalah perusahaan mendapat hak cipta, hak paten, dan hak merk. Hak cipta merupakan sebuah perlindungan yang diberikan kepada perusahaan yang menghasilkan suatu produk atau jasa yang memiliki guna dan bermanfaat untuk masyarakat luas.

Hak cipta juga dapat dikatakan sebagai hak khusus yang diberikan untuk perusahaan untuk mengumumkan serta memperbanyak produk atau jasa yang diciptakan.

Sedangkan hak paten tidak jauh berbeda dengan hak cipta, hak khusus yang diberikan untuk perusahaan dalam penyempurnaan proses dan hasil produksi. Hak paten digunakan untuk melindungi produk atau jasa yang diciptakan agar tidak ditiru oleh pihak lain tanpa izin. Jadi, produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan memiliki hak perlindungan.

Produk atau jasa yang diciptakan oleh perusahaan pasti memiliki merk. Perusahaan yang memiliki monopoli alamiah mendapat hak merk. Tujuan untuk membedakan dengan produk milik perusahaan lain. Naman dan tanda brand yang sudah terdaftar di Direktorat Jenderal Paten atau Direktorat Merk dan Hak Cipta tidak dapat ditiru oleh pihak lain.

Terakhir, perusahaan yang memiliki monopoli alamiah tidak memiliki kompetitor. Itu artinya, pertentangan yang disebabkan oleh persaingan di pasar dapat berkurang. Jika monopoli dipegang oleh badan usaha milik negara, maka akan lebih mudah menciptakan kebutuhan yang adil dan merata (Elvira, rini).

Kekurangan Pasar Monopoli Alamiah

Memang ada banyak keuntungan dari terjadinya praktek pasar monopoli alamiah. Tetapi sisi kekurangannya juga tidak sedikit. Diantaranya:

1. Tercipta Pasar Gelap

Salah satu kekurangan dari praktik monopoli alamiah adalah memicu terciptanya pasar gelap atau transaksi ilegal. Pasar gelap menanggung akomodasi konsumen untuk barang yang sama dengan harga yang sangat murah.

Hal ini karena barang yang ditawarkan di pasar monopoli dianggap terlalu mahal terutama bagi masyarakat golongan menengah ke bawah. Selain itu, barang cenderung sulit didapatkan.

2. Terjadi Eksploitasi

Pasar monopoli alamiah beresiko terjadi eksploitasi baik perusahaan maupun penjual. Hal ini dapat terjadi karena perusahaan atau penjual menetapkan harga yang relatif tinggi dibandingkan harga marginalnya.

Sehingga, calon konsumen harus membayar produk atau jasa tersebut dengan harga yang jauh lebih tinggi. Kondisi ini menyebabkan pekerja mendapat upah kerja lebih rendah. Tidak sebanding dengan beban kerja yang tinggi.

3. Terjadi Ketidakadilan

Praktik monopoli alamiah dapat menyebabkan ketidakadilan yang dilakukan oleh perusahaan kepada konsumen. Hal ini terjadi karena perusahaan memiliki kekuatan yang mutlak. Di pasar monopoli jenis ini juga memungkinkan terjadinya ketidakadilan terhadap para produsen yang menawarkan produk serupa di pasar tersebut.

4. Pemborosan

Pemborosan sering kali dilakukan oleh perusahaan yang memonopoli pasar. Biasanya, perusahaan cenderung tidak memperhatikan efisiensi pada kegiatan produksi. Hanya fokus pada produksi skala besar dan bagaimana produk tersebut harus laku terjual. Sehingga, biaya cenderung membengkak pada proses produksinya.

Dalam hal ini konsumen yang mengandalkan produk atau jasa yang dipasarkan dalam perdagangan monopoli tidak dapat meminta lebih. Konsumen harus menerima keputusan dari perusahaan. Apabila harga melonjak naik, konsumen harus tetap membeli dengan harga tinggi. Meskipun sebagian besar perusahaan disponsori oleh pemerintah, tidak menutup kemungkinan hal seperti ini dapat terjadi.

Seperti contohnya perusahaan bahan bakar minyak, ketika bahan baku berkurang dan sulit didapat menyebabkan harga jual menjadi dua kali lipat lebih mahal. Sedangkan hampir semua orang membutuhkan bahan bakar untuk beraktivitas (Permana, iwan. 2020).

Faktor penyebab pasar monopolistik

Pasar Monopolistik tidak tercipta begitu saja, ada beberapa faktor yang mempengaruhi terbentuknya pasar monopolistik, yaitu :

1. Ketidakpuasan terhadap pasar sempurna dan monopoli

Dikarenakan produsen yang tidak puas dengan sistem pasar sempurna dan pasar monopoli sehingga banyak sekali produsen atau perusahaan yang berpindah ke sistem pasar monopolistik.

2. Sumber alam

Sumber daya alam yang amat sangat melimpah di Indonesia

membuat setiap orang atau produsen mudah terjun dalam industri monopolistik, karena sangat mudah untuk mencari bahan baku maupun bahan pendukung dalam produksi suatu barang.

3. produk diferensial

Dikarenakan produk diferensial yang tidak terlalu tinggi membuat setiap produsen lebih mudah dalam persaingan non harga seperti iklan dan hal lainnya (<http://www.academia>).

Kebaikan Dan Keburukan Monopoli

- Kebaikan Pasar Monopoli

a) Efisiensi dan Pertumbuhan Ekonomi

Kelebihan perusahaan monopoli adalah mampu mengakumulasi keuntungan super normal dalam jangka panjang. Kemampuan ini sangat dibutuhkan dalam membiayai riset dan pengembangan teknologi untuk meningkatkan efisiensi produksi. Dengan peningkatan efisiensi, maka akan diperoleh output yang lebih besar dan akhirnya mendorong pertumbuhan ekonomi.

b) Menghindari Produk Tiruan dan Persaingan yang Tidak Bermanfaat

Jika terlalu banyak perusahaan yang bersaing akan terjadi pemborosan (inefisien). Hal tersebut berdampak pada produk yang dihasilkan tidak berkualitas, dengan tujuan perusahaan hanya mementingkan keuntungan yang lebih besar dibandingkan perusahaan pesaingnya.

c) Menimbulkan Skala Ekonomi yang Menurunkan Biaya Produksi

Perusahaan monopoli biasanya merupakan perusahaan besar, sehingga dapat menikmati skala ekonomi yang mampu menurunkan biaya produksi. Hal ini bisa dimaklumi sebab dalam pasar monopoli tidak perlu mengeluarkan biaya penjualan seperti biaya promosi atau iklan seperti halnya dalam pasar persaingan sempurna.

d) Efisiensi dalam Pengadaan Barang Publik

Tidak semua barang dapat disediakan secara efisien lewat pasar. Barang itu umumnya dikenal sebagai barang publik (public goods). Pengadaan barang publik hanya akan efisien dalam skala besar. Contohnya pengadaan jalan raya, jembatan, pelabuhan laut, transportasi, telekomunikasi dan air minum.

- Keburukan Pasar Monopoli

a) Penyimpangan Alokasi Sumber Daya

Kekuatan monopoli menyebabkan penyalahgunaan alokasi sumber daya. Perusahaan monopoli dengan sengaja membatasi tingkat outputnya untuk memaksimalkan laba. Hal ini dilakukan di antaranya dengan menetapkan harga yang tinggi ketika permintaan meningkat dan tidak disertai dengan persediaan barang yang cukup sehingga akhirnya mendorong kenaikan harga.

b) Adanya Ketidakadilan atau Kesenjangan dalam Pembagian Pendapatan

Karena seorang monopolis memiliki kekuatan untuk memengaruhi harga, ia bisa mendapatkan keuntungan di atas normal dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

c) Mengurangi Kesejahteraan Konsumen

Konsumen harus membayar harga di atas biaya untuk memproduksi komoditas tersebut akan berakibat pada menurunnya tingkat kesejahteraan mereka.

d) Adanya Eksploitasi terhadap Konsumen dan Pekerja

Monopoli menimbulkan eksploitasi, baik terhadap konsumen maupun terhadap tenaga kerja. Eksploitasi ini timbul karena monopoli selalu memproduksi (baik dalam keadaan memperoleh laba maupun rugi) pada harga yang lebih tinggi dari biaya marjinalnya ($P > MC$). Bagi konsumen, hal ini menimbulkan kerugian karena mereka harus membayar harga yang lebih tinggi dari biaya produksinya. Adapun bagi pekerja, mereka akan dibayar lebih rendah dari harga jual yang diterima monopolis.

e) Memburuknya Kondisi Makroekonomi Nasional

Tidak adanya persaingan dapat menyebabkan penurunan kualitas dan kuantitas barang yang diproduksi. Keseimbangan dalam pasar monopoli terjadi di bawah keseimbangan ekonomi, karena tidak seluruh terpakai sesuai dengan kapasitas produksi, sehingga menimbulkan pengangguran. Keadaan ini akan melemahkan daya beli, dan memaksa perusahaan memproduksi lebih sedikit lagi. Jika keadaan ini terus berlanjut, kondisi ekonomi secara keseluruhan menjadi lebih buruk, seperti mengakibatkan stagÁasi (kemandegan dalam pertumbuhan ekonomi dan inflasi).

f) Memburuknya Kondisi Perekonomian Dunia

Tuntutan perdagangan bebas memang dapat meningkatkan efisiensi, tetapi tanpa disadari adanya perusahaan-perusahaan besar (terutama perusahaan-perusahaan multinasional/MNC) telah menjadiperusahaan monopoli alamiah. Karena sahamnya dimiliki pihak swasta, tujuan perusahaan ini adalah maksimalisasi laba. Jika dibiarkan terus berlanjut tanpa koordinasi yang baik, akan menggilas perusahaanperusahaan yang ada di negara-negara sedang berkembang (Ochtorina, Dyah Susanti).

Monopoli Dalam Perspektif Islam

Monopoli dalam perspektif ekonomi Islam memiliki pengertian yang berbeda dengan monopoli dalam perspektif ekonomi konvensional. Dalam perspektif ekonomi Islam secara etimologi monopoli (ihtikâr) berasal dari kata al-hukr yang artinya al-zhulm wa al-'isâ'ah al-mu'âsyarah, yaitu berbuat aniaya dan sewenang-wenang.

Sedangkan secara terminologis, monopoli (ihtikâr) adalah menahan atau menimbun (hoarding) barang dengan sengaja, terutama pada saat terjadi kelangkaan barang dengan tujuan untuk menaikkan harga dikemudian hari. Praktik ihtikâr akan menyebabkan mekanisme pasar

terganggu, di mana produsen kemudian akan menjual dengan harga yang lebih tinggi dari harga normal. Penjual akan mendapatkan untung besar (monopolistic rent), sedangkan konsumen akan menderita kerugian. Jadi, akibat ihtikâr, masyarakat luas akan dirugikan akibat ulah sekelompok kecil yang tidak bertanggung jawab.

Sedangkan monopoli (dari bahasa Yunani: monos yang berarti satu dan polein yang berarti menjual) dalam perspektif ekonomi konvensional adalah suatu keadaan di mana di pasar hanya ada seorang penjual suatu barang, sehingga tidak ada pihak lain yang menyainginya.

Ketentuan di atas termasuk ketentuan monopoli murni atau pure monopoly. Dalam kenyataan sulit untuk mendapatkan perusahaan yang tergolong monopoli murni. Di mana tidak ada unsur persaingan dari perusahaan lain. Karena seandainya hanya ada satu penjual di pasar, tetap masih ada kemungkinan perusahaan tidak langsung, misalnya produk-produk dari perusahaan lain yang bisa dijadikan sebagai substitusi (meski bukan substitusi sempurna) bagi produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan monopoli. Misalnya, PLN mendapat persaingan dari perusahaan yang menjual genset. Monopoli mengharuskan adanya suatu cara untuk menyingkirkan para pesaing dari arena sebuah industri tertentu. Akan tetapi untuk merealisasikan usaha tersebut harus menghadapi rintangan (barriers) yang tidak sedikit di antaranya hak paten dan lisensi yang dilakukan oleh pemerintah, pengendalian bahan baku, penggunaan nama merk, kebijakan harga yang dirancang untuk menahan pesaing di luar industri, investasi modal besar yang diperlukan untuk memasuki industri, dan luasnya pasar. Kepemilikan suatu sumber daya yang unik (istimewa) yang tidak dimiliki oleh orang atau perusahaan lain merupakan salah satu penyebab terjadinya pasar monopoli.

Di samping sumber daya yang unik dan istimewa skala ekonomis merupakan faktor yang dipertimbangkan terbentuknya pasar monopoli. Pada waktu perusahaan mencapai keadaan di mana ongkos produksi mencapai batas minimum, jumlah produksi adalah hampir menyamai jumlah permintaan yang ada di pasar. Dengan demikian, sebagai akibat dari skala ekonomis, perusahaan dapat menurunkan harga barangnya apabila produksi

semakin tinggi. Pada tingkat produksi yang sangat tinggi, harga secara otomatis akan semakin rendah, sehingga perusahaan-perusahaan baru tidak sanggup bersaing dengan perusahaan yang terlebih dahulu berkembang. Keadaan ini menyebabkan terbentuknya pasar monopoli (Wahyu, Adjiddk. 2007)

²Abdul, dede fatah. 195006. *Monopoli dalam perspektif ekonomi islam*, 4, (2)

KESIMPULAN

Pasar monopoli adalah kumpulan jumlah pembeli dan penjual yang mempunyai karakteristik-karakteristik tertentu. Di dalam pasar tersebut hanya terdapat satu penjual dari satu produk (barang atau jasa) yang tidak mempunyai alternatif produk pengganti atau substitusi.

Ciri-ciri antara lain pasar monopoli adalah industri satu perusahaan, tidak mempunyai barang pengganti yang mirip, tidak terdapat kemungkinan untuk masuk ke dalam industri, dapat mempengaruhi penentuan harga, promosi iklan kurang diperlukan.

Faktor-faktor timbulnya monopoli

1. Adanya penguasaan bahan mentah (sumber daya) tertentu.
2. Adanya penguasaan teknik produksi tertentu atau memiliki keunggulan teknologi
3. Adanya penguasaan hak paten untuk produk tertentu (merupakan unsur yuridis)
4. Adanya lisensi (izin).
5. Adanya monopoli yang diperoleh secara alamiah (tidak perlu adanya hak paten atau lisensi)

Dari ciri-ciri dan faktor-faktor tersebut dapat disimpulkan bahwa monopoli cenderung dapat memperburuk distribusi pendapatan dalam masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Amin, M kutbi.2010. *pasarmonopoli*

Abdul, dede fatah.195006.*Monopolidalampektifekonomiislam* ,4,(2)

Elvira,rini .*Teoripermintaan (komprasidalampektifekonomikonvensionaldenganekonomiislam)*.

Khairandy,ridwan

.1995.*konsentrasikeuatanekonomikonglomeratindonesiadanurgensipengaturanhukum anti monopoli*, 6(1),56-66.

Ochtorina.DyahSusanti .2009.*ANTITRUST LAW: SALAH SATU BENTUK KONTROL DALAM UPAYA MENCIPTAKAN DUNIA USAHA YANG SEHAT DAN BERADAP (PerbandinganLahirnya Antitrust Law di Amerikadan Indonesia)*, QISTIE 3 (4).

Permana,iwan. 2020. *teoripenawarandalamekonomiislam* ,vol 2 no 1.

Sukardi, 2009.*EkonomiUntukSma/SmaKelas X*. Jakarta:
PusatPerbukuanDepertemenPendidikanNasional.

Wahyu,Adjidkk. 2007. *EkonomiUntukSma/SmaKelas X*. Jakarta: Erlangga.

http://www.academia.edu/download/51255360/STRUKTUR_PASAR_DAN_PERSAINGAN_HARGA_PADA_PASAR_PERSAINGAN_SEMPURNA_PASAR_MONOPOLI.docx

Samsul, S. (2019). Analisis Pemanfaatan harta dalam Konsumsi Masyarakat Ekonomi Konvensional dan Ekonomi Islam. Al-Azhar Journal of Islamic Economics, 1(2), 110-130.