

## Sosialisasi Pendekatan Secara Langsung Kepada Produsen Di Pasar Persaingan Sempurna dan Pasar Persaingan Tidak Sempurna

Nelva Siskawati<sup>1\*</sup>, Nurrisky Rima Maharani<sup>2</sup>, Rizki Dandi<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universitas Islam Indragiri, Indragiri Hilir, Indonesia

<sup>2,3</sup>Universitas Islam Indragiri, Indragiri Hilir, Indonesia

\*e-mail korespondensi: nelvasiskawatimgt@email.com

### Abstract

*The market in the economy is said to be a meeting place for producers and consumers in buying and selling transactions based on agreements that aim to achieve balance in the market. Markets are grouped into two types, namely perfect competition markets and imperfect competitions markets. Imperfect competitions markets have considerable ability to influence market prices and output so that they are divided into several forms, namely monopoly markets, oligopoly markets and monopolistic markets. Meanwhile, a perfectly competitive market does not have the ability to influence prices because a product in a perfectly competitive market follows the prevailing prices, for example, it tends to be traditional markets or markets that sell food and daily basic needs. The result of this socialization activity have a positive effect and the existence of the role of academics to build closeness directly to the actors of economic activity in the market, as well as increase understanding from both the student and producer and consumer sides about broader knowledge in practical terms regarding the market.*

**Keywords:** Perfect Competition Market, Imperfect Competition Market

### Abstrak

Pasar dalam ekonomi dikatakan sebagai tempat bertemunya produsen dan konsumen dalam melakukan transaksi jual beli atas dasar kesepakatan yang bertujuan untuk mencapai keseimbangan di dalam pasar. Pasar di kelompokkan menjadi dua jenis yaitu pasar persaingan sempurna dan pasar persaingan tidak sempurna. Pasar persaingan tidak sempurna memiliki kemampuan yang cukup besar dalam mempengaruhi harga pasar dan outputnya sehingga di bagi dalam beberapa bentuk yaitu pasar monopoli, pasar oligopoli dan pasar monopolistik. Sedangkan pasar persaingan sempurna tidak memiliki kemampuan untuk mempengaruhi harga di karenakan suatu produk dalam pasar persaingan sempurna mengikuti atas dasar harga yang berlaku, contohnya cenderung kepada pasar tradisional atau pasar yang menjual bahan pangan dan kebutuhan pokok sehari-hari. Hasil dari kegiatan sosialisasi ini memberikan efek positif dari keberadaan peran akademisi untuk membangun kedekatan secara langsung terhadap pelaku kegiatan ekonomi di pasar, serta menambah pemahaman baik dari sisi sebagai mahasiswa/i ataupun dari sisi produsen dan konsumen tentang pengetahuan lebih luas secara praktek langsung mengenai pasar tersebut

**Kata Kunci:** Pasar Persaingan Sempurna, Pasar Persaingan Tidak Sempurna

Accepted: 2023-07-03

Published: 2023-07-19

## PENDAHULUAN

Ekonomi Mikro merupakan kegiatan yang di lakukan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari – hari. Kegiatan ekonomi yang dimaksud berkaitan dengan setiap transaksi jual beli yang dilakukan konsumen dan produsen dalam mencukupi kebutuhan hidup sehari-hari seperti sandang, pangan dan papan. Sedangkan tempat bertemunya konsumen dan produsen dalam melakukan transaksi jual beli dinamakan pasar. Informasi tentang perilaku usaha dan kinerja pasar yang dijelaskan oleh keadaan pasar biasa disebut dengan struktur pasar yang terbagi kepada pasar persaingan sempurna dan pasar persaingan tidak sempurna.

Masoem University menuliskan sebuah artikel "Mengetahui Tentang Struktur Pasar" yang menyebutkan bahwa Dalam buku Case & Fair (2008), bentuk struktur pasar dapat dikelompokkan dalam empat jenis, yaitu; pasar persaingan sempurna, pasar monopoli, pasar persaingan

monopolistik, dan pasar oligopoli. Ada beberapa faktor penting dalam struktur pasar menurut web Kemendikbud, yaitu di antaranya sebagai berikut:

- Jumlah atau banyaknya perusahaan dalam pasar.
- Jenis barang yang diperjual-belikan.
- Mudah-tidaknya perusahaan masuk ke dalam pasar.
- Kemampuan penjual dan pembeli dalam mempengaruhi pasar.
- Informasi serta pengetahuan penjual dan pembeli terhadap pasar yang dihadapi

Pengembangan materi dengan mengajak mahasiswa turun langsung ke lapangan untuk melihat dan menganalisa secara langsung tentang bagaimana bentuk dan kondisi dari struktur pasar tersebut menjadi bagian penting dalam pengenalan dari kegiatan ekonomi mikro yang terjadi di dalam masyarakat yang sekaligus secara tidak langsung melibatkan komunikasi antara mahasiswa dan produsen. Dalam jurnalnya dengan judul persepsi mahasiswa tentang pasar persaingan sempurna, Haqiqi, F dkk mengatakan bahwa proses perkuliahan yang sejalan dan sesuai dengan materi ajar dapat menentukan kualitas mahasiswa dalam menyerap bahan ajar tersebut. Di buktikan dengan hasil penelitian bahwa metode pembelajaran secara langsung berpengaruh positif pada persepsi mahasiswa dalam memahami bahan ajar pasar persaingan sempurna.

## METODE

Kegiatan pengabdian sosialisasi ini dilaksanakan di Kota Tembilahan dan metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini disesuaikan dengan pengembangan materi ekonomi mikro dan bertujuan mendekatkan peran mahasiswa/i kepada masyarakat sebagai bentuk peran serta mahasiswa secara langsung untuk terlibat dalam kegiatan ekonomi di lingkungan sekitar tempat tinggal. Ada beberapa tahapan yang harus di persiapkan sebelum melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat ini, diantaranya :

### 1. Tahap Perencanaan

Di awal semester penulis selaku dosen pembimbing melaksanakan diskusi perundingan penyusunan rencana kegiatan pengembangan materi struktur pasar bersama mahasiswa/i di awal semester tepatnya bulan di minggu kedua bulan Maret 2023

### 2. Tahap persiapan

Penulis sekaligus sebagai pendamping kegiatan bersama anggota memberikan arahan dan membekali TIM lapangan akan hal apa saja yang menjadi kebutuhan saat turun lapangan dalam mengadakan kegiatan pengabdian masyarakat ini, tahap persiapan tepatnya minggu ketiga dibulan April 2023

### 3. Tahap observasi Tempat yang akan di tuju/survey lapangan

Sebelum turun Observasi, Pendamping bersama TIM mencari informasi tempat kunjungan yang sesuai dengan pengembangan materi struktur pasar. Tahap Observasi di minggu ke empat bulan April 2023

### 4. Tahap rancangan biaya

Biaya yang akan di keluarkan secara mandiri sekitar Rp. 500.000,-

5. Tahap kunjungan dan Wawancara  
Pendamping bersama TIM lapangan turun untuk kunjungan dan wawancara agar mendapatkan tambahan pengembangan materi struktur pasar berdasarkan fakta lapangan. Tahap Kunjungan di awal bulan Mei 2023.

6. Tahap pelaksanaan kegiatan  
Pelaksanaan kegiatan yaitu di tanggal 10 Mei 2023.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

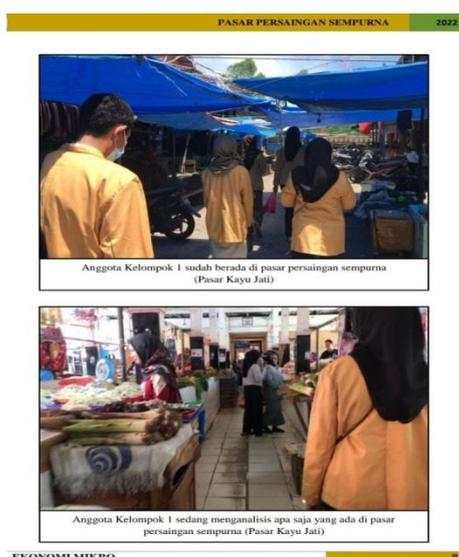
Kegiatan pengembangan materi struktur pasar ini memberikan dampak positif kepada para mahasiswa/i. Mahasiswa tidak hanya mengetahui struktur pasar secara teori tetapi mahasiswa dapat menambah wawasan mengenai struktur pasar secara langsung dengan menganalisa jenis dan karakteristik dari struktur pasar tersebut.

### 1. Pasar Persaingan Sempurna

Salah satu contoh pasar persaingan sempurna adalah pasar tradisional dengan karakteristik banyak terdapat produsen atau penjual yang menyediakan barang serupa. Namun baik si penjual ataupun pembeli tidak dapat mempengaruhi harga, selain itu para pelaku ekonomi di pasar persaingan sempurna juga telah sama-sama mengetahui kondisi dan memiliki informasi yang terkait dengan pasar.

Di karenakan barang yang tersedia pada pasar persaingan sempurna hampir 100% sama, maka pembeli memiliki keterbatasan dalam memilih barang yang akan dibeli. Selain itu kemajuan teknologi tidak bisa masuk ke dalam pasar jenis ini di karenakan pedagang-pedagang kecil tidak mampu mengikuti kemajuan perkembangan teknologi.

Sampel pasar persaingan sempurna yang kami ambil adalah pasar kayu jati yang merupakan pasar tradisional di Tembilahan.



Di dalam jurnalnya Naufal Rizky mengatakan bahwa struktur pasar persaingan sempurna berkaitan dengan struktur pasar secara islami, karena memiliki salah satu ciri bahwa setiap produsen harus memiliki kejujuran dalam praktek dagang, menghindari dari kecurangan, sumpah palsu ataupun penimbangan yang tidak tepat.

## 2. Pasar Monopolistik

Pasar persaingan monopolistik harus selalu aktif dalam mempromosikan produksinya dan menjaga citranya dalam berdagang, hal ini di karenakan pasar persaingan monopolistik bersaing bukan dari harga barang/jasanya melainkan melalui inovasi produk yang bertujuan agar konsumen loyal dalam membeli produknya tersebut. Sampel pasar monopolistik yang kami ambil adalah swalayan Jazz Smart Tembilahan Indragiri Hilir Provinsi Riau.



### 3. Pasar Oligopoli

Produk/jasa yang di jual dalam pasar oligopoli berbentuk homogen sehingga pasar ini hanya terdiri dari beberapa produsen saja. Di karenakan terbatasnya contoh pasar oligopoli di daerah yang kami teliti, maka kami memilih turun melihat kondisi jasa penerbangan yang berjarak tempuh kurang lebih 30 menit dari tempat tinggal kami. Kabar terakhir yang di dengar bahwa akibat kurangnya fasilitas maka Bandara ini hanya menyediakan jasa penerbangan domestik yaitu tujuan Tembilahan-Pekanbaru dan Pekanbaru Tembilahan . Saat kami sampai di lokasi ternyata Bandara ini tidak beroperasi lagi. Kondisi bandara pun sangat tidak terawat lagi, banyak bangunan gedung yang sudah rusak tidak terurus.

**Kondisi Bandara Tempuling Pada Saat Ini**



#### 4. Pasar Monopoli

Pasar monopoli memiliki satu penjual yang mana produknya tidak terdapat substitusi. Pada penelitiannya Aritonang dkk (2020) mengatakan bahwa pasar monopoli cenderung dapat memperburuk distribusi pendapatan pada masyarakat. Salah satu contoh pasar monopoli yang ada di Kabupaten Indragiri Hilir untuk itu kami berkunjung ke PT.PLN



#### PENCAPAIAN KEGIATAN SOSIALISASI

1. Kunjungan Mahasiswa/i di sambut baik dengan antusias oleh para produsen
2. Mahasiswa/i mendapatkan tambahan wawasan dari pengembangan materi dengan melihat secara langsung kondisi kegiatan pasar persaingan sempurna ataupun pasar persaingan tidak sempurna.
3. Pelaku kegiatan Ekonomi dalam hal ini yaitu sasaran adalah produsen merasakan dampak positif dan tereduksi dengan kehadiran mahasiswa/i bahwa ternyata profesi mereka dalam mencari nafkah sebagai pedagang khususnya di pasar tradisional atau pasar persaingan sempurna ternyata ada di pelajari karakteristiknya pada program pendidikan tinggi. Kegiatan ini juga membuka pikiran para pedagang kecil bahwa begitu pentingnya pendidikan tinggi bagi generasi muda berilmu pengetahuan.

4. Untuk warga setempat yang berdekatan dengan lokasi bandara, mengharapkan peran pemerintah kembali dalam mengaktifkan jasa penerbangan yang terbengkalai, sehingga warga setempat bisa memulihkan kegiatan perekonomian seperti berdagang kecil-kecilan di area bandara.

## KESIMPULAN

1. Sosialisasi ini menambah wawasan para Mahasiswa/i tentang kondisi struktur pasar secara langsung.
2. Perlunya kunjungan rutin sosialisasi dan pendekatan kegiatan seperti ini ke dalam pasar secara langsung agar terciptanya peran akademisi terhadap pelaku kegiatan ekonomi.
3. Para produsen ataupun pedagang bisa dengan leluasa menyampaikan saran penambahan fasilitas yang di perlukan dalam pengelolaan baik pasar persaingan sempurna ataupun pasar persaingan tidak sempurna.
4. Baik produsen di lingkungan pasar persaingan sempurna ataupun pasar persaingan tidak sempurna menghaturkan ucapan terimakasih kepada mahasiswa/i yang sudah bersedia melibatkan para produsen secara langsung dalam hal menambah wawasan dalam pengembangan materi perkuliahan tentang pasar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aritonang E.J, Purba,N.S, Wahyuni, S.(2020). Pengaruh Pasar Monopoli Di Indonesia. [https://www.researchgate.net/publication/342077686\\_PENGARUH\\_PASAR\\_MONOPOLI\\_DI\\_INDONESIA?enrichId=rgreq-cfaeceafb3b976b39c8ef603ed8ff5ac-XXX&enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzMOMjA3NzY4NjtBUzo5MDA4Njk4MzA3NTg0MDBAMTU5MTc5NTUxMzE1OQ%3D%3D&el=1\\_x\\_2&\\_esc=publicationCoverPdf](https://www.researchgate.net/publication/342077686_PENGARUH_PASAR_MONOPOLI_DI_INDONESIA?enrichId=rgreq-cfaeceafb3b976b39c8ef603ed8ff5ac-XXX&enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzMOMjA3NzY4NjtBUzo5MDA4Njk4MzA3NTg0MDBAMTU5MTc5NTUxMzE1OQ%3D%3D&el=1_x_2&_esc=publicationCoverPdf)
- Haqiqi.F, Yusmalina, Tegor, Azura.f.(2022).Persepsi Mahasiswa Terhadap Materi Pasar Persaingan Sempurna (Studi Kasus Mahasiswa Akuntansi Tahun 2019-2020). *Journal Unrika*,Volume.11 No.1,ISSN : 2085-9996
- <https://masoemiversity.ac.id/berita/mengenal-tentang-struktur-pasar.php>
- N.Rizky.(2020). Struktur Persaingan Sempurna. *Jurnal UMSIDA*. <https://library.umsida.ac.id/jurnal-manajemen/>