JIUBJ

Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi, 22(2), Juli 2022, 926-931
Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat universitas Batanghari Jambi
ISSN 1411-8939 (Online), ISSN 2549-4236 (Print)
DOI 10.33087/jiubj.v22i2.2097

Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kegagalan Pasar (*Market Failure*)

Siti Kadariah[1], Rani Febriyanni[2], Isnaini Harahap[3]
[1]Universitas Potensi Utama, K.L Yos Sudarso KM 6,5 No.3A Tj, Mulia – Medan
[2]STAI Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung Pura, Jl. Syekh M. Yusuf No. 24, Kab. Langkat
[3]Universitas Islam Negeri Sumatera Medan Jl. William Iskandar Ps. V
Correspondence email: sitikadariah1920@gmail.com, ranifebriyanni1991@gmail.com, isnaini.harahap@uinsu.ac.id

Abstrak. Kegagalan pasar dapat terjadi apabila alokasi sumber-sumber ekonomi tidak dapat didistribusikan secara optimal dalam masyarakat. Dalam kondisi tersebut, pasar akan menyebabkan barang maupun jasa yang dihasilkan terlalu banyak atau terlalu sedikit dalam suatu perekonomian. Kegagalan pasar terjadi ketika pasar gagal mengalokasikan sumber daya secara efisien. Kegagalan pasar juga dapat diartikan sebagai keadaan dimana pasar tidak memberikan respon atas suatu produk saat terjadi over supply maupun over demand. Harga tidak mampu membatasi permintaan dan tidak bisa meningkatkan penawaran sehingga tidak tercipta suatu pasar yang efisien. Kegagalan pasar dapat terjadi karena adanya faktor-faktor di bawah ini, yaitu: Informasi asimetris, eksternalitas, barang-barang milik umum (publik), dan ketidaksempurnaan pasar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kegagalan pasar sehingga menyebabkan ketidakseimbangan pasar. Metode yang digunakan adalan penelitian kualitatif. Hasil yang diperoleh dari penelitian adalah Kegagalan pasar dapat terjadi karena adanya faktor faktor antara lain yaitu: Informasi asimetris, eksternalitas, barang-barang milik umum (publik), Ketidaksempurnaan pasar atau penurunan biaya rata-rata. Untuk menghilangkan kegagalan pasar, beberapa solusi dapat diterapkan Penggunaan undang-undang & Mekanisme harga.

Kata kunci: Kegagalan Pasar; Informasi asimetris; eksternalitas; barang-barang milik umum (publik)

Abstract. *Market failure can occur if the allocation of economic resources cannot be distributed optimally in society. In the conditions, the market will cause too much or too little of either goods or services to be produced in an economy. Market failure occurs when the market fails to allocate resources efficiently. Market failure can also be interpreted as a situation where the market does not respond to a product when there is over supply or over demand. Prices do not limit demand and cannot increase supply so that an efficient market is not created. Market failures can occur due to the following factors, namely: Asymmetric information, externalities, public goods (public), and market imperfections. This study aims to determine the factors that influence market failures that cause market imbalances. The method used is qualitative research. The results obtained from the study are market failures can occur due to factors including: Asymmetric information, externalities, public property (public), market imperfections or a decrease in average costs. To eliminate market failures, several solutions can be implemented. Use of laws & pricing mechanisms.*

Keywords: *Market Failure; asymmetric information; externalities; public property (public)*

PENDAHULUAN

Kegagalan pasar dapat terjadi apabila alokasi sumber-sumber ekonomi tidak dapat didistribusikan secara optimal dalam masyarakat. Dalam kondisi tersebut, pasar akan menyebabkan barang maupun jasa yang dihasilkan terlalu banyak atau terlalu sedikit dalam suatu perekonomian. Kegagalan pasar terjadi ketika pasar gagal mengalokasikan sumber daya secara efisien. Kegagalan pasar juga dapat diartikan sebagai keadaan dimana pasar tidak memberikan respon atas suatu produk saat terjadi over supply maupun over demand. Harga tidak mampu membatasi permintaan dan tidak bisa meningkatkan penawaran sehingga tidak tercipta suatu pasar yang efisien.Kegagalan pasar dapat terjadi karena adanya faktor-faktor di bawah ini, yaitu: Informasi asimetris, eksternalitas, barang-barang milik umum (publik), dan ketidaksempurnaan pasar. Dalam kegiatan ekonomi pada umumnya pemerintah memiliki pengaruh perekonomian pada tingkat yang berbeda beda. Ada pemerintah yang mengatur perekonomian secara ketat atau intensif dan ada pula yang membatasi sebagai pendukung saja dalam suatu perokonimian. Peran pemerintah dalam perekonomian adalah membantu perkembangan binis secara umum, mendorong persaingan usaha yang sehat, membantu ekonomi lemah sebagai penyeimbang. Dalam perekonomian suatu negara, pemerintah mempunyai peranan untuk mengatur, memperbaiki atau mengalahkan aktivitas ekonomi dari pemerintah maupun swasta. Oleh karena itu perkembangan dan kemajuan pembangunan suatu negara tergantung pada peranan pemerintah dalam menatur negaranya termauk didalamnya adalah perekonomian.

Kebutuhan barang publik seperti barang, jasa maupun sistem merupakan suatu yang harus disiapkan pemerintah dalam memberikan pelayanan kepada warga negaranya. Terpenuhinya kebutuhan kebutuhan terebut dapat berpengaruh pada tingkat tingkat perekonomian suatu negara.Dalam menjalankan peranannya,

pemerintah terbentur dalam beberapa kegagalan untuk menjalankan fungsinnya. Kegagalan pasar terjadi apabila mekanisme pasar tidak berfungsi efisien dalam mengalokasikan sumber sumber ekonomi yang ada dalam masyarakat. Esensi timbulnya kegagalan pasar timbul karena masyarakat tidak bertindak secara kooperatif, sebab perilaku kooperatiflah yang akan menyebabkan pereto optimal. Kegagalan pasar dapat terjadi karena adanya faktor faktor antara lain yaitu: informasi asimetris, eksternalitas, barang-barang milik umum (publik), ketidaksempurnaan pasar atau penurunan biaya rata-rata.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode peneltian kepustakan (*librrary research*), yaitu penelitian dengan cara mengumpulkan data-data dan karya tulisan ilmiah yang berkaitan dengan obyek pembahasan penelitian dan atau mengmpulkan data dengan sifat kepustakaan, atau melakukan kajian mendasar yang dilaksanakan untuk memecahkan permasalahan yang pada dasarnya tertumpu pada kajian kritis dan secara mendalam terhadap bahan-bahan pustaka serta refeisi karya ilmiah lainnya yang relevan. Jenis penelitian yang saya gunakan adalah jenis penelitian kualitatif. Metode ini disebut sebagai metode artistic, karena proses penelitian ini lebih bersifat seni (kurang terpola), dan disebut sebagai metode interpretive karena data hasil penelitian lebih berkenaan dengan interpretasi terhadap data yang ditemukan di lapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegagalan pasar dapat terjadi karena adanya faktor-faktor antara lain yaitu:

Informasi Asimetris

Hal terpenting di dunia nyata adalah informasi. Dalam bisnis dan perdagangan, ada informasi yang menjadi milik setiap pihak. Informasi tidak langsung berkaitan erat dengan efisiensi kegiatan ekonomi, sehingga informasi yang lengkap sangat diperlukan untuk kelancaran kegiatan ekonomi. Oleh karena itu, tidak mengherankan bahwa tindakan apa pun yang bertujuan menyembunyikan informasi dari pihak lain dimungkinkan, karena keberadaan informasi itu sendiri dapat memakan biaya. Beberapa pihak mungkin menerima lebih banyak informasi dari pada yang lain, yang dikenal sebagai informasi asimetris. Informasi asimetri umumnya terjadi ketika penjual memiliki lebih banyak informasi tentang suatu produk dari pada pembeli, dan sebaliknya. Informasi asimetris juga terjadi ketika situasi di mana agen yang berbeda memiliki informasi yang berbeda. Kehadiran informasi asimetris biasanya menyebabkan hasil pasar yang tidak efisien, merupakan bentuk dari kegagalan pasar (Jehley, 2011).

Informasi asimetris memiliki dua bentuk. Yang pertama adalah *adverse selection* (salah pilih) timbul akibat adanya informasi yang tersembunyi (*hidden information*). Yang kedua moral hazard timbul akibat adanya perbuataan yang tersembunyi (*hidden Action*) (Karim, 2017). *Adverse selection* (salah pilih) timbul akibat adanya informasi yang tersembunyi (*hidden information*). *Hidden information* mengacu pada situasi di mana satu pihak memiliki informasi lebih lanjut dari pihak lain pada kualitas (atau "tipe") dari barang yang diperdagangkan atau kontrak variable atau informasi yang tersembunyi. Adverse Selection merupakan bagaimana pemilihan keputusan yang akan diambil berdasarkan informasi yang lemah. Sehingga, banyak pembeli yang menghindari penipuan menolak untuk melakukan transaksi dalam pasar seperti ini, atau menolak mengeluarkan uang besar dalam transaksi tersebut. Sebagai akibatnya, penjual yang benar-benar menjual barang bagus menjadi tidak laku karena hanya dinilai murah oleh pembeli, dan akhirnya pasar akan dipenuhi oleh barang berkualitas buruk.

Adverse selection menyebabkan kegagalan pasar. Namun, didianggap penting di bidang ekonomi karena sering menghilangkan kemungkinan pertukaran yang akan menguntungkan baik konsumen maupun penjual. Adverse Selection muncul ketika, misal, terdapat barang dengan kualitas yang berbeda dijual dengan satu harga karena penjual tidak memiliki pengetahuan yang cukup untuk menentukan kualitas yang sebenarnya pada saat membeli. Akibatnya, terlalu banyak produk yang berkualitas rendah dan terlalu sedikit produk yang berkualitas tinggi dijual dipasar atau dengan kata lain barang-barang berkualitas rendah akan menggeser barang-barang yang berkualitas tinggi. Adverse selection juga terjadi ketika para manajer serta orang-orang dalam lainnya biasanya mengetahui lebih banyak tentang keadaan dan prospek perusahaan dibandingkan pihak luar. Dan mungkin terdapat fakta-fakta yang tidak disampaikan kepada principal.

Manajer selaku agent mengetahui informasi internal lebih banyak mengenai perusahaan dibandingkan dengan principal, sehingga manajer harus memberikan informasi mengenai kondisi perusahaan kepada pemilik. Informasi yang disampaikan oleh manajer terkadang tidak sesuai dengan kondisi perusahaan yang sebenarnya karena manajer cenderung untuk melaporkan sesuatu yang memaksimalkan utilitasnya. Keadaan yang seperti ini terjadilah asimetri informasi yang dapat memberikan kesempatan kepada manajer untuk melakukan praktik manajemen laba (earning management). *Asimetri informasi* yang terjadi antara manajemen (agent) dengan pemilik (*principal)* memberikan kesempatan kepada manajer untuk bertindak oportunis, yaitu demi memperoleh keuntungan pribadi (Pramuka, 2007). *Adverse selection* juga terjadi di perusahaan asuransi, seperti contoh ketika Saat harga asuransi naik, manfaat yang diharapkan konsumen akan didapat dari pembelian mereka dan asuransi turun, tetapi manfaat yang diharapkan dari tidak mengasuransikan

tetap sama. Untuk beberapa Konsumen tidak mengambil asuransi. Ketika harga naik hanya mereka yang mengandalkan kerugian Konsumen adalah yang paling rentan kecelakaan. Akibatnya, kumpulan pelanggan tumbuh seiring dengan kenaikan harga asuransi. Orang yang terus memiliki asuransi rata-rata berisiko lebih tinggi. Ini adalah contoh dari seleksi yang merugikan dan cenderung berdampak negatif terhadap keuntungan yang diharapkan (Jehley, 2011).

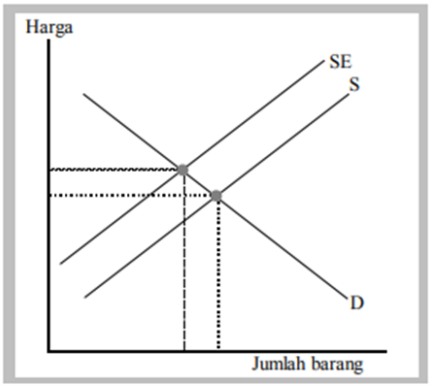
Dalam teori ekonomi, moral hazard adalah situasi dimana satu pihak akan memiliki kecenderungan untuk mengambil risiko karena biaya yang dapat dikenakan tidak akan dirasakan oleh pihak mengambil risiko. Moral hazard muncul karena individu atau lembaga tidak mengambil konsekuensi penuh dan tanggung jawab dari tindakannya dan karenanya memiliki kecenderungan untuk bertindak kurang hati-hati, meninggalkan pihak lain untuk memegang beberapa tanggung jawab atas konsekuensi dari tindakan tersebut. Moral hazard timbul akibat adanya perbuataan yang tersembunyi (*hidden action*). *Hidden action* merupakan tindakan yang tersembunyi oleh salah satu pihak yang mempengaruhi kualitas barang yang diperdagangkan dan tindakan tersebut tidak dapat diamati oleh pihak lain. Hidden Action adalah ketika salah satu pihak dapat mempengaruhi "kualitas" dari barang yang diperdagangkan atau kontrak variabel dengan beberapa tindakan dan tindakan ini tidak dapat diamati oleh pihak lain atau perbuatan yang tersembunyi. Prinsipal merupakan pihak yang membuat kontrak sedangkan agen merupakan pihak yang menerima kontrak transaksi. Prinsipal memiliki progressive information ataupun informasi yang lebih mengenai barang yang akan ditransaksikan. Hal ini menimbulkan pihak tersebut melakukan tindakan yang tersembunyi untuk mempengaruhi kualitas barang yang diperdagangkan sehingga menyebabkan timbulnya masalah moral hazard. Permasalahan ini menimbulkan ineffisiensi akibat kesulitan dalam mengambil skema insentif untuk memastikan tindakan yang tepat.

Eksternalitas

Berbagai pendapat mengemukakan teori tentang pengertian eksternalitas. Rosen (1988) menyatakan bahwa eksternalitas terjadi ketika aktivitas suatu satu kesatuan mempengaruhi kesejahteraan kesatuan yang lain yang terjadi di luar mekanisme pasar (non market mechanism). Walter (1989) menyatakan secara ekonomi eksternalitas adalah akibat kegiatan salah satu pelaku ekonomi atas kesejahteraan pihak lain yang tidak ikut diperhitumgkan dalam sistem harga yang biasa. Selain itu, eksternalitas dapat terjadi karena kegiatan-kegiatan agen-agen ekonomi mempengaruhi aktifitas agen-agen ekonomi lainnya tanpa direfleksikan dalam transaksi-transaksi pasar. Selanjutnya, Oktabriani (2018) menyatakan bahwa eksternalitas dapat terjadi disebabkan, yaitu: a) adanya pengaruh dari suatu tindakan; dan b) tidak adanya kompensasi yang dibayarkan atau diterima.

Terdapat empat tipe eksternalitas yaitu :

1. Eksternalitas negatif pada produksi. Gambar 1 menjelaskan bahwa jika produksi suatu barang menimbulkan polusi, biaya bertambah untuk masyarakat melebihi biaya ada untuk perusahaan yang memproduksi. Kemudian, biaya sosial melebihi biaya produksi individu dan secara grafis, kurva biaya sosial di atas kurva penawaran (kurva biaya individu).
2. Eksternalitas positif dalam produksi. Jika produksi sebuah barang menurunkan biaya bagi produksi lainnya (seperti penyebaran teknologi dari penelitian robot), biaya sosial lebih kecil dibandingkan dengan biaya perusahaan). Secara grafik, kurva biaya sosial di bawah kuva penawaran (kurva biaya privat) dan kuantitas optimal lebih besar dibandingkan dengan kuantitas keseimbangan.
3. Eksternalitas negatif pada konsumsi. Jika konsumsi suatu barang seperti alkohol menyebabkan pengendara mabuk dan nilai sosial alkohol lebih kecil dibandingkan nilai alkohol bagi konsumen. Secara grafis, kurva nilai sosial di atas kurva permintaan (kurva nilai privat) dan kuantitas optimal lebih kecil dibandingkan kuantitas keseimbangan.
4. Eksternalitas positif pada konsumsi. Jika konsumsi barang seperti pendidikan menciptakan keuntungan bagi masyarakat lebih dari pembeli pendidikan, nilai pendidikan sosial melebihi nilai privat. Secara grafis, kurva nilai sosial di atas kurva permintaan (kurva nilai privat) dan kuantitas optimal lebih tinggi dibandingkan dengan kuantitas ekuilibrium.



Gambar 1. Pergeseran Kurva Penawaran Akibat Adanya Eksternalitas Negative

.

Barang Publik (Publik Goods)

Barang Publik memiliki dua ciri khas yakni bersifat nonrival (pemanfaatannya tanpa saingan) dan noneksklusif. Suatu barang dikatakan nonrival jika pada tingkat produksi apapun, biaya marginal penyediaannya bagi satu konsumen tambahan adalah nol. Pindyck (2014) untuk sebagian besar barang yang disediakan secara pribadi/swasta, biaya marginal produksi barang tambahan adalah positif.tetapi untuk sebagian barang

konsumen tambahan tidak menambah biaya. Amati penggunaan jalan raya selama periode volume lalu lintas rendah. Karena jalan tersebut sudah ada dan tidak terjadi kepadatan lalu lintas, biaya tambahan berkendara di jalan adalah nol. Atau amati penggunaan mercusuar oleh kapal.begitu mercusuar dibangun dan befungsi, penggunaan oleh kapal tambahan lain tidak menambah biaya operasionalnya. Terakhir adalah saluran televisi publik. Jelas biaya satu penonton tambahan adalah nol.Sebagian besar barang sifatnya rival (bersaing) dalam konsumsinya sebagai contoh, ketika Anda telah membeli perabot, Anda mengesampingkan kemungkinan orang lain untuk membelinya. Barang yang sifatnya rival harus dialokasikan diantara berbagai individu. Barang nonrival bisa tersedia bagi siapapun tanpa mempengaruhi peluang individu lain untuk mengonsumsinya.

Barang Non Eksklusif Suatu barang dikatakan noneksklusif apabila orang orang tidak bisa dikecualikan dalam mengonsumsinya. Konsenkuensinya sulit atau bahkan tidak mungkin untuk mengenakan biaya atas penggunaan barang noneksekutif barang tersebut dapat dinimati tanpa harus membayar langsung. Salah satu contohnya adalah pertahanan nasional. Begitu suatu negara telah menyediakan pertahanan nasionalnya seluruh warga negara menikmati manfaatnya. Mercusuar dan saluran televisi publik juga merupakan contoh barang noneksekutif. Barang noneksekutif cakupannya tidak perlu dalam suatu negara. Jika suatu provinsi atau kota ingin membasmi hama pertanian, seluruh petani dan konsumen akan diuntungkan. Sulit untuk mengecualikan satu petani tertentu untuk menikmati manfaat program tersebut. Mobil bersifat eksklusif (dan viral). Jika satu dealer menjual satu mobil baru kepada seorang konsumen, maka dealer tersebut telah mengecualikan individu lain untuk membelinya.Sebagian besar sifatnya eksklusif tetapi non rival, sebagai contoh selama periode lalu lintas lengang, berkendara diatas suatu jembatan bersifat nonrival karena suatu tambahan mobil di jembatan tersebut bersifat eksklusif karena otoritas pengelola jembatan bisa mencegah orang untuk menggunakannya.

Sebagian barang sifatnya noneksklusif tetapi rival. Samudra atau danau besar adalah barang noneksklusif tetapi kegiatan penangkapan ikan bersifat rival karena menimbulkan biaya bagi pihak lain.makin banyak ikan yang ditangkap makin sedikit ikan yang tersedia untuk nelayan yang lain.udara adalah barang noneksekutif dan sering kali nonviral tetapi bisa menjadi viral apabila emisi dari suatu pabrik menurunkan kualitas udara tersebut dan mengurangi kemampuan orang lain untuk menikmatinya.Barang publik yang bersifat nonrival dan noneksklusif memberikan manfaat bagi orang-orang pada biaya marginal nol, dan tidak satupun yang bisa dikecualikan untuk menikmati barang publik. Contoh klasiknya adalah pertahanan nasional.pertahanan bersifat noneksklusif seperti yang telah dibahas tetapi juga nonrival karena biaya marginal penyediaan pertahanan nasional untuk satu warga negara tanmbahan adalah nol. Mercusuar juga merupakan barang publik karena bersifat nonrival dan noneksklusif dengan kata lain sulit untuk mengenakan biaya terhadap kapal-kapal yang memperoleh manmfaat jasa mercusuar. Terakhir, amati pengelolaan taman nasional. Sebagian masyarakat dapat dikecualikan untuk menggunakan taman nasional tersebut dengan menaikkan pungutan masuk dan berkemah. Penggunaan taman nasional ini juga sifatnya rival. Karena dengan kondisi pengunjung padat, masuknya mobil ketaman tersebut dapat mengurangi manfaat yang diperoleh orang lain (Pindyck, 2014).

Beberapa jenis barang sangat dibutuhkan oleh masyarakat, semula barang dan jasa itu dihasilkan oleh swasta dan di jual di pasar. Namun dengan berkembangnya kebutuhan masyarakat, ada barang dan jasa yang tidak dapat di hasilkan oleh swasta dan disediakan dipasar barang dan jasa itu dikenal dengan barang atau jasa publik. Yaitu barang yang tidak dapat disediakan melalui transaksi antara penjual dan pembeli dipasar. Barang dan jasa tersebut disediakan oleh pemerintah.barang publik ataupun pelayanan pemerintah berupa penyediaan barang dan jasa, misalnya pertahanan,peradilan dan sebagainya. Jenis barang publik ini mempunyai dua karakteristik utama, yaitu penggunaanya tidak bersaingan (non rivalry) ini berarti konsumsi atas barang tersebut oleh suatu individu tidak akan mengurangi jumlah barang yang tersedia untuk dikonsumsi individu lainnya dan tidak dapat diterapkan prinsip pengecualian(non excludability) berarti semua orang berhak menikmati manfaat dari barang tersebut. Oleh karena itu pihak swasta tidak mau menghasilkan barang publik murni, maka pemerintahlah yang harus menghasilkan nya agar kesejahteraan seluruh masyarakat dapat ditingkatkan.pihak swasta mrnghasilkan mobil, akan tetapi kalau produksi mobil tersebut tidak diimbangi oleh pembangunan jalan oleh pemerintah, maka kesejahteraan masyarakat tidak optimum.pada barang publik murni ini, seseorang tidak bersedia untuk menghasilkannya karena adanya masalah kepemilikan.

Efisiensi & Barang Publik.

Tingkat penyediaan barang pribadi yang efisien ditentukan dengan cara membandingkan manfafat marginal satu unit tambahan dengan biaya marginal memproduksinya. Efisiensi dicapai ketika manfaat marginal dan biaya marginal sama besar. Prinsip serupa berlaku bagi barang publik tetapi analisisnya berbeda. Pada barang pribadi manfaat marginal diukur melalui manfaat manfaat yang diperoleh konsumen yang bersangkutan.pada barang publik kita harus menanyakan seberapa tinggi setiap individu menilai satu unit output tambahan.manfaat marginal yang diperoleh dengan cara menjumlahkan nilai nilai dari seluruh individu yang menikmati barang tersebut. Untuk mencari tingkat penyediaan barang publik yang efisien kita harus

menyamakan penjumlahan manfaat marginal ini dengan biaya biaya marginal produksinya (Pindyck, 2014).

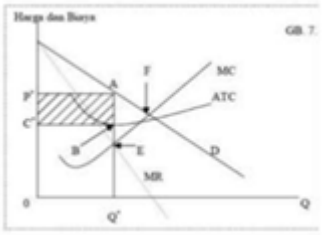
Ketidaksempurnaan Pasar

Kegagalan pasar ada ketika tidak tercapainya kondisi Pareto optimal.Artinya, konsumen tidak bisa lagi menyamakan tarif marginal substitusi dan produsen menawarkan barang untuk dijual dengan harga lebih tinggi daripada biaya marjinal produksi. Kegagalan pasar tersebar luas di negara berkembang. Barang ekonomi dan faktor pasar yang berada dalam keadaan disekuilibrium menyebabkan inefisiensi dalam alokasi sumber daya. Pasar barang ditandai dengan kekurangan dan surplus, sedangkan faktor pasar menunjukkan tingkat pengangguran yang tinggi dan kelangkaan modal. Dalam kebanyakan kasus, harga pasar tidak mencerminkan biaya produksi marjinal.

Persaingan tidak sempurna adalah penyebab kegagalan pasar. Dibawah pasar ini perusahaan menghadapi penurunan kemiringan kurva permintaan untuk produknya. Menyimpangnya pendapatan marjinal dari pendapatan rata-rata dan harga tidak lagi sama dengan biaya marjinal. Dalam skenario ini, perusahaan monopoli menetapkan harga yang melebihi biaya marjinal, untuk memaksimalkan keuntungan. Hal ini menyebabkan output yang jauh lebih rendah daripada yang dihasilkan oleh perusahaan yang bersaing sempurna dan beroperasi di bawah kondisi biaya yang sama. Konsumen tidak memiliki kedaulatan dalam hal alokasi sumber daya di bawah monopoli. Pengoperasian perusahaan monopoli dikatakan tidak efisien, karena dapatmenyebabkan alokasi dari sumber daya yang kurang optimal. Monopoli alami dan perusahaan lain yang mengalami penurunan biaya rata-rata atas berbagai output adalah sumber kegagalan pasar. Sebuah monopoli alamiah tidak diatur perbaikan outputnya dengan harga yang lebih besar daripada biaya marjinal. Tingkat output tidak berada pada kondisi Pareto optimal. Jika perusahaan mencoba untuk harga produknya di biaya marjinal, kerugian harus dibiayai oleh pajak atau diskriminasi harga. Contoh dari pasar persaingan tidak sempurna adalah sebagai berikut:

Monopoli

Monopoli adalah struktur pasar di mana hanya terdapat satu penjual, tidak ada substitusi produk yang mirip (*close substitute*), dan terdapat hambatan masuk (*barriers to entry*) ke pasar. Pada pasar monopoli, produsen mempunyai prinsip keuntungan yang maksimum yaitu pada tingkat produksi dimana MC=MR. gambaran dari pasar monopoli akan digambarkan sebagai berikut :



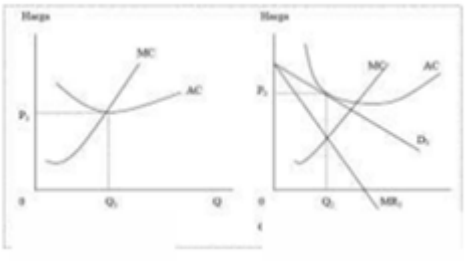
Sumber: olahan peneliti

Gambar 2. Pasar Monopoli

Gambar 2 terlihat bahwa ekuilibrium jangka pendek terjadi pada titik E dimana MC = MR. Pada kondisi ini produk yang dijual adalah 0Q*dengan harga 0P*dan rata-rata biaya total OC* (= C*B). Keuntungan perunit adalah 0P* – 0C* = P*C* Sehingga keuntungan monopoli jangka pendek adalah P*C* x 0Q* = P*ABC* (luas terarsir). kurva menggambarkan kondisi pasar bersaing, maka titik ekuilibrium adalah pada titik F, dimana kurva permintaan berpotongan dengan MC yang berarti MC = P (syarat ekuilibrium pasar bersaing). Dengan demikian pasar bersaing akan menurunkan harga dan memperbesar jumlah produk.

Oligopoli

Pasar oligopoli sebuah keadaan dimana dalam pasar jumlah perusahaan yang menguasai pasar lebih dari dua tetapi tidak banyak (2-10) sehingga tindakan dari pengusaha yang satu akan mempengaruhi kebijakan dari pengusaha lainnya. Ketika pasar terdiri dari dua perusahaan maka disebut dengan istilah duopoly. Apabila produk yang dihasilkan oleh pengusaha oligopoli homogen, maka pasar dinamakan oligopoli murni (pure oligopoly)dan apabila produk yang dihasilkan tidak homogen maka dinamakan oligopoli yang dibedakan (*differentiated oligopoly*). Akibat dari bebasnya masing-masing pengusaha di dalam menentukan kebijakan-kebijakannya, terutama kebijakan harga dan produksi, maka akan menimbulkan perang harga diantara sesama pengusaha oligopoli tersebut. Akhir dari perang harga ini adalah membuat kehancuran bagi beberapa pengusaha tertentu. Sampai di mana kemampuan pengusaha oligopoli di dalam perang harga ini, sangat tergantung kepada produk yang dihasilkan dan biaya produksinya. Apabila produk dalam pasar oligopoli adalahhomogen (oligopoli murni) maka tiap-tiap pengusaha hanya akan turut dalam perang harga sampai batas keuntungan normal. Jika produk yang dihasilkan tidak homogen (oligopoli yang dibedakan) maka pengusaha akan turut dalam perang harga sampai pada tingkat harga dimana biaya rata-rata (AC) sama dengan nilai penjualan rata-rata (P). Untuk lebih jelasnya perhatikan gambar berikut:



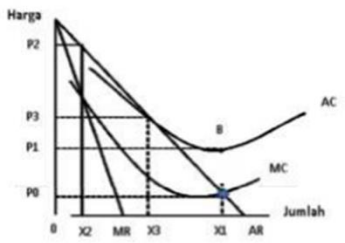
Sumber: olahan peneliti

Gambar 3. Pasar Oligopoli

Gambar 3a menunjukkan keadaan suatu perusahaan oligopoli murni dalam perang harga. Pengusaha itu hanya akan turut dalam perang harga sampai harga sebesar P1 dengan jumlah produk yang dihasilkan sebesar Q1, dimana harga sama dengan biaya rata-rata (P1 = AC). Jika harga dibawah P1, maka pengusaha akan memberhentikan perusahaannya karena dalam jangka panjang ia akan menderita kerugian. Gambar 3b menunjukkan keadaan suatu perusahaan "oligopoli yang dibedakan" dalam perang harga. Pengusaha ini hanya akan dapat mengikuti perang harga sampai pada tingkat harga P2 dengan tingkat produksi Q2. dimana harga sama dengan biaya rata-rata (AC). Tetapi kapasitas produksi Q2 belum optimum, karena produksi optimum dicapai pada saat MC = AC.Jika harga lebih rendah dari pada P2 maka perusahaan terpaksa harus ditutup karena biaya rata-rata lebih besar dari pada nilai penjualan rata-rata.

Monopoli Alamiah

Kontrol eksklusif perusahaan atas sumber bahan baku penting dapat menimbulkan monopoli alami contoh yang sering dikutip adalah tambang berlian debeers afrika selatan perusahaan hampir memiliki kontrol eksekutif atas pasokan berlian mentah dunia. Ketika pemerintah berusaha untuk menghapus monopoli pada produks suatu barang tetapi hal tersebut akan menyebabkan diantara produsen terjadi persaingan yang menyebabkan hanya ada satu produsen saja yang bertahan. Penyebab dari hal tersebut karena pasar akan barang tersebut terlalu kecil atau investasi yang dibutuhkan sangat besar sehingga ekonomi yang efisien akan terjadi ketika tingkat produksi besar. Keadaan diatas disebut dengan monopoli alamiah.



Sumber: Mangkoesoebroto (2001)

Gambar 4. Monopoli Alamiah

Analisis Penulis: Untuk menghilangkan kegagalan pasar, beberapa solusi dapat diterapkan yakni penggunaan undang-undang salah satu cara pemerintah dapat mengelola kegagalan pasar adalah dengan menerapkan undang-undang yang mengubah perilaku.Misalnya, pemerintah dapat melarang mobil beroperasi di pusat kota, atau menjatuhkan hukuman tinggi kepada bisnis yang menjual alkohol kepada anak-anak di bawah umur, karena tindakan tersebut mengendalikan perilaku yang tidak diinginkan Mekanisme harga Mekanisme harga dirancang untuk mengubah perilaku konsumen dan produsen. Untuk produk yang merugikan konsumen, pemerintah dapat mengurangi konsumsi mereka dengan cara menaikkan pajak.Misalnya, pajak rokok dan alkohol dinaikkan secara berkala untuk mencegah konsumsi dan mengurangi efek berbahaya pada pihak ketiga yang tidak terkait

SIMPULAN

Kegagalan pasar dapat terjadi karena adanya faktor faktor antara lain yaitu: Informasi asimetris, Eksternalitas, Barang-Barang milik umum (publik), ketidaksempurnaan pasar atau penurunan biaya rata-rata. Untuk menghilangkan kegagalan pasar, beberapa solusi dapat diterapkan Penggunaan undang-undang & Mekanisme harga.

DAFTAR PUSTAKA

Jehley, Geoffrey A, Philip J. Reny. 2011. *Advanced Microeconomic*, Theory Third Edition. First published

Karim, Adiwarman A. 2017. *Ekonomi Mikro Islami*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.

Oktabriani, Eriska Nur. 2018. Dampak Eksternalitas Industri Pengolahan Karet terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Industri Pengolahan Karet PT. Perkebunan Nusantara VII Unit Way Berulu Desa Kebagusan Dusun Way Berulu Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Mangkoesoebroto, Guritno, 2001, *Ekonomi Publik*, Edisi 3 Cetakan 10, Yogyakarta, BPFE UGM

Pramuka, Agus, dkk. 2007. Mekanisme *Corporate Governance*, Manajemen Laba dan Kinerja Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi.*

Robert S. Pindyck, Daniel L. Rubinfeld, 2014. *Mikro Ekonomi*, Edisi Kedelapan, Erlangga

Rosen, H.S, 1988. *Public Finance, second edition.* Washington: Toppan Co.Ltd.

Walter, Nicholson. 1989. Teori Ekonomi Mikro II. Jakarta: CV Rajawali