



Diversity UIKA Bogor
E-ISSN: 2776-9798

Diversity

JURNAL ILMIAH PASCASARJANA

<http://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/diversity>

Praktik Pada Pasar Monopoli dan Monopsoni

Rhendy Akhmad Firdaus^a

^a*Pascasarjana Magister Manajemen, Universitas Ibn Khaldun, Bogor, Indonesia*
**rhendy.525@gmail.com*

DOI : 10.32832/djip-uika.v3i1.9437

ABSTRAK

Pasar merupakan suatu tempat terjadinya transaksi jual beli, dimana kita dapat memperoleh berbagai macam produk atau jasa yang kita butuhkan. Berdasarkan jenisnya ada pasar persaingan sempurna dan pasar persaingan tidak sempurna. Salah satu bentuk pasar persaingan tidak sempurna adalah pasar monopoli dan monopsoni. Pasar monopoli merupakan pasar yang hanya terdapat satu penjual tetapi pembelinya banyak, sedangkan pasar monopsoni adalah kebalikannya yaitu hanya ada satu pembeli sedangkan penjualnya banyak. Tujuan dari penelitian ini untuk mengkaji secara teoritis dan melihat bagaimana praktik pada pasar monopoli dan monopsoni dan apakah ada kaitannya dengan kebutuhan tenaga kerja. Metodologi yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pustaka penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik monopoli tidak selalu buruk bahkan dibutuhkan khusus untuk usaha-usaha tertentu yang menyangkut masyarakat banyak, sedangkan praktek monopsoni lebih banyak merugikan khususnya pada tenaga kerja di pasar monopsoni, karena tenaga kerja tersebut tidak memiliki pilihan lainnya.

Kata kunci: Pasar, Monopoly, Monopsony, Tenaga kerja

Practices In Monopoly And Monopsony Markets

Abstract

The market is a place where buying and selling transactions occur, where we can obtain various kinds of products or services that we need. Based on its type, there are perfect competition market and imperfect competition market. One form of imperfect competition market is monopoly and monopsony market. A monopoly market is a market in which there is only one seller but many buyers, while a monopsony market is the opposite, that is, there is only one buyer and many sellers. The purpose of this study is to examine theoretically and see how practices in monopoly and monopsony markets and whether they have anything to do with the need for labor. The methodology used is descriptive qualitative with research literature. The results of the study show that monopoly practices are not always bad and are even needed specifically for certain businesses that involve large numbers of people, while monopsony practices are more detrimental, especially to workers in a monopsony market, because these workers have no other choice.

Keywords: Market, Monopoly, Monopsony, Labor

PENDAHULUAN

Di kehidupan ini dapat dipastikan kalau kita membutuhkan berbagai kebutuhan hidup yang tidak dapat diperoleh secara langsung, seperti berbagai kebutuhan pokok dan lainnya. Maka dari itu agar dapat memenuhi kebutuhan kita perlu melakukan jual beli, baik jual beli di pasar maupun di tempat lain yang dapat dipakai untuk dilakukan jual beli. Pasar adalah tempat bertemunya antara penjual dan pembeli dan dapat melakukan transaksi secara langsung.

Fungsi pasar sangat penting dalam kehidupan sehari-hari, yang mana pasar berfungsi sebagai sarana distribusi, sarana pembentuk harga, dan sebagai sarana promosi. Pasar juga dapat menjadi tempat bersaing antara produsen dengan produsen lainnya, sekaligus memperkenalkan hasil produksinya. Mereka bersaing untuk mendapatkan banyak konsumen untuk memperebutkan hatinya, sekaligus meraih keuntungan dari produk dan jasa yang ditawarkan.

Berdasarkan jenisnya pasar dibedakan menjadi 2 (dua) yaitu pasar persaingan sempurna dan pasar persaingan tidak sempurna. Pasar persaingan sempurna adalah jenis pasar yang jumlah penjual dan pembeli sangat banyak dan produk yang ditawarkan sama, sedangkan pasar persaingan tidak sempurna adalah merupakan jenis pasar yang jumlah penjualnya terbatas tetapi sangat banyak pembelinya.

Beberapa penelitian sebelumnya yang sejenis (Malaka, 2014), (Taufiqurrahman, 2020) dan (Sukirno & Damayanti, 2018) membahas mengenai salah satu bagian dari jenis pasar persaingan tidak sempurna. Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti akan mengkaji secara teoritis salah satu jenis pasar yang ada yaitu pasar persaingan tidak sempurna dengan mengkhususkan pada pasar monopoli dan monopsoni. tujuannya adalah untuk melihat bagaimana praktik antara penjual atau pembeli dalam pasar monopoli dan monopsoni dan kaitannya dengan tenaga kerja pada pasar tersebut.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan pada studi ini adalah metode kualitatif deskriptif dan melalui library research dengan mengkaji artikel-artikel sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini. Metode pengumpulan data menggunakan google scholar dan menggunakan program mendelet sebagai bahan referensi. Pada bagian teori penelitian ini dibahas secara rinci untuk digunakan sebagai dasar perumusan guna dilakukan perbandingan dengan penelitian sebelumnya. Secara umum penelitian deskriptif merupakan penelitian untuk melihat suatu gambaran peristiwa secara sistematis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Persaingan usaha di bidang pertumbuhan ekonomi mempunyai tujuan dan arah terwujudnya keadaan keuangan rakyat secara menyeluruh. Untuk mencapai tujuan tersebut, demokrasi ekonomi memberikan kesempatan yang sama kepada pelaku usaha untuk berpartisipasi dalam proses produksi dan penjualan barang dan jasa dalam lingkungan usaha yang sehat, efektif dan efisien, sehingga mendorong pertumbuhan dan menjalankan ekonomi pasar yang rasional dan efisien. Gerakannya cepat karena didorong oleh dukungan sistem dan kekuatan kelompok. Suatu bentuk mengejar prinsip-prinsip bisnis berusaha untuk mencapai lebih banyak keuntungan (keuntungan) sepanjang menghindari, melalui perilaku rasional, praktek monopoli, monopoli komersial, gangguan manajemen, dan semacam persaingan usaha yang tidak sehat.

Persaingan usaha yang tidak terkendali akan menimbulkan praktik monopoli dan monopsoni sebagai sesuatu yang bertentangan dengan prinsip persaingan usaha. Adanya monopoli dan monopsoni dalam suatu kegiatan ekonomi dapat terjadi dalam berbagai bentuk, ada yang merugikan juga yang menguntungkan dalam perekonomian di masyarakat. Maka, perlu dijelaskan mengenai pengertian dari monopoli dan monopsoni agar dapat dibedakan mana yang dilarang dan dapat merugikan dan mana yang memberikan kontribusi positif bagi kesejahteraan masyarakat.

Definisi Pasar. Pasar adalah tempat pertemuan transaksi antara penjual dan pembeli yang menentukan harga dari barang atau jasa, dan transaksi dimaksud terbagi menjadi pasar persaingan sempurna dan pasar persaingan tidak sempurna. Ciri pasar persaingan sempurna adalah terdapat banyak penjual dan pembeli, produk bersifat homogen, pemerintah tidak turut serta dalam penentuan harga, faktor-faktor produksi bergerak dengan sendirinya, penjual adalah pengambil keputusan terhadap harga, konsumen dapat melakukan tawar menawar, dan tidak ada hambatan bagi penjual untuk masuk dan keluar pasar. Sedangkan untuk pasar persaingan tidak sempurna, terdapat beberapa jenis pasar persaingan tidak sempurna yaitu, pasar monopoli, pasar oligopoli, pasar monopolistic, pasar monopsony dan pasar ologopsoni. Ciri-cirinya adalah jumlah penjual sedikit dan jumlah pembeli banyak, serta terdapat unsur monopoli, sehingga antara pemrintaan dan penawaran tidak terlalu berperan dalam penerapan harga, sulit untuk memasuki pasar walaupun produk dan jasa yang ditawarkan beranekaragam, tetapi barang penggantinya akan sulit ditemukan. (Aulia Annaisabiru E, 2018)

Definisi Pasar menurut para ahli (Taufiqurrahman, 2020): (a) menurut Kotler, pasar adalah pertemuan antara penjual dan pembeli barang atau jasa secara fisik, (b) menurut W.Y. Stanton, pasar adalah tempat yang mengutamakan kepuasan pembeli sekaligus bertujuan mendistribusikan, mempromosikan merencanakan, dan menentukan suatu produk atau jasa, (c) menurut Philip & Duncanadan, mereka percaya bahwa pasar adalah tempat peletakan barang-barang yang akan dibeli konsumen. Mereka juga menyebut bahwa sesuatu yang dipakai untuk menempatkan produk yang diperlukan oleh konsumen disebut pasar, (d) menurut H. Nystrom, Pasar adalah tempat khusus yang berfungsi untuk perdagangan barang dan jasa antara penjual dan pembeli. Atau pasar adalah tempat yang digunakan oleh penjual untuk menyalurkan barang atau jasa yang akan disalurkan kepada pembeli, (e) menurut William J. Stanton pasar adalah tempat untuk suatu kegiatan jual beli yang dilakukan dengan pertukaran uang, atau bisa pula disebut kalau pasar merupakan tempat yang terdapat orang yang akan membelanjakan uangnya.

Menurut Handri Maruf pasar memiliki tiga pengertian yaitu pasar berarti **“tempat”**, yaitu tempat **bertemunya** penjual (produsen), tempat **diadakannya** pertemuan dengan pembeli (konsumen), **pasar adalah konsep** “interaksi permintaan dan **penawaran”**, yaitu pasar sebagai tempat interaksi antara penjual dan pembeli dan **sebagai** tempat jual beli dan **pasar** dalam arti “sekelompok anggota masyarakat yang **mempunyai** kebutuhan dan daya **beli”**. Pengertian ini **mengacu** pada dua **hal**, yaitu **orang** yang menginginkan barang atau jasa tersebut untuk **memuaskan kebutuhannya** atau **kelompok orang** yang **mampu membelinya**.

Fungsi Pasar. Pasar memiliki fungsi yang **sangat** penting dalam kehidupan sehari-hari. **Berikut ini adalah** beberapa fungsi pasar yang ada di **antara orang-orang** di berbagai belahan dunia (Taufiqurrahman, 2020), pertama sebagai **Alat Distribusi Proses distribusi** barang dan jasa dari penjual (produsen) **kepada** pembeli (konsumen) merupakan salah satu **tugas** pasar sebagai **alat** distribusi. Penjual dapat **melakukannya** dengan baik **dengan** menawarkan produknya kepada pembeli yang ada karena pasar. Kedua sebagai **Penentu Harga Menurut** permintaan dan penawaran di **pasar**, pasar **dapat** menetapkan harga **beberapa** barang **dan jasa**. Setelah **tercapai** kesepakatan antara produsen dan konsumen, maka terbentuklah harga. **Ini dikenal** sebagai fungsi **harga pasar**. **Ketiga sebagai sarana promosi**, pasar **dapat menjadi wadah bagi petani** untuk bersaing **dan memamerkan produknya** secara sehat dengan **petani lainnya**. Mereka bersaing **memperebutkan** banyak konsumen untuk memperebutkan **hati dan memanfaatkan** produk dan jasa yang ditawarkan.

Pasar Monopoli. Monopoli sering didefinisikan dalam ekonomi tradisional sebagai pasar dengan hanya satu penjual (produsen) tetapi banyak pembeli (konsumen). Dengan demikian, penawaran monopoli juga merupakan penawaran pasar (penawaran industri), dengan kata lain permintaan produk perusahaan adalah permintaan industri. Sehingga dapat dikatakan bahwa monopoli tidak memiliki pesaing. Nyatanya, Anda jarang menemukan monopoli murni, tetapi lebih sering situasi di mana hanya beberapa perusahaan (produsen) yang bersaing di pasar, lebih tepatnya. (Munawwarah, 2021).

Bagi para ahli ekonomi, pengertian monopoli adalah suatu struktur pasar yang di dalamnya hanya terdapat satu produsen atau penjual. Sedangkan pengertian monopoli publik adalah adanya produsen atau penjual yang memiliki kekuatan monopoli, ketika produsen atau penjual memiliki kemampuan untuk menguasai pasar atas barang atau jasa yang dipertukarkan, pada hakekatnya itulah yang dimaksud dengan monopoli. (Juanda; & Ali, 2022). Persaingan usaha yang tidak terkendali akan menumbuhkan terjadinya praktik monopoli sebagai suatu sistem yang berlawanan dengan prinsip-prinsip persaingan usaha itu sendiri.

Monopoli terjadi karena (Utomo, 2022) : (1) monopoli timbul dari kemampuan unggul yang salah satunya dapat dicapai melalui pemberian paten eksklusif oleh negara, (2) ketentuan Pasal 33 Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 mewajibkan negara menguasai bumi dan air, kekayaan alam yang terkandung di dalamnya, dan industri yang menguasai hajat hidup orang banyak sehingga menimbulkan monopoli.

Sebelum undang-undang dan peraturan yang melarang monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, Syariah menetapkan beberapa prinsip dasar untuk melarang transaksi yang mengandung unsur ilegal. untuk kegiatan bisnis. Prinsip bisnis Islam adalah tanpa Riba, Tadlis (menyembunyikan cacat) dan Taghrir (ketidakpastian). (Malaka, 2014)

Pasar Monopsomi. Monopsoni adalah keadaan dimana pelaku ekonomi menguasai penerimaan barang atau menjadi pembeli barang dan/atau jasa di pasar barang. Monopsoni adalah himpunan di mana produk marjinal untuk setiap nilai dalam satu sumber daya sama dengan produk marjinal untuk setiap nilai di setiap sumber daya lainnya. Atau pembeli untuk sumber tertentu. Monopsoni dapat muncul karena spesialisasi sumber daya untuk digunakan oleh pengguna tertentu dan non-spesifisitas sumber daya yang digunakan di area tertentu oleh perusahaan tertentu. Jenis pasar ini jarang terlihat di barang-barang konsumsi, tetapi lebih umum di pasar hasil bumi seperti pasar rangka, pasar kopra dan pasar sayuran ekspor. Di ketiga pasar ini, petani dihadapkan pada banyak produsen rokok rangka, produsen minyak goreng, dan eksportir yang seringkali merupakan satu-satunya di wilayah mereka. Dalam hal ini, petani menempati posisi yang lemah.

Monopsoni dalam hal ini dapat berlangganan dua jenis kebijaksanaan pembelian, yang keduanya menguntungkan. Secara khusus, antara lain: Pertama-tama ia dapat menentukan harga beli dan menunggu kuantitas yang ditawarkan. Secara umum, dia mendapatkan jumlah yang dia inginkan, terutama ketika petani yang bersangkutan kekurangan uang, dan kedua, dia dapat menentukan jumlah yang dia beli, dan para petani bersaing satu sama lain untuk "memperebutkan" jumlah tersebut. Konsekuensi dari fenomena ini adalah penurunan harga.

Perbedaan Pasar Monopoli dan Pasar Monopsoni. Monopoli adalah ketika hanya satu pemasok produk atau barang tertentu yang mengendalikan pasar. Perusahaan memiliki semua pasokan produk, komoditas, fasilitas, dan infrastruktur Struktur pasar menghalangi persaingan ekonomi untuk produksi komoditas tertentu, termasuk kemampuan untuk memproduksi produk pengganti Jadi perusahaan melakukan apa saja untuk memastikan pemain lain memasuki pasar. Monopsoni, di sisi lain, ingin satu pembeli mengendalikan permintaan dan harga, dan semua itu adalah situasi khusus di pasar di mana penjual mendominasi. Monopsoni dapat diamati ketika lebih dari satu perusahaan atau individu mengklaim sebagai pembeli tunggal produk tertentu. Struktur pasar ini tidak memiliki persaingan antar pembeli, tetapi dapat menimbulkan persaingan antar penjual. Anda bisa bersaing dengan harga yang ditawarkan oleh Monopsoni. Kedua struktur pasar menggabungkan fitur persaingan tidak sempurna. Mereka berbeda karena monopsoni mengontrol permintaan suatu komoditas sedangkan monopoli mengontrol penawaran suatu produk.

Larangan Praktik Monopoli dan Monopsomi Menurut Undang-Undang. Menurut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, kegiatan atau perbuatan yang dilarang dalam rangka menjalankan usaha adalah (Rismond Masihor & Lumintang, 2022) :

- **Monopoli**

Dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, ada larangan mengenai praktik monopoli, akan tetapi tindakan apa yang dapat diambil dalam menghadapi perusahaan monopoli, belum diatur. Maka kedepannya terhadap undang-undang yang baru perlu dimuat didalamnya kemungkinan langkah berikutnya untuk pemecahan masalah tersebut. (Rismond Masihor & Lumintang, 2022)

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Tentang Sanksi Pidana Terhadap Pelaku Monopoli Melakukan Generalisasi Sanksi Tanpa Mempersoalkan Latar

Belakang Terbentuknya Monopoli, sebagaimana Disyaratkan Pasal 48(1) . Dan sebagaimana ditegaskan dalam Pasal 17 UU No. 5 Tahun 1999, perbuatan yang menimbulkan monopoli yang menyebabkan terbentuknya pasar, pembagian pasar dan pemusatan pasar yang diperoleh secara sepihak melalui penipuan atau ketidakjujuran adalah dilarang. Perbuatan tersebut melanggar prinsip persaingan usaha yang sehat. Dampak negatif dari monopoli ini terhadap masyarakat adalah pasar tidak punya pilihan lain dan harga sepenuhnya berada di bawah kendali produsen monopoli. Akibatnya, kualitas dan harga produk tidak memuaskan konsumen. Ini juga berarti bahwa konsumen tidak dapat menuntut hak hukum mereka dan tidak ada perlindungan konsumen.

- **Monopsoni**

Monopsoni adalah apabila hanya ada satu pelaku ekonomi atau kelompok pelaku ekonomi yang menguasai pangsa pasar yang besar dan bertindak sebagai pembeli tunggal, sedangkan terdapat banyak pelaku ekonomi atau kelompok pelaku ekonomi yang bertindak sebagai penjual. Pasal 28 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 mengatur larangan melakukan monopsoni sebagai berikut: (Mukaromah & Wijaya, 2020).;

1. Pelaku ekonomi dilarang mengendalikan masuknya pasokan yang dapat menimbulkan praktek monopoli dan/atau persaingan tidak sehat atau menjadi pembeli tunggal barang dan/atau jasa dalam pasar bersangkutan.
2. Apabila pelaku ekonomi atau kelompok pelaku ekonomi menguasai lebih dari lima puluh persen (50%) pangsa pasar, maka pelaku ekonomi menguasai penerimaan pasokan atau merupakan satu-satunya entitas sebagaimana dimaksud dalam ayat 1. patut dicurigai atau dianggap sebagai pembeli dari Jenis barang atau jasa tertentu.

Selain melarang monopoli, UU No. 5 Tahun 1999 juga melarang praktik monopsoni. Undang-undang melarang kita untuk mengontrol penerimaan pasokan atau menjadi pembeli tunggal atas barang atau jasa tertentu di pasar. Pasal 18 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 (UU Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat) menyatakan bahwa monopoli dapat dianggap terjadi jika pelaku ekonomi atau kelompok pelaku ekonomi ditetapkan praduga hukum bahwa Menguasai 50% pangsa pasar untuk jenis barang atau jasa tertentu.

Larangan persaingan tidak sehat berdasarkan syariah. Persaingan antar pelaku ekonomi dalam menjalankan aktivitasnya, baik dalam produksi maupun pemasaran atau penjualan barang dan jasa, yang mengabaikan nilai

integritas, melanggar hukum dan melalui penetapan harga yang tidak wajar merupakan gejala pasar yang tidak sehat. Pasar yang sempurna adalah pasar di mana produsen dan konsumen memiliki pengetahuan mendalam tentang harga dalam banyak aspek, seperti utilitas, kualitas, dan metode produksi barang di pasar. Sebelum berlakunya peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan larangan monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, Syariah melarang transaksi yang mengandung unsur haram baik secara substansi (haram li dzaatihi) maupun aspek lainnya (haram li ghairihi). . terkait dengan perilaku bisnis (Malaka, 2014). Di bawah ini adalah beberapa contoh prinsip dasar yang melarang bisnis yang tidak sehat.

- a. Riba (Bunga): Dalam bahasa ini juga berarti (Ziyadah). Jadi riba artinya tumbuh dan berkembang. Di sisi lain, secara terminologi, riba dapat diartikan sebagai penghasilan tambahan dari harta dasar batil. Ulama Jumhur mempraktekkan riba, yang dapat terjadi dalam penagihan dan pembelian Akkad. Berisi kategori riba untuk klaim, termasuk riba qard dan riba jahiliyah. Terlibat dalam jual beli Riba Fadhl Riba dan Nasi`ah Riba.
- b. Tadlis (menyembunyikan cacat produk). Semua transaksi bisnis harus didasarkan pada prinsip kepuasan. Agar tidak merusak kesenangan, kedua belah pihak perlu memiliki informasi yang sama tentang objek aqad. Ketidaktahuan salah satu pihak tentang masalah aqad karena aib yang sengaja disembunyikan disebut tadlis. Dengan kata lain, tadlis menyembunyikan objek aqad dari keadaan sebenarnya sehingga merugikan salah satu pihak. Penipuan dapat terjadi ketika ketika kuantitas, kualitas, harga, atau tanggal pengiriman tidak diketahui, yang menghambat transaksi. (Burhanudin, 2011).
- c. c. Taghrir (ketidakpastian) berasal dari bahasa Arab gharar, yang berarti akibat, resiko, bencana, ketidakpastian, dll. Dalam ilmu ekonomi Tahrir hal ini biasa dikenal dengan ketidakpastian atau resiko. Dalam istilah Fiqhi Muamalah, tagril adalah melakukan sesuatu secara membabi buta tanpa pengetahuan yang utuh, atau mengambil resiko dari suatu tindakan yang beresiko tanpa mengetahui dengan pasti apa akibatnya, atau mengambil resiko tanpa memikirkan akibatnya, berarti menyinggung. (Adiwarman, 2007).

Monopoli dan monopsoni berdampak signifikan terhadap struktur lingkungan bisnis Indonesia. Salah satunya adalah kurangnya peluang untuk perubahan dan hambatan untuk bergerak di masyarakat. Persaingan menggerakkan ekonomi dan memungkinkan terciptanya kekuatan pasar yang terdesentralisasi dan tidak terkendali oleh kelompok agen ekonomi tertentu. Motivasi internal memastikan perubahan yang cepat dan tepat untuk mendukung pemangku kepentingan bisnis.

Persaingan usaha yang sehat (*fair competition*) membawa akibat positif bagi pelaku ekonomi karena dapat menciptakan dorongan dan insentif untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, inovasi dan kualitas produk yang dihasilkannya. Selain menguntungkan bagi pelaku ekonomi, konsumen tentu akan mendapatkan keuntungan dari persaingan usaha yang sehat itu (Ningsih, 2019). Monopoli dan monopoli adalah persaingan usaha tidak sehat yang menggambarkan situasi dimana ada satu orang atau sekelompok orang yang memiliki kendali penuh atas suatu wilayah tertentu tanpa memberikan kesempatan kepada orang lain untuk berpartisipasi, dan persaingan bebas yang tentunya pada akhirnya menciptakan kekuatan pasar (Novizas & Gunawan, 2021).

Persaingan antar pelaku ekonomi dalam menjalankan aktivitasnya, baik dalam produksi maupun pemasaran atau penjualan barang dan jasa, yang mengabaikan nilai integritas, melanggar hukum dan melalui penetapan harga yang tidak wajar merupakan gejala pasar yang tidak sehat. Jika penetapan harga tidak etis, konsumen atau pembeli dapat melakukan reaksi yang dapat merusak reputasi operator ekonomi. Oleh karena itu penetapan harga berada di tangan agen ekonomi daripada kebijakan pemerintah, dan peran pemerintah adalah memberlakukan aturan umum yang mengatur aktivitas ekonomi. Tindakan dan reaksi masyarakat terhadap penyangkalan harga seringkali berupa perilaku yang mengarah pada anarki dan cenderung melanggar norma/aturan hukum yang berlaku.

Adapun beberapa faktor yang membolehkan intervensi harga antara lain (Adiwarman, 2007):

1. Intervensi harga memperhatikan kepentingan umum, yaitu perlindungan penjual atas margin dan perlindungan pembeli atas pembelian.
2. Intervensi harga mencegah iktikars dan kemarahan pemerintah
2. Intervensi harga melindungi kepentingan masyarakat luas, tetapi penjual mewakili sekelompok kecil orang.
3. Pada umumnya pihak produsen dalam penentuan harga suatu produk, menggunakan pendekatan biaya seperti biaya bahan baku, biaya produksi, biaya tenaga kerja, biaya penyusutan dan biaya sewa tempat, dan pendekatan pasar atau persaingan yaitu harga tidak ditentukan berdasarkan biaya akan tetapi berdasarkan harga yang berlaku di pasar.

Sebab, dalam kondisi tertentu, negara wajib mengintervensi harga seperti:

1. Produsen hanya ingin menjual barangnya dengan harga yang lebih tinggi dari harga pasar yang berlaku.
2. Produsen menawarkan barang dengan harga yang terlalu tinggi dari sudut pandang konsumen, dan konsumen meminta harga yang terlalu rendah dari

sudut pandang produsen. Dalam situasi ini, negara harus mengintervensi penetapan harga dengan mendorong konsumen dan produsen untuk menegosiasikan harga sebelum memeriksa permintaan, penawaran, dan biaya produksi. Selain itu, pemerintah menetapkan harga sebagai harga yang berlaku.

3. Pemilik jasa seperti buruh menolak untuk bekerja kecuali harganya lebih tinggi dari harga pasar yang berlaku. Masyarakat membutuhkan layanan ini, tetapi pemerintah dapat menetapkan harga yang wajar.

Pemerintah memiliki kekuatan dan hak untuk memantau harga, tetapi mereka tidak diperbolehkan untuk menetapkan harga. Jika pemerintah ingin mengintervensi atau menetapkan harga, hal itu dapat dilakukan setelah berkonsultasi dengan semua pemangku kepentingan.

SIMPULAN

Monopoli dan monopsoni adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mendominasi pasar perdagangan tanpa pesaing menawarkan produk atau layanan serupa. Salah satu tujuan monopoli dan monoposoni adalah untuk menguasai pasar dan menciptakan aliran ekonomi yang stabil. Misalnya dengan mendirikan monopoli bisnis perusahaan tertentu seperti PT PLN dengan tujuan menjaga stabilitas ekonomi dan energi dalam negeri. Sebab, PLN tidak bisa seenaknya memutus aliran listrik di Tanah Air. Ketika bisnis dan perusahaan yang sangat penting bagi negara dimiliki oleh perusahaan swasta yang menawarkan produk serupa dengan PT PLN, hal itu mempengaruhi aliran ekonomi dan stabilitas pasokan energi dalam negeri. Juga, perusahaan swasta memiliki hak untuk mengatur volume penjualan. Di sisi lain, penelitian tentang praktik monopsoni menunjukkan bahwa praktik ini lebih banyak merugikan daripada menguntungkan. Kesenjangan antara produktivitas tenaga kerja dengan upah yang diterima sering disebut eksploitasi.

UU Persaingan Usaha UU no. 5 Tahun 1999 Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Tidak Sehat. Tujuan hukum adalah untuk melindungi pasar persaingan dari pengaruh perjanjian dan persekongkolan yang bertujuan untuk mengurangi atau menghilangkan persaingan. Fungsi utama hukum persaingan adalah untuk mempromosikan persaingan dan memperkuat kedaulatan konsumen. Meskipun negara tidak memiliki kekuatan untuk menetapkan harga barang, ia memungkinkan dan bahkan dalam kondisi tertentu memaksa negara untuk mengintervensi harga, ketika kenaikan harga terjadi sebagai akibat dari distorsi neto penawaran dan permintaan.

Pandangan tradisional tentang mekanisme pasar berdasarkan penawaran dan permintaan adalah bahwa dalam mekanisme pasar Islam didorong oleh

permintaan dan penawaran harus bersifat sukarela, tetapi tidak ada pihak yang dipaksa untuk berdagang di tingkat mana pun. Penilaian ajaran Islam tentang mekanisme pasar didasarkan pada ketentuan Allah bahwa agar mekanisme pasar berfungsi dengan baik dan membawa itikad baik bagi pelakunya, transaksi harus dilakukan dengan benar berdasarkan preferensi bersama. Menyimpang dari peraturan (Mukaromah & Wijaya, 2020)

Pelaku ekonomi (konsumen dan produsen) membutuhkan informasi dan pengetahuan yang akurat tentang harga produk dan input yang dijual agar konsumen tidak diperlakukan dengan harga yang berbeda oleh perusahaan yang berbeda. Praktek monopoli dan monopoli selalu menguntungkan pengusaha tetapi merugikan konsumen.

REFERENSI

- Adiwarman, K. (2007). *Ekonomi Mikro Islam*. PT Raja Grafindo.
- Aulia Annaisabiru E. (2018). *Ruang Guru*. Struktur Pasar: Pasar Persaingan Sempurna VS Pasar Persaingan Tidak Sempurna; Erlangga.
<https://www.ruangguru.com/blog/struktur-pasar-pasar-persaingan-sempurna-vs-pasar-persaingan-tidak-sempurna>
- Burhanudin, S. (2011). *Hukum Bisnis Syariah*. UII Press.
- Juanda, & Ali, H. (2022). Literature Review Hukum Bisnis : Monopoli Bisnis Dan Kerusakan Lingkungan. *Jurnal Ilmu Hukum Humaniora Dan Politik*, 2(2), 233–240.
- Malaka, M. (2014). Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha. *Jurnal Al-‘Adl*, 7(2), 139.
- Mukaromah, N. F., & Wijaya, T. (2020). Pasar Persaingan Sempurna Dan Pasar Persaingan Tidak Sempurna Dalam Perspektif Islam. *PROFIT: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 4(2), 1–16.
<https://doi.org/10.33650/profit.v4i2.1621>
- Munawwarah, E. (2021). Pasar Monopoli dalam Pandangan Islam. *Jurnal Citra Ekonomi*, 2(1), 93–99. <http://jurnal-citra-ekonomi.com/index.php/jurnalci/article/view/71>
- Ningsih, A. S. (2019). Implikasi Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat pada Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Penelitian Hukum De Jure*, 19(2), 207.
<https://doi.org/10.30641/dejure.2019.v19.207-215>
- Novizas, A., & Gunawan, A. (2021). Studi Kasus Analisa Ekonomi Atas Hukum Tentang Hukum Anti Monopoli Dan Persaingan Usaha. *Jurnal Magister Ilmu Hukum*, 2(1), 32. <https://doi.org/10.36722/jmih.v2i1.739>
- Rismond Masihor, E. R. P., & Lumintang, D. W. (2022). Kajian Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Monopoli Dan Monopsoni Menurut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. *Lex Crimen*, XI(2), 91–97.
- Sukirno, N. I., & Damayanti, A. (2018). Dampak Pendidikan Terhadap Produktivitas dan Upah: Bukti Empiris Pasar Monopsoni di Industri Manufaktur Indonesia. *JEKT*, 12, 223–239.
- Taufiqurrahman, M. (2020). Struktur Pasar Monopolistik. *Naskah Publikasi - Universitas Muhammadiyah Sidoarjo*, 1–18.
- Utomo, T. B. (2022). Perbandingan Pasar Monopoli. *ResearchGate*, November, 2–5.
<https://doi.org/10.13140/RG.2.2.34976.87048>