

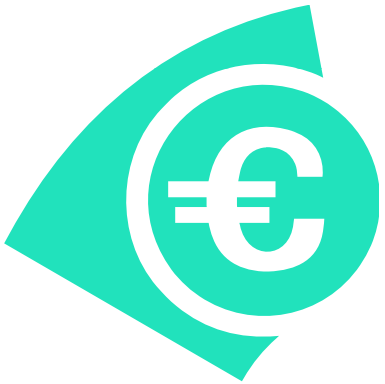
STRATEGI HARGA UNTUK PERUSAHAAN DENGAN PASAR YANG DIKUASAI



(Pricing strategies for firms with market power)

















Apa yang anda ketahui tentang harga?

Ingat : Keuntungan maksimum bila MR = MC

Contoh soal :

Fungsi demand suatu perusahaan **P = 10 – 2Q** , dan fungsi biaya (cost function) ; **C(Q) = 2Q.** Berapakah tigkat produksi dan harga yang dapat memaksimumkan laba (keuntungan yang maksimum)?

Jawab :

TR (Total Revenue) = **P*Q** = (10 – 2Q)Q = 10Q – $2Q^2$; maka MR = 10 – 4Q, dan Marginal Cost (MC) = 2 (Dari mana angka 2 didapat? Ingat kuliah yang lalu !!)

Keuntungan maksimum bila MR = MC ∴ 10 – 4Q = 2 → Q = 2

Sehingga P dapat dicari P = 10 – 2(2) = $ 6.

∴ Produksi (output) yang dapat memaksimumkan laba adalah **Q = 2**, dengan harga **P = $6.**

I. DASAR PENTAPAN HARGA SECARA SEDERHANA (MARK UP) DI PASAR MONOPOLY dan MONOPOLITIC COMPETITION.

$$MR = P\left[\frac{1+E_f}{E_f}\right] = MC$$

Dimana : $\mathbf{E_f}$ = adalah own- price elasticity demand dari produk yang dihasilkan oleh perusahaan, dan **MC** adalah marginal cost perusahaan . Dalam kurung adalah ***"optimal mark up factor"***

ATAU BILA DIBALIK (Untuk mencari harga yang optimal:

$$P = \left[\frac{E_f}{1+E_f}\right] MC \text{ atau dengan kata lain } P = (K)MC$$

K = Profit maximizing mark up factor

Contoh Soal :

Manajer toko pakaian memperkirakan elastisitas demand pakaian yang dijual = -4,1 . Maka faktor K –nya adalah : $K = \frac{-4,1}{(1-4,1)} = 1,32$

Harga yang dapat memaksimumkan laba adalah 1,32 kali dari marginal cost, yaitu : (P = 1.32) MC

Aturan (Kaidah) :

1. Makin elastis demand suatu produk → makin kecil keuntungan maksimumnya.
2. Makin tinggi marginal cost (MC) perusahaan → makin tinggi haga yang harus dibebankan kepada produknya agar laba maksimum

DASAR PENETAPAN HARGA SECARA SEDERHANA (MURK UP) DI PASAR COURNOT OLIGOPOLY

- MR = MC
- MR tergantung jumlah perusahaan yang ada di pasar
- Harus mencari dulu titik perpotongan reaction functionnya
- Rumus mencari harga : $$P = \left[\frac{N E_M}{1 + N E_M} \right] MC$$

1. **Makin elastis demand** pasar, makin dekat P max profit dengan MC
2. Makin banyak perusahaan yang beroperasi di pasar, P makin dekat dengan MC (N = ∞) → P = MC

Contoh soal lihat di hand out.

Strategi-strategi lain untuk meningkatkan laba, dengan mengekstrak *consumer surplus*:

A. Price Discrimination

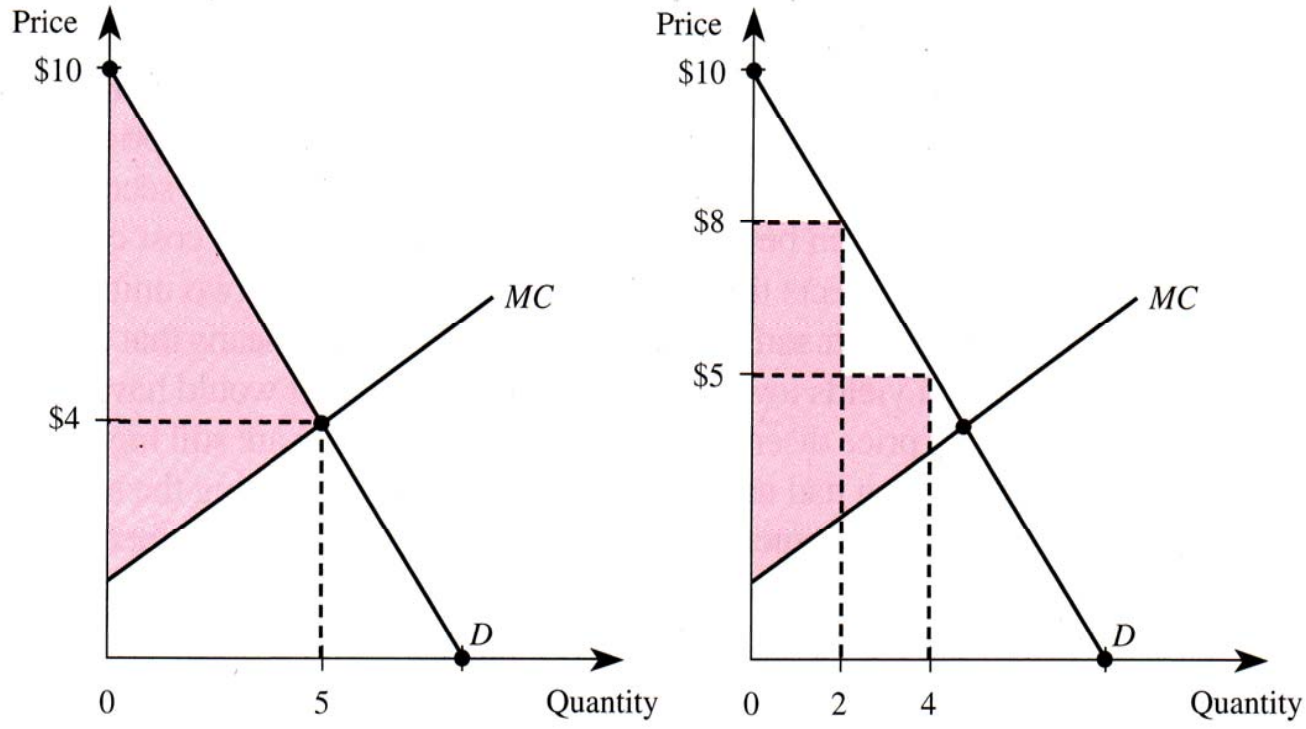
1. First degree price discrimination : harga beda untuk konsumen beda. Contoh : dokter, pengacara.
2. Second degree price discrimination : produk dibagi menjadi beberapa kelas. Contoh : PLN
3. Thrird degree price discrimination : konsumen dibagi menjadi 2 group. Harga rendah untuk konsumen yang lebih elastis. Contoh : discount di hotel/resto utk mahasiswa.

B. Two Part Pricing : ada beban fix fee untuk member. Contoh :club kebugaran, golf club.

C. Block Pricing : konsumen dipaksa membeli semua atau tidak membeli. Contoh : permen karet.

D. Comodity Bundling :berbagai produk dikemas, dijual dalam 1 harga. Contoh: paket wisata, komputer.

FIGURE 11–1 First- and Second-Degree Price Discrimination



(a) First-degree price discrimination

(b) Second-degree price discrimination

FIGURE 11–2 Comparisons of Standard Monopoly Pricing and Two-Part Pricing

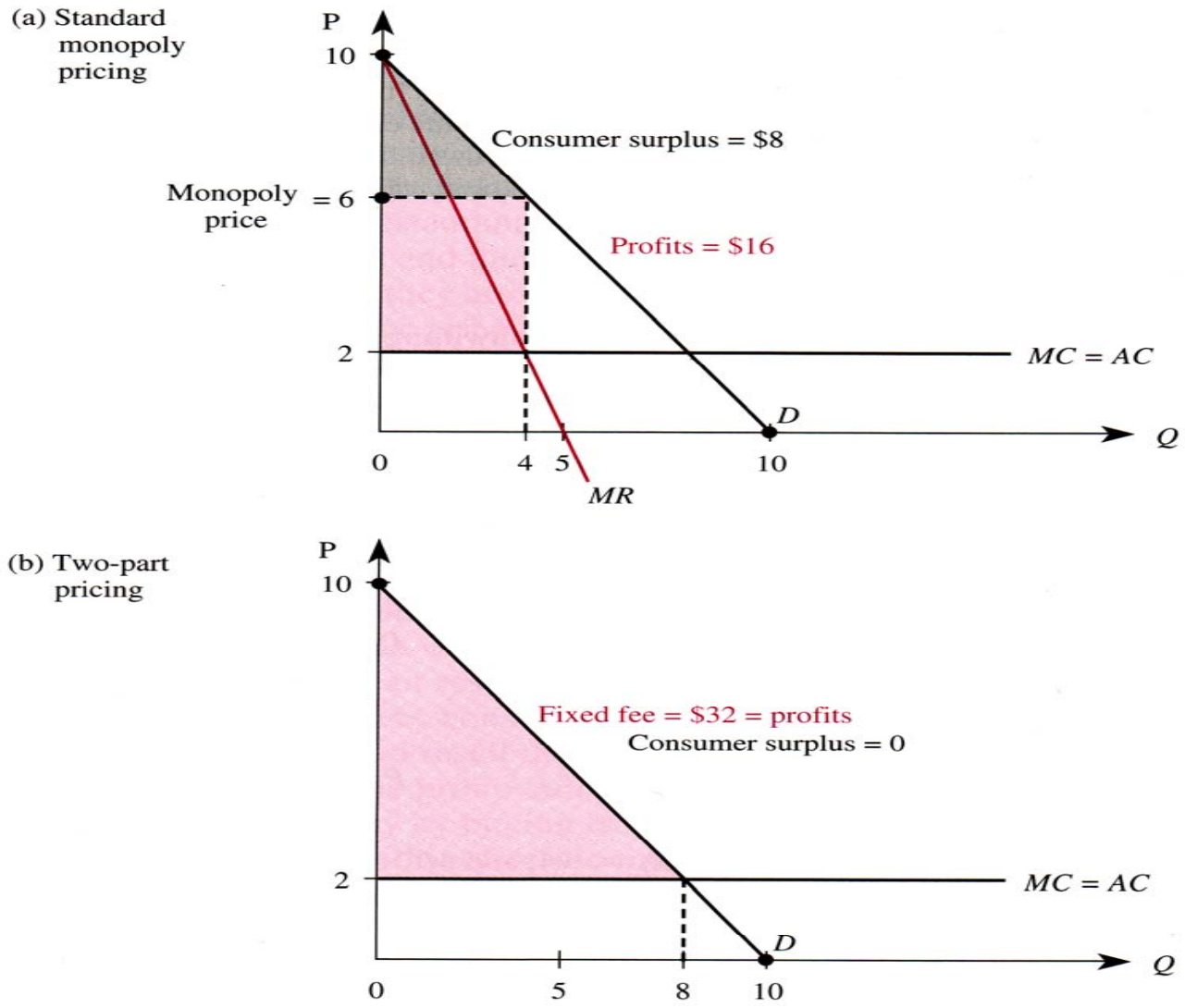


FIGURE 11–3 Block Pricing

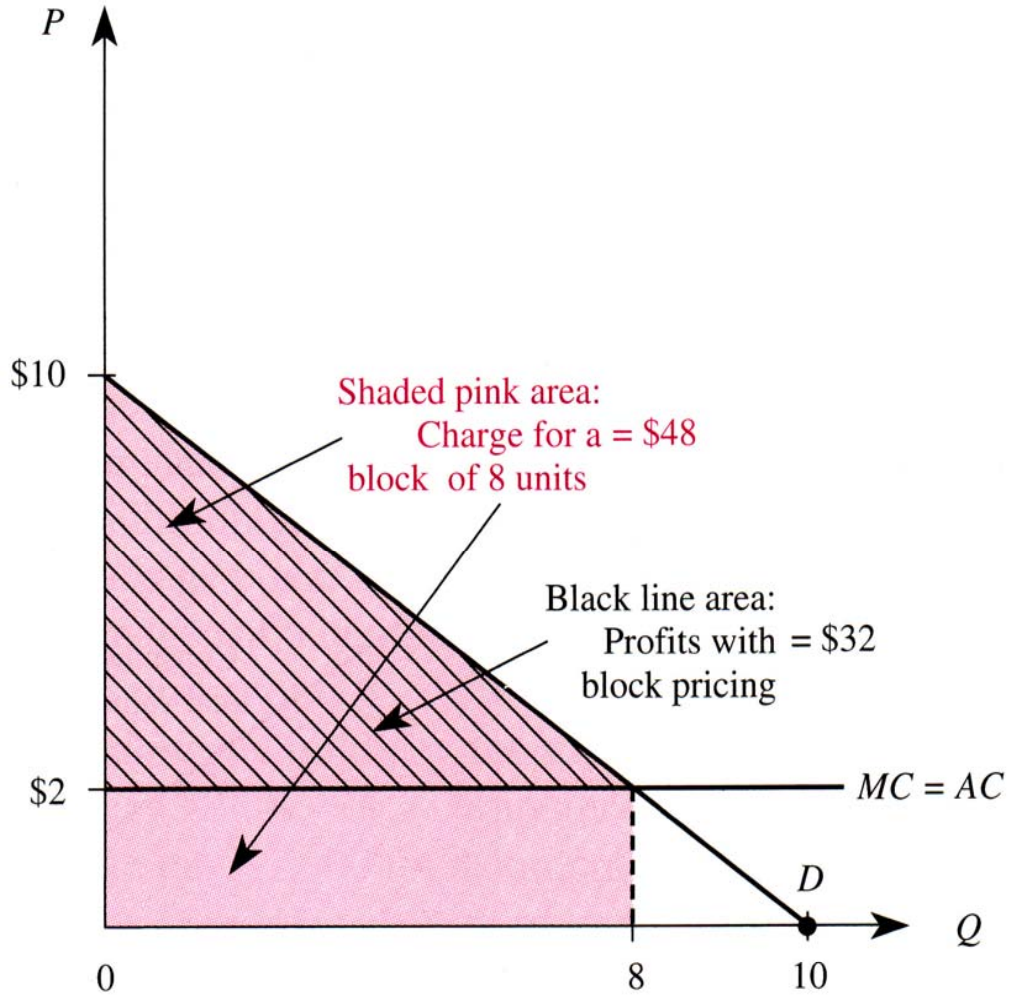
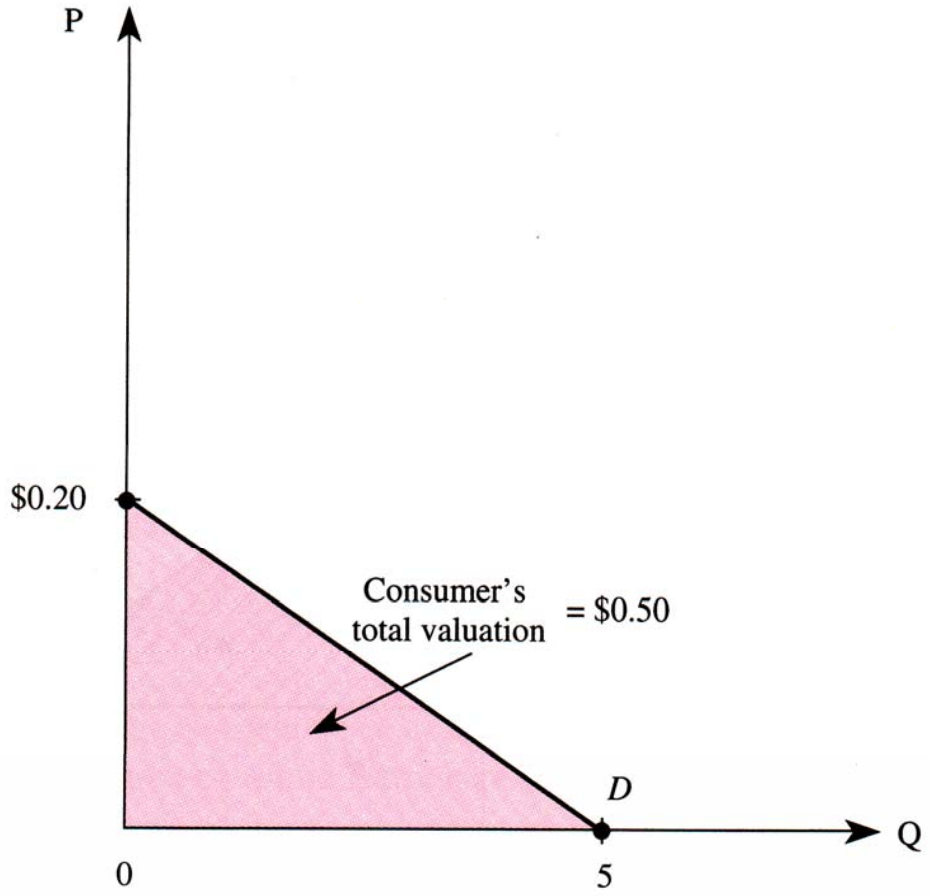


FIGURE 11–4 Optimal Block Pricing with Zero Marginal Cost



STRATEGI HARGA UNTUK STRUKTUR BIAYA DAN PERMINTAAN YANG KHUSUS

1. ***Peak load Pricing*** **(Harga untuk beban puncak)**

   Harga dibebankan pada waktu kapasitas sedang penuh **.**

   Contoh : PLN tarif mahal dr jam 18.00 – 22.00 , tiket pesawat

2. ***Cross subsidized (Subsidi silang)***

   Keuntungan satu produk dipakai utnuk mensubsidi produk lain.

3. ***Transfer pricing :***

   Harga dari satu bagian di suatu pabrik di transfer ke bagian berikutnya dengan tujuan untuk mengetahu efisiensi tiap bagiani

FIGURE 11–5 Peak-Load Pricing

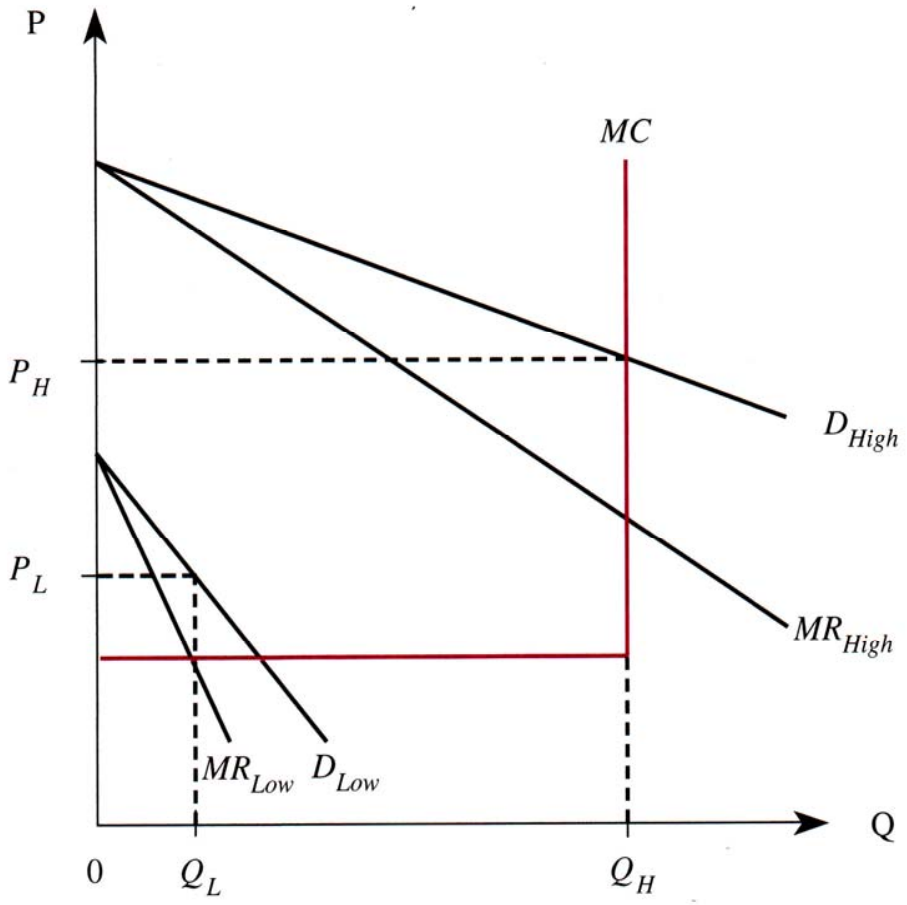
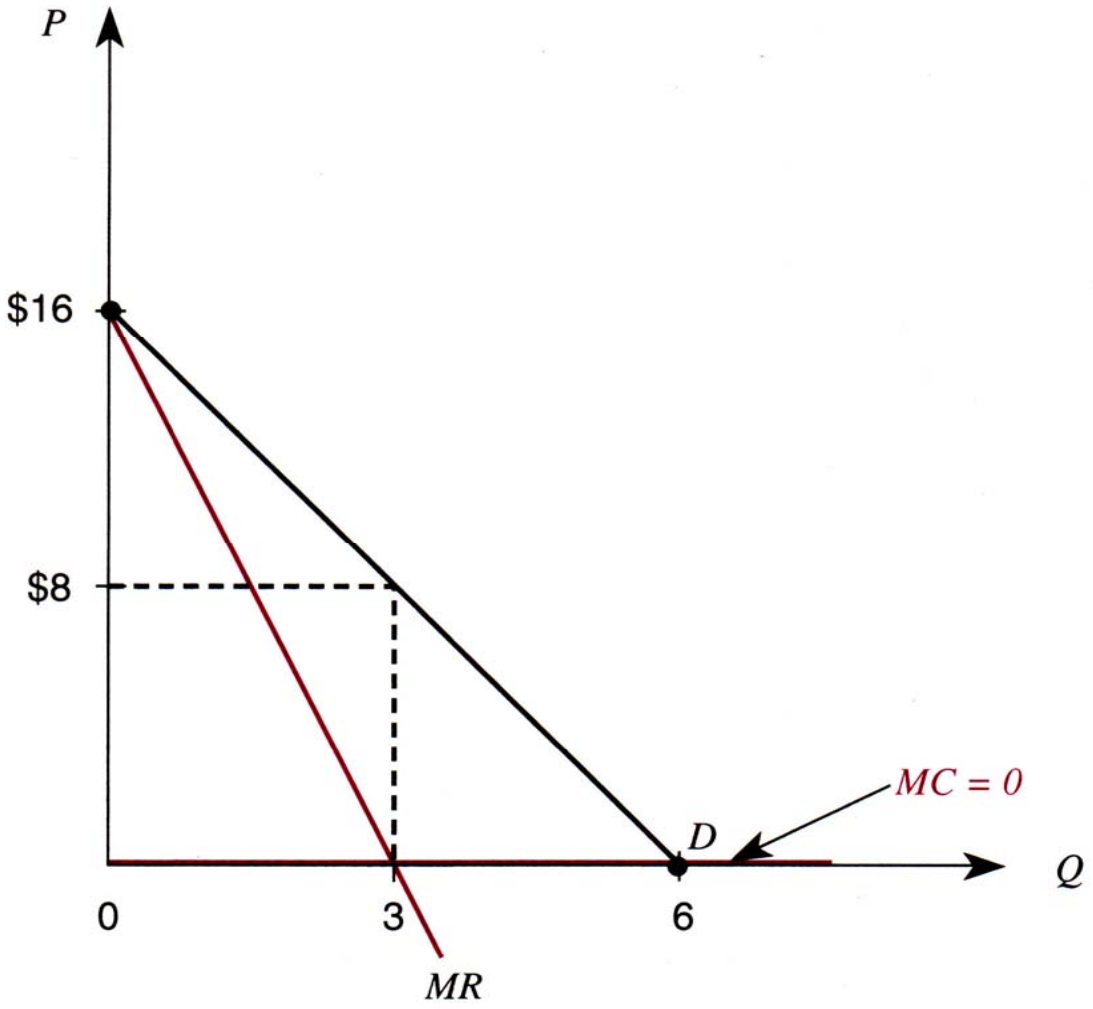


FIGURE 11–6 The Disneyland Dilemma



SELAMAT UJIAN AKHIR SEMESTER



Thank You

SEMOGA SUKSES