

Skala Ekonomis, Persaingan Tak Sempurna dan Perdagangan Int'l

Presented by Didi Rahmat, SE., MM.
Created by Hijrah Wahyudi, SE., MM.

Skala Ekonomis dan Perdagangan Int'l

Model-model keunggulan komparatif didasarkan pada asumsi “imbalan tetap mengikuti skala” (*constant returns to scale*).

Artinya, diasumsikan bahwa jika input untuk suatu industri dilipatduakan, output industri tersebut juga akan berlipat dua.

Namun, dalam kenyataan banyak industri dicirikan oleh skala ekonomis, sehingga produksi lebih efisien dengan semakin besar skala produksinya.

Jika terdapat skala ekonomis, pelipatduaan input yang digunakan oleh suatu industri akan meningkatkan produksi industri tersebut lebih dari dua kali lipat.

Skala Ekonomis dan Perdagangan Int'l

Hubungan antara input dan output di suatu industri hipotesis

Output	Jumlah input naker	Input naker rata2
5	10	2,00
10	15	1,50
15	20	1,33
20	25	1,25
25	30	1,20
30	35	1,26

Untuk memproduksi 10 output diperlukan 15 jam kerja, sedangkan untuk memproduksi 25 output diperlukan 30 jam kerja.

Adanya skala ekonomis bisa dilihat dari kenyataan bahwa dengan melipatduakan input naker dari 15 menjadi 30 jam kerja menyebabkan output industri meningkat lebih dari dua kali lipat (2,5x).

Sama halnya, keberadaan skala ekonomis bisa dilihat dengan mengamati rata2 jumlah naker yang dikerahkan untuk menghasilkan setiap unit output: jika output hanya 5 unit, rata2 input naker ialah 2 jam, sedangkan jika outputnya 25 unit rata2 input naker turun menjadi 1,2 jam.

Skala Ekonomis dan Perdagangan Int'l

Bagaimana perdagangan int'l masuk?

Konsumen di setiap negara akan tetap mengkonsumsi beragam barang. Andaikan industri A akhirnya berlokasi di negara 1 dan industri B di negara 2; lantas konsumen barang2 di negara 1 harus membeli barang tersebut dengan mengimpornya dari negara 2, sementara konsumen barang A di negara 2 harus mengimpornya dari negara 1.

Perdagangan int'l memegang peranana penting, yaitu :

- perdagangan memungkinkan setiap negara menghasilkan variasi barang yang terbatas dan meraih keunggulan skala ekonomis tanpa mengorbankan keragaman konsumsinya;
- perdagangan int'l akan meningkatkan keragaman barang yang tersedia.

Setiap negara mengkhususkan diri dalam memproduksi barang2 tertentu saja, yang memungkinkannya memproduksi barang2 tersebut lebih efisien daripada ika negara yang bersangkutan memproduksi sendiri segalanya; perekonomian2 yang berspesialisasi ini selanjutnya berdagang satu sama lain agar dapat mengkonsumsi seluruh jenis barang.

Skala Ekonomis dan Struktur Pasar

Skala ekonomis eksternal :

Kondisi ini terjadi bila biaya per unit tergantung pada besarnya industri, bukan pada besarnya satu perusahaan.

Contoh :

Suatu industri mulanya terdiri dari 10 perusahaan, masing2 menghasilkan 100 output. Kemudian ukuran industri tersebut berlipat dua, sehingga menjadi 20 perusahaan, masing2 menghasilkan 100 output.

Apabila kondisi tersebut meningkatkan efisiensi produksi, maka terdapat skala ekonomis eksternal dikarenakan oleh efisiensi perusahaan2 meningkat karena industrinya lebih besar, sekalipun setiap perusahaan ukurannya sama dengan sebelumnya.

Skala Ekonomis dan Struktur Pasar

Skala ekonomis internal :

Kondisi ini terjadi bila biaya per unit tergantung pada satu perusahaan, bukan pada besarnya industri.

Contoh :

Suatu industri mulanya terdiri dari 10 perusahaan, masing2 menghasilkan 100 output. Kemudian ukuran industri susut separuh, sehingga setiap perusahaan masing2 menghasilkan 200 output.

Apabila kondisi tersebut meningkatkan efisiensi produksi, maka terdapat skala ekonomis internal dikarenakan oleh efisiensi perusahaan2 meningkat suatu perusahaan lebih efisien jika outputnya lebih banyak.

Skala Ekonomis dan Struktur Pasar

Baik skala ekonomis eksternal maupun internal merupakan penyebab penting terjadinya perdagangan int'l.

Namun, penelitian terbaru mengenai peranan skala ekonomis dalam perdagangan menitikberatkan pada skala ekonomis internal, karena :

1. Lebih mudah diidentifikasi dalam praktek dibandingkan dengan skala ekonomis eksternal
2. Model perdagangan dengan skala ekonomis internal lebih sederhana untuk dikembangkan

Teori Persaingan Tak Sempurna

Di pasar persaingan sempurna, perusahaan2 tak bisa mempengaruhi harga (*price-taker*). Artinya penjual barang yakin bahwa mereka dapat menjual sebanyak mungkin yang mereka kehendaki pada harga yang berlaku, dan tidak dapat mempengaruhi harga yang mereka terima atas produk yang mereka jual.

Dalam pasar persaingan tak sempurna (*imperfect competition*), perusahaan2 sadar bahwa mereka dapat mempengaruhi harga produk2 mereka, dan bahwa mereka dapat menjual lebih banyak hanya dengan menurunkan harga produk2nya.

Jika perusahaan tak dapat mempengaruhi harga, maka perlu dikembangkan perangkat analisis tambahan untuk menjelaskan bagaimana perusahaan2 berperilaku, misalnya dengan mengamati pasar monopoli murni, dimana satu perusahaan tak menghadapi pesaing.

Teori Persaingan Tak Sempurna

Persaingan Monopolistik

Dalam model ini ditetapkan dua asumsi, yaitu ;

1. Setiap perusahaan dianggap mampu membedakan produknya dari produk2 pesaingnya. Artinya konsumen tidak akan berbondong2 membeli produk2 perusahaan lain karena perbedaan harga yang tipis. *Product differentiation* menjamin bahwa setiap perusahaan memiliki monopoli dalam produk yang khas di dalam suatu industri, dan karena itu agak terisolasi dari persaingan.
2. Setiap perusahaan menganggap harga yang ditetapkan oleh para pesaingnya sebagai sesuatu yang tetap, artinya mengabaikan dampak harga yang ditetapkannya terhadap harga perusahaan2 lain.

Adakan industri2 persaingan monopolistik dalam dunia nyata???????

Dumping

Dalam pasar persaingan tak sempurna, perusahaan2 kadangkala menetapkan satu harga untuk suatu barang jika barang tersebut diekspor dan harga yang berbeda untuk barang yang sama jika barang tersebut dijual di pasar domestik.

Secara umum, praktek pengenaan harga yang berbeda untuk konsumen yang berbeda disebut diskriminasi harga (*price discrimination*).

Bentuk paling umum dari diskriminasi harga dalam perdagangan int'l ialah *DUMPING*, yaitu praktek penetapan harga dimana perusahaan mengenakan harga yang lebih rendah untuk barang2 yang diekspor dibandingkan dengan yang dijual di pasar domestik.

Dumping

Praktek *dumping* merupakan persoalan kontroversial dalam kebijakan perdagangan, yang dianggap sebagai praktek “curang” dan karena itu harus diatur secara khusus dan dihukum.

Tidak ada pembenaran ekonomi yang baik yang menganggap *dumping* secara khusus merugikan, tetapi hukum perdagangan AS melarang perusahaan2 asing melakukan *dumping* di pasar mereka dan secara otomatis akan dikenakan tarif jika praktek *dumping* betul2 terbukti.

Dumping dapat terjadi hanya jika dua kondisi dipenuhi, yaitu :

1. Industri harus berbentuk persaingan tak sempurna, sehingga perusahaan dapat menetapkan harga dan bukan menerima harga pasar.
2. Pasar harus tersegmentasi, sehingga penduduk domestik tidak dapat dengan mudah membeli barang2 yang ditujukan untuk ekspor.