

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Oligopoli adalah Organisasi pasar dengan n penjual suatu komoditi yang sejenis (relasi tertutup), dan $n > 2$. Pasar oligopoli ini muncul karena adanya beberapa alasan yang sama dari para penjual, yaitu : adanya skala ekonomis, pengendalian atas sumber bahan baku, adanya hak paten suatu komoditi tertentu dan hak monopoli Pemerintah. Dengan adanya alasan-alasan tersebut, maka pasar oligopoli ini pada umumnya terdapat pada sektor industri manufaktur dalam perekonomian modern, sehingga adanya suatu sifat saling ketergantungan antara penjual satu dengan penjual lainnya menjadi suatu ciri khusus yang membedakan pasar oligopoli dengan bentuk pasar lainnya. Sebagian besar analisa mengenai oligopoli sampai kini masih mengacu pada periode jangka pendek, yaitu bagaimana seorang oligopolist dapat memperoleh laba, atau mencapai kondisi kembali modal bahkan mengalami kerugian.

Berdasarkan uraian diatas maka skripsi ini akan memandang atau membahas oligopoli ke dalam bentuk permainan yang kemudian dikenal dengan nama Permainan Pemasaran. Yang pada dasarnya permainan pemasaran ini didasari oleh bentuk permainan normal atau bentuk permainan n -orang.

Permainan Pemasaran yang dibahas dalam skripsi ini adalah Permainan Pemasaran model *Edgeworth*, yaitu Edgeworth mengasumsikan bahwa hanya terdapat dua komoditi yang diper-

dagangkan dalam pasar Oligopoli. Dari model Permainan Pemasaran inilah yang akan menjadi dasar pemecahan masalah oligopoli.

1.2. TUJUAN

Tujuan dari pembahasan skripsi ini adalah bagaimana mencari titik kesetimbangan dari permainan, yaitu titik yang menyatakan setiap pemain atau penjual akan mendapatkan keuntungan yang maksimal dengan menggunakan strategi yang optimal pula, serta menganalisa fluktuasi harga yang terjadi didalam pasar oligopoli tersebut.

1.3. PERMASALAHAN

Karena sifat saling ketergantungan dalam pasar oligopoli ini, maka tindakan setiap penjual akan mempengaruhi penjual lain. Sehingga perlu dibuat beberapa asumsi mengenai harga komoditi dari masing-masing penjual dan bagaimana suatu penjual akan memilih atau membentuk koalisi dengan penjual lain, sehingga mencapai titik kesetimbangan yang maksimum.

1.4. PEMECAHAN MASALAH

Untuk mencari titik kesetimbangan dari permainan ini, digunakan suatu metode grafik atau yang dikenal dengan metode *Swatika*. Dan untuk menganalisa fluktuasi harga dari suatu komoditi, digunakan solusi permainan bentuk normal.

1.5. SISTEMATIKA PENULISAN

Sistimatika penulisan skripsi ini dibagi menjadi tiga bagian yaitu, bagian yang pertama adalah Pendekatan Teori Permainan Pemasaran dan Oligopoli, yang didalamnya akan dibahas :

1. Fungsi Utiliti.
2. Permainan Bentuk Normal
3. Permainan Tanpa Kerja Sama
4. Permainan Dengan Kerja Sama
5. Contoh Soal

Dan pada bagian yang kedua adalah Teori Permainan Pemasaran dan Oligopoli, yang didalamnya akan dibahas :

1. Permainan Pemasaran.
2. Duopoli dan oligopoli.
3. Contoh Soal.

Dan pada bagian yang ketiga adalah Kesimpulan dari Permainan Pemasaran dan Olgopoli.