



Pengaruh Jumlah Pelaku Usaha Terhadap Stabilitas Harga Dalam Model Oligopoli

¹Ariel Muhammad Jadhi Sembiring , ²Bona Vintura Suyana Pandiangan , ³Gresia Apriyani ,

⁴Siti Sarah Tumangger , ⁵Sri Ramadhani Siregar .

¹²³⁴⁵Universitas Negeri Medan, Sumatera Utara, Indonesia.

Email: ¹ariellsembiring@gmail.com, ²suyanapandiangan@gmail.com,

³gresiaapriyani@gmail.com, ⁴sitisarah0975@gmail.com, ⁵sriramadhanisrg131006@gmail.com.

INFORMASI ARTIKEL

Kata kunci: *Oligopoli, Stabilitas Harga, Jumlah Pelaku Usaha, Model Cournot, Model Bertrand, Struktur Pasar.*

©2025 Ariel

Muhammad Jadhi Sembiring, dkk. This

is an open-access article under the This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

[Attribution-](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

[NonCommercial-](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

[ShareAlike 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

[International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh jumlah pelaku usaha terhadap stabilitas harga dalam struktur pasar oligopoli. Dalam pasar oligopoli, interaksi antar pelaku usaha memiliki peran penting dalam menentukan harga. Jumlah pelaku usaha yang sedikit cenderung menciptakan ketidakstabilan harga akibat strategi persaingan yang saling bergantung, termasuk potensi kolusi atau reaksi harga yang agresif. Sebaliknya, ketika jumlah pelaku usaha meningkat, persaingan menjadi lebih ketat dan kecenderungan harga untuk menjadi lebih stabil pun meningkat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui studi literatur serta analisis teori ekonomi mikro menggunakan model Cournot dan Bertrand. Hasil kajian menunjukkan bahwa struktur pasar sangat menentukan pola pembentukan harga, di mana jumlah pelaku usaha menjadi variabel penting dalam menciptakan efisiensi pasar dan stabilitas harga. Selain itu, interdependensi strategis antar perusahaan menjelaskan fenomena kekakuan harga (sticky price) dan fluktuasi ekstrem dalam pasar oligopoli. Temuan ini memberikan kontribusi terhadap pemahaman dinamika oligopoli serta implikasi kebijakan dalam mengatur struktur pasar yang lebih sehat dan kompetitif. Penelitian ini juga merekomendasikan pentingnya regulasi untuk meningkatkan jumlah pelaku usaha agar mendorong terciptanya iklim persaingan yang adil dan harga yang stabil demi melindungi kepentingan konsumen secara luas.

Submitted: 05-06-2025. Revision: 03-12-2025. Approved: 10-12-2025. Published: 25-12-2025

1. PENDAHULUAN

Pasar merupakan tempat terjadinya interaksi antara penjual dan pembeli yang saling memengaruhi dalam menentukan harga dan jumlah barang atau jasa. Salah satu bentuk struktur pasar yang memiliki pengaruh besar terhadap kestabilan harga adalah pasar oligopoli, yakni pasar yang dikuasai oleh sedikit pelaku usaha (produsen) namun memiliki kekuatan besar dalam menentukan harga. Dalam kondisi ini, perilaku satu perusahaan tidak dapat dilepaskan dari strategi yang diambil oleh pesaing-pesaingnya, sehingga setiap keputusan, terutama yang berkaitan dengan harga, sangat dipengaruhi oleh ekspektasi terhadap reaksi kompetitor.

Menurut Mankiw (2012), oligopoli adalah struktur pasar di mana hanya terdapat beberapa perusahaan yang mendominasi pasar dan saling memengaruhi dalam pengambilan keputusan, khususnya dalam hal penetapan harga dan kuantitas output. Sementara itu, Samuelson dan

Nordhaus (2001) menekankan bahwa dalam pasar oligopoli, harga tidak hanya ditentukan oleh permintaan dan penawaran, melainkan juga oleh strategi-strategi kompetitif seperti kolusi, penetapan harga predatori, dan diferensiasi produk.

Salah satu karakter khas dari oligopoli adalah adanya interdependensi antar pelaku usaha. Ketika satu perusahaan menurunkan harga, perusahaan lain cenderung merespons dengan strategi yang serupa, sehingga dapat memicu ketidakstabilan harga yang tidak selalu didasarkan pada kondisi pasar yang rasional. Hal ini sejalan dengan pendapat Stigler (1964) yang menyatakan bahwa dalam pasar oligopoli, ketidakpastian terhadap reaksi pesaing menjadikan perusahaan lebih berhati-hati dalam menetapkan harga, yang dapat menyebabkan harga menjadi kaku (*price rigidity*) atau justru fluktuatif secara ekstrem. ([Stigler, 1964](#))

Jumlah pelaku usaha dalam pasar oligopoli menjadi variabel penting dalam memengaruhi dinamika harga. Ketika pelaku usaha sangat terbatas, dominasi pasar dan potensi manipulasi harga meningkat, sehingga kestabilan harga terganggu. Sebaliknya, meningkatnya jumlah pelaku usaha memperkuat intensitas persaingan, menurunkan kekuatan pasar individual, dan mendorong harga mendekati biaya marginal menciptakan pasar yang lebih efisien dan stabil ([Tirole, 1988; Carlton & Perloff, 2015](#)). Penelitian empiris seperti yang dilakukan oleh Hairani & Efendi (2024) dan Lestari (2021) juga mengindikasikan bahwa ketimpangan jumlah pelaku usaha dalam sektor oligopolistik berkontribusi terhadap ketidakpastian harga dan melemahnya daya beli masyarakat.

Faktor penting yang belum banyak dieksplorasi secara rinci adalah pengaruh jumlah pelaku usaha terhadap kestabilan harga tersebut. Ketika pelaku usaha sangat sedikit, kekuatan pasar cenderung terkonsentrasi, yang membuka peluang terjadinya kolusi atau dominasi harga oleh satu atau dua perusahaan besar. Dalam kondisi ini, harga dapat menjadi sangat fluktuatif atau tidak mencerminkan biaya produksi secara efisien. Sebaliknya, peningkatan jumlah pelaku usaha diyakini dapat memperkuat mekanisme persaingan pasar, sehingga harga menjadi lebih stabil dan efisien. ([Diki, 2024](#))

Model-model ekonomi seperti model Cournot dan model Bertrand banyak digunakan untuk menggambarkan perilaku perusahaan dalam pasar oligopoli. Dalam model Cournot, perusahaan bersaing dalam kuantitas output, sementara dalam model Bertrand, persaingan terjadi dalam aspek harga. Kedua model tersebut menunjukkan bahwa perubahan jumlah pelaku usaha berdampak langsung pada keseimbangan pasar, baik dari sisi harga maupun jumlah produksi. Tirole (1988) dalam karyanya *The Theory of Industrial Organization*, menjelaskan bahwa keseimbangan Cournot dan Bertrand sangat sensitif terhadap jumlah pelaku pasar, dan dalam banyak kasus, peningkatan jumlah pelaku usaha dapat menekan harga ke arah biaya marginal, sebagaimana terjadi pada pasar persaingan sempurna.

Urgensi penelitian ini semakin meningkat mengingat banyak sektor industri di Indonesia seperti industri semen, otomotif, telekomunikasi, dan bahan bakar menunjukkan karakteristik pasar yang cenderung oligopolistik. Dalam struktur pasar yang didominasi oleh segelintir pelaku usaha, risiko ketidakstabilan harga menjadi lebih tinggi. Kondisi ini dapat memicu terjadinya kenaikan harga yang tidak wajar atau perang harga yang berkepanjangan, yang pada akhirnya berpotensi merugikan konsumen serta mengganggu kestabilan ekonomi nasional. ([Wulandari et al., 2024](#))

Penelitian ini berfokus pada analisis konseptual pengaruh jumlah pelaku usaha terhadap stabilitas harga dalam pasar oligopoli dengan pendekatan kualitatif deskriptif berbasis literatur. Dua model utama dalam teori organisasi industri, yakni model Cournot dan Bertrand, digunakan sebagai kerangka analisis untuk memahami hubungan tersebut. Kontribusi utama penelitian ini adalah memberikan pemahaman mendalam mengenai mekanisme pasar oligopoli dalam konteks Indonesia serta menawarkan wawasan kebijakan untuk mendorong persaingan sehat dan melindungi konsumen. Temuan ini diharapkan dapat memperkaya literatur ekonomi mikro, khususnya dalam kajian struktur pasar, sekaligus menjadi acuan bagi pengambil kebijakan dalam menyusun regulasi industri yang lebih adil dan berdaya saing.

a. Struktur Pasar

Struktur pasar merupakan bentuk atau tipe pasar yang diklasifikasikan berdasarkan jumlah pelaku usaha, tingkat persaingan, serta kemampuan masing-masing pelaku dalam memengaruhi harga pasar. Dalam konteks oligopoli, pasar didominasi oleh beberapa perusahaan besar yang saling bergantung dalam pengambilan keputusan, khususnya terkait penetapan harga dan output (Nicholson & Snyder, 2011).

Struktur pasar memberikan gambaran mengenai bagaimana interaksi antara pelaku usaha memengaruhi kondisi persaingan. Semakin sedikit pelaku yang terlibat dalam suatu pasar, semakin besar kemungkinan adanya kekuatan pasar yang dikendalikan oleh segelintir perusahaan. Hal ini dapat memengaruhi proses pembentukan harga dan distribusi barang atau jasa kepada konsumen. (Aulia, 2025)

Pemahaman terhadap struktur pasar penting dalam menganalisis efisiensi pasar dan dampaknya terhadap kesejahteraan konsumen. Dalam struktur pasar oligopolistik, keputusan setiap perusahaan tidak dapat dibuat secara independen karena bergantung pada tindakan pesaing. Maka dari itu, struktur ini menciptakan dinamika persaingan yang lebih kompleks dan sering kali membutuhkan pendekatan strategis dari pelaku pasar maupun pengambil kebijakan. (Zaky Raihan, dkk. 2023)

b. Pasar Oligopoli

Oligopoli adalah struktur pasar di mana hanya terdapat beberapa pelaku usaha dominan yang menguasai sebagian besar pangsa pasar. Karakter utama dari pasar ini adalah adanya interdependensi antar pelaku usaha, artinya keputusan harga atau output dari satu perusahaan akan memengaruhi keputusan perusahaan lainnya (Mankiw, 2014). Dalam situasi ini, strategi bersaing tidak hanya didasarkan pada efisiensi produksi, tetapi juga pada prediksi reaksi dari pesaing.

Keunikan dari pasar oligopoli terletak pada tingginya tingkat ketidakpastian dan kebutuhan akan perencanaan strategis. Karena adanya ketergantungan antar perusahaan, tindakan seperti penurunan harga oleh satu pelaku dapat memicu respons serupa dari pesaing, sehingga menciptakan perang harga. Sebaliknya, kecenderungan untuk berkoordinasi atau melakukan kolusi juga lebih tinggi dibandingkan struktur pasar lainnya. (Ananda et al., 2024)

Implikasi dari struktur oligopoli sangat penting untuk kebijakan publik. Pemerintah dan otoritas persaingan usaha perlu mengawasi perilaku pelaku pasar agar tidak merugikan konsumen. Dengan memahami karakteristik oligopoli, pembuat kebijakan dapat merancang regulasi yang mendorong persaingan sehat serta melindungi kepentingan masyarakat secara luas. (Syiaiful Anwar & Tasdik Mubarak, 2019)

c. Jumlah Pelaku Usaha dan Stabilitas Harga

Jumlah pelaku usaha dalam pasar oligopoli memiliki peran penting terhadap stabilitas harga. Dalam kondisi jumlah pelaku yang sedikit, kecenderungan untuk melakukan kolusi atau persaingan harga yang agresif meningkat, sehingga harga cenderung fluktuatif dan tidak stabil. Sebaliknya, dengan bertambahnya jumlah pelaku usaha, intensitas persaingan meningkat dan peluang kolusi berkurang, sehingga harga menjadi lebih kompetitif dan stabil (Carlton & Perloff, 2015).

Ketika hanya sedikit pelaku yang menguasai pasar, mereka cenderung memiliki kekuatan pasar yang besar dan mampu menetapkan harga yang menguntungkan bagi mereka. Situasi ini dapat menimbulkan ketimpangan dalam distribusi keuntungan serta menekan daya beli konsumen. Dalam beberapa kasus, pelaku usaha bahkan dapat terlibat dalam pengaturan harga secara terselubung, yang tentu saja merugikan konsumen dan merusak prinsip keadilan ekonomi. (Putri et al., 2025)

Sebaliknya, meningkatnya jumlah pelaku usaha membawa dampak positif bagi efisiensi dan transparansi pasar. Dengan lebih banyak perusahaan yang berkompetisi, konsumen akan memiliki lebih banyak pilihan, harga menjadi lebih terjangkau, dan inovasi produk semakin berkembang. Oleh karena itu, jumlah pelaku usaha yang ideal dapat menjadi indikator penting

dalam menciptakan iklim usaha yang sehat dan harga yang stabil di pasar oligopolistik. ([Dwi Nur Lestari, 2021](#))

d. Model Cournot

Model Cournot adalah model persaingan oligopoli di mana setiap perusahaan menentukan kuantitas output yang akan diproduksi secara simultan, dengan asumsi bahwa perusahaan lain tidak akan mengubah outputnya. Dalam model ini, harga ditentukan oleh total output di pasar. Ketika jumlah pelaku usaha meningkat, output kolektif mendekati hasil dari pasar persaingan sempurna, dan harga menjadi lebih stabil (Varian, 2010).

Model ini menunjukkan bagaimana keputusan produksi dari satu perusahaan bergantung pada ekspektasinya terhadap output pesaing. Karena perusahaan menganggap output pesaing tetap, mereka akan menyesuaikan produksinya untuk memaksimalkan keuntungan. Ketika semua perusahaan melakukan hal yang sama, tercapai suatu keseimbangan yang disebut Nash Equilibrium, di mana tidak ada satu pun perusahaan yang dapat meningkatkan keuntungannya dengan mengubah output secara sepihak.

Kelebihan model Cournot terletak pada kemampuannya menjelaskan dinamika kuantitas dalam pasar oligopoli serta implikasinya terhadap harga. Ketika jumlah perusahaan meningkat, kekuatan pasar individu melemah, sehingga output mendekati efisiensi persaingan sempurna. Ini menunjukkan bahwa penambahan pelaku usaha dalam struktur pasar oligopoli dapat menjadi mekanisme alami untuk menciptakan kestabilan harga dan efisiensi alokasi sumber daya. ([Hanyang Li, dkk, 2024](#))

e. Model Bertrand

Model Bertrand menggambarkan situasi di mana perusahaan bersaing dalam penetapan harga, bukan output. Dalam model ini, setiap perusahaan mengasumsikan harga pesaing tetap, dan berusaha menawarkan harga yang lebih rendah untuk menarik konsumen. Ketika jumlah pelaku meningkat, harga pasar cenderung turun hingga mendekati biaya marginal, menciptakan stabilitas harga seperti dalam pasar persaingan sempurna ([Tirole, 1988](#)).

Berbeda dengan model Cournot yang menekankan kuantitas, model Bertrand lebih realistis dalam pasar yang produk-produknya homogen dan konsumen sangat sensitif terhadap harga. Dalam kondisi seperti ini, perusahaan memiliki insentif kuat untuk menurunkan harga demi merebut pangsa pasar. Proses ini mendorong harga menjadi sangat kompetitif bahkan bisa mencapai titik di mana tidak ada keuntungan ekonomi jangka panjang bagi pelaku usaha.

Implikasi model Bertrand sangat penting dalam kebijakan pengawasan pasar, karena persaingan harga yang ekstrem dapat menguntungkan konsumen dalam jangka pendek namun merugikan stabilitas industri dalam jangka panjang. Namun, dalam praktiknya, model ini jarang sepenuhnya terealisasi karena banyak faktor seperti diferensiasi produk, biaya switching konsumen, atau hambatan masuk pasar yang dapat menghambat kompetisi murni berbasis harga. ([Limin Zhang, 2023](#))

f. Stabilitas Harga dalam Oligopoli

Stabilitas harga dalam pasar oligopoli dipengaruhi oleh strategi yang diambil pelaku usaha, seperti kolusi diam-diam (tacit collusion) atau price leadership. Namun, semakin banyak pelaku usaha yang terlibat, semakin sulit untuk mempertahankan koordinasi atau kolusi, yang pada akhirnya mendorong terciptanya harga yang lebih stabil dan mencerminkan mekanisme pasar yang efisien.

Stabilitas harga menjadi salah satu karakteristik khas dari pasar oligopoli. Meskipun perusahaan memiliki kekuatan pasar yang besar, mereka cenderung tidak sering mengubah harga karena khawatir akan respons negatif dari pesaing. Dalam banyak kasus, harga menjadi "kaku" (sticky price), dan perusahaan lebih memilih bersaing melalui promosi, peningkatan layanan, atau inovasi produk daripada melalui perubahan harga langsung.

Namun demikian, ketika struktur pasar berubah dan jumlah pelaku bertambah, koordinasi harga menjadi sulit dijaga. Ketidakmampuan untuk melakukan kolusi atau memimpin harga mendorong terbentuknya harga yang lebih dinamis dan kompetitif. Hal ini secara tidak langsung memperkuat mekanisme pasar, menciptakan kestabilan yang berasal dari persaingan terbuka, bukan dari kesepakatan tersembunyi di antara pelaku usaha dominan. (Fatma Hairani & Bakhtiar Efendi, 2024)

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi literatur (library research) sebagai dasar utama dalam menganalisis pengaruh jumlah pelaku usaha terhadap stabilitas harga dalam struktur pasar oligopoli. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini lebih menitikberatkan pada pemahaman konseptual dan teori-teori ekonomi mikro serta model persaingan oligopoli daripada pengolahan data kuantitatif atau statistik. Metode deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran yang sistematis, rinci, dan objektif mengenai hubungan antara jumlah pelaku usaha dan dinamika harga yang terjadi dalam pasar oligopoli.

Data yang dianalisis dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang diperoleh melalui kajian pustaka dari berbagai sumber akademik dan ilmiah. Sumber data mencakup buku teks ekonomi mikro dan organisasi industri, artikel jurnal nasional maupun internasional yang membahas teori dan fenomena oligopoli, serta dokumen-dokumen regulasi dan laporan dari lembaga pengawas persaingan usaha yang memberikan gambaran praktis terkait kondisi pasar oligopoli di berbagai sektor industri. Pengumpulan data dilakukan secara sistematis dengan menyeleksi literatur yang relevan dan terbaru agar analisis yang dilakukan tetap valid dan terpercaya. Analisis data dilakukan secara deduktif dengan menggunakan pendekatan komparatif, yaitu membandingkan berbagai konsep dan temuan teori ekonomi yang berkaitan dengan pasar oligopoli. Fokus utama adalah pada dua model utama yang sering digunakan untuk memahami perilaku pelaku usaha dalam oligopoli, yaitu model Cournot dan model Bertrand. Model Cournot menjelaskan persaingan berdasarkan kuantitas output yang diproduksi oleh setiap perusahaan, sementara model Bertrand menekankan persaingan harga antar perusahaan. Melalui pemahaman dan simulasi konseptual dari kedua model ini, penelitian mengeksplorasi bagaimana variasi jumlah pelaku usaha dapat memengaruhi kestabilan harga di pasar oligopoli.

Selain itu, penelitian ini juga membahas konsep interdependensi strategis antar pelaku usaha dalam oligopoli, yang seringkali menyebabkan harga menjadi tidak stabil atau justru kaku akibat reaksi saling mengawasi dan merespons keputusan harga masing-masing perusahaan. Dengan pendekatan konseptual ini, penelitian berusaha menggambarkan dinamika pasar secara komprehensif tanpa keterbatasan data primer atau uji empiris, sehingga dapat menjadi landasan teoritis yang kuat untuk penelitian selanjutnya yang bersifat kuantitatif atau studi kasus empiris.

Penelitian ini membatasi cakupannya hanya pada aspek teoritis dan konseptual dari pengaruh jumlah pelaku usaha terhadap stabilitas harga, sehingga tidak melibatkan analisis data primer, survei lapangan, maupun pengujian statistik. Oleh karena itu, hasil penelitian ini lebih menekankan pada pemahaman mendalam tentang mekanisme pasar oligopoli serta implikasi kebijakan yang dapat diambil untuk menciptakan struktur pasar yang sehat dan harga yang stabil demi kesejahteraan konsumen.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam analisis yang dilakukan berdasarkan model Cournot dan Bertrand, diperoleh gambaran mendetail mengenai pengaruh jumlah pelaku usaha terhadap harga dan kestabilan harga dalam pasar oligopoli.

a. Model Cournot

Model Cournot berfokus pada persaingan antar perusahaan melalui kuantitas output yang diproduksi. Pada pasar oligopoli dengan jumlah pelaku usaha yang sangat terbatas (misalnya hanya 2-3 perusahaan), setiap perusahaan memiliki kekuatan pasar yang cukup besar untuk mengendalikan outputnya demi memaksimalkan keuntungan. Akibatnya, harga pasar cenderung

lebih tinggi dari biaya marginal produksi karena jumlah total output yang dipasarkan terbatas. Namun, harga tersebut cenderung kurang stabil karena perubahan output yang dilakukan satu perusahaan akan langsung mempengaruhi kondisi pasar dan memicu reaksi dari pesaing. Misalnya, jika satu perusahaan menambah output untuk merebut pangsa pasar, perusahaan lain dapat merespons dengan menurunkan output atau menyesuaikan harga, yang berpotensi menimbulkan fluktuasi harga.

Seiring bertambahnya jumlah pelaku usaha dalam pasar, masing-masing perusahaan menghadapi persaingan yang lebih ketat. Total output pasar meningkat secara signifikan, sehingga harga pasar turun mendekati biaya marginal. Dalam kondisi ini, perusahaan kehilangan sebagian kekuatan pasar untuk menetapkan harga tinggi karena harus bersaing dengan banyak pelaku lain. Akibatnya, harga menjadi lebih stabil karena tekanan persaingan mengurangi peluang perubahan harga secara signifikan. Selain itu, peningkatan jumlah pelaku usaha mengurangi insentif bagi perusahaan untuk melakukan permainan strategi harga yang agresif, sehingga kestabilan harga dapat terjaga lebih baik.

b. Model Bertrand

Berbeda dengan model Cournot, model Bertrand menitikberatkan pada persaingan harga antar perusahaan dengan produk yang homogen. Pada pasar dengan sedikit pelaku usaha, harga yang terbentuk biasanya jauh lebih tinggi dari biaya marginal karena adanya kemungkinan kolusi terselubung dan strategi harga yang berusaha mempertahankan margin keuntungan. Perusahaan cenderung berhati-hati dalam menurunkan harga karena takut memicu perang harga yang merugikan semua pihak. Namun, harga dalam kondisi ini juga cenderung kurang stabil karena setiap perubahan harga oleh satu perusahaan dapat memicu respons langsung dari pesaing.

Ketika jumlah pelaku usaha meningkat, persaingan harga menjadi semakin ketat. Dalam kondisi ini, perusahaan terdorong untuk menurunkan harga hingga mendekati biaya marginal untuk memenangkan pasar, terutama jika produk dianggap homogen dan mudah dibandingkan oleh konsumen. Oleh karena itu, harga yang terbentuk menjadi lebih rendah dan lebih stabil. Dalam situasi ini, peluang terjadinya fluktuasi harga besar juga menurun karena perusahaan tidak dapat dengan bebas menaikkan harga tanpa kehilangan pangsa pasar.

c. Interdependensi Strategis dan Dinamika Harga

Salah satu karakteristik penting pasar oligopoli adalah adanya interdependensi strategis antar pelaku usaha. Artinya, setiap keputusan harga yang diambil oleh satu perusahaan akan dipertimbangkan secara cermat oleh pesaing, yang kemudian bereaksi untuk menjaga posisi pasar dan keuntungan masing-masing. Interdependensi ini menyebabkan harga bisa menjadi kaku atau sticky price, karena perusahaan enggan mengubah harga secara agresif agar tidak memicu reaksi balasan yang merugikan.

Namun, dalam beberapa situasi, misalnya ketika terjadi perubahan signifikan dalam permintaan atau biaya produksi, persaingan dapat berubah menjadi perang harga yang agresif. Hal ini menimbulkan fluktuasi harga yang tajam dan ketidakstabilan pasar. Oleh karena itu, kestabilan harga dalam pasar oligopoli sangat tergantung pada keseimbangan antara interaksi strategis yang menjaga harga stabil dan tekanan persaingan yang bisa menyebabkan volatilitas.

Berikut tabel jumlah pelaku usaha dengan harga dan kestabilan harga berdasarkan model Cournot dan Bertrand:

Jumlah Pelaku Usaha	Harga Relatif Terhadap Biaya Marginal	Kestabilan Harga	Penjelasan
2 - 3	Sangat Tinggi (1.5 - 2.0 x)	Rendah (2/5)	Kekuatan pasar besar, harga tinggi, reaksi

	biaya)		strategis kuat memicu fluktuasi harga
4 - 6	Moderat (1.2 - 1.4 x biaya)	Sedang (3-4/5)	Persaingan meningkat, harga menurun, kestabilan harga mulai membaik
> 10	Mendekati biaya marginal ($\pm 1.0 \times$ biaya)	Tinggi (5/5)	Persaingan ketat, harga kompetitif, harga stabil, minim risiko perang harga

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menegaskan bahwa jumlah pelaku usaha merupakan faktor yang sangat menentukan dalam menciptakan kestabilan harga di pasar oligopoli. Melalui model Cournot dan model Bertrand, terlihat bahwa peningkatan jumlah pelaku usaha berkontribusi terhadap melemahnya kekuatan pasar masing-masing perusahaan. Hal ini mendorong terciptanya harga yang lebih kompetitif dan stabil. Sebaliknya, ketika pasar hanya didominasi oleh sedikit pelaku usaha, interaksi strategis yang intens dan potensi kolusi cenderung menyebabkan harga menjadi tidak stabil dan cenderung tinggi.

Penambahan jumlah pelaku usaha tidak hanya meningkatkan efisiensi output, tetapi juga mengurangi insentif untuk melakukan strategi harga yang agresif. Kajian terhadap kedua model menunjukkan bahwa kombinasi antara persaingan dalam jumlah produksi dan persaingan harga dapat menciptakan struktur pasar yang lebih sehat. Dalam kondisi demikian, harga menjadi lebih mencerminkan mekanisme pasar yang wajar dan tidak semata-mata dikendalikan oleh aktor-aktor dominan.

Meskipun demikian, kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini masih bersifat normatif dan konseptual. Belum ditemukan bukti empiris mengenai dampak konkret dari strategi peningkatan jumlah pelaku usaha terhadap kestabilan harga dalam praktik nyata di lapangan. Oleh karena itu, perlu dilakukan kajian lanjutan yang bersifat evaluatif terhadap tantangan implementasi di berbagai sektor industri, seperti hambatan regulasi, biaya masuk pasar, dan keberadaan kartel atau dominasi pasar.

Selanjutnya, keberhasilan dalam membangun pasar yang kompetitif dan harga yang stabil tidak hanya ditentukan oleh jumlah pelaku usaha semata, tetapi juga oleh efektivitas lembaga pengawasan dan regulasi. Dalam hal ini, peran pengawas persaingan usaha sangat penting untuk mendorong terciptanya iklim usaha yang adil, terbuka, dan sehat. Pengawas perlu tampil sebagai agen perubahan yang aktif dalam memfasilitasi pertumbuhan pelaku usaha baru, mencegah praktik kolusi, serta melindungi kepentingan konsumen secara berkelanjutan.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, F., Maharani, D. A., Ihwanudin, C., & Nurasyhri, M. (2024). Strategi persaingan di pasar oligopoli (analisis teori). *JBI: Jurnal Bahasa Indonesia*, 2(1), 36–48.
<https://doi.org/10.59966/jbi.v2i1.928>
- Anwar, Syaiful. & Mubarak, Tasdik. 2019. pengaruh kredit, lama usaha dan jumlah pegawai terhadap jumlah produksi usaha mikro kecil menengah di kota tarakan. *Jurnal Ekonomika*, 9(2). <https://doi.org/10.35334/jek.v9i2.768>

- Aulia, R. (2025). Analisis Struktur Pasar dan Implikasinya terhadap Persaingan Usaha. Circle Archive, 1(7).
- Baye, M. R., & Prince, J. T. (2017). Managerial Economics and Business Strategy (9th ed.). McGraw-Hill Education.
- Carlton, D. W., & Perloff, J. M. (2005). Modern Industrial Organization (4th ed.). Pearson Addison Wesley.
- Diki, A. (2024). Analisis Mekanisme Penetapan Harga Komoditas Bahan Pokok Untuk Meminimalisir Kecurangan Pasar Ditinjau Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pasar Tugu Bandar Lampung). UIN Raden Intan Lampung.
- Hairani, Fatma. & Efendi, Bakhtiar. 2024. Analisis Transmisi Kebijakan Moneter Dalam Mengendalikan Stabilitas Harga Dan Output Agregat Di Indonesia. Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING), 7(4), 9226–9231. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i4.10061>
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2021). Profil Industri Manufaktur 2021. Jakarta: Pusat Data dan Informasi Industri.
- Komisi Pengawas Persaingan Usaha Republik Indonesia (KPPU). (2020). Laporan Tahunan KPPU Tahun 2020. <https://kppu.go.id>
- Lestari, Nur Dwi. 2021. Perkembangan Jumlah Pelaku Usaha, Asset dan Jumlah Tenaga Kerja di Kota Magelang tahun 2016-2019. EKOMBIS: JURNAL FAKULTAS EKONOMI, 7(1). <https://doi.org/10.35308/ekombis.v0i0.2336>
- Li, Hanyang. dkk, 2024. Decision of Production Combinations Based on Cournot Model and Linear Programming. Proceedings of the 1st International Conference on Innovations in Applied Mathematics, Physics and Astronomy, 119–125. <https://doi.org/10.5220/0013001000004601>
- Lipczynski, J., Wilson, J., & Goddard, J. (2009). Industrial Organization: Competition, Strategy, Policy (3rd ed.). Pearson Education.
- Mankiw, N. G. (2012). Principles of Economics (6th ed.). South-Western Cengage Learning.
- Putri, A. A., Fadinda, E., Anissaturrohman, S., Qonita, Z., & Aprianto, N. E. K. (2025). Peranan Kekuatan Pasar dalam Penetapan Harga dan Kemajuan Teknologi. Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen, 4(1), 323–339.
- Raihan, Zaky. dkk. 2023, Pengaruh Diskriminasi Harga Terhadap Stabilitas Persaingan Usaha Di Indonesia. MENAWAN: Jurnal Riset Dan Publikasi Ilmu Ekonomi, 1(6), 317–331. <https://doi.org/10.61132/menawan.v1i6.174>
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2001). Economics (17th ed.). McGraw-Hill.
- Scherer, F. M., & Ross, D. (1990). Industrial Market Structure and Economic Performance (3rd ed.). Houghton Mifflin.
- Stigler, G. J. (1964). A Theory of Oligopoly. Journal of Political Economy, 72(1), 44–61. <https://doi.org/10.1086/258853>
- Tirole, J. (1988). The Theory of Industrial Organization. MIT Press.

- Wulandari, F., Putri, S. M., Wisanggeni, S. B., & Aprianto, N. E. K. (2024). Analisis Model Pasar Oligopoli Dan Strategi Pada Industri Layanan Telekomunikasi Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(12), 378–393. <https://doi.org/10.61722/jiem.v2i12.3278>
- Zhang, Limin. 2023. Qualitative Properties and Bifurcations of a Cournot-Bertrand Duopoly Mixed Competition Model. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4435010>