

Pasar Monopoli, Oligopoli, Persaingan Monopolistik dalam Perfektif Ekonomi Modern

Nabila Aini Nazri^{1*}, Hendra Riofita²

^{1,2}Pendidikan Ekonomi, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Jl. H.R. Soebrantas No. 155, KM. 15, Pekanbaru
E-mail: abilaaini378@gmail.com

* Corresponding Author

 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.6795>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 09 May 2026

Revised: 24 May 2026

Accepted: 09 June 2026

Kata Kunci:

Pasar Monopoli,
Oligopoli, Persaingan
Monopolistik, Ekonomi
Modern

Keywords:

Monopoly Market,
Oligopoly, Monopolistic
Competition, Modern
Economy

ABSTRACT

Struktur pasar merupakan unsur penting dalam perekonomian modern karena memengaruhi harga, persaingan usaha, distribusi barang dan jasa, serta efisiensi ekonomi. Penelitian ini bertujuan mengkaji karakteristik pasar monopoli, oligopoli, dan persaingan monopolistik serta dampaknya terhadap konsumen dan produsen. Fokus penelitian meliputi perbedaan karakteristik ketiga struktur pasar, pengaruhnya terhadap persaingan usaha, serta perkembangan pasar akibat teknologi digital dan globalisasi. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif melalui tinjauan pustaka dan studi kasus. Data diperoleh dari jurnal, artikel ilmiah, buku, dan publikasi resmi, lalu dianalisis dengan merangkum, menyusun, dan menarik kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pasar monopoli memiliki persaingan rendah, pasar oligopoli ditandai ketergantungan antarperusahaan, sedangkan pasar persaingan monopolistik menonjolkan diferensiasi produk dan persaingan nonharga. Teknologi digital dan globalisasi turut memperkuat dinamika persaingan serta memperluas akses pasar. Kesimpulannya, struktur pasar memengaruhi pembentukan harga, tingkat produksi, efisiensi ekonomi, dan kesejahteraan masyarakat. Selain itu, teknologi digital mendorong perusahaan meningkatkan inovasi, kualitas layanan, dan strategi pemasaran agar mampu bersaing di pasar global.

Market structure is a crucial element in the modern economy because it influences prices, business competition, the distribution of goods and services, and economic efficiency. This study aims to examine the characteristics of monopoly, oligopoly, and monopolistic competition markets and their impact on consumers and producers. The research focuses on the differences in the characteristics of these three market structures, their influence on business competition, and market developments resulting from digital technology and globalization. The method used is descriptive qualitative through literature reviews and case studies. Data were obtained from journals, scientific articles, books, and official publications, then analyzed by summarizing, organizing, and drawing conclusions. The results show that monopoly markets have low competition, oligopoly markets are characterized by interdependence between companies, while monopolistic competition markets emphasize product differentiation and non-price competition. Digital technology and globalization also strengthen competitive dynamics and expand market access. In conclusion, market structure influences price formation, production levels, economic efficiency, and social welfare. In addition, digital technology encourages companies to improve innovation, service quality, and marketing strategies to compete in the global market.



This is an open access article under the CC-BY-SA license.

How to Cite: Nabila Aini Nazri, et al (2026). Pasar Monopoli, Oligopoli, Persaingan Monopolistik dalam Perfektif Ekonomi Modern, 4(4) 26803-26809. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.6795>

PENDAHULUAN

Dalam perekonomian modern, struktur pasar menjadi salah satu unsur penting yang memengaruhi jalannya aktivitas ekonomi secara keseluruhan. Struktur pasar menunjukkan bagaimana hubungan antara penjual dan pembeli terbentuk, serta bagaimana persaingan berlangsung dalam suatu kegiatan ekonomi. Perbedaan dalam jumlah pelaku usaha, jenis produk yang ditawarkan, dan tingkat kemudahan masuk ke pasar akan menentukan cara harga terbentuk dan bagaimana barang serta jasa didistribusikan kepada masyarakat. Kondisi ini juga berpengaruh terhadap efisiensi penggunaan sumber daya, karena pasar yang terorganisasi dengan baik cenderung mampu mendorong produksi yang sesuai dengan kebutuhan. Selain itu, struktur pasar turut menentukan tingkat persaingan yang pada akhirnya akan memengaruhi kualitas produk, variasi pilihan, dan stabilitas harga.

Pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli melakukan suatu transaksi barang atau jasa untuk melakukan tawar-menawar harga hingga diperoleh suatu kesepakatan harga. Dalam perekonomian, pasar mempunyai peranan penting untuk menggerakkan roda kehidupan ekonomi masyarakat. Sejatinya pasar merupakan elemen ekonomi yang dapat mewujudkan kemaslahatan dan kesejahteraan hidup manusia. Pasar memiliki fungsi sebagai penentu nilai suatu barang, penentu jumlah produksi, mendistribusikan produk, melakukan pembatasan harga, dan menyediakan barang dan jasa untuk jangka panjang. Dengan demikian, pasar sebagai tempat terjadinya transaksi jual-beli, merupakan fasilitas publik yang sangat vital bagi perekonomian suatu daerah (Lestari, 2022).

Persaingan monopolistik dan oligopoli merupakan dua bentuk struktur pasar yang banyak ditemukan dalam kegiatan ekonomi modern, di samping pasar monopoli yang juga memiliki karakteristik tersendiri. Persaingan monopolistik ditandai oleh banyaknya perusahaan yang menawarkan produk sejenis tetapi memiliki perbedaan tertentu, sehingga masing-masing pelaku usaha memiliki kekuatan terbatas dalam menentukan harga serta berusaha menarik konsumen melalui diferensiasi produk, seperti kualitas, merek, dan desain. Struktur ini memungkinkan perusahaan memperoleh keuntungan dalam jangka pendek, namun karena relatif mudahnya pelaku baru masuk ke pasar, keuntungan tersebut cenderung menurun dalam jangka panjang (Rhena et al., 2025).

Sementara itu, pasar oligopoli terdiri dari sedikit perusahaan yang saling bersaing dan memiliki ketergantungan tinggi dalam pengambilan keputusan, sehingga setiap kebijakan harga atau produksi yang diambil oleh satu perusahaan akan memengaruhi perusahaan lainnya. Hal ini membuat persaingan dalam pasar oligopoli bersifat strategis dan lebih kompleks. Berbeda dengan kedua bentuk tersebut, pasar monopoli ditandai oleh adanya satu pelaku usaha yang menguasai seluruh pasar tanpa pesaing yang sebanding, sehingga memiliki kekuatan penuh dalam menentukan harga dan jumlah produksi. Kondisi ini biasanya terjadi karena adanya hambatan masuk yang tinggi, seperti penguasaan sumber daya, teknologi, atau kebijakan tertentu, sehingga persaingan menjadi sangat terbatas dan dapat berdampak pada pilihan konsumen yang lebih sedikit.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa penting untuk mengkaji lebih lanjut bagaimana ketiga bentuk pasar tersebut berperan dalam perekonomian modern serta sejauh mana keberadaannya mampu menciptakan efisiensi dan keseimbangan dalam sistem ekonomi, dengan tujuan untuk mengetahui karakteristik masing-masing bentuk pasar, memahami peran dan pengaruhnya terhadap mekanisme harga dan tingkat persaingan, serta menganalisis sejauh mana ketiga bentuk pasar tersebut dapat mendorong efisiensi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

METODE

Metode penelitian dalam artikel ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan tinjauan pustaka dan studi kasus. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami suatu fenomena secara mendalam melalui pengumpulan berbagai informasi yang relevan. Menurut Sugiyono (2019), metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme yang digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian lebih menekankan makna daripada generalisasi. Pendekatan tinjauan pustaka dilakukan dengan mengumpulkan data dari jurnal, artikel ilmiah, buku, laporan, dan berbagai publikasi resmi yang berkaitan dengan topik penelitian. Analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu merangkum

data yang diperoleh, menyusun data secara sistematis sesuai fokus penelitian, kemudian menarik kesimpulan berdasarkan hasil analisis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perbandingan Pasar Monopoli, Oligopoli, dan Persaingan Monopolistik

Secara karakteristik, pasar monopoli dapat dianalisis dari struktur pelaku usaha yang hanya terdiri dari satu produsen yang menguasai seluruh pasar tanpa adanya pesaing yang sebanding. Dalam kondisi ini, perusahaan memiliki kekuatan penuh dalam menentukan harga dan jumlah produksi karena konsumen tidak memiliki alternatif pilihan lain. Produk yang dihasilkan umumnya bersifat unik atau tidak memiliki barang pengganti yang dekat, sehingga posisi produsen menjadi sangat dominan. Karakteristik ini menunjukkan bahwa jumlah pelaku usaha yang sangat terbatas memberikan kontrol penuh terhadap mekanisme pasar, sehingga harga tidak terbentuk melalui persaingan, melainkan ditentukan oleh perusahaan itu sendiri (Siregar et al., 2023).

Ditinjau dari aspek persaingan dan hambatan masuk pasar, struktur monopoli menunjukkan tingkat kompetisi yang sangat rendah bahkan hampir tidak ada. Kondisi ini membuat perusahaan cenderung menetapkan harga lebih tinggi dan jumlah produksi lebih rendah dibandingkan pasar yang bersifat kompetitif. Selain itu, adanya hambatan masuk yang tinggi, seperti penguasaan sumber daya, teknologi, atau regulasi pemerintah, menyebabkan pelaku usaha lain sulit untuk memasuki pasar. Hal ini menjadikan struktur pasar monopoli relatif stabil dalam jangka panjang, namun dapat berdampak pada terbatasnya pilihan bagi konsumen. Dengan demikian, karakteristik pasar monopoli menunjukkan bahwa kekuatan penentuan harga sepenuhnya berada di tangan produsen, sehingga dinamika pasar sangat bergantung pada kebijakan perusahaan tersebut.

Pada struktur pasar oligopoli, karakteristik utama terlihat dari jumlah pelaku usaha yang relatif sedikit namun memiliki pengaruh besar terhadap kondisi pasar. Dalam struktur ini, perusahaan tidak sepenuhnya bebas menentukan harga karena harus mempertimbangkan reaksi dari pesaing, sehingga kekuatan penentuan harga bersifat saling bergantung. Produk yang dihasilkan dapat bersifat homogen maupun terdiferensiasi, tergantung pada jenis industrinya. Karakteristik ini menunjukkan bahwa jumlah pelaku usaha yang terbatas membuat tingkat persaingan tidak terjadi secara bebas, melainkan dipengaruhi oleh interaksi antarperusahaan yang cenderung strategis dan berhati-hati dalam mengambil keputusan (Samosir et al., 2026).

Jika dilihat dari sisi dinamika persaingan, pasar oligopoli menunjukkan pola interaksi yang saling bergantung antarperusahaan dalam pengambilan keputusan. Perusahaan cenderung menggunakan berbagai strategi seperti penetapan harga, diferensiasi produk, promosi, serta pengaturan kapasitas produksi untuk mempertahankan posisi di pasar. Selain itu, adanya hambatan masuk yang tinggi membuat struktur pasar ini relatif stabil dalam jangka panjang, sehingga jumlah pelaku usaha tidak mudah bertambah. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun jumlah perusahaan sedikit, persaingan tetap berlangsung melalui strategi non-harga dan keputusan yang saling memengaruhi, sehingga membentuk dinamika pasar yang khas.

Sementara itu, dalam pasar persaingan monopolistik, struktur pasar ditandai oleh banyaknya pelaku usaha yang menawarkan produk sejenis namun terdiferensiasi. Perbedaan ini dapat terlihat dari segi kualitas, merek, desain, maupun pelayanan, sehingga setiap perusahaan memiliki ciri khas tersendiri dalam menarik konsumen. Meskipun jumlah produsen banyak, masing-masing tetap memiliki kekuatan terbatas dalam menentukan harga karena adanya diferensiasi produk. Kondisi ini menyebabkan perusahaan tidak sepenuhnya menjadi penerima harga, melainkan memiliki ruang untuk menetapkan harga di atas biaya produksi tanpa kehilangan seluruh konsumennya. Jika dilihat dari karakteristiknya, pasar ini menunjukkan bahwa jumlah pelaku usaha yang banyak tidak selalu membuat harga sepenuhnya ditentukan oleh pasar, karena adanya keunikan produk tetap memberi pengaruh terhadap keputusan harga (Samosir et al., 2026).

Dari sisi tingkat persaingan, pasar persaingan monopolistik menunjukkan intensitas kompetisi yang tinggi dengan dominasi strategi non-harga dalam aktivitas pasar. Diferensiasi produk menjadi instrumen utama dalam persaingan, di mana perusahaan berusaha membangun loyalitas konsumen melalui kualitas, merek, serta pengalaman layanan yang ditawarkan. Dalam jangka pendek, perusahaan dapat memperoleh keuntungan, tetapi dalam jangka panjang keuntungan tersebut akan berkurang karena mudahnya pelaku baru masuk ke pasar. Selain itu, kondisi kapasitas berlebih dapat terjadi karena

perusahaan tidak berproduksi pada tingkat optimal, meskipun keberagaman produk tetap memberikan manfaat bagi konsumen berupa banyaknya pilihan. Perkembangan teknologi digital juga semakin memperkuat persaingan melalui strategi pemasaran dan penetapan harga yang lebih dinamis.

Perkembangan struktur pasar dalam ekonomi modern juga menunjukkan peran penting teknologi digital dalam memperkuat dinamika persaingan. Hal ini sejalan dengan pandangan (Riofita, 2022) yang menegaskan bahwa pemanfaatan jaringan digital mampu meningkatkan kinerja melalui pertukaran informasi, koordinasi, dan strategi pemasaran yang lebih efektif. Dalam konteks pasar persaingan monopolistik, oligopoli, maupun monopoli, teknologi digital tidak hanya memperluas akses pasar, tetapi juga mempercepat diferensiasi produk dan meningkatkan intensitas persaingan antar pelaku usaha. Dengan demikian, perkembangan digital menjadi faktor yang memperkuat perubahan struktur pasar sekaligus memengaruhi strategi produsen dalam mempertahankan posisi di pasar.

Dampak Struktur Pasar terhadap Konsumen dan Produsen

Dari sisi konsumen, pasar monopoli cenderung memberikan dampak yang kurang menguntungkan karena tidak adanya persaingan dalam pasar. Kondisi ini membuat konsumen hanya memiliki sedikit atau bahkan tidak ada pilihan alternatif terhadap barang atau jasa yang dibutuhkan. Perusahaan yang menguasai pasar dapat menentukan harga sesuai keinginannya, sehingga harga yang terbentuk cenderung lebih tinggi dibandingkan pasar yang memiliki persaingan. Selain itu, keterbatasan inovasi dan variasi produk juga membuat kebutuhan konsumen tidak sepenuhnya dapat terpenuhi secara optimal.

Sementara itu, dari sisi produsen, pasar monopoli memberikan keuntungan yang besar karena tidak adanya pesaing yang berarti dalam pasar. Produsen memiliki kendali penuh terhadap produksi, distribusi, serta penetapan harga sehingga peluang untuk memperoleh keuntungan relatif lebih mudah. Namun, karena tidak ada tekanan persaingan, produsen cenderung tidak terdorong untuk melakukan inovasi atau meningkatkan efisiensi produksi. Hal ini dapat menyebabkan kinerja pasar menjadi kurang optimal dalam jangka panjang, meskipun secara individu perusahaan monopoli berada dalam posisi yang sangat kuat (Antu & Datau, 2024).

Pasar oligopoli memiliki dampak yang signifikan baik terhadap konsumen maupun produsen karena struktur pasarnya yang hanya didominasi oleh beberapa pelaku usaha besar. Dari sisi konsumen, keterbatasan jumlah produsen menyebabkan pilihan barang dan jasa menjadi lebih sedikit dibandingkan pasar yang lebih kompetitif. Selain itu, karena setiap perusahaan memiliki pengaruh terhadap harga, maka kecenderungan harga cenderung lebih stabil namun dapat berada pada tingkat yang relatif tinggi, terutama jika terjadi pengurangan produksi atau strategi tertentu dari perusahaan besar. Kondisi ini membuat konsumen memiliki posisi yang kurang kuat dalam menentukan harga pasar.

Dari sisi produsen, pasar oligopoli memberikan peluang keuntungan yang cukup besar karena jumlah pesaing yang terbatas membuat persaingan tidak seketat pasar lainnya. Namun, setiap keputusan yang diambil tidak dapat dilakukan secara bebas karena adanya ketergantungan antarperusahaan, sehingga strategi seperti penetapan harga, promosi, dan jumlah produksi harus mempertimbangkan reaksi pesaing. Persaingan yang terjadi bersifat tidak langsung dan lebih strategis, sehingga produsen dapat memperoleh keuntungan, tetapi tetap berada dalam tekanan persaingan antar pelaku usaha besar di pasar (Yasin, 2024).

Dampak persaingan pasar terhadap konsumen dalam pasar persaingan sempurna dapat dilihat dari kondisi harga, kualitas, dan variasi produk yang relatif menguntungkan. Dalam pasar ini, banyaknya pelaku usaha membuat harga terbentuk secara alami melalui mekanisme permintaan dan penawaran, sehingga cenderung lebih rendah dan mendekati biaya produksi. Konsumen memiliki banyak pilihan karena jumlah penjual yang banyak, meskipun produk yang ditawarkan umumnya bersifat homogen. Kondisi ini membuat konsumen berada pada posisi yang kuat karena dapat dengan mudah berpindah ke penjual lain jika harga tidak sesuai atau pelayanan kurang memuaskan.

Sementara itu, dari sisi produsen, pasar persaingan sempurna membuat peluang memperoleh keuntungan besar menjadi lebih terbatas karena setiap perusahaan tidak memiliki kekuatan untuk menentukan harga. Produsen hanya bertindak sebagai penerima harga (price taker) sehingga harus mengikuti harga pasar yang berlaku. Dalam kondisi ini, perusahaan dituntut untuk meningkatkan efisiensi produksi agar tetap memperoleh keuntungan, meskipun dalam jangka panjang keuntungan ekonomi cenderung normal. Persaingan yang sangat ketat juga membuat produsen harus mampu

bertahan dengan cara mengelola biaya secara efektif, meskipun tidak banyak ruang untuk diferensiasi produk maupun penetapan harga (Regina, 2023).

Peran teknologi digital juga memperkuat dinamika persaingan dalam berbagai struktur pasar, baik monopoli, oligopoli, maupun persaingan monopolistik. Hal ini didukung oleh pandangan (Riofita, 2024) yang menekankan bahwa pemanfaatan jaringan digital dan pengelolaan risiko serta peluang dalam sistem digital dapat meningkatkan efektivitas kinerja dan memperluas akses pasar. Dalam konteks struktur pasar modern, perkembangan teknologi tidak hanya mempermudah distribusi informasi, tetapi juga memengaruhi strategi pelaku usaha dalam bersaing, membangun kepercayaan konsumen, serta meningkatkan daya saing. Dengan demikian, integrasi teknologi digital menjadi faktor penting yang memperkuat perubahan struktur pasar dan pola persaingan antar pelaku usaha.

Perkembangan Struktur Pasar dalam Ekonomi Modern

Dalam perspektif ekonomi modern, struktur pasar terutama monopoli mengalami perubahan akibat perkembangan teknologi digital dan globalisasi. Penguasaan pasar saat ini tidak hanya ditentukan oleh sumber daya fisik, tetapi juga oleh teknologi, data, dan platform digital. Perusahaan yang menguasai aspek tersebut dapat memiliki kekuatan pasar yang besar sehingga mendekati kondisi monopoli. Globalisasi juga memperluas jangkauan pasar, namun di sisi lain membuat perusahaan besar semakin dominan karena mampu bersaing di tingkat internasional. Hal ini menyebabkan persaingan menjadi tidak selalu seimbang, karena pelaku usaha kecil sulit bersaing dengan perusahaan yang memiliki akses teknologi dan modal lebih kuat. Meskipun demikian, perkembangan ini juga mendorong efisiensi dan kemudahan akses bagi konsumen, tetapi tetap menimbulkan tantangan berupa konsentrasi pasar dan keterbatasan ruang persaingan bagi pelaku usaha kecil (Azira et al., 2025).

Dalam perkembangan ekonomi modern, pasar oligopoli semakin banyak ditemukan pada berbagai sektor strategis seperti telekomunikasi, otomotif, dan perbankan. Kondisi ini dipengaruhi oleh kemajuan teknologi digital dan globalisasi yang mendorong perusahaan untuk bersaing dalam skala yang lebih luas, namun tetap dengan jumlah pelaku usaha yang terbatas. Teknologi membuat perusahaan besar semakin mudah menguasai pasar melalui efisiensi produksi, penguasaan data, serta jaringan distribusi yang kuat, sehingga hambatan masuk bagi pelaku baru semakin tinggi. Globalisasi juga memperkuat posisi perusahaan besar karena mereka mampu memperluas operasi lintas negara dan membentuk dominasi pasar yang lebih stabil. Dalam kondisi ini, persaingan tidak hanya terjadi pada harga, tetapi juga melalui inovasi teknologi, strategi pemasaran, dan diferensiasi produk, sehingga setiap keputusan perusahaan sangat dipengaruhi oleh tindakan pesaing lain. Hal ini menunjukkan bahwa pasar oligopoli di era modern semakin kompleks dan sangat dipengaruhi oleh interaksi strategis antarperusahaan besar dalam menghadapi perubahan pasar global (Gusminto & Yasin, 2023).

Pasar persaingan monopolistik juga mengalami perkembangan yang signifikan seiring dengan kemajuan teknologi digital dan globalisasi ekonomi. Di era modern, jenis pasar ini banyak ditemukan pada sektor usaha kecil dan menengah, industri kreatif, kuliner, fashion, serta layanan berbasis platform digital. Teknologi digital memberikan kemudahan bagi pelaku usaha untuk masuk ke pasar melalui media sosial dan marketplace, sehingga tingkat persaingan menjadi semakin tinggi. Globalisasi turut memperluas jangkauan pasar, memungkinkan produk lokal bersaing dengan produk dari luar negeri. Dalam kondisi ini, diferensiasi produk menjadi faktor utama dalam memenangkan persaingan, baik melalui merek, kualitas, desain, maupun layanan. Perusahaan tidak lagi hanya bersaing pada harga, tetapi juga pada inovasi dan citra produk untuk menarik konsumen. Akibatnya, pasar persaingan monopolistik menjadi semakin dinamis, dengan perubahan cepat dalam preferensi konsumen dan strategi bisnis yang terus berkembang mengikuti tren ekonomi modern (Kholishudin, 2023).

Pemanfaatan teknologi digital juga semakin berperan dalam memperkuat dinamika persaingan di berbagai bentuk pasar. Hal ini didukung oleh temuan (Riofita, 2024) yang menunjukkan bahwa teknologi pembayaran digital tidak hanya mempermudah transaksi, tetapi juga meningkatkan nilai fungsional, efisiensi, serta kepercayaan konsumen dalam aktivitas ekonomi. Dalam konteks pasar monopoli, oligopoli, maupun persaingan monopolistik, perkembangan digital mendorong perubahan strategi pelaku usaha dalam meningkatkan daya saing, memperluas akses pasar, serta memperkuat hubungan dengan konsumen. Dengan demikian, teknologi digital menjadi faktor penting yang memengaruhi perubahan struktur pasar sekaligus memperkuat intensitas persaingan dalam ekonomi modern.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa struktur pasar monopoli, oligopoli, dan persaingan monopolistik memiliki perbedaan karakteristik, tingkat persaingan, serta dampak terhadap konsumen dan produsen dalam ekonomi modern. Pasar monopoli ditandai oleh dominasi satu perusahaan yang menguasai penawaran dan memiliki kekuatan besar dalam menentukan harga, sehingga pilihan konsumen menjadi terbatas. Pasar oligopoli terdiri dari beberapa perusahaan besar yang saling bergantung dalam pengambilan keputusan, terutama dalam penetapan harga, produksi, dan strategi pemasaran. Sementara itu, pasar persaingan monopolistik ditandai oleh banyaknya pelaku usaha dengan produk terdiferensiasi yang mendorong persaingan melalui kualitas, merek, dan pelayanan. Keberadaan teknologi digital dalam ekonomi modern turut mengubah pola persaingan usaha menjadi lebih cepat, dinamis, dan kompetitif, sehingga perusahaan dituntut untuk terus berinovasi agar mampu bertahan di tengah perubahan pasar yang semakin berkembang. Oleh karena itu, diperlukan pengawasan pasar dan dukungan terhadap usaha kecil agar persaingan tetap sehat, stabil, dan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak yang sudah berkontribusi dalam pelaksanaan penelitian dan penyusunan artikel ini.

REFERENSI

- Antu, R., & Datau, R. (2024). Analisis Dampak Monopoli Terhadap Konsumen Dan Pasar Di Desa Torosiaje. *Jurnal Hukum Egalitaire*, 1(3), 349–362.
- Azira, F., Azira, F., Azmi, R. A., Putra, S., Siregar, Z. F. A., & Pane, S. G. (2025). Peran Monopoli Dalam Ekonomi Modern: Kajian Tentang Faktor Penyebab Dan Implikasi Jangka Panjang. *Jurnal Manajemen Dinamis*, 7(1), 10–16.
- Gusminto, A. P. M., & Yasin, M. (2023). Pengaruh Pasar Industri Pada Dampak Oligopoli Terhadap Globalisasi. *Jurnal Publikasi Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(4), 52–60.
- Kholishudin. (2023). Kompetisi Pasar Dan Transaksi Di Era Globalisasi. *Journal Of Islamic Banking*, 4(2), 30–41.
- Lestari, S. (2022). Mengenal Dan Membaca Pasar. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(Ii), 8–17.
- Regina, T. (2023). Pengaruh Persaingan Terhadap Harga Dan Produksi. *Jurnal Manajemen, Organisasi Dan Bisnis*, 12(02), 51–56.
- Rhena, Fatmawati, Nurbayani, S. U., & Rusli. (2025). Persaingan Monopolistik Dan Oligopoli : Kajian Literatur Tentang Struktur Pasar , Strategi Harga , Dan Perilaku Strategis Perusahaan. *Journal Of Innovative And Creativity*, 5(3), 35741–35751.
- Riofita, H. (2022). Developing Digital Empowerment Programs To Enhance The Marketing Performance Of Private Islamic Higher Education Institutions. *Muslim Business And Economic Review*, 1(2), 257–280. <https://doi.org/10.56529/mber.v1i2.70>
- Riofita, H. (2024a). Augmenting Islamic Digital Payment Effect On Muslim Customer Purchase Decision On Micro , Small And Medium Enterprises ' (Msmes) Products. *Journal Of Islamic Monetary Economics And Finance*, 10(4), 735–758. <https://doi.org/10.21098/jimf.v10i4.1991>
- Riofita, H. (2024b). Perceived Opportunity And Risk Control Role On Willingness To Recommend Sharia Fintech. *Jurnal Ekonomi Indonesia*, 13(2), 137–151. <https://doi.org/10.52813/jei.v13i2.353>
- Samosir, S. J., Sinaga, V. D., Fadillah, S. R., Tio, Y., Siringoringo, S., & Harahap, E. S. (2026). Perbandingan Struktur Dan Perilaku Pasar Persaingan Monopolistik Dan Oligopoli Dalam Perspektif Ekonomi Mikro. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 13(2), 399–408.

Yasin, R. I. P. T. M. (2024). Dampak Oligopoli Dan Industri Modern Terhadap Masyarakat. Jurnal Manajemen Dan Bisnis Ekonomi, 2(2), 01–12.