



## STRATEGI PERUSAHAAN DALAM MENCAPAI LABA MAKSIMUM PADA PASAR PERSAINGAN SEMPURNA (PERFECT COMPETITION)

**Doli Syahputra Hasibuan**

*dsyahputrahsb@gmail.com*

Universitas Negeri Medan

**Lilis Sartika Sihite**

*lilissihite07@gmail.com*

Universitas Negeri Medan

**Nurul Mardiah**

*nurulmardiah@gmail.com*

Universitas Negeri Medan

**Nazwa Aulia**

*nazwaau2006@gmail.com*

Universitas Negeri Medan

**Divo Valentino Siboro**

*divosiboro1402@gmail.com*

Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan, Jl. Willem Iskandar, Pasar V Medan Estatet, Percut Sei Tuan, Deli Serdang, Sumatera Utara

Korespondensi penulis: *dsyahputrahsb@gmail.com*

**Abstract** *This study aims to examine strategies that companies can implement to maximize profits in a perfectly competitive market structure, where firms have no control over market prices. Using a library research method, this study identifies various approaches and relevant production efficiency strategies based on classical and modern economic literature. The results show that the characteristics of a perfectly competitive market—such as the large number of market participants, product homogeneity, and the freedom of entry and exit—force companies to focus on optimizing production factors and controlling costs to achieve maximum profit. Three main approaches can be used: the total, average, and marginal approaches, with the marginal approach ( $MR = MC$ ) serving as the main guideline in determining the optimal output level. In addition, choosing efficient production technology, controlling variable costs, as well as innovation and quality improvement have proven to be effective strategies in maintaining competitiveness and profitability. This study concludes that allocative and productive efficiency are the main keys to a company's success in a perfectly competitive market, and adaptive internal management strategies are the determining factors in achieving maximum profit.*

**Keywords:** *perfectly competitive market, maximum profit, production efficiency, business strategy, marginal cost*

**Abstrak** Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi yang dapat diterapkan oleh perusahaan dalam memaksimalkan laba pada struktur pasar persaingan sempurna, di mana perusahaan tidak memiliki kendali atas penetapan harga pasar. Dengan menggunakan metode penelitian kepustakaan (library research), studi ini mengidentifikasi berbagai pendekatan dan strategi efisiensi produksi yang relevan berdasarkan literatur ekonomi klasik dan modern. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik pasar persaingan sempurna—seperti banyaknya pelaku pasar, homogenitas produk, serta kebebasan keluar-masuk pasar—memaksa perusahaan untuk fokus pada optimalisasi faktor produksi dan pengendalian biaya guna mencapai laba maksimum. Tiga pendekatan utama yang dapat digunakan adalah pendekatan total, rata-rata, dan marginal, di mana pendekatan marginal ( $MR = MC$ ) menjadi pedoman utama dalam menentukan tingkat output optimal. Selain itu, pemilihan teknologi produksi yang efisien, pengendalian biaya variabel, serta inovasi dan peningkatan kualitas produk terbukti menjadi strategi efektif dalam mempertahankan daya saing dan profitabilitas. Penelitian ini menyimpulkan bahwa efisiensi alokatif dan produktif merupakan kunci utama keberhasilan perusahaan dalam pasar persaingan sempurna, dan strategi pengelolaan internal yang adaptif menjadi faktor penentu dalam pencapaian laba maksimal.

**Kata kunci:** pasar persaingan sempurna, laba maksimum, efisiensi produksi, strategi perusahaan, biaya marginal

## **PENDAHULUAN**

Setiap proses produksi suatu barang dan jasa yang dilakukan oleh banyak perusahaan, tentu yang mereka harapkan adalah mendapatkan laba (profit). Secara teoritis laba adalah sebuah kompensasi atas risiko yang ditanggung oleh perusahaan. Makin besar risikonya, maka makin besar pula laba yang diperoleh. Hampir semua perusahaan berdiri untuk mendapatkan keuntungan. Tetapi, perlu juga diketahui bahwa untuk mencapai keuntungan yang maksimal perusahaan membutuhkan strategi pasar agar dapat bersaing untuk mencapai tujuannya tersebut.

Pada dasarnya kaitan perusahaan untuk memaksimalkan keuntungannya di dalam pasar persaingan sempurna terjadi karena produsen atau perusahaan tidak dapat menentukan harga pasarnya sendiri dikarenakan harga terjadi karena adanya permintaan dan penawaran dalam mekanisme pasar persaingan sempurna. Oleh karena itu, cara satu – satunya untuk memaksimalkan laba adalah dengan mengatur jumlah produksi

Pasar persaingan sempurna merupakan salah satu bentuk struktur pasar ideal yang banyak dibahas dalam teori ekonomi. Karakteristiknya yang meliputi banyaknya pelaku pasar, homogenitas produk, dan kebebasan masuk dan keluar pasar menjadikannya sebagai acuan dalam memahami efisiensi alokasi sumber daya ekonomi. Pasar ini sering dianggap sebagai model yang memberikan hasil ekonomi paling efisien, di mana tidak ada pelaku pasar yang memiliki kekuatan untuk mempengaruhi harga, sehingga harga mencerminkan kondisi penawaran dan permintaan yang sebenarnya.

Kondisi perusahaan jika dalam jenis pasar persaingan sempurna mendorong perusahaan untuk lebih fokus untuk mengefisienkan produksi dan mengelola biaya guna memperoleh laba. Strategi optimalisasi skala produksi, pemilihan teknologi yang tepat serta pengendalian biaya variabel menjadi sangat penting. Karena pasar persaingan sempurna memiliki banyak kompetitor di dalamnya, hanya perusahaan itu sendirilah yang diberikan kebebasan untuk menyesuaikan dan beroperasi pada tingkat efisiensi maksimum yang dapat bertahan dan mencapai keuntungan optimal.

Oleh karena itu, penting untuk mengkaji strategi – strategi apa saja yang dapat diterapkan oleh perusahaan dalam menghadapi dinamika pasar persaingan sempurna, serta bagaimana perusahaan dapat tetap memperoleh laba maksimal meskipun tidak memiliki kontrol terhadap mekanisme harga pasar.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **a. Pasar Persaingan Sempurna**

Menurut Adam Smith dalam bukunya *The Wealth of Nations* (1776), pasar persaingan sempurna digambarkan sebagai sistem di mana individu yang berusaha memaksimalkan keuntungan akan secara otomatis berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat. Dalam pasar ini, harga ditentukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran.

Sedangkan menurut Alfred Marshall dalam bukunya *Principles of Economics* (1890), menjelaskan bahwa pasar persaingan sempurna adalah pasar yang memiliki

banyak penjual dan pembeli serta produk yang ditawarkan bersifat homogen. Ia juga menekankan pentingnya elastisitas permintaan dan penawaran dalam menentukan harga.

Sementara itu, menurut Sadono Sukirno (2016), pasar persaingan sempurna adalah kondisi pasar di mana harga ditentukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran secara sempurna, tanpa campur tangan dari individu maupun kelompok.

Dari ketiga pendapat ahli yang telah dijelaskan di atas, bahwa dapat ditarik sebuah kesimpulan terkait pasar persaingan sempurna merupakan struktur pasar yang bebas dalam arti perusahaan baru dapat masuk dan keluar jika mereka merasa tidak cocok pada mekanisme pasar yang terjadi, barang yang tersedia sangat banyak bersifat homogen, serta hal yang paling penting dari struktur pasar persaingan sempurna karena adanya permintaan dan penawaran yang terjadi antara produsen dan konsumen sebagai pelaku ekonomi.

#### **b. Memaksimumkan Laba (Profit)**

Laba maksimum adalah kondisi di mana perusahaan memperoleh selisih terbesar antara total pendapatan ( $TR$  – total revenue) dan total biaya ( $TC$  – total cost). Dalam ekonomi mikro, tujuan utama sebagian besar perusahaan adalah memaksimumkan laba, yaitu mencari tingkat output dan harga yang menghasilkan keuntungan terbesar.

Yang menjadi pertanyaan bagaimana perusahaan memaksimumkan keuntungannya. Ada tiga pendekatan yang biasanya dapat dilakukan oleh perusahaan, yaitu sebagai berikut:

- 1) **Pendekatan Total (Total Approach)** Dalam pendekatan ini, perusahaan membandingkan total penerimaan ( $TR$ ) dan total biaya ( $TC$ ) untuk berbagai tingkat output. Titik laba maksimum terjadi saat jarak vertikal antara kurva  $TR$  dan  $TC$  adalah yang terbesar.
- 2) **Pendekatan Rata – rata (Average Approach).** Dengan membandingkan pendapatan rata-rata ( $AR$  – Average Revenue) dan biaya rata-rata ( $AC$  – Average Cost) pada berbagai tingkat output. Laba maksimum tercapai ketika selisih antara  $AR$  dan  $AC$  adalah yang paling besar.
- 3) **Pendekatan Marginal (Marginal Approach).** Perhitungan laba dilakukan dengan membandingkan biaya marginal ( $MC$ ) dan pendapatan marginal ( $MR$ ). Laba maksimum akan tercapai pada saat  $MR = MC$ .

#### **c. Keterkaitan Pasar persaingan sempurna dan Laba maksimum**

Hubungan antara pasar persaingan sempurna dan laba maksimum sangat erat. Struktur pasar ini menciptakan kondisi di mana perusahaan harus fokus pada efisiensi biaya dan optimalisasi produksi untuk mencapai keuntungan maksimal, karena mereka tidak memiliki kuasa untuk menentukan harga. Oleh karena itu, laba maksimum tidak diperoleh dari kekuatan pasar, tetapi dari kemampuan internal perusahaan dalam mengelola sumber daya secara efisien. Dalam pasar persaingan sempurna, efisiensi alokatif dan efisiensi produktif cenderung tercapai karena pelaku pasar terdorong untuk

memproduksi pada titik biaya minimum guna mencapai laba maksimum (Case & Fair, 2015).

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kepustakaan (library research), yang menurut Iqbal Hasan adalah kegiatan sistematis untuk menelaah, mencermati, dan mendalami literatur yang relevan dengan topik penelitian guna mengidentifikasi dan mengembangkan ilmu pengetahuan yang ada di dalamnya. Metode ini melibatkan pengumpulan data dari berbagai dokumen seperti buku, jurnal penelitian, laporan hasil penelitian terdahulu, dan literatur lain yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Dalam penelitian kepustakaan, data yang diperoleh bersifat sekunder dan "siap pakai", sehingga peneliti berhadapan langsung dengan teks atau data yang telah tersedia tanpa melakukan pengumpulan data lapangan secara langsung.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji strategi yang dapat diterapkan oleh perusahaan dalam mengoptimalkan seluruh faktor produksi yang dimiliki agar dapat mencapai laba maksimum, terutama dalam kondisi keterbatasan yang disebabkan oleh ketidakmampuan perusahaan menentukan mekanisme harga pasar secara langsung. Dengan kata lain, penelitian ini ingin melihat bagaimana perusahaan dapat memaksimalkan penggunaan sumber daya produksi yang ada, seperti tenaga kerja, bahan baku, mesin, dan modal, untuk memperoleh keuntungan optimal meskipun menghadapi kendala pasar yang tidak sempurna

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pasar persaingan sempurna adalah suatu konsep ekonomi yang menggambarkan struktur pasar ideal, di mana terdapat sejumlah besar pelaku usaha dan konsumen, sehingga tidak satu pun memiliki kekuatan untuk memengaruhi harga pasar secara individual. Fenomena ini mencerminkan prinsip dasar efisiensi pasar yang diungkapkan oleh para ahli ekonomi klasik, seperti Adam Smith, yang menegaskan bahwa "tangan tak terlihat" pasar akan memastikan distribusi sumber daya secara optimal tanpa campur tangan pemerintah.

Alfred Marshall menekankan pentingnya elastisitas permintaan dan penawaran dalam menentukan harga (Marshall, 1890). Dalam pasar ini, perusahaan harus memahami dinamika pasar dan perilaku konsumen untuk dapat beradaptasi dan bersaing secara efektif. Keterbatasan dalam menentukan harga memaksa perusahaan untuk fokus pada efisiensi produksi dan pengelolaan biaya, yang merupakan kunci untuk mencapai laba maksimum.

Lebih jauh, pendekatan mikroekonomi modern menggarisbawahi bahwa pasar persaingan sempurna memungkinkan terjadinya efisiensi alokatif dan produktif. Efisiensi alokatif tercapai ketika harga barang dan jasa mencerminkan biaya marginal produksinya sehingga sumber daya dialokasikan pada penggunaan yang paling bernilai. Sedangkan

efisiensi produktif terjadi saat produsen memproduksi pada titik biaya minimum, mengoptimalkan penggunaan faktor produksi.

Dalam konteks tersebut, perusahaan yang beroperasi pada pasar persaingan sempurna menghadapi tekanan untuk meningkatkan efisiensi produksi secara berkelanjutan, karena produk yang mereka hasilkan homogen dan harga pasar sudah merupakan harga yang berlaku untuk semua pelaku. Ketidakmampuan untuk menetapkan harga sendiri memaksa fokus pada pengelolaan biaya dan inovasi untuk mempertahankan profitabilitas.

Berdasarkan kajian literatur dan analisis teori yang telah dilakukan, berikut adalah hasil dan pembahasan terkait strategi perusahaan dalam mencapai laba maksimum pada pasar persaingan sempurna dengan keterbatasan dalam menentukan mekanisme harga pasar.

#### **Hasil**

- **Karakteristik Pasar Persaingan Sempurna Membatasi Perusahaan dalam Menentukan Harga**

Pasar persaingan sempurna ditandai oleh banyaknya pelaku pasar dan produk yang homogen, sehingga perusahaan tidak memiliki kekuatan untuk menentukan harga jual produknya. Harga pasar terbentuk secara otomatis melalui mekanisme permintaan dan penawaran, sehingga perusahaan hanya dapat menerima harga pasar yang berlaku. Kondisi ini menuntut perusahaan untuk lebih fokus pada pengelolaan faktor produksi agar dapat mencapai laba maksimum melalui efisiensi dan optimalisasi produksi.

- **Strategi Optimalisasi Faktor Produksi sebagai Kunci Mencapai Laba Maksimum**

Dalam kondisi tidak dapat menentukan harga, perusahaan harus mengatur jumlah produksi secara optimal dengan memperhatikan biaya marginal (MC) dan pendapatan marginal (MR). Laba maksimum tercapai ketika  $MR = MC$ . Oleh karena itu, strategi yang efektif meliputi pemilihan teknologi produksi yang efisien, pengendalian biaya variabel, serta penyesuaian kapasitas produksi sesuai permintaan pasar.

Dalam upaya memaksimalkan laba, perusahaan dapat menggunakan tiga pendekatan utama: pendekatan total, rata-rata, dan marginal. Pendekatan total membandingkan total penerimaan (TR) dan total biaya (TC) untuk berbagai tingkat output. Titik laba maksimum tercapai ketika selisih antara TR dan TC adalah yang terbesar. Pendekatan rata-rata membandingkan pendapatan rata-rata (AR) dan biaya rata-rata (AC), di mana laba maksimum dicapai ketika selisih antara AR dan AC paling besar. Terakhir, pendekatan marginal membandingkan biaya marginal (MC) dan pendapatan marginal (MR), di mana laba maksimum tercapai pada saat  $MR = MC$ .

Pendekatan ini sejalan dengan pandangan Sadono Sukirno yang menyatakan bahwa dalam pasar persaingan sempurna, perusahaan harus fokus pada efisiensi biaya dan optimalisasi produksi untuk mencapai keuntungan maksimal (Sukirno, 2016). Dengan demikian, perusahaan yang mampu mengelola sumber daya secara efisien akan memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan.

- **Pentingnya Efisiensi Produksi dan Pengendalian Biaya**

Efisiensi alokatif dan produktif menjadi faktor utama dalam mencapai laba maksimum. Perusahaan harus meminimalkan biaya produksi dengan mengoptimalkan penggunaan tenaga kerja, bahan baku, mesin, dan modal. Pengelolaan biaya yang baik akan meningkatkan selisih antara total pendapatan dan total biaya, sehingga laba maksimal dapat diperoleh meskipun harga pasar tidak dapat dikendalikan.

- **Peran Strategi Manajemen dalam Menghadapi Persaingan Ketat**

Karena banyaknya pesaing dalam pasar persaingan sempurna, perusahaan harus menerapkan strategi yang mampu mempertahankan posisi efisiensi terbaik agar tetap kompetitif. Strategi ini dapat berupa inovasi proses produksi, peningkatan kualitas produk, dan pengembangan sumber daya manusia agar produktivitas meningkat.

### **Pembahasan**

Strategi perusahaan dalam menghadapi pasar persaingan sempurna yang tidak memberikan kontrol harga menuntut fokus pada pengelolaan internal sumber daya produksi. Hal ini sejalan dengan teori ekonomi mikro yang menyatakan bahwa dalam pasar persaingan sempurna, laba maksimum hanya dapat dicapai melalui efisiensi produksi dan pengendalian biaya, bukan melalui manipulasi harga.

Pendekatan marginal ( $MR = MC$ ) menjadi pedoman utama dalam menentukan tingkat output yang optimal. Dengan menggunakan metode ini, perusahaan dapat menghindari produksi berlebih yang menyebabkan biaya tambahan tanpa peningkatan pendapatan, maupun produksi kurang yang menyebabkan kehilangan potensi laba. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam terhadap biaya marginal dan pendapatan marginal sangat krusial.

Selain itu, pemilihan teknologi yang tepat dan pengelolaan faktor produksi secara efisien menjadi strategi penting. Teknologi yang efisien dapat menurunkan biaya produksi per unit, sementara pengelolaan sumber daya seperti tenaga kerja dan bahan baku yang efektif dapat meningkatkan produktivitas. Hal ini mendukung tercapainya efisiensi produktif yang merupakan ciri pasar persaingan sempurna.

Pengendalian biaya variabel juga menjadi fokus utama. Biaya variabel yang tinggi dapat menggerus margin keuntungan, sehingga perusahaan perlu melakukan pengawasan ketat terhadap pengeluaran yang berkaitan dengan produksi. Strategi pengendalian biaya ini harus disesuaikan dengan kondisi pasar dan kapasitas produksi agar tetap fleksibel menghadapi perubahan permintaan.

Terakhir, dalam menghadapi persaingan yang ketat, perusahaan harus terus berinovasi dan meningkatkan kualitas produk serta sumber daya manusia. Strategi ini tidak hanya

meningkatkan efisiensi, tetapi juga dapat menjadi keunggulan kompetitif yang membantu perusahaan bertahan dan meraih laba maksimal di pasar yang sangat kompetitif.

### **KESIMPULAN**

Kesimpulan dari penelitian ini menyoroti pentingnya strategi optimalisasi faktor produksi dan efisiensi biaya dalam konteks pasar persaingan sempurna. Dalam lingkungan di mana perusahaan tidak memiliki kekuatan untuk menentukan harga pasar, fokus pada pengelolaan sumber daya dan biaya menjadi sangat krusial.

Pertama, pendekatan marginal dalam pengambilan keputusan produksi memungkinkan perusahaan untuk menentukan tingkat produksi yang optimal. Dengan menganalisis biaya marginal dan pendapatan marginal, perusahaan dapat memaksimalkan laba dengan memproduksi hingga titik di mana pendapatan dari penjualan tambahan sama dengan biaya untuk memproduksi barang tambahan. Ini membantu perusahaan untuk menghindari pemborosan sumber daya dan memastikan bahwa setiap unit yang diproduksi memberikan kontribusi positif terhadap laba.

Kedua, pemilihan teknologi yang tepat guna berperan penting dalam meningkatkan efisiensi produksi. Dengan mengadopsi teknologi yang lebih efisien, perusahaan dapat mengurangi biaya produksi dan meningkatkan output. Inovasi dalam proses produksi tidak hanya membantu dalam mengurangi biaya, tetapi juga dapat meningkatkan kualitas produk, yang pada gilirannya dapat menarik lebih banyak konsumen.

Ketiga, pengendalian biaya variabel menjadi strategi yang tidak kalah penting. Perusahaan harus mampu mengelola biaya variabel, seperti bahan baku dan tenaga kerja, agar tetap kompetitif. Dengan melakukan analisis biaya yang cermat dan menerapkan praktik terbaik dalam manajemen biaya, perusahaan dapat menjaga margin keuntungan meskipun harga pasar berfluktuasi.

Keempat, inovasi dan peningkatan kualitas produk harus menjadi bagian integral dari strategi perusahaan. Dalam pasar yang sangat kompetitif, produk yang berkualitas tinggi dan inovatif dapat menjadi pembeda yang signifikan. Perusahaan yang mampu menawarkan produk yang lebih baik atau lebih inovatif akan lebih mampu menarik pelanggan dan mempertahankan pangsa pasar.

Akhirnya, meskipun perusahaan dalam pasar persaingan sempurna tidak memiliki kontrol atas harga, penerapan strategi-strategi ini dapat memberikan keunggulan kompetitif yang diperlukan untuk bertahan dan berkembang. Dengan fokus pada efisiensi biaya, inovasi, dan pengelolaan sumber daya yang optimal, perusahaan dapat mencapai laba maksimum dan memastikan keberlanjutan dalam jangka panjang. Oleh karena itu, penting bagi manajemen perusahaan untuk terus mengevaluasi dan menyesuaikan strategi mereka sesuai dengan dinamika pasar yang selalu berubah.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Adam Smith. (1776). *The Wealth of Nations*. London: W. Strahan and T. Cadell.

Alfred Marshall. (1890). *Principles of Economics*. London: Macmillan and Co.

***STRATEGI PERUSAHAAN DALAM MENCAPI LABA MAKSIMUM PADA PASAR  
PERSAINGAN SEMPURNA (PERFECT COMPETITION)***

Berbasis Pada Produksi Makanan Camilan.

Case, K. E., & Fair, R. C. (2015). Principles of Economics (11th ed.). Pearson Education.

H. Chairil M. Noor. (2019). Upaya Strategik Maksimalisasi Laba Untuk Perusahaan Yang Berbasis Pada Produksi Makanan Camilan

Hasan, Iqbal. (2002). Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Ruhilawati, Sudirman, Idris Parakakasi. (2024) Efisiensi Ekonomi Dalam Pasar Persaingan sempurna

Saddam Hasrul, Farma Andiansyah. (2024). Permintaan Pasar Terhadap Perusahaan Pada Pasar Persaingan Sempurna

Sadono Sukirno. (2016). Mikroekonomi Teori Pengantar (Edisi Ketiga). Jakarta: RajaGrafindo Persada.

Sempurna Perspektif Islam. UIN Alauddin Makassar