

Persaingan Monopolistik dan Oligopoli: Kajian Literatur tentang Struktur Pasar, Strategi Harga, dan Perilaku Strategis Perusahaan

Rhena J¹, Fatmawati², Sri Undai Nurbayani³, Rusli⁴

Doctoral Program in economics, Universitas Hasanuddin, Makassar Sulawesi Selatan^{1,4}

Universitas Muhammadiyah Mamuju^{1,4}

Universitas Hasanuddin^{2,3}

rhena.rr5@gmail.com

Published: December, 2025

ABSTRAK

Struktur pasar merupakan komponen fundamental dalam kajian ekonomi mikro dan organisasi industri karena menentukan cara perusahaan beroperasi, menetapkan harga, serta merespons tindakan pesaing dalam suatu industri. Dua struktur pasar yang paling dominan dalam perekonomian modern adalah persaingan monopolistik dan oligopoli, yang masing-masing memiliki karakteristik berbeda namun sama-sama menampilkan dinamika persaingan yang kompleks. Artikel ini bertujuan untuk mengkaji secara komprehensif konsep persaingan monopolistik dan oligopoli dengan menitikberatkan pada struktur pasar, strategi harga, serta perilaku strategis perusahaan sebagaimana dijelaskan dalam literatur ekonomi mikro dan teori organisasi industri. Penelitian ini menggunakan metode literature review naratif dengan mengkaji buku teks ekonomi mikro, teori organisasi industri, teori permainan, serta jurnal ilmiah yang relevan. Proses analisis dilakukan melalui tahapan identifikasi konsep utama, pengelompokan teori, sintesis teoretis, serta analisis implikasi struktur pasar terhadap konsumen, perusahaan, dan kebijakan publik. Hasil kajian menunjukkan bahwa persaingan monopolistik ditandai oleh jumlah perusahaan yang relatif banyak dengan tingkat diferensiasi produk yang tinggi, sehingga setiap perusahaan memiliki kekuatan pasar terbatas dalam menentukan harga. Diferensiasi produk, baik melalui kualitas, merek, kemasan, maupun simbol budaya, menjadi strategi utama dalam membentuk preferensi konsumen dan menciptakan loyalitas pasar. Namun demikian, sebagaimana dikemukakan oleh Chamberlin (1962, hlm. 76–82, *Harvard University Press*), keuntungan dalam pasar persaingan monopolistik cenderung bersifat sementara karena masuknya pesaing baru dalam jangka panjang, yang mengakibatkan laba ekonomi tereliminasi. Di sisi lain, struktur oligopoli dicirikan oleh sedikitnya jumlah perusahaan dominan dengan tingkat interdependensi yang tinggi, sehingga setiap keputusan harga dan output sangat dipengaruhi oleh reaksi pesaing. Fenomena persaingan harga dalam oligopoli sering kali tidak menghasilkan perubahan harga yang signifikan, yang dapat dijelaskan melalui model kurva permintaan patah (*kinked demand curve*) sebagaimana dikemukakan oleh Sweezy (1939, hlm. 568–573, *Journal of Political Economy*), yang menjelaskan kecenderungan harga kaku (*sticky prices*) dalam pasar oligopolistik. Lebih lanjut, kajian ini menunjukkan bahwa dilema antara kompetisi dan kolusi dalam oligopoli dapat dianalisis menggunakan pendekatan *prisoner's dilemma* dan *repeated game*. Dalam permainan satu periode, perusahaan cenderung memilih strategi kompetitif meskipun kolusi secara kolektif lebih menguntungkan, sebagaimana dijelaskan oleh Fudenberg dan Tirole (1991, hlm. 33–45, *MIT Press*). Namun, dalam interaksi jangka panjang, kolusi berpotensi stabil apabila perusahaan memiliki orientasi jangka panjang dan mekanisme hukuman yang kredibel terhadap pelanggaran kesepakatan harga, sebagaimana dirumuskan oleh Friedman (1971, hlm. 1–12, *The Review of Economic Studies*). Temuan ini menegaskan pentingnya peran regulator dalam mengawasi praktik pasar oligopolistik guna menjaga efisiensi persaingan dan melindungi kesejahteraan konsumen.

Kata Kunci: persaingan monopolistik; oligopoli; struktur pasar; strategi harga; teori permainan; perilaku strategis

ABSTRACT

Market structure is a fundamental component in microeconomic and industrial organization studies, as it determines how firms operate, set prices, and respond to competitors' actions within an industry. Two of the most dominant market structures in modern economies are monopolistic competition and oligopoly, both of which exhibit distinct characteristics while simultaneously reflecting complex competitive dynamics. This article aims to comprehensively examine the concepts of monopolistic competition and oligopoly by focusing on market structure, pricing strategies, and firms' strategic behavior as discussed in the microeconomic and industrial organization literature. The study employs a narrative literature review method by analyzing microeconomic textbooks, industrial organization theories, game theory literature, and relevant academic journals. The analytical process involves identifying key concepts, categorizing theoretical approaches, synthesizing theoretical insights, and examining the implications of market structures for consumers, firms, and public policy. The findings indicate that monopolistic competition is characterized by a large number of firms offering

differentiated products, allowing each firm to possess limited market power in price setting. Product differentiation—through quality, branding, packaging, or symbolic value—serves as a primary strategy to shape consumer preferences and build market loyalty. However, as argued by Chamberlin (1962, pp. 76–82, *Harvard University Press*), profits in monopolistically competitive markets tend to be temporary due to free entry in the long run, which ultimately eliminates economic profits. In contrast, oligopoly is characterized by a small number of dominant firms with high levels of interdependence, meaning that each firm's pricing and output decisions are strongly influenced by competitors' responses. Price competition in oligopolistic markets often does not result in frequent price changes, a phenomenon explained by the kinked demand curve model proposed by Sweezy (1939, pp. 568–573, *Journal of Political Economy*), which highlights price rigidity in oligopolistic industries. Furthermore, this study demonstrates that the tension between competition and collusion in oligopoly can be analyzed using the prisoner's dilemma and repeated game frameworks. In one-shot games, firms tend to choose competitive strategies even though collusion would be collectively more profitable, as explained by Fudenberg and Tirole (1991, pp. 33–45, *MIT Press*). However, in repeated interactions, collusion may become stable when firms value long-term profits and credible punishment mechanisms exist to deter deviation, as formulated by Friedman (1971, pp. 1–12, *The Review of Economic Studies*). These findings underscore the crucial role of regulatory authorities in monitoring oligopolistic markets to maintain competitive efficiency and protect consumer welfare

Keywords: *monopolistic competition; oligopoly; market structure; pricing strategy; game theory; strategic firm behavior.*

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

PENDAHULUAN

Struktur pasar merupakan salah satu konsep kunci dalam ekonomi mikro yang berperan fundamental dalam menjelaskan bagaimana perusahaan beroperasi, menetapkan harga, serta berinteraksi dengan pesaing dan konsumen dalam suatu industri. Analisis struktur pasar tidak hanya berkaitan dengan jumlah pelaku usaha dan karakteristik produk, tetapi juga mencerminkan mekanisme persaingan, tingkat kekuatan pasar, serta pola perilaku strategis yang berkembang di antara perusahaan. Dalam konteks perekonomian modern yang ditandai oleh inovasi produk, diferensiasi merek, dan persaingan global, pemahaman mengenai struktur pasar menjadi semakin penting untuk menjelaskan dinamika harga, efisiensi pasar, serta kesejahteraan konsumen. Literatur ekonomi mikro secara umum mengklasifikasikan struktur pasar ke dalam beberapa bentuk utama, di antaranya persaingan sempurna, persaingan monopolistik, oligopoli, dan monopoli, namun dua struktur yang paling banyak dijumpai dalam praktik adalah persaingan monopolistik dan oligopoli (Varian, 2010, hlm. 433–436, *W. W. Norton & Company*).

Persaingan monopolistik dan oligopoli menempati posisi sentral dalam analisis organisasi industri karena mencerminkan realitas struktur pasar yang berkembang dalam berbagai sektor ekonomi, mulai dari industri makanan dan minuman, ritel modern, transportasi, hingga sektor telekomunikasi dan jasa keuangan. Persaingan monopolistik ditandai oleh banyaknya perusahaan yang beroperasi dalam satu industri dengan produk yang terdiferensiasi, sehingga masing-masing perusahaan memiliki kekuatan pasar terbatas dalam menentukan harga. Diferensiasi produk memungkinkan perusahaan membangun identitas dan loyalitas konsumen melalui variasi kualitas, merek, desain, kemasan, maupun aspek simbolik lainnya. Namun, meskipun memberikan ruang bagi perusahaan untuk memperoleh laba dalam jangka pendek, struktur pasar ini juga ditandai oleh kemudahan masuk dan keluar pasar yang pada akhirnya mengikis laba ekonomi dalam jangka panjang (Chamberlin, 1962, hlm. 76–82, *Harvard University Press*). Oleh karena itu, persaingan monopolistik sering dipandang sebagai struktur pasar yang berada di antara persaingan sempurna dan monopoli, dengan implikasi efisiensi yang tidak sepenuhnya optimal namun memberikan manfaat berupa keragaman pilihan bagi konsumen.

Di sisi lain, oligopoli merupakan struktur pasar yang dicirikan oleh jumlah perusahaan yang relatif sedikit dengan tingkat interdependensi yang tinggi. Dalam kondisi oligopolistik, keputusan satu perusahaan terkait harga, output, atau strategi pemasaran tidak dapat dipisahkan dari kemungkinan respons pesaing. Karakteristik ini menjadikan analisis oligopoli lebih kompleks dibandingkan struktur pasar lainnya, karena perilaku perusahaan bersifat strategis dan saling mempengaruhi. Carlton dan

Perloff (2015, hlm. 91–95, *Pearson*) menegaskan bahwa dalam pasar oligopoli, tidak terdapat satu model tunggal yang dapat menjelaskan seluruh perilaku perusahaan, melainkan berbagai pendekatan teoretis yang masing-masing menyoroti aspek tertentu dari interaksi strategis. Fenomena ini tercermin dalam praktik industri, di mana perusahaan oligopolistik sering mengandalkan strategi harga, diferensiasi non-harga, serta kolaborasi implisit untuk mempertahankan posisi pasar dan stabilitas keuntungan.

Salah satu isu penting dalam kajian persaingan monopolistik dan oligopoli adalah strategi harga yang diterapkan perusahaan. Dalam persaingan monopolistik, diferensiasi produk memberikan ruang bagi perusahaan untuk menetapkan harga di atas biaya marginal, meskipun ruang tersebut terbatas oleh keberadaan banyak pesaing dan substitusi yang relatif dekat. Sebaliknya, dalam oligopoli, strategi harga sering kali tidak berjalan secara agresif karena adanya risiko perang harga yang dapat merugikan seluruh pelaku usaha. Fenomena harga kaku (*sticky prices*) dalam pasar oligopolistik telah lama menjadi perhatian para ekonom, salah satunya melalui model kurva permintaan patah yang dikemukakan oleh Sweezy (1939, hlm. 568–573, *Journal of Political Economy*). Model ini menjelaskan bahwa perusahaan enggan menaikkan atau menurunkan harga karena respons asimetris dari pesaing, sehingga harga cenderung stabil dalam jangka waktu tertentu meskipun terjadi perubahan biaya produksi.

Selain strategi harga, perilaku strategis perusahaan dalam pasar oligopolistik juga berkaitan erat dengan potensi kolusi, baik secara eksplisit maupun implisit. Teori permainan memberikan kerangka analisis yang kuat untuk memahami dilema yang dihadapi perusahaan oligopolistik antara memilih strategi kompetitif atau kolusif. Konsep *prisoner's dilemma* menunjukkan bahwa meskipun kolusi dapat meningkatkan keuntungan kolektif, setiap perusahaan memiliki insentif untuk menyimpang demi memperoleh keuntungan jangka pendek yang lebih besar. Dalam permainan satu periode, strategi kompetitif sering kali menjadi keseimbangan Nash yang dominan, sebagaimana dijelaskan oleh Fudenberg dan Tirole (1991, hlm. 33–45, *MIT Press*). Namun, dalam interaksi berulang atau *repeated game*, kolusi berpotensi menjadi stabil apabila perusahaan menghargai keuntungan jangka panjang dan memiliki mekanisme hukuman yang kredibel terhadap pelanggaran kesepakatan harga, sebagaimana dirumuskan oleh Friedman (1971, hlm. 1–12, *The Review of Economic Studies*).

Relevansi kajian mengenai persaingan monopolistik dan oligopoli tidak hanya terbatas pada ranah teoretis, tetapi juga memiliki implikasi penting bagi kebijakan publik dan regulasi pasar. Struktur pasar yang didominasi oleh beberapa perusahaan besar dapat menimbulkan risiko penyalahgunaan kekuatan pasar, praktik kartel, serta penetapan harga yang merugikan konsumen. Oleh karena itu, peran pemerintah dan lembaga pengawas persaingan usaha menjadi krusial dalam menjaga keseimbangan antara efisiensi pasar, inovasi, dan perlindungan konsumen. Harrington (2017, hlm. 54–60, *MIT Press*) menekankan bahwa penegakan hukum persaingan yang efektif sangat diperlukan untuk membatasi perilaku kolusif tanpa menghambat dinamika inovasi dan investasi dalam industri oligopolistik.

Berdasarkan latar belakang tersebut, kajian literatur mengenai persaingan monopolistik dan oligopoli menjadi penting untuk memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai struktur pasar, strategi harga, serta perilaku strategis perusahaan. Analisis berbasis literatur memungkinkan integrasi berbagai perspektif teoretis yang telah berkembang dalam ekonomi mikro dan organisasi industri, sehingga dapat memberikan gambaran yang sistematis mengenai bagaimana perusahaan beradaptasi dan bersaing dalam struktur pasar yang berbeda. Dengan memahami karakteristik dan implikasi masing-masing struktur pasar, kajian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan pemikiran akademik sekaligus memberikan dasar konseptual bagi perumusan kebijakan persaingan usaha yang lebih efektif dan berkeadilan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode kajian literatur (*literature review*) yang bersifat naratif dan konseptual. Pemilihan metode ini didasarkan pada tujuan penelitian, yaitu untuk memahami secara mendalam dan sistematis konsep persaingan monopolistik dan oligopoli dalam kerangka struktur pasar, strategi harga, serta perilaku strategis perusahaan berdasarkan pengembangan teori dan temuan ilmiah yang telah ada. Kajian literatur dipandang sebagai metode yang tepat karena topik yang dibahas bersifat teoretis-analitis dan menuntut integrasi berbagai perspektif dalam ekonomi mikro dan organisasi industri. Menurut Creswell (2014, hlm. 183–185, *SAGE Publications*), penelitian kualitatif berbasis literatur memungkinkan peneliti melakukan interpretasi mendalam terhadap gagasan, konsep, serta hubungan antarvariabel tanpa harus mengumpulkan data primer, tetapi tetap menghasilkan kontribusi akademik yang bermakna.

Pendekatan kajian literatur dalam penelitian ini tidak sekadar menginventarisasi sumber-sumber referensi, melainkan menekankan proses sintesis konseptual dan analisis kritis terhadap teori serta model yang relevan dengan struktur pasar persaingan monopolistik dan oligopoli. Literatur dipahami sebagai basis data ilmiah yang mencerminkan perkembangan pemikiran ekonomi mikro, mulai dari teori klasik hingga pendekatan modern dalam organisasi industri dan teori permainan. Dengan demikian, metode ini memungkinkan peneliti untuk mengaitkan konsep diferensiasi produk, kekuatan pasar, strategi harga, serta interaksi strategis antarperusahaan dalam satu kerangka analitis yang utuh. Grant dan Booth (2009, hlm. 94–95, *Health Information and Libraries Journal*) menegaskan bahwa kajian literatur naratif bertujuan membangun pemahaman konseptual yang terintegrasi dengan menekankan interpretasi dan penjelasan teoritis, bukan sekadar pengujian hipotesis.

Sumber data dalam penelitian ini berasal dari literatur sekunder yang terdiri atas buku teks ekonomi mikro, buku teori organisasi industri, jurnal ilmiah bereputasi, serta publikasi akademik lain yang relevan dengan topik penelitian. Buku teks digunakan terutama untuk memperoleh landasan konseptual dan definisi teoritis mengenai struktur pasar, persaingan monopolistik, dan oligopoli, seperti karya Varian (*Intermediate Microeconomics*), Krugman dan Wells (*Microeconomics*), serta Tirole (*The Theory of Industrial Organization*). Jurnal ilmiah digunakan untuk memperkaya analisis dengan temuan empiris dan pengembangan model teoretis, khususnya terkait strategi harga, harga kaku, serta teori permainan dalam konteks oligopoli. Pemilihan sumber dilakukan dengan mempertimbangkan kredibilitas akademik, relevansi topik, serta kontribusi teoritis terhadap diskursus struktur pasar (Tirole, 1988, hlm. 15–22, *MIT Press*).

Proses pengumpulan literatur dilakukan melalui penelusuran basis data ilmiah seperti Google Scholar, JSTOR, ScienceDirect, dan portal jurnal nasional, dengan menggunakan kata kunci antara lain “monopolistic competition,” “oligopoly,” “market structure,” “pricing strategy,” “kinked demand curve,” “prisoner’s dilemma,” dan “repeated game.” Penelusuran ini bertujuan untuk memperoleh sumber-sumber yang merepresentasikan pandangan klasik, neoklasik, dan kontemporer mengenai struktur pasar dan perilaku perusahaan. Literatur yang diperoleh kemudian diseleksi berdasarkan kriteria inklusi, yaitu relevansi langsung dengan topik penelitian, kejelasan kerangka teoritis, serta reputasi penerbit atau jurnal. Literatur yang bersifat populer atau tidak memiliki dasar ilmiah yang kuat tidak dimasukkan ke dalam analisis, guna menjaga validitas akademik penelitian (Hart, 2018, hlm. 27–30, *SAGE Publications*).

Tahap analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan yang saling berkaitan secara logis. Tahap pertama adalah identifikasi konsep utama, yaitu dengan menelaah literatur untuk mengidentifikasi definisi, karakteristik, dan asumsi dasar dari persaingan monopolistik dan oligopoli. Pada tahap ini, perhatian difokuskan pada bagaimana para ahli mendefinisikan struktur pasar, peran diferensiasi produk, tingkat interdependensi antarperusahaan, serta implikasi terhadap mekanisme penentuan harga. Misalnya, konsep diferensiasi produk dalam persaingan monopolistik dianalisis dengan merujuk pada pemikiran Chamberlin (1962, hlm. 50–60, *Harvard University Press*), yang menekankan peran preferensi konsumen dan kebebasan masuk pasar sebagai faktor penentu keseimbangan jangka panjang.

Tahap kedua adalah pengelompokan teori, yaitu mengklasifikasikan literatur berdasarkan pendekatan teoretis yang digunakan. Pada tahap ini, teori-teori yang relevan dikelompokkan ke dalam beberapa kategori, seperti teori persaingan monopolistik, teori oligopoli, model persaingan harga, serta teori permainan. Pengelompokan ini bertujuan untuk memudahkan analisis komparatif dan menghindari tumpang tindih konsep. Sebagai contoh, model kurva permintaan patah (*kinked demand curve*) yang dikemukakan oleh Sweezy (1939, hlm. 568–573, *Journal of Political Economy*) dikelompokkan dalam kategori model harga kaku, sementara *prisoner's dilemma* dan *repeated game* diklasifikasikan dalam kerangka teori permainan. Pengelompokan teoritis ini memungkinkan peneliti melihat konsistensi dan perbedaan pandangan antarpengarang dalam menjelaskan fenomena oligopolistik.

Tahap ketiga adalah sintesis teoretis, yaitu mengintegrasikan berbagai konsep dan teori yang telah dikelompokkan untuk membangun pemahaman yang komprehensif mengenai hubungan antara struktur pasar, strategi harga, dan perilaku strategis perusahaan. Sintesis dilakukan dengan cara membandingkan, mengontraskan, dan menghubungkan teori-teori yang ada sehingga menghasilkan narasi analitis yang koheren. Pada tahap ini, penelitian tidak sekadar mengutip pendapat para ahli, tetapi juga menafsirkan implikasi teoritisnya dalam konteks ekonomi modern. Misalnya, interaksi antara diferensiasi produk dan kekuatan pasar dalam persaingan monopolistik dianalisis bersama dengan implikasinya terhadap efisiensi alokatif dan kesejahteraan konsumen, sebagaimana dibahas oleh Perloff (2020, hlm. 303–310, *Pearson*).

Tahap keempat adalah analisis implikasi, yaitu mengevaluasi konsekuensi dari struktur pasar persaingan monopolistik dan oligopoli terhadap perusahaan, konsumen, dan kebijakan publik. Pada tahap ini, literatur mengenai regulasi pasar, kebijakan anti-monopoli, dan pengawasan kartel dianalisis untuk menilai bagaimana teori struktur pasar diterjemahkan dalam praktik kebijakan. Analisis ini penting karena perilaku strategis perusahaan, khususnya dalam oligopoli, berpotensi menimbulkan kegagalan pasar apabila tidak diimbangi oleh regulasi yang efektif. Harrington (2017, hlm. 54–60, *MIT Press*) menekankan bahwa pemahaman teoritis mengenai kolusi dan kompetisi sangat diperlukan untuk merancang kebijakan persaingan usaha yang mampu menekan perilaku antipersaingan tanpa menghambat inovasi.

Keabsahan dan keandalan penelitian dijaga melalui penggunaan sumber-sumber literatur yang kredibel dan relevan, serta melalui proses analisis yang sistematis dan transparan. Dengan menggunakan berbagai sumber dari penulis dan periode yang berbeda, penelitian ini berupaya meminimalkan bias interpretasi dan memperkaya perspektif analitis. Selain itu, konsistensi penggunaan istilah dan konsep dijaga agar tidak terjadi kesalahan penafsiran terhadap teori yang dikaji. Menurut Neuman (2014, hlm. 211–213, *Pearson*), keandalan penelitian kualitatif berbasis literatur terletak pada kedalaman analisis, ketepatan interpretasi, serta kemampuan peneliti dalam mengaitkan temuan dengan kerangka teoretis yang relevan.

Dengan demikian, metode penelitian ini dirancang untuk menghasilkan kajian literatur yang komprehensif, sistematis, dan analitis mengenai persaingan monopolistik dan oligopoli. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menelusuri perkembangan pemikiran ekonomi mikro dan organisasi industri secara mendalam, serta mengaitkannya dengan isu strategis yang dihadapi perusahaan dan regulator dalam struktur pasar modern. Melalui metode kajian literatur yang terintegrasi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi konseptual bagi pengembangan kajian struktur pasar dan menjadi rujukan akademik bagi penelitian selanjutnya.

HASIL PENELITIAN

1. Hasil Tinjauan Teoritis

Hasil tinjauan teoritis menunjukkan bahwa persaingan monopolistik dan oligopoli merupakan dua struktur pasar yang paling relevan dalam menjelaskan dinamika ekonomi modern, khususnya dalam konteks perilaku perusahaan dan mekanisme penentuan harga. Literatur ekonomi mikro secara

konsisten menempatkan persaingan monopolistik sebagai struktur pasar dengan jumlah pelaku usaha yang relatif banyak namun menghasilkan produk yang tidak homogen. Diferensiasi produk menjadi karakter utama yang membedakan persaingan monopolistik dari persaingan sempurna, karena memungkinkan perusahaan menciptakan persepsi keunikan di mata konsumen meskipun secara fungsional produk tersebut merupakan substitusi dekat. Chamberlin (1962, hlm. 50–60, *Harvard University Press*) menegaskan bahwa diferensiasi produk memberikan kekuatan monopoli terbatas kepada setiap perusahaan, sehingga memungkinkan penetapan harga di atas biaya marginal dalam jangka pendek. Namun demikian, kebebasan masuk dan keluar pasar dalam struktur ini menyebabkan laba ekonomi cenderung tereliminasi dalam jangka panjang, sehingga keseimbangan jangka panjang ditandai oleh laba normal meskipun terdapat kelebihan kapasitas produksi.

Tinjauan teoritis juga menunjukkan bahwa persaingan monopolistik menimbulkan implikasi ganda terhadap efisiensi ekonomi. Di satu sisi, struktur pasar ini dipandang tidak efisien secara alokatif dan produktif karena harga lebih tinggi dibanding biaya marginal dan kapasitas produksi tidak dimanfaatkan secara optimal. Namun di sisi lain, konsumen memperoleh manfaat berupa variasi produk yang lebih luas dan adanya inovasi non-harga yang berkelanjutan. Varian (2010, hlm. 447–452, *W. W. Norton & Company*) menyatakan bahwa ketidakefisienan dalam persaingan monopolistik harus dipahami sebagai trade-off antara efisiensi statis dan manfaat diferensiasi, di mana keberagaman produk dan preferensi konsumen menjadi pertimbangan utama dalam menilai kesejahteraan sosial.

Berbeda dengan persaingan monopolistik, tinjauan teoritis mengenai oligopoli menunjukkan kompleksitas yang lebih tinggi dalam interaksi antarperusahaan. Oligopoli dicirikan oleh jumlah perusahaan yang relatif sedikit, hambatan masuk yang signifikan, serta tingkat interdependensi yang tinggi. Dalam struktur pasar ini, setiap keputusan perusahaan terkait harga, output, atau strategi pemasaran tidak dapat dilepaskan dari ekspektasi terhadap reaksi pesaing. Tirole (1988, hlm. 15–22, *MIT Press*) menekankan bahwa tidak terdapat satu model universal yang mampu menjelaskan seluruh perilaku oligopolistik, karena hasil interaksi sangat bergantung pada struktur industri, karakteristik produk, serta strategi yang digunakan oleh masing-masing perusahaan.

Literatur juga menyoroti bahwa strategi harga dalam oligopoli sering kali ditandai oleh stabilitas harga atau fenomena harga kaku (*sticky prices*). Model kurva permintaan patah yang dikemukakan oleh Sweezy (1939, hlm. 568–573, *Journal of Political Economy*) memberikan penjelasan teoretis mengenai kecenderungan perusahaan oligopolistik untuk enggan mengubah harga. Ketika perusahaan menaikkan harga, pesaing diasumsikan tidak mengikuti, sehingga perusahaan kehilangan pangsa pasar. Sebaliknya, ketika perusahaan menurunkan harga, pesaing akan segera merespons dengan penurunan harga serupa, sehingga keuntungan tambahan menjadi minimal. Akibatnya, harga cenderung bertahan pada tingkat tertentu meskipun terjadi perubahan biaya produksi, dan persaingan lebih banyak dialihkan ke strategi non-harga seperti promosi, inovasi, dan diferensiasi layanan.

Aspek penting lain dalam tinjauan teoritis oligopoli adalah potensi kolusi dan penerapan teori permainan sebagai alat analisis perilaku strategis perusahaan. Prisoner's dilemma digunakan untuk menggambarkan konflik antara kepentingan individu dan kepentingan kolektif perusahaan oligopolistik. Fudenberg dan Tirole (1991, hlm. 33–45, *MIT Press*) menjelaskan bahwa dalam permainan satu periode (*one-shot game*), keseimbangan Nash yang dominan sering kali menghasilkan strategi kompetitif meskipun kolusi memberikan hasil yang lebih optimal secara kolektif. Namun, teori permainan berulang (*repeated game*) menunjukkan bahwa kolusi dapat menjadi stabil jika perusahaan menghargai keuntungan jangka panjang dan memiliki mekanisme hukuman yang kredibel terhadap penyimpangan, sebagaimana dirumuskan oleh Friedman (1971, hlm. 1–12, *The Review of Economic Studies*).

2. Hasil Perbandingan Teoritis dan Empiris

Hasil perbandingan antara teori dan temuan empiris yang dilaporkan dalam berbagai studi menunjukkan adanya tingkat konsistensi yang tinggi, meskipun dengan variasi kontekstual yang signifikan. Dalam praktik pasar nyata, persaingan monopolistik banyak ditemukan pada sektor-sektor yang mengandalkan merek, desain, dan identitas produk, seperti industri makanan dan minuman, kosmetik, ritel modern, dan jasa perhotelan. Studi empiris menunjukkan bahwa diferensiasi produk yang kuat memungkinkan perusahaan mempertahankan pangsa pasar tertentu dan menetapkan harga di atas biaya marginal, meskipun tekanan kompetisi tetap tinggi. Perloff (2020, hlm. 303–310, *Pearson*) mencatat bahwa dalam industri dengan tingkat diferensiasi tinggi, elastisitas permintaan menjadi relatif lebih rendah, sehingga perusahaan memiliki ruang strategis dalam penetapan harga tanpa kehilangan seluruh konsumen.

Namun demikian, temuan empiris juga menunjukkan bahwa dinamika persaingan monopolistik sering kali bergerak menuju homogenisasi relatif akibat imitasi produk dan strategi pesaing. Inovasi yang diperkenalkan oleh satu perusahaan dengan cepat ditiru oleh perusahaan lain, sehingga keunggulan diferensiasi bersifat sementara. Hal ini konsisten dengan teori Chamberlin mengenai laba jangka pendek dan keseimbangan jangka panjang dalam persaingan monopolistik. Empirically, struktur ini memperlihatkan siklus inovasi yang berulang, di mana perusahaan terus berupaya menciptakan keunikan baru untuk mempertahankan posisi kompetitifnya, meskipun pada akhirnya keunggulan tersebut mengalami erosi akibat masuknya pesaing baru.

Dalam konteks oligopoli, perbandingan antara teori dan praktik empiris menunjukkan bahwa stabilitas harga yang diprediksi oleh model kurva permintaan patah sering ditemukan dalam berbagai industri, seperti industri semen, telekomunikasi, dan maskapai penerbangan. Studi empiris mengindikasikan bahwa harga dalam industri oligopolistik cenderung berubah secara simultan dan jarang mengalami fluktuasi tajam, kecuali ketika terjadi guncangan biaya yang signifikan atau perubahan regulasi. Carlton dan Perloff (2015, hlm. 91–95, *Pearson*) menunjukkan bahwa dalam banyak kasus, perusahaan oligopolistik lebih memilih menyesuaikan output atau kualitas layanan daripada mengubah harga secara eksplisit.

Temuan empiris juga memperkuat relevansi teori permainan dalam menjelaskan perilaku perusahaan oligopolistik. Dalam praktik, kolusi eksplisit sering kali sulit dibuktikan karena dibatasi oleh hukum persaingan usaha, namun kolusi implisit atau koordinasi tidak langsung kerap terjadi melalui sinyal harga, kepemimpinan harga (*price leadership*), atau kesamaan struktur biaya. Harrington (2017, hlm. 54–60, *MIT Press*) mengemukakan bahwa pola harga yang seragam dan stabil dalam industri oligopolistik sering kali mencerminkan hasil dari interaksi strategis berulang, meskipun tidak selalu melibatkan perjanjian formal. Hal ini selaras dengan teori repeated game yang menyatakan bahwa stabilitas kolusi bergantung pada frekuensi interaksi, transparansi pasar, serta kemampuan perusahaan untuk mendeteksi dan menghukum penyimpangan.

Perbandingan teori dan empiris juga mengungkapkan peran penting regulasi pasar dalam membentuk perilaku perusahaan. Secara teoritis, tanpa intervensi regulator, oligopoli memiliki kecenderungan menghasilkan harga yang lebih tinggi dan output yang lebih rendah dibanding pasar kompetitif. Empirically, efektivitas kebijakan anti-monopoli dan pengawasan kartel terbukti mampu membatasi perilaku antipersaingan dan meningkatkan kesejahteraan konsumen, meskipun dengan tingkat keberhasilan yang bervariasi antarnegara dan sektor industri.

3. Hasil Kebaruan Riset

Kebaruan riset dalam kajian ini terletak pada pendekatan integratif yang menghubungkan struktur pasar, strategi harga, dan perilaku strategis perusahaan dalam satu kerangka analitis yang komprehensif berbasis kajian literatur. Berbeda dengan penelitian terdahulu yang cenderung memisahkan analisis persaingan monopolistik dan oligopoli secara parsial, penelitian ini menempatkan kedua struktur pasar tersebut dalam satu spektrum analisis yang menekankan kesinambungan perilaku perusahaan dari

diferensiasi produk hingga interdependensi strategis. Pendekatan ini memungkinkan pemahaman yang lebih holistik mengenai bagaimana perusahaan beradaptasi terhadap tekanan kompetisi dan regulasi dalam berbagai struktur pasar.

Kebaruan lainnya adalah penekanan pada peran teori permainan sebagai jembatan analitis antara struktur pasar dan strategi perusahaan. Dengan mengaitkan prisoner's dilemma dan repeated game secara sistematis dengan fenomena harga kaku dan kolusi implisit, penelitian ini memperluas pemahaman bahwa strategi harga bukan sekadar hasil dari struktur pasar, tetapi juga refleksi dari ekspektasi jangka panjang dan interaksi berulang antarperusahaan. Integrasi ini memberikan kontribusi konseptual dengan menunjukkan bahwa perilaku oligopolistik tidak dapat dipahami secara statis, melainkan sebagai proses dinamis yang terus berkembang seiring perubahan lingkungan pasar.

Selain itu, penelitian ini menawarkan kebaruan dalam perspektif kebijakan dengan menekankan pentingnya pendekatan regulasi yang adaptif terhadap karakteristik struktur pasar. Alih-alih menerapkan kebijakan persaingan secara seragam, hasil kajian ini menunjukkan bahwa efektivitas regulasi sangat bergantung pada pemahaman mendalam mengenai strategi perusahaan dan mekanisme interaksi yang mendasari pasar persaingan monopolistik dan oligopoli. Dengan demikian, kebaruan riset ini tidak hanya bersifat teoretis, tetapi juga memberikan implikasi praktis bagi pengembangan kebijakan persaingan usaha yang lebih kontekstual dan berbasis bukti.

PEMBAHASAN

Pembahasan dalam kajian ini diarahkan untuk menafsirkan secara kritis hasil tinjauan teoritis, perbandingan teoritis dan empiris, serta kebaruan riset dalam kerangka besar pemahaman struktur pasar persaingan monopolistik dan oligopoli. Sebagaimana ditunjukkan dalam abstrak dan pendahuluan, kedua struktur pasar tersebut bukan sekadar klasifikasi statis dalam ekonomi mikro, melainkan arena dinamis interaksi strategis antarperusahaan yang dipengaruhi oleh diferensiasi produk, strategi harga, serta ekspektasi terhadap perilaku pesaing. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persaingan monopolistik dan oligopoli memiliki implikasi yang berbeda terhadap mekanisme pasar dan kesejahteraan konsumen, tetapi keduanya sama-sama menegaskan pentingnya analisis perilaku strategis dalam memahami dinamika ekonomi modern.

Pembahasan terhadap hasil tinjauan teoritis memperlihatkan bahwa konsep persaingan monopolistik masih relevan dalam menjelaskan struktur pasar yang didominasi oleh banyak pelaku usaha dengan tingkat diferensiasi produk yang tinggi. Diferensiasi produk terbukti menjadi sumber utama kekuatan pasar perusahaan, meskipun bersifat terbatas dan temporer. Temuan ini memperkuat pandangan Chamberlin (1962, hlm. 76–82, *Harvard University Press*) yang menyatakan bahwa diferensiasi menciptakan ilusi monopoli bagi konsumen, sehingga perusahaan mampu menetapkan harga di atas biaya marginal. Namun, masuknya pesaing baru dalam jangka panjang menghilangkan laba ekonomi dan mendorong terciptanya keseimbangan jangka panjang dengan laba normal. Dalam konteks ini, hasil penelitian menegaskan bahwa ketidakefisienan yang melekat dalam persaingan monopolistik tidak dapat dipandang semata-mata sebagai kegagalan pasar, melainkan sebagai konsekuensi logis dari pilihan konsumen terhadap keberagaman produk.

Lebih jauh, pembahasan ini menempatkan hasil tersebut dalam kerangka kesejahteraan ekonomi. Ketidakefisienan alokatif dan produktif yang terjadi dalam persaingan monopolistik sering kali dikritik dari sudut pandang efisiensi Pareto. Namun, literatur modern menekankan bahwa kesejahteraan konsumen tidak hanya diukur dari harga dan biaya produksi, tetapi juga dari preferensi terhadap variasi dan identitas produk. Varian (2010, hlm. 447–452, *W. W. Norton & Company*) menegaskan bahwa konsumen memperoleh surplus utilitas dari diferensiasi meskipun harus membayar harga yang relatif lebih tinggi. Oleh karena itu, hasil penelitian ini memperkuat argumen bahwa persaingan monopolistik merepresentasikan kompromi antara efisiensi ekonomi dan kepuasan preferensi konsumen, yang sulit dinilai secara hitam-putih.

Pembahasan mengenai oligopoli menunjukkan temuan yang lebih kompleks dan kaya secara analitis. Tingkat interdependensi yang tinggi antarperusahaan menjadikan perilaku strategis sebagai aspek utama dalam memahami dinamika pasar oligopolistik. Hasil penelitian mengonfirmasi bahwa strategi harga dalam oligopoli tidak dapat dianalisis melalui pendekatan konvensional seperti dalam persaingan sempurna, melainkan memerlukan kerangka teori permainan. Fenomena harga kaku yang diidentifikasi melalui model kurva permintaan patah memberikan penjelasan rasional atas stabilitas harga yang sering diamati dalam praktik industri. Sweezy (1939, hlm. 568–573, *Journal of Political Economy*) menjelaskan bahwa ketakutan terhadap respons asimetris pesaing menciptakan insentif bagi perusahaan untuk mempertahankan harga, dan hasil kajian ini menunjukkan bahwa argumen tersebut tetap relevan dalam konteks industri modern.

Pembahasan ini juga menyoroti bahwa stabilitas harga dalam oligopoli tidak selalu mencerminkan efisiensi pasar, tetapi lebih sering merupakan hasil kompromi strategis antarperusahaan. Dalam banyak kasus, perusahaan oligopolistik lebih memilih bersaing melalui inovasi non-harga, promosi, atau diferensiasi layanan. Carlton dan Perloff (2015, hlm. 91–95, *Pearson*) menegaskan bahwa strategi non-harga sering kali menjadi sarana utama untuk mempertahankan pangsa pasar tanpa memicu perang harga yang merugikan. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperluas pemahaman bahwa persaingan dalam oligopoli tidak hilang, melainkan bertransformasi ke bentuk-bentuk yang kurang terlihat namun tetap strategis.

Pembahasan terhadap hasil perbandingan teoritis dan empiris menunjukkan bahwa teori ekonomi mikro memiliki daya jelaskan yang kuat terhadap realitas pasar, meskipun dengan sejumlah penyesuaian kontekstual. Dalam persaingan monopolistik, temuan empiris mengonfirmasi siklus diferensiasi dan imitasi yang menyebabkan keunggulan kompetitif bersifat sementara. Hal ini menunjukkan bahwa dinamika pasar lebih dekat dengan model teoretis daripada yang sering diasumsikan, khususnya terkait mekanisme masuknya pesaing dan erosi laba ekonomi. Perloff (2020, hlm. 303–310, *Pearson*) menunjukkan bahwa elastisitas permintaan yang dipengaruhi oleh diferensiasi menjadi kunci dalam memahami kekuatan harga perusahaan, dan hasil kajian ini memperkuat relevansi argumen tersebut.

Dalam konteks oligopoli, pembahasan menggarisbawahi kesesuaian antara teori permainan dan pola empiris kolusi implisit. Meskipun kolusi eksplisit dilarang oleh hukum persaingan usaha, banyak industri menunjukkan pola harga yang seragam dan stabil tanpa adanya kesepakatan formal. Harrington (2017, hlm. 54–60, *MIT Press*) menekankan bahwa kolusi implisit sering kali lebih sulit dideteksi, tetapi justru lebih umum terjadi. Pembahasan ini menunjukkan bahwa teori repeated game memberikan kerangka yang memadai untuk menjelaskan stabilitas perilaku tersebut, khususnya ketika interaksi antarperusahaan berlangsung dalam jangka panjang dan pasar memiliki tingkat transparansi yang tinggi.

Pembahasan juga menekankan peran kebijakan publik sebagai variabel penting yang memengaruhi perilaku pasar. Secara teoritis, struktur oligopoli memiliki kecenderungan menghasilkan harga yang lebih tinggi dan output yang lebih rendah dibandingkan struktur pasar yang lebih kompetitif. Namun, hasil empiris menunjukkan bahwa efektivitas regulasi dapat mengurangi dampak negatif tersebut. Dengan demikian, pembahasan ini menegaskan bahwa teori struktur pasar harus dipahami dalam konteks institusional yang lebih luas, di mana aturan hukum dan pengawasan persaingan usaha berperan sebagai penyeimbang kekuatan pasar perusahaan.

Pembahasan terhadap kebaruan riset menunjukkan bahwa kontribusi utama kajian ini terletak pada pendekatan integratif yang menghubungkan persaingan monopolistik dan oligopoli dalam satu spektrum analisis perilaku strategis. Dengan menempatkan diferensiasi produk, strategi harga, dan teori permainan dalam satu kerangka konseptual, penelitian ini menawarkan perspektif yang lebih menyeluruh dibandingkan kajian terdahulu yang cenderung terfragmentasi. Pendekatan ini memperlihatkan bahwa perbedaan antara persaingan monopolistik dan oligopoli tidak bersifat

dikotomis, melainkan bertahap dan kontekstual, tergantung pada tingkat diferensiasi produk dan konsentrasi pasar.

Lebih lanjut, pembahasan ini menggarisbawahi bahwa perilaku strategis perusahaan merupakan elemen kunci yang menyatukan berbagai struktur pasar. Dalam persaingan monopolistik, perilaku strategis tercermin dalam upaya diferensiasi berkelanjutan, sementara dalam oligopoli perilaku strategis diwujudkan melalui ekspektasi terhadap reaksi pesaing dan pengelolaan konflik antara kompetisi dan kolusi. Dengan demikian, pembahasan ini menegaskan bahwa analisis struktur pasar yang mengabaikan dimensi perilaku strategis berisiko menghasilkan pemahaman yang parsial dan kurang relevan terhadap realitas ekonomi.

Secara keseluruhan, pembahasan ini menunjukkan bahwa hasil penelitian konsisten dengan tujuan awal kajian, yaitu memberikan pemahaman komprehensif mengenai persaingan monopolistik dan oligopoli sebagai struktur pasar dominan dalam ekonomi modern. Dengan mengintegrasikan teori, temuan empiris, dan perspektif kebijakan, kajian ini menegaskan bahwa analisis struktur pasar harus bersifat multidimensional dan adaptif terhadap perubahan lingkungan ekonomi. Pembahasan ini juga memperkuat kontribusi konseptual penelitian dengan menunjukkan bahwa strategi harga dan perilaku strategis perusahaan merupakan kunci dalam menjelaskan dinamika pasar, serta menjadi dasar penting bagi perumusan kebijakan persaingan usaha yang berorientasi pada efisiensi dan kesejahteraan masyarakat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian literatur yang terintegrasi secara sistematis melalui abstrak, pendahuluan, metode penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa persaingan monopolistik dan oligopoli merupakan dua struktur pasar utama yang paling representatif dalam menjelaskan dinamika ekonomi modern. Kedua struktur pasar tersebut tidak hanya berbeda dalam jumlah pelaku dan karakteristik produk, tetapi juga menunjukkan pola strategi harga dan perilaku strategis perusahaan yang khas dan kompleks. Kajian ini menegaskan bahwa pemahaman struktur pasar tidak dapat dilepaskan dari analisis perilaku perusahaan serta interaksi strategis antar pelaku usaha, khususnya dalam konteks diferensiasi produk, penetapan harga, dan ekspektasi terhadap respons pesaing.

Hasil tinjauan teoritis menunjukkan bahwa persaingan monopolistik ditandai oleh diferensiasi produk yang memberikan kekuatan pasar terbatas kepada perusahaan, sehingga memungkinkan penetapan harga di atas biaya marginal dalam jangka pendek. Namun demikian, kemudahan masuk pasar menyebabkan laba ekonomi cenderung tereliminasi dalam jangka panjang, sebagaimana dikemukakan oleh Chamberlin (1962, hlm. 76–82, *Harvard University Press*). Struktur pasar ini mencerminkan adanya trade-off antara efisiensi alokatif dan keberagaman produk, di mana konsumen memperoleh manfaat dari variasi dan inovasi meskipun harus menghadapi harga yang relatif lebih tinggi dibandingkan struktur pasar yang lebih kompetitif. Dalam konteks ini, ketidakefisienan persaingan monopolistik tidak sepenuhnya dapat dikategorikan sebagai kegagalan pasar, melainkan sebagai konsekuensi dari preferensi konsumen terhadap diferensiasi.

Sementara itu, hasil kajian mengenai oligopoli menunjukkan bahwa tingkat interdependensi yang tinggi antarperusahaan menjadikan perilaku strategis sebagai faktor penentu utama dalam dinamika pasar. Stabilitas harga yang sering ditemukan dalam praktik industri dapat dijelaskan melalui model kurva permintaan patah, sebagaimana dirumuskan oleh Sweezy (1939, hlm. 568–573, *Journal of Political Economy*), serta melalui pendekatan teori permainan. Temuan ini diperkuat oleh analisis prisoner's dilemma dan repeated game yang menunjukkan bahwa meskipun kolusi bersifat tidak stabil dalam permainan satu periode, interaksi berulang memungkinkan munculnya koordinasi implisit yang relatif stabil apabila perusahaan memiliki orientasi jangka panjang dan mekanisme hukuman yang kredibel.

(Fudenberg & Tirole, 1991, hlm. 33–45, *MIT Press*; Friedman, 1971, hlm. 1–12, *The Review of Economic Studies*).

Perbandingan antara teori dan temuan empiris menunjukkan tingkat kesesuaian yang cukup tinggi, meskipun dipengaruhi oleh konteks industri dan kerangka regulasi yang berlaku. Kajian ini menegaskan bahwa teori ekonomi mikro dan organisasi industri tetap relevan dalam menjelaskan realitas pasar, khususnya ketika dipahami sebagai kerangka analitis yang fleksibel dan kontekstual. Kebaruan riset dalam penelitian ini terletak pada pendekatan integratif yang menghubungkan persaingan monopolistik dan oligopoli dalam satu spektrum analisis perilaku strategis, serta pada penekanan peran teori permainan sebagai jembatan antara struktur pasar dan strategi harga perusahaan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pemahaman komprehensif mengenai persaingan monopolistik dan oligopoli sangat penting bagi pengembangan kajian akademik maupun perumusan kebijakan persaingan usaha. Kajian ini menegaskan bahwa analisis struktur pasar yang efektif harus mempertimbangkan tidak hanya aspek struktural, tetapi juga dinamika perilaku strategis perusahaan dan konteks institusional yang melingkupinya, guna menciptakan keseimbangan antara efisiensi ekonomi, inovasi, dan kesejahteraan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Bain, J. S. (1956). *Barriers to new competition: Their character and consequences in manufacturing industries*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Bertrand, J. (1883). Théorie mathématique de la richesse sociale. *Journal des Savants*, 67, 499–508.
- Carlton, D. W., & Perloff, J. M. (2015). *Modern industrial organization* (4th ed.). Boston, MA: Pearson Education.
- Chamberlin, E. H. (1962). *The theory of monopolistic competition: A re-orientation of the theory of value* (8th ed.). Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Friedman, J. (1971). A non-cooperative equilibrium for supergames. *The Review of Economic Studies*, 38(1), 1–12. <https://doi.org/10.2307/2296617>
- Fudenberg, D., & Tirole, J. (1991). *Game theory*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Grant, M. J., & Booth, A. (2009). A typology of reviews: An analysis of 14 review types and associated methodologies. *Health Information and Libraries Journal*, 26(2), 91–108. <https://doi.org/10.1111/j.1471-1842.2009.00848.x>
- Harrington, J. E. (2017). *A theory of collusion under antitrust scrutiny*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Hart, C. (2018). *Doing a literature review: Releasing the research imagination* (2nd ed.). London: SAGE Publications.
- Krugman, P., & Wells, R. (2020). *Microeconomics* (6th ed.). New York, NY: Worth Publishers.
- Neuman, W. L. (2014). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches* (7th ed.). Boston, MA: Pearson Education.
- Perloff, J. M. (2020). *Microeconomics* (8th ed.). Boston, MA: Pearson Education.
- Sweezy, P. M. (1939). Demand under conditions of oligopoly. *Journal of Political Economy*, 47(4), 568–573. <https://doi.org/10.1086/255372>
- Tirole, J. (1988). *The theory of industrial organization*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Varian, H. R. (2010). *Intermediate microeconomics: A modern approach* (8th ed.). New York, NY: W. W. Norton & Company.