



PENGANTAR
EKONOMI
M I K R O

Nurullaili Mauliddah, S.Pd.,M.SE.
Dr. Didin Fatihudin, S.E.,M.Si.
Anita Roosmawarni, S.E.,M.S.E.

PENGANTAR EKONOMI M I K R O

PENGANTAR EKONOMI MIKRO

Pengantar ekonomi mikro ini merupakan buku ajar terdiri dari 11 bab yang memberikan pemahaman kepada mahasiswa dengan konsep sederhana, ringkas dan mudah untuk dipahami. Buku ini membahas beragam konsep mikroekonomi dari ekonomi rumah tangga hingga perusahaan. Pembahasan setiap bab disertai dengan contoh dan latihan soal yang diharapkan dapat melibatkan imajinasi dalam konsep ekonomi mikro seperti konsep umum tentang ilmu ekonomi, permasalahan dalam ekonomi, konsep permintaan, konsep penawaran, keseimbangan pasar, elastisitas, teori utilitas, mekanisme pembentukan harga, kemungkinan, preferensi dan pilihan, teori produksi serta output dan biaya.

Contoh soal dengan pembahasannya, rangkuman dan latihan soal membuat buku ini mudah untuk dipahami mahasiswa dan dosen. Buku ini merupakan sumber yang lengkap untuk mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis baik dari program studi Manajemen, Akuntansi maupun dan Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan.

Semoga bahan ajar pendamping ini dapat menjadi pedoman segenap civitas akademika dalam melaksanakan perkuliahan Pengantar Ekonomi Mikro.



EUREKA
MEDIA AKSARA

Penerbit:
CV. EUREKA MEDIA AKSARA
Jl. Banjaran RT.20 RW.10
Bojongsari - Purbalingga 53362

ISBN 978-623-97936-6-1



9 786239 793661

PENGANTAR EKONOMI MIKRO

Nurullaili Mauliddah, S.Pd., M.S.E.

Dr. Didin Fatihudin, S.E., M.Si.

Anita Roosmawarni, S.E., M.S.E.



**EUREKA
MEDIA AKSARA**

PENERBIT CV. EUREKA MEDIA AKSARA

PENGANTAR EKONOMI MIKRO

Penulis : Nurullaili Mauliddah, S.Pd., M.S.E.
Dr. Didin Fatihudin, S.E., M.Si.
Anita Roosmawarni, S.E., M.S.E.

Desain Sampul : Eri Setiawan

Tata Letak : Endar Widi Sugiyo

ISBN : 978-623-97936-6-1

Diterbitkan oleh : **EUREKA MEDIA AKSARA, SEPTEMBER 2021**
ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH
NO. 225/JTE/2021

Redaksi:

Jalan Banjaran, Desa Banjaran RT 20 RW 10 Kecamatan Bojongsari
Kabupaten Purbalingga Telp. 0858-5343-1992

Surel : eurekamediaaksara@gmail.com

Cetakan Pertama : 2021

All right reserved

Hak Cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun dan dengan cara apapun, termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan teknik perekaman lainnya tanpa seizin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Teori ekonomi adalah ilmu yang mempelajari tentang bagaimana menggunakan sumberdaya faktor produksi yang seefisien mungkin untuk memperoleh keuntungan yang maksimal-optimal. Lingkup bahasanya meliputi mikroekonomi dan makroekonomi.

Sasaran pembaca buku Pengantar Ekonomi Mikro ini adalah mahasiswa Manajemen dan Akuntansi semester awal tahun pertama. Teori ini membekali konsep dasar tentang (1) definisi ilmu ekonomi, terutama mikro ekonomi yang meliputi: (2) hukum permintaan dan penawaran (*demand-supply*), (3) teori produksi dan faktor2 produksi (bahan baku, tenaga kerja, modal, teknologi), (4) teori biaya (*fix cost, variable cost, average cost, total cost*). (5) Jenis-struktur pasar (monopoli, *oligopoly, market competition*). Pasar dalam arti sempit (tradisional) dan pasar dalam arti luas (*virtual-digital*). Terakhir (6) Pasar faktor produksi.

Allah swt segala pemilik ilmu, hidayah, petunjuk, pujian hanya milikNya. Inspirasi gagasan juga milikNya. BerkatNya pula buku ajar ini selesai sesuai harapan. Tiada gading yang tak retak. Saran, kritikan yang membangun untuk kesempurnaan buku ini sangat dinantikan. Terima kasih kepada editor, reviewer, penerbit yang telah membantu hingga terbit buku ini. Semoga menjadi amal jariah, ilmun yuntafa'ubih bagi semuanya. InsyaAllah amin.

Surabaya, 30 Agustus 2021

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	iv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. TINJAUAN MATA KULIAH.....	1
B. PENGANTAR MATA KULIAH	2
BAB II KONSEP UMUM TENTANG ILMU EKONOMI.....	5
A. DEFINISI ILMU EKONOMI.....	6
B. DUA PERTANYAAN BESAR DALAM EKONOMI	8
C. EKONOMI SEBAGAI CARA BERPIKIR.....	11
D. ILMU EKONOMI SEBAGAI ILMU SOSIAL.....	13
E. LATIHAN	16
F. RANGKUMAN.....	16
BAB III PERMASALAHAN DALAM EKONOMI.....	17
A. PELAKU KEGIATAN EKONOMI.....	17
B. KEMUNGKINAN PRODUKSI DAN BIAYA PELUANG ..	20
C. PENGGUNAAN SUMBER DAYA SECARA EFISIEN	24
D. PERTUMBUHAN EKONOMI.....	25
E. LATIHAN	30
F. RANGKUMAN.....	31
BAB IV KONSEP PERMINTAAN.....	32
A. PASAR DAN KONSEP HARGA.....	33
B. PERMINTAAN	34
C. RANGKUMAN.....	43
D. LATIHAN	44
BAB V KONSEP PENAWARAN	46
A. PENGERTIAN PENAWARAN.....	46
B. HUKUM PENAWARAN.....	48
C. SKEDUL PENAWARAN DAN KURVA PENAWARAN ..	48
D. PERUBAHAN PADA PENAWARAN	51
E. FUNGSI PENAWARAN.....	54
F. PENENTUAN HARGA DAN JUMLAH YANG DIPERJUAL BELIKAN.....	58
G. RANGKUMAN.....	60
H. LATIHAN	60

BAB VI KESEIMBANGAN PASAR.....	62
A. MEKANISME PEMBENTUKAN HARGA DAN KUANTITAS	62
B. PERUBAHAN KESEIMBANGAN PASAR.....	66
C. RANGKUMAN	77
D. LATIHAN	77
BAB VII ELASTISITAS	79
A. ELASTISITAS PERMINTAAN	80
B. ELASTISITAS PENAWARAN	88
C. ELASTISITAS PENDAPATAN.....	95
D. RANGKUMAN	95
E. LATIHAN	96
BAB VIII TEORI UTILITAS.....	97
A. PILIHAN KONSUMSI DAN UTILITAS	97
B. MEMAKSIMUMKAN UTILITAS.....	99
C. PARADOKS NILAI.....	105
D. RANGKUMAN	107
E. LATIHAN	108
BAB IX KEMUNGKINAN, PREFERENSI DAN PILIHAN.....	109
A. KEMUNGKINAN KONSUMSI	109
B. PREFERENSI DAN KURVA INDIFEREN.....	113
C. MEMPERKIRAKAN PILIHAN KONSUMEN	118
D. RANGKUMAN	121
E. LATIHAN	122
BAB X TEORI PRODUKSI.....	123
A. PERUSAHAAN DAN PERSOALAN EKONOMINYA	124
B. FUNGSI PRODUKSI.....	130
C. PRODUKSI OPTIMAL	133
D. RANGKUMAN	140
E. LATIHAN	141
BAB XI OUTPUT DAN BIAYA.....	142
A. KERANGKA WAKTU PENGAMBILAN KEPUTUSAN ..	142
B. OUTPUT PRODUKSI	144
C. BIAYA PRODUKSI	146
D. SYARAT PERUSAHAAN MENCAPAI KEUNTUNGAN MAKSIMUM	150

E. BIAYA PELUANG.....	153
F. RANGKUMAN.....	155
G. LATIHAN	155
DAFTAR PUSTAKA	157
TENTANG PENULIS.....	159

1

PENDAHULUAN

A. TINJAUAN MATA KULIAH

Program Studi	: S1 Manajemen / S1 Akuntansi
Mata Kuliah / Kode	: Pengantar Ekonomi Mikro/ 15WF00001
Jumlah SKS	: 2 SKS
Prasyarat	: -
Deskripsi Mata Kuliah	:

Mata kuliah ini mencakup konsep-konsep dasar dalam mikroekonomi yang meliputi pokok bahasan antara lain konsep umum tentang apa itu ilmu ekonomi, permasalahan dalam ekonomi, permintaan dan penawaran, elastisitas, efisiensi dan pemerataan, tindakan pemerintah di pasar, kebijakan pasar global, utilitas dan permintaan, kemungkinan, preferensi dan pilihan, mengelola produksi, *output* dan Biaya, konsep macam-macam pasar. Melalui matakuliah Pengantar Ekonomi Mikro maka mahasiswa akan memperoleh manfaat berikut:

1. Memberikan pengetahuan yang lengkap dalam konsep mikroekonomi dan penerapannya dalam kehidupan sehari-hari.
2. Membantu mahasiswa untuk memahami bagaimana menyelesaikan permasalahan yang ada pada perekonomian secara individu dan perusahaan.
3. Memberikan pengetahuan dalam memahami mekanisme permintaan dan penawaran dalam pasar faktor produksi

Capaian Pembelajaran :

Setelah mengikuti mata kuliah Pengantar Ekonomi Mikro, mahasiswa mampu **mendiskusikan (A2)** perilaku konsumen dan produsen di dalam pasar faktor produksi, **menunjukkan hubungan antara (C4)** preferensi konsumen dan *output* serta

biaya dalam pengelolaan produksi dan **mendemonstrasikan (P2)** proses pemecahan masalah yang muncul didalam berbagai jenis pasar sesuai dengan teori-teori mikro ekonomi

B. PENGANTAR MATA KULIAH

Masyarakat merupakan kelompok manusia yang selalu bersosialisasi dan saling membutuhkan. Kebutuhan yang ingin dipenuhi tersebut tidak memiliki batasan yang memberikan dampak pada penguasaan akan barang pemuas menjadi satu tujuan dari manusia bersosialisasi dengan kata lain, manusia berusaha membutuhkan orang lain untuk memenuhi kebutuhan secara pribadi. Keterbatasan akan alat pemuas kebutuhan ini dalam ilmu ekonomi dikatakan sebagai kelangkaan. Kelangkaan tersebut menjadi pemicu utama dari manusia bersosialisasi dan berinteraksi dengan orang lain. Kelangkaan dan tidak terbatasnya kebutuhan manusia ini yang menjadi latar belakang dari adanya ilmu ekonomi. Ilmu ekonomi hadir untuk memberikan pemecahan permasalahan tidak seimbangnyanya kedua aspek pemicunya tersebut yakni kelangkaan barang pemuas dan kebutuhan manusia.

Aplikasi dari adanya ilmu ekonomi sebenarnya telah dilaksanakan dan terjadi pada kehidupan manusia sejak lahir. Manusia secara jasmani membutuhkan orang lain sejak bayi yaitu ibu yang melahirkannya sampai dewasa. Sosialisasi yang terjadi antar manusia dalam pemenuhan kebutuhan ini melahirkan paradigma pemikiran yang terjadi didalam kehidupan masyarakat yaitu ilmu ekonomi. Dalam penerapannya, ilmu ekonomi memiliki dua sudut pandang yaitu secara makro dan mikro. Kemampuan individu dalam mengelola sumber daya dan alat pemuas kebutuhan agar efektif dan efisien dalam memenuhi kebutuhan dikatakan sebagai ekonomi dalam perspektif mikro. Namun, ketika suatu pemerintahan kota atau negara yang mengatur dan menjaga stabilitas perekonomiannya dengan tujuan kesejahteraan masyarakat kota atau negara tersebut ini merupakan perspektif makro dalam ilmu ekonomi.

Pembelajaran dua perspektif ilmu ekonomi tersebut menjadi penting ketika seseorang ingin lebih jauh dalam mempelajari ilmu ekonomi. Hal ini dikarenakan dua perspektif tersebut merupakan dua hal yang dalam sudut pandang tertentu terdapat perbedaan. Perusahaan yang ingin meningkatkan keuntungannya akan berbeda prosedur pengambilan keputusan pada pemerintah yang ingin meningkatkan tingkat kesehatan dan pendidikan masyarakatnya. Jika ditinjau dari skala ukuran maka scope keilmuan dan pembelajaran makro ekonomi akan lebih besar atau disebut dengan agregat. Perusahaan hanya perlu memikirkan pendapatan dari produk-produk yang dikelolanya agar mampu meningkatkan profit yang diharapkan. Namun, pemerintah harus memikirkan pendapatan baik dari masyarakat, perusahaan maupun pendapatan dari pemerintah itu sendiri demi mencapai pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan yang diharapkan. dua hal tersebut merupakan salah satu contoh kecil dalam membedakan antara ilmu ekonomi dalam perspektif makro dan mikro.

Modul ini mengulas ilmu ekonomi dalam perspektif mikro. Mikro ekonomi menjadi sangat penting untuk dipelajari oleh setiap individu dikarenakan adanya kebutuhan berawal dari individu dan individu tersebut harus mampu memanfaatkan dengan baik kepemilikan atas alat pemenuh kebutuhan. Untuk menjadi salah satu media pembelajaran bagi mahasiswa yang mempelajari ilmu ekonomi, maka buku ini mengulas secara umum bagaimana interaksi antara produsen dan konsumen. Secara rinci, diharapkan mahasiswa setelah mempelajari modul ini akan memperoleh pengetahuan baru dan menguasai beberapa hal berikut:

1. Interaksi antara produsen dan konsumen di pasar barang
2. Proses pengambilan sikap yang dipilih konsumen dalam memenuhi kebutuhan
3. Keputusan biaya produksi dalam mengoptimalkan pendapatan oleh pengusaha
4. Bentuk-bentuk interaksi produsen dan konsumen dalam berbagai struktur pasar dalam penentuan pendapatan.

Berdasarkan ulasan diatas maka Buku Ajar Pengantar Ekonomi Mikro ini akan membahas beberapa hal dan diharapkan mahasiswa akan memperoleh pengetahuan dan pengalaman belajar pada topik-topik kegiatan belajar berikut:

1. Konsep umum tentang ilmu ekonomi
2. Permasalahan dalam Ekonomi
3. Konsep permintaan
4. Konsep penawaran
5. Keseimbangan pasar
6. Elastisitas
7. Teori Utilitas
8. Mekanisme pembentukan harga
9. Kemungkinan, Preferensi dan Pilihan
10. Teori Produksi
11. Output dan Biaya

2

KONSEP UMUM TENTANG ILMU EKONOMI

Jika anda memanfaatkan sesuatu untuk memenuhi keinginan anda maka dengan ini anda membutuhkan orang lain yang bisa membuatnya. Anda menginginkan secangkir kopi maka anda membutuhkan hasil kerja dari seorang petani kopi, barista yang meracik kopi anda dan pelayanan dari kedai kopi yang anda datangi saat itu serta perlengkapan lain yang tidak dapat anda buat sendiri untuk mencapai kepuasan anda dalam menikmati secangkir kopi. Kehidupan anda terbangun dari pilihan yang anda buat dan tantangan yang anda hadapi. Ketika anda memilih kedai kopi yang anda tempati saat ini berarti anda telah mengambil keputusan yang sesuai dengan sumber daya yang anda miliki dalam memenuhi kepuasan atas kebutuhan anda.

Fakta mendasar yang mendominasi hidup kita adalah kita menginginkan lebih banyak dari apa yang telah kita dapatkan selama ini. Hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan dan keinginan anda tidaklah terbatas. Namun demikian, dalam memenuhi kebutuhan tersebut anda memiliki ketidakmampuan untuk mendapatkan segalanya yang kita butuhkan. Hal inilah yang dikatakan sebagai **Kelangkaan**. Kelangkaan dihadapi semua makhluk hidup, bahkan hewan juga mengalami kelangkaan.

Beberapa contoh dalam penjelasan diatas merupakan proses berpikir dalam ilmu ekonomi yang telah manusia lakukan. Ilmu ekonomi merupakan studi yang menghubungkan antara pilihan dan konsekuensi atas pengambilan keputusan dari pilihan tersebut. beberapa analogi dapat anda pikirkan bahwa seseorang harus mengambil keputusan atas pilihan karena adanya kelangkaan.

Anda ingin memiliki keinginan untuk berbagai hal misalkan anda ingin memperoleh pendidikan dari sekolah, kampus, universitas yang bagus. Anda ingin memiliki rumah yang luas, fasilitas lengkap, furnitur yang mewah dan berada dilokasi yang berdekatan dengan tempat kerja. Anda ingin makan di restoran mewah dengan pelayanan yang exclusive higienis dan bergengsi. Semua itu adalah kebutuhan anda namun semua keinginan tersebut dibatasi oleh adanya keterbatas jumlah pendapatan dan waktu yang anda miliki.

Pengusaha menginginkan untuk dapat menghasilkan produk yang berkualitas dan melimpah karena dengan penjualan dalam jumlah besar akan lebih cepat meningkatkan pendapatannya. Pengusaha ini memperluas pemasaran ke luar kota bahkan ke luar negeri sehingga mampu menguasai pangsa pasar dunia. Pengusaha ingin semua masyarakat mampu menerima barang yang diproduksinya dan menggunakan secara terus menerus. Keinginan produsen tersebut dibatasi oleh ketersediaan bahan baku, modal, tenaga kerja dan teknologi. Pemerintah menaikkan pajak dengan tujuan ingin membangun fasilitas umum lebih lengkap di kota nya yaitu jembatan, jalan tol, taman, bandara.namun hal ini dibatasi oleh pendapatan masyarakat untuk membayar pajak. Pajak memberikan dampak pada penurunan pendapatan seseorang. Sehingga membatasi ruang gerak konsumsi seseorang.

Setiap orang memiliki batasan untuk dapat memenuhi kebutuhannya masing-masing yaitu dibatasi oleh sumber daya produktif yang dimiliki. Keterbatasan ini menuntut seseorang untuk mengambil keputusan untuk memilih. Seseorang harus mengorbankan keinginan bersekolah di universitas yang diinginkan dan harus bekerja karena keterbatasan pendapatan untuk membayar biaya pendidika. Pengusaha harus mengorbankan untuk mencapai penjualan dalam skala internasional karena keterbatasan jumlah tenaga kerja dan bahan baku.

A. DEFINISI ILMU EKONOMI

Perekonomian merupakan aktivitas ekonomi yang tidak bisa terlepas dari kehidupan manusia di belahan bumi manapun. Dan dalam perkembangannya perekonomian mengalami

transformasi, modernisasi bahkan inovasi dalam pengaplikasian penerapannya. Dan tentu saja bersumber pada teori-teori ataupun dasar-dasar ekonomi yang telah ada. Namun, dalam praktiknya teori-teori ekonomi bersifat fleksibel sesuai kebutuhan dari suatu negara ataupun lingkup yang mengaplikasikannya.

Dan karena perubahannya, perubahan umum perekonomian yang dialami suatu negara sering menjadi bahan pembicaraan, baik di kalangan ilmuwan, ekonom, pejabat pemerintah, maupun masyarakat yang tertarik sebagai pemerhati ekonomi. Berbagai media massa sering memuat berita besar mengenai perubahan ekonomi yang dialami suatu negara, seperti inflasi, pengangguran, kesempatan kerja, hasil produksi, dan penanaman modal.

Setiap negara senantiasa mengharapkan agar perekonomian yang dicapai mengalami peningkatan terus-menerus. Peningkatan perekonomian tersebut akan memupuk investasi serta kemampuan teknik produksi agar hasil produksi terus meningkat. Jika hasil produksi meningkat, perekonomian mengalami pertumbuhan, serta memberikan kesejahteraan ekonomi yang lebih baik bagi penduduk negara tersebut.

Dalam penjelasan sebelumnya disampaikan bahwa ilmu ekonomi hadir untuk menjawab pertanyaan dan masalah yang muncul akibat dari kebutuhan dan keinginan seseorang lebih besar dibandingkan dengan sumber daya untuk memenuhinya. Berikut masalah pokok ekonomi yang muncul :

1. Kelangkaan (*scarcity*)
2. Kebutuhan masyarakat yang tidak terbatas
3. Jenis-jenis barang
4. Faktor-faktor produksi
5. Keterbatasan kemampuan memproduksi

Ilmu ekonomi didefinisikan sebagai bidang studi yang memberikan petunjuk teori-teori dalam rangka memecahkan masalah perekonomian kelangkaan, kebutuhan yang tidak terbatas dan pengambilan keputusan atas pilihan yang diharapkan. Dalam perkembangannya ilmu ekonomi didibagi atas dua kelompok besar yaitu **Mikroekonomi** dan **Makroekonomi**.

Mikroekonomi merupakan studi tentang pilihan yang seseorang dan perusahaan buat, bagaimana pilihan-pilihan tersebut berinteraksi dipasar dan bagaimana pemerintah mempengaruhi pengambilan keputusan tersebut. Beberapa pembahasan yang muncul dalam studi Mikroekonomi diantaranya mengapa masyarakat lebih suka untuk mengunduh film dari pada menontonnya di bioskop, mengapa produk A terjual lebih banyak dari pada produk B dimana kedua produk tersebut berasal dari perusahaan yang sama Sedangkan **Makroekonomi** didefinisikan sebagai studi tentang kinerja dari pemerintah dalam mengambil kebijakan perekonomian secara global dan interaksinya dipasar. Pertanyaan yang biasa muncul dalam pembahasan makroekonomi diantaranya adalah mengapa tingkat pengangguran di Indonesia saat ini tinggi, dapatkah Bank Indonesia menjaga stabilitas nilai tukar Rupiah.

B. DUA PERTANYAAN BESAR DALAM EKONOMI

Perekonomian selalu dihadapkan pada dua pertanyaan besar. Masyarakat dan pemerintah harus mampu menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut sebelum mengambil sebuah pilihan. Dua pertanyaan tersebut yaitu **pertama**, bagaimana pilihan yang diambil mampu menjawab apa, bagaimana dan untuk siapa barang dan jasa tersebut diproduksi. Kedua, bagaimana pilihan yang diambil oleh seseorang untuk mengejar kepentingan pribadi mampu mewujudkan kepentingan orang lain secara umum.

1. Apa, bagaimana dan untuk siapa?

Barang dan jasa yang diproduksi tentu saja didasarkan atas fungsi dan tujuan pembuatannya. Pengusaha sebelum menetapkan untuk memproduksi barang maka ada pertanyaan yang harus dijawab terlebih dahulu. Dimana **barang** merupakan objek fisik yang digunakan oleh seseorang untuk memenuhi kebutuhannya, sedangkan **jasa** merupakan kegiatan yang dikerjakan oleh seseorang dikarenakan adanya kebutuhan dari orang lain

a. Apa

Pengusaha ketika ingin memproduksi sesuatu harus mampu menjawab pertanyaan tersebut apa yang akan diproduksi, apa produk tersebut akan memberikan manfaat dan diterima oleh pangsa pasar yang dituju, indonesia membutuhkan produk apa saat ini, daerah dengan iklim tropis saat musim panas ataupun musim penghujan akan membutuhkan produk apa karena produk ini jika digunakan dinegara lain maka tidak akan bermfaat sehingga tidak akan ada penjualan.

b. Bagaimana

Bagaimanakah cara produsen dalam membuat barang tersebut. hal ini ditentukan oleh adanya faktor produksi yang tersedia yaitu *tanah, tenaga kerja, modal* dan *kewirausahaan*. *Tanah* sebagai lokasi terjadi proses produksi harus ditetapkan terlebih dahulu, suatu perusahaan haruskan menyewa sebuah ruko dalam kurun waktu tertebntu atau membelinya. *Tenaga kerja* menjadi faktor paling penting manakala skill yang dibutuhkan untuk memproduksi barang perlu kriteria tertentu, apakah tenaga kerja tersebut mampu mengerjakan perakitan komputer atau pemasangan sol sepatu. *Modal* sebagai bentuk investasi bagi pengusaha yang diwujudkan dalam berbagai bentuk komponen produksi seperti peralatan, perlengkapan, mesin, bangunan dsb. Modal saat ini sering disebut-sebut dengan obligasi, saham, uang. Modal merupakan komponen finansial yang memiliki peran penting dalam kelangsungan sebuah perusahaan *Kewirausahaan*, merupakan sumber daya manusia yang mengelola tanah, tenaga kerja dan modal untuk keberlangsungan sebuah perusahaan. *Skill* kewirausahaan sangat dibutuhkan dalam mengambil keputusan untuk melakukan produksi sesuai dengan ketersediaan tanah, tenaga kerja dan modal.

c. Untuk siapa

Tujuan dari sebuah produk dihasilkan adalah memenuhi kebutuhan dari satu kalangan tertentu

masyarakat. siapa masyarakat yang akan mengkonsumsi barang tersebut tergantung dari tingkat pendapatan yang diperoleh, semakin besar pendapatan seseorang semakin luas jangkauan tingkat konsumsinya. Pilihan yang dapat diambil lebih banyak dibandingkan dengan seseorang dengan pendapatan lebih kecil. Seseorang memperoleh pendapatan melalui jasa yang dimilikinya baik dalam bentuk tanah, tenaga kerja, modal maupun kewirausahaan.

Ilmu ekonomi menjawab seluruh pertanyaan tentang apa, bagaimana dan untuk siapa suatu barang diproduksi akan dibahas dalam modul ini dan berlanjut pada modul-modul berikutnya. Selanjutnya akan menjawab pertanyaan besar kedua dalam perekonomian.

2. Apakah mengejar kepentingan pribadi juga akan meningkatkan kemajuan pada kepentingan sosial?

Setiap hari anda mengkonsumsi barang dan jasa yang dibuat berdasara jawaban dari pertanyaan apa, bagaimana dan untuk siapa barang tersebut diproduksi. Tujuan anda mengkonsumsi barang tersebut adalah untuk memenuhi kepentingan pribadi anda.

Kepentingan pribadi, pilihan yang anda buat merupakan perwujudan dari adanya keinginan anda untuk mengkonsumsi barang dan jasa demi memenuhi kepentingan anda. Anda mengalokasikan waktu dan dana yang anda miliki dengan perhitungan sedemikian rupa untuk memenuhi kepentingan pribadi anda. Anda datang ke sebuah restoran dan memesan sepiring nasi goreng, dalam beberapa menit berikutnya seseorang datang dan mengantarkan nasi goreng tersebut kepada meja anda. Koki restoran tersebut membuatkan anda nasi goreng bukan karena koki tersebut baik hati dan merasa iba kepada anda. pelayan tersebut bersedia mengantarkan nasi goreng bukan karena tingginya sifat empati kepada anda. Namun mereka memiliki tujuan pula untuk kepentingan pribadinya.

Kepentingan sosial, sesuatu hal menjadi kepentingan sosial ketika hal tersebut menjadi baik dan memberikan manfaat kepada khalayak umum secara keseluruhan. Berbeda dengan kepentingan pribadi yang mudah untuk diidentifikasi dan memutuskan apakah hal yang menjadi kepentingan pribadi anda. Namun, apakah hal tersebut mampu menjadi tujuan dari kepentingan sosial. Seseorang memutuskan mendirikan sebuah perusahaan agar memperoleh pendapatan dan merekrut tenaga kerja serta memanfaatkan tanah, modal dan kewirausahaan yang dimilikinya. Seseorang melamar dan bekerja pada perusahaan tersebut dan memperoleh gaji sebesar Rp3.000.000 setiap bulan. Dalam hal ini pengusaha merupakan kepentingan pribadi bagi pekerjanya dan setiap pelanggan yang membeli produk hasil perusahaan tersebut adalah kepentingan pribadi mereka. Hal ini menurut ekonomi adalah mampu menjadikan terwujudnya kepentingan sosial. Banyak sekali konsep-konsep kepentingan sosial yang memicu permasalahan diantaranya adalah globalisasi, perubahan iklim, ketidakstabilan perekonomian, monopoli dsb.

Kita telah mengajukan 2 pertanyaan dalam ekonomi yang sampai pada pertanyaan apakah kepentingan yang diwujudkan untuk memenuhi kepentingan pribadi mampu menjawab kepentingan umum di suatu perekonomian. Hal ini akan dibahas melalui konsep-konsep berikutnya yang menjadi tugas dari ilmu ekonomi.

C. EKONOMI SEBAGAI CARA BERPIKIR

Terdapat enam gagasan pokok dari para ekonom untuk menjadikan bahwa ilmu ekonomi merupakan salah satu cara untuk berpikir yang diharapkan dalam pemikiran tersebut dilaksanakan secara rasional dan objektif. Adapun enam gagasan pokok tersebut adalah :

1. Pilihan sebagai *tradeoff*
2. Setiap individu membuat pilihan yang rasional
3. Manfaat adalah yang anda peroleh dari sesuatu

4. Biaya adalah apa yang harus anda keluarkan untuk sesuatu
5. Seberapa banyak pilihan yang dibuat berdasarkan margin tertentu
6. Pilihan diambil karena adanya hubungan dengan insentif

Masing-masing gagasan tersebut akan kita bahas secara lengkap pada penjelasan berikut:

1. Pilihan sebagai *tradeoff*

Seseorang mengambil keputusan atas suatu pilihan karena adanya kelangkaan. Untuk membuat sebuah pilihan anda harus menjabarkan kemungkinan-kemungkinan dari ketersediaan pilihan tersebut. pilihan yang anda ambil akan menghilangkan pilihan yang lain. *Tradeoff* didefinisikan pertukaran dari sesuatu yang anda korbankan untuk mengambil pilihan yang anda setuju. Anda mengambil pilihan untuk kuliah dihari sabtu dan minggu dan mengorbankan pilihan untuk berlibur dengan teman dan keluarga.

2. Pilihan yang dibuat secara rasional

Ekonom memandang pilihan yang diambil seseorang selalu rasional. Pilihan yang rasional adalah pilihan yang diambil atas pertimbangan biaya dan manfaat. Rasional dikatakan ketika manfaat yang akan diperoleh lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan.

3. Manfaat adalah yang anda terima dari sesuatu

Ketika anda mengorbankan sesuatu bertujuan untuk memperoleh imbalan dari tindakan yang anda ambil. Manfaat atau benefit menjadi segala sesuatu yang ingin anda capai dan telah anda terima ketika anda mengorbankan sesuatu.

4. Biaya adalah apapun yang anda keluarkan untuk mendapatkan sesuatu

Untuk mendapatkan tujuan anda, anda harus mengorbankan apa yang telah anda miliki. Biaya dalam hal ini adalah biaya kesempatan (*opportunity cost*) merupakan apapun yang harus anda bayarkan untuk memperoleh hal yang diinginkan.

5. Seberapa banyak pilihan yang dibuat berdasarkan margin tertentu

Sebanyak apapun pilihan yang dihadapi akan diambil margin yang terbesar antara biaya dan manfaat. Margin ini muncul dari adanya membandingkan semua alternatif yang relevan antara biaya dan manfaat. Hal ini yang memunculkan konsep dalam mikroekonomi adanya *Marginal cost* dan *marginal benefit*. *Marginal cost* merupakan biaya kesempatan yang dibayarkan karena adanya penambahan 1 unit manfaat yang diterima oleh seseorang. Sedangkan *marginal benefit* merupakan tambahan satu unit manfaat yang dirasakan karena adanya tambaha biaya yang dikeluarkan.

6. Pilihan diambil karena adanya hubungan dengan insentif

Gagasan pokok dalam ilmu ekonomi adalah kita dapat meramalkan pilihan berdasarkan kepentingan pribadi yang dirasakan dengan mempertimbangkan insentif yang akan didapatkan. Setiap orang akan bersedia menjalankan sesuatu ketika manfaat melebihi biaya marginalnya dan sebaliknya akan menghindari sesuatu ketika biaya nya melebihi manfaat marginal yang diterima.

D. ILMU EKONOMI SEBAGAI ILMU SOSIAL

Ilmu ekonomi sebagai ilmu sosial dan salah satu alat dalam pengambilan kebijakan. Ilmu ekonomi memberikan informasi kepada masyarakat untuk dapat mengutarakan pendapat mereka agar pemangku kebijakan dapat memutuskan kebijakan dengan mempertimbangkan konsep-konsep yang disajikan dalam pembahasan ilmu ekonomi. Kenapa ilmu ekonomi dikatakan sebagai ilmu sosial? Hal ini dilatarbelakangi oleh adanya kebutuhan masyarakat yang harus dipenuhi oleh pemerintah sehingga alat dalam ilmu ekonomi ini manfaatnya dapat dirasakan oleh masyarakat secara umum ketika suatu pihak menggunakannya. Ilmuwan dalam bidang ekonomi mempertimbangkan konsep positif dan normatif dalam perkembangannya.

1. Pernyataan atau konsep positif adalah menyatakan apa yang terjadi. Pernyataan positif pada hakikatnya pernyataan

mengenai fakta-fakta yang ada dalam masyarakat dengan kebenarannya dapat dibuktikan dengan kenyataan data yang berlaku. Contoh pernyataan positif *“jika panen raya jumlah cabai meningkat mengakibatkan harga akan turun”* dan *“jika terdapat banyak jumlah tenaga kerja maka lapangan pekerjaan akan semakin berkurang”*.

2. Pernyataan normatif adalah tentang bagaimana seharusnya terjadi. Jadi pernyataan normatif merupakan pernyataan yang menyatakan subyek pendapat, judgement jadi bukan berdasarkan fakta dan wujud yang ada. Karena sifatnya normatif maka tidak dapat dibuktikan dengan keadaan yang wujud dan fakta yang ada. Contoh kalimat normatif *“jika ingin mempercepat peningkatan kesejahteraan masyarakat harus dilakukan dengan peningkatan pendapatan nasional”* dan *“untuk mempercepat peningkatan kesejahteraan masyarakat dapat dilakukan dengan berusaha melakukan pemerataan pendapatan”*.

Jika diteliti kedua pernyataan tersebut akan terlihat bahwa masing-masing pendapat tidak dapat dibuktikan oleh kenyataan. Pandangan yang menyatakan pentingnya tentang memperlaju kegiatan ekonomi, akan menunjukkan bahwa cara tersebut menciptakan pertambahan pendapatan perkapita yang lebih tinggi. Tetapi pendapatan tersebut terutama dinikmati oleh sebagian kecil penduduk. Sedangkan cara kedua mungkin tidak menciptakan pertambahan pendapatan perkapita yang sama tingginya tetapi lebih banyak anggota masyarakat yang menikmati pertambahan pendapatan tersebut. pendapat mana yang benar? Hal itu tergantung pada value judgement terhadap pengertian *“pertambahan kesejahteraan masyarakat”*.

Dalam memahami teori ekonomi, perlu diketahui adanya unsur-unsur penting dalam ilmu ekonomi. Adapun 4 unsur penting tersebut yaitu:

1. Adanya **variabel-variabel**. Variabel merupakan unsur penting yang ada dalam sebuah teori. Variabel digunakan untuk menjelaskan besaran suatu hal dapat mengalami perubahan. Dalam kehidupan jika ingin membeli sesuatu maka harus ada harga dan barang yang akan diperjual

belikan. Maka dalam kasus ini harga dan barang tersebut menjadi variabel untuk dapat menjelaskan perubahan yang terjadi dari kasus tsb misalkan permintaan. Jika permintaan ingin dinaikkan maka akan terjadi penurunan harga dan jumlah barang meningkat.

2. **Asumsi.** Asumsi menjadi penting dalam setiap ilmu sosial. Asumsi atau permisalan-permisalan untuk dapat menyatakan suatu hal akan terjadi atau tidak. Tanpa asumsi akan sukar untuk dapat menjelaskan sifat-sifat dari perubahan-perubahan variabel ekonomi dikarenakan kegiatan ekonomi memiliki sifat yang sangat kompleks. Asumsi memberikan gambaran sederhana pada hubungan-hubungan atas suatu hal yang rumit. Faktor-faktor yang saling mempengaruhi satu sama lain akan sangat rumit untuk dijelaskan hubungannya jika tidak dipasangkan asumsi dalam konsep hubungan tersebut.
3. **Hipotesis.** Adalah suatu pernyataan-pernyataan yang mengenai bagaimana variabel-variabel yang dibahas berkaitan satu sama lain. Hipotesis merupakan hubungan fungsional yang menggambarkan bagaimana hubungan-hubungan variabel. Hipotesis merupakan pernyataan yang bersifat umum yang menggambarkan keadaan pada umumnya. Dengan demikian tidak 100 persen dapat dinyatakan benar, akan ada kemungkinan dari sifat-sifat variabel yang berbeda dengan hipotesis yang dinyatakan.
4. **Membuat ramalan.** Teori ekonomi memberikan gambaran kepada masyarakat atas apa yang akan terjadi dimasa yang akan datang. Teori ekonomi memberikan dua sumbangan penting dalam menganalisis kegiatan ekonomi masyarakat, yaitu pertama, memberikan penjelasan dan alasan mengapa sesuatu peristiwa ekonomi itu terjadi dan apa penyebab yang memicu. Kedua, memberikan ramalan keadaan yang akan berlaku kedepannya. Ramalan ini digunakan sebagai dasar pengambilan kebijakan dan merumuskan langkah-langkah untuk memperbaiki kondisi perekonomian.

E. LATIHAN

Untuk meningkatkan pemahaman anda atas materi diatas, kerjakan kuis ulasan berikut:

1. Jelaskan perbedaan antara pernyataan positif dan pernyataan normatif. Berikan contohnya masing-masing.
2. Jelaskan perbedaan mendasar dari konsep makro ekonomi dan mikro ekonomi.
3. Jelaskan bagaimana ilmu ekonomi menjadi salah satu alat pengambil kebijakan.

F. RANGKUMAN

1. Pengertian ilmu ekonomi sebagai ilmu sosial yang dapat digunakan seseorang untuk mengambil keputusan untuk suatu pilihan ketika dihadapkan pada kondisi kelangkaan.
2. Ilmu ekonomi dibagi menjadi 2 subjek yaitu makroekonomi dan mikroekonomi
3. Dua pernyataan besar dalam ilmu ekonomi :
 - a. Bagaimana pilihan yang dibuat menentukan apa, bagaimana, dan untuksiapa barang dan jasa diproduksi
 - b. Kapan pilihan yang dibuat untuk mengejar kepentingan pribadi akan berdampak pada kepentingan sosial.
4. Empat unsur penting ilmu ekonomi sebagai ilmu sosial: variabel, asumsi, hipotesis dan membuat ramalan.

3

PERMASALAHAN DALAM EKONOMI

A. PELAKU KEGIATAN EKONOMI

Ilmu ekonomi sebagai ilmu sosial memberikan peranan yang berbeda pada masing-masing pelaku kegiatannya. Setiap orang memiliki peranan yang berbeda dengan orang lain. Namun, masing-masing kegiatan tersebut memiliki tujuan yang sama yaitu meningkatkan perekonomian lebih baik dalam skala mikro maupun makro. Pelaku tersebut dijabarkan secara garis besar dalam sub pembahasan ini yang melakukan kegiatannya masing-masing pada pasar faktor. Adapun pelaku-pelaku tersebut yaitu **rumah tangga, perusahaan dan pemerintah.**

1. Rumah tangga

Rumah tangga merupakan pemilik dari berbagai faktor produksi yang dibutuhkan dalam setiap perekonomian. Dimana sektor rumah tangga ini memiliki faktor produksi dari tenaga kerja, modal yang menjadi harta tetap seperti tanah dan bangunan, kekayaan alam. Faktor produksi tersebut oleh rumah tangga akan ditawarkan kepada sektor lain yaitu perusahaan. Perusahaan membutuhkan faktor produksi tersebut dan membayarkan kepada sektor rumah tangga berupa berbagai jenis pendapatan yaitu tenaga kerja akan memperoleh upah atau gaji, tanah dan bangunan akan memperoleh pendapatan sewa, modal dalam bentuk alat produksi akan memperoleh bunga.

Pendapatan-pendapatan ini akan digunakan oleh

sektor rumah tangga untuk memenuhi kebutuhannya. Beberapa kelompok rumah tangga dengan pendapatan rendah akan membelanjakan untuk memenuhi kebutuhan makanan dan pakaian. Namun untuk rumah tangga dalam taraf pendapatan tinggi bentuk pengeluarannya berupa pembelian kendaraan angkutan, pendidikan, kesehatan. Sebagian yang lain dari pendapatan yang tidak dikonsumsi maka akan ditabung atau disimpan oleh rumah tangga. Tabungan ini bertujuan untuk cadangan dana dimasa yang akan datang

2. Perusahaan

Perusahaan adalah bentuk organisasi yang didirikan oleh seseorang yang bekerjasama dengan orang lain dengan menghasilkan barang atau jasa dan memiliki tujuan untuk memperoleh pendapatan atau keuntungan dari aktivitasnya. Tujuan utama perusahaan adalah memperoleh keuntungan yang maksimum. Oleh karena itu, pengusaha harus memiliki keahlian mengenai bagaimana mengalokasikan faktor-faktor produksi yang diperlukan untuk menghasilkan produk agar dapat diperoleh keuntungan yang maksimum. seseorang yang menjalankan kegiatan produksi ini disebut dengan pengusaha karena dirinya harus memiliki jiwa wirausaha sehingga mampu mengatur dan mengorganisir faktor-faktor produksi sehingga mampu menghasilkan barang dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan pasar yang selanjutnya akan memperoleh keuntungan yang maksimal. Keuntungan yang diperoleh oleh seorang pengusaha didapatkan dari selisih antara biaya produksi dengan pendapatan produksi atau disebut dengan laba. Selisih tersebut yang terbesar adalah dikatakan laba maksimum.

3. Pemerintah

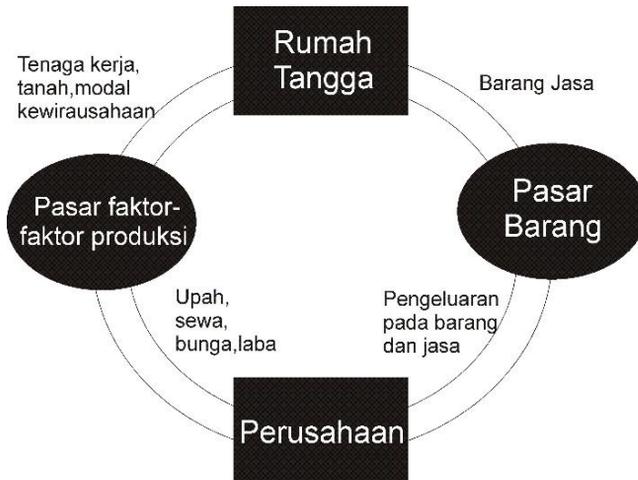
Pemerintah merupakan badan-badan atau lembaga-lembaga yang mengatur jalannya kegiatan ekonomi dalam suatu daerah. Lembaga-lembaga ini terdiri dari berbagai bentuk pengawasan seperti pengawasan terhadap pasar modal, pengawasan terhadap nilai tukar, pengawasan

terhadap kegiatan rumah tanggadan sector perusahaan. Pengawasan ini bertujuan untuk mengontrol kegiatan rumah tangga dan perusahaan ini dalam taraf wajar dan tetap stabil. Jika terdapat gangguan terhadap stabilitas perekonomiannya maka lembaga pemerintah harus mengambil kebijakan dengan formula yang sesuai.

Selain mengatur kegiatan perekonomian, pemerintah memiliki kegiatan yang bersifat fasilitator kepada rumah tangga dan perusahaan yaitu menyediakan fasilitas umum seperti jalan, jembatan, pelabuhan, bandara dll. Penyediaan sarana fasilitas umum tersebut diberikan oleh pemerintah melalui pendapatan yang diperolehnya dari rumah tangga dan perusahaan yaitu dalam bentuk pajak dan subsidi. Rumah tangga dan perusahaan memiliki kewajiban membayar pajak dan subsidi untuk mewujudkan fasilitas umum yang memadai.

Berdasarkan penjelasan dari tiga pelaku kegaitan ekonomi diketahui bahwa masing-masing sektor tersebut saling berinteraksi. Tiga pelaku kegaitan ekonomi ini bertemu dalam pasar faktor produksi dengan siklus yang digambarkan pada gambar 3.1.

Gambar 3.1 Aliran Kegiatan Pelaku dalam Sistem Ekonomi



Aliran (1) menggambarkan penawaran berbagai jenis

barang dan jasa oleh sector perusahaan. Aliran (2) menggambarkan permintaan berbagai jenis barang dan jasa oleh sektor rumah-tangga. Dari hubungan tersebut dapat diketahui tiga hal: (a) Jenis barang dan jasa apa yang harus diproduksi, (b) tingkat harga dari masing-masing barang dan jasa tersebut, dan (c) tingkat produksi masing-masing barang dan jasa tersebut. Informasi ketiga hal ini akan menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan (produsen) dalam menentukan keputusan produksi. Keputusan produksi ini akan menimbulkan permintaan faktor-faktor produksi di dalam pasar faktor produksi. Aliran (3) menunjukkan permintaan faktor-faktor produksi oleh produsen. Aliran (4) menunjukkan penawaran faktor-faktor produksi oleh rumah tangga. Aliran (5) menggambarkan peran pemerintah, yaitu pengaturan dan pengawasan.

B. KEMUNGKINAN PRODUKSI DAN BIAYA PELUANG

1. Kemungkinan Produksi

Pada kegiatan belajar ke- 1 (satu) telah dibahas tentang 2 pertanyaan besar yang muncul dalam bidang ekonomi. Dalam pertanyaan tersebut terdapat beberapa masalah dalam perekonomian yaitu apakah barang dan jasa yang harus diproduksi, bagaimana cara produksi barang dan jasa tersebut dan untuk siapa barang dan jasa diproduksi. Untuk menjelaskan lebih lanjut tentang permasalahan dalam perekonomian tersebut dapat dijelaskan dengan menggunakan grafik agar dapat lebih mudah dalam menyelesaikan masalah tersebut dalam perekonomian. Grafik tersebut adalah **batas kemungkinan produksi atau kurva kemungkinan produksi (*Production Possibilities Frontier - PPF*)**. Kurva PPF merupakan batas diantara kombinasi barang dan jasa yang dapat diproduksi dan yang tidak mungkin untuk diproduksi. Dalam menggambarkan kurva kemungkinan produksi terdapat dua langkah yaitu pertama, membuat beberapa permasalahan atau asumsi mengenai keadaan yang berlaku dalam perekonomian. Kedua, membuat contoh angka mengenai tingkat produksi yang akan dicapai, dimana tingkat produksi yang

digambarkan harus sesuai dengan permasalahan-permasalahan yang digunakan sebelumnya.

Beberapa permasalahan penyedehanaan yang dapat digunakan seperti:

- a. Semua faktor produksi sepenuhnya digunakan. Sebagai akibatnya maka tingkat produksi mencapai jumlah atau nilai yang paling maksimum.
- b. Jumlah faktor-faktor produksi tidak dapat ditambah. Namun, komposisi kombinasi-kombinasi tersebut dapat diubah-ubah sesuai kebutuhan.
- c. Tingkat teknologi tidak mengalami perubahan. Diasumsikan faktor produksi yang digunakan produktivitasnya adalah tetap.
- d. Dalam perekonomian hanya dapat dihasilkan dua jenis barang. Misalnya hanya barang komunikasi dan barang industri.
- e. Biaya kesempatan semakin meningkat. Dimana biaya kesempatan adalah segala sesuatu yang dikurangi karena untuk menambah produksi barang yang lain.

Setelah dijelaskan beberapa langkah diatas, maka dapat kita coba menggambarkan gabungan-gabungan beberapa gabungan faktor produksi yang dapat digunakan untuk memproduksi barang komunikasi dan barang industri. Gabungan-gabungan tersebut dapat ditunjukkan pada tabel 3.1.

Tabel 3.1 Komposisi Dua Barang yang Dapat Dihasilkan

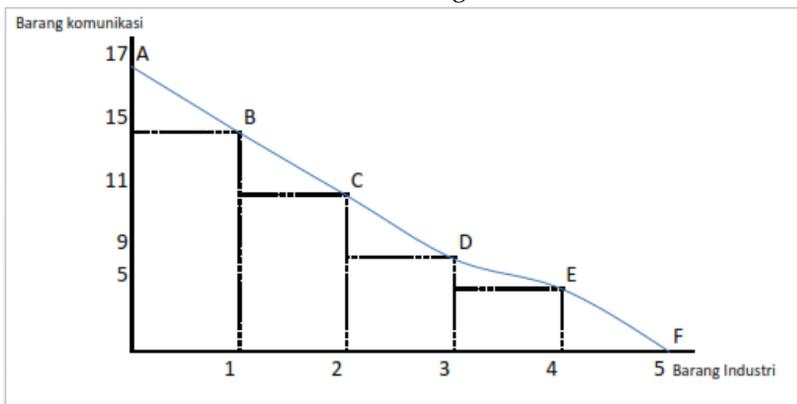
Gabungan Faktor Produksi	Barang komunikasi (unit)	Barang Industri (unit)
A	0	5
B	5	4
C	9	3
D	11	2
E	15	1
F	17	0

Pada tabel 3.1. menunjukkan bahwa beberapa gabungan-gabungan barang komunikasi dan barang industri

yang dihasilkan oleh gabungan faktor produksi yang berbeda-beda dan menghasilkan kombinasi output barang komunikasi dan barang industri yang berbeda. Ketika perekonomian suatu masyarakat menginginkan hanya barang industri, maka komposisi faktor produksi yang dibutuhkan pada titik A dengan nilai pada barang komunikasi sebesar 0 (nol). Sebaliknya jika masyarakat dalam perekonomian hanya menginginkan barang komunikasi saja, maka yang dibutuhkan adalah gabungan faktor produksi pada titik F dengan nilai barang industri sebesar 0 (nol). Sedangkan kombinasi-kombinasi yang umum dari produksi barang-barang dalam sebuah perekonomian ditunjukkan oleh gambar B, C, D, dan E, dimana masyarakat menginginkan kombinasi dari berbagai jenis barang dalam permasalahan ini hanya dua barang.

Dalam menggambarkan kurva kemungkinan produksi maka perlu menggambarkan kondisi-kondisi yang ditunjukkan oleh tabel 3.1. kurva kemungkinan produksi ini digambarkan dalam bidang kartesius dengan sumbu datar menggambarkan jumlah unit barang industri sedangkan sumbu tegak menunjukkan jumlah unit pada barang komunikasi. Gambar kurva kemungkinan produksi ditunjukkan pada gambar 3.2.

Gambar 3.2 Kurva Kemungkinan Produksi



Dari gambar 3.2 ditunjukkan adanya dua area yang berbeda dalam interpretasi adanya kelangkaan. Pada area

titik-titik yang berada diluar kurva PPF tersebut menjelaskan sebagai area yang tidak dapat dijangkau untuk melakukan produksi, jika dilakukan produksi pada area tersebut akan mengalami kerugian. Sedangkan area yang berada di dalam kurva merupakan area yang dapat dijangkau untuk dilakukan produksi, namun demikian ketika memproduksi pada area tersebut dikatakan tidak efisien. Hal ini dikarenakan adanya sumber daya yang tidak dimanfaatkan secara maksimal untuk menghasilkan barang, sehingga ada sumber daya yang tersisa sehingga dikatakan tidak efisien. Dari kurva PPF tersebut seseorang bisa melakukan produksi atau konsumsi pada titik yang berada disepanjang garis kurva PPF. Misalkan pada titik B maka perusahaan akan memproduksi sebanyak 5 unit barang komunikasi dan 4 unit barang industri pada titik-titik tersebut maka dikatakan efisien.

Sepanjang kurva PPF terdapat *tradeoff* yang merupakan mengorbankan sebuah unit tertentu untuk menambahkan konsumsi atau produksi unit lainnya. Dalam gambar 3.1 ditunjukkan adanya *tradeoff* pada masing-masing titik. Jika produsen ingin menambah produksi barang komunikasi maka bisa melakukan produksi dengan berpindah dari titik D ke titik E begitu juga sebaliknya, hal ini lah yang disebut dengan *tradeoff*. Jika dengan uang sebesar Rp 15.000 anda ingin mengkonsumsi bakso dengan harga Rp 10.000 dan nasi goreng Rp 15.000 dimana keduanya tidak bisa anda beli dalam waktu yang bersamaan maka harus memilih salah satu dan mengorbankan keinginan yang lain.

2. Biaya Peluang

Biaya peluang dari suatu tindakan merupakan hilangnya alternatif yang paling bernilai. oleh karena faktor-faktor produksi sudah sepenuhnya digunakan dalam proses produksi suatu barang, maka produksi barang lain harus dikurangi (dikorbankan). Berapa besar produksi barang lain yang harus dikorbankan, kita perlu menganalisa menggunakan contoh angka pada tabel 3.1 berapakah

produksi barang komunikasi harus dikurangi ketika produksi barang industri ingin dinaikkan dari 0 ke 1 unit? Ternyata produksi barang komunikasi harus diturunkan dari 17 unit ke 15 unit atau pengurangan sebanyak 2 unit, ketika barang industri ingin ditambah 1 unit lagi maka barang komunikasi harus dikurangi produksinya sebanyak 4 unit atau produksi barang komunikasi harus diturunkan dari 15 unit menjadi 11 unit. Pada kondisi selanjutnya jika ingin menambah 1 unit lagi produksi barang industri maka akan terjadi pengurangan lagi pada barang komunikasi. Kondisi seperti inilah yang disebut dengan *opportunity cost* atau **biaya peluang**.

C. PENGGUNAAN SUMBER DAYA SECARA EFISIEN

Efisien diartikan sebagai penggunaan semua sumber daya yang dimiliki dengan maksimal dan tanpa adanya pengangguran atau tersisa. Kondisi efisien dijelaskan dalam poin sebelumnya manakala produksi dilakukan pada titik disepanjang kurva PPF di titik manapun itu, namun kita belum tau titik mana yang dikatakan paling efisien diantara titik-titik yang lain disepanjang garis PPF. Titik paling efisien dari kurva PPF tersebut adalah titik yang paling besar menghasilkan manfaat yang dirasakan dan dengan biaya terendah, dengan demikian telah mencapai **efisiensi alokatif**. Dalam membahas efisiensi alokatif perlu kiranya dipelajari terlebih dahulu perbandingan antara biaya dan manfaat.

1. PPF dan Biaya Marginal

Dalam proses produksi dikenal adanya konsep biaya marginal (*Marginal Cost*- MC) adalah biaya peluang dari memproduksi tambahan unit barang tersebut. biaya marginal merupakan kemiringan (*slope*) dari kurva PPF. Ketika produksi suatu barang dinaikkan maka kurva PPF tersebut akan semakin miring sehingga MC akan semakin miring. MC dapat dikatakan sebagai peningkatan dari produksi suatu barang.

2. Preferensi dan Manfaat marginal

Dalam konsep manfaat terdapat manfaat marginal (*Marginal Benefit*-MB) yaitu manfaat yang dirasakan ketika mengkonsumsi satu unit tambahan dari suatu barang. Manfaat ini tergantung dari preferensi (suka-tidak suka) setiap individu. Manfaat marginal dan preferensi berbeda dengan biaya marginal dan kemungkinan produksi. Preferensi menggambarkan apa yang seseorang sukai dan inginkan, dan kemungkinan produksi menggambarkan batas atau kendala sesuatu yang mungkin dapat dicapai. Untuk dapat menggambarkan manfaat marginal maka menggunakan alat yaitu kurva manfaat marginal.

Kita mengukur manfaat marginal untuk barang atau jasa berdasarkan yang terbanyak, yang rela dibayarkan oleh masyarakat untuk setiap unit tambahan dari barang atau jasa tersebut. logika pemikirannya adalah anda bersedia membayar dalam jumlah yang lebih sedikit untuk suatu barang dibandingkan nilai barang tersebut bagi anda. Tetapi anda tidak bersedia untuk membayar lebih banyak dari jumlah tersebut. jumlah yang paling banyak dibayarkan adalah manfaat marginal dari barang dan jasa tersebut.

Terdapat prinsip secara umum bahwa semakin banyak kita memiliki barang atau jasa, semakin kecil manfaat marginalnya dan semakin sedikit yang rela kita bayarkan untuk satu unit tambahan tersebut. kecenderungan ini begitu meluas dan menguat sehingga disebut dengan prinsip penurunan manfaat marginal (*diminishing return*).

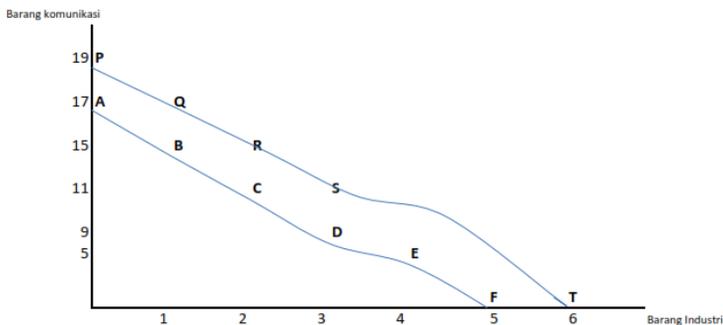
D. PERTUMBUHAN EKONOMI

Dalam jangka panjang dua faktor penting tersebut dapat meningkatkan kemampuan masyarakat dalam memproduksi barang: pertama, pertambahan dalam faktor-faktor produksi, kedua, kemajuan teknologi. Berikut uraiannya dalam menjelaskan dua faktor tersebut dalam meningkatkan kemampuan masyarakat:

1. Efek dari penambahan faktor produksi

Asumsi awal yang digunakan bahwa faktor-faktor produksi tetap dan tidak adanya perubahan pada teknologi adalah berlaku dalam jangka pendek. Dalam jangka panjang, kedua faktor tersebut tentu saja akan mengalami perubahan yaitu jumlah faktor produksi akan bertambah dan tingkat teknologi akan semakin canggih. Hal ini akan berakibat pada kemungkinan produksi oleh masyarakat, bagaimana perubahannya tentu saja akan menggeser kurva kemungkinan produksi masyarakat yang akan semakin menjauh dari titik 0, dimana kemungkinan produksi maksimum masyarakat akan dapat dinaikkan. Kondisi ini akan digambarkan pada gambar 3.3.

Gambar 3.3 Efek Pertambahan Faktor Produksi dan Kemajuan Teknologi



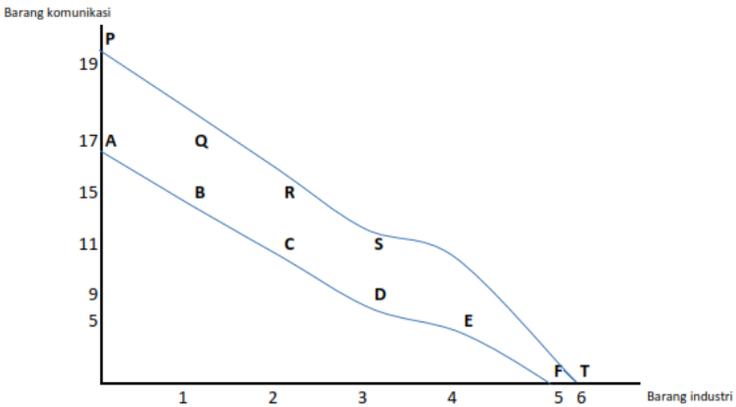
Dari gambar 3.3 menunjukkan perubahan yang disebabkan oleh adanya pertambahan faktor produksi dan adanya kemajuan teknologi yang menggeser kurva kemungkinan produksi ke kanan dan semakin menjauh dari angka 0. Sebagai contoh kurva PPF awal terjadi pada tahun 2005 dengan batas kemungkinan produksi maksimum berada disepanjang kurva PPF AB CDEF serta titik-titik lain disepanjang kurva tersebut. selanjutnya pada tahun 2015 diharapkan adanya kemajuan teknologi semakin canggih dan faktor produksi semakin bertambah maka batas kemungkinan produksinya dapat semakin luas dan bergeser

pada kurva PPF PQRST dan titik-titik lain sepanjang kurva tersebut.

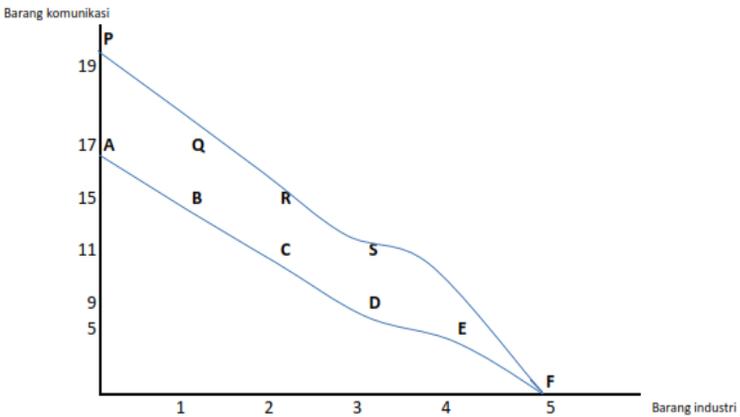
2. Kemajuan teknologi yang tidak seimbang

Perkembangan teknologi antar sektor mengalami perkembangan yang berbeda-beda. Antara sektor komunikasi dan sektor industri akan berbeda pula, sektor komunikasi akan semakin cepat mengalami kemajuan teknologi semakin canggih. Jika keadaan tersebut terjadi maka kondisi ini akan berbeda dengan kondisi yang ditunjukkan oleh gambar 3.4.

Gambar 3.4 Efek Kemajuan Teknologi yang Tidak Seimbang



(a). Perkembangan Teknologi yang tidak Seimbang



(b). Perkembangan Teknologi Hanya Pada Komunikasi

Perkembangan teknologi yang tidak seimbang ini mengakibatkan perubahan kurva PPF yang ditunjukkan pada gambar 3.4, misalkan pada mulanya kemungkinan produksi maksimum berada pada kurva PPF AF serta titik-titik sepanjang kurva tersebut seperti titik B, C, D dan E. Perkembangan teknologi yang tidak seimbang dimana kecepatan kemajuan teknologi lebih cepat terjadi pada barang komunikasi hal ini akan menggeser kurva PPF yang sebelumnya berada pada kurva AF dan bergeser menjadi kurva PT yang ditunjukkan oleh gambar 3.4 (a), sedangkan jika kemajuan teknologi hanya terjadi pada satu sektor saja misalkan barang komunikasi saja yang mengalami kemajuan dalam jangka panjang maka kondisi ini ditunjukkan oleh gambar 3.4 (b).

Dari penjelasan poin ini menunjukkan adanya perkembangan dalam perekonomian dari sebuah negara. Perkembangan yang diharapkan naik ini dikatakan sebagai **pertumbuhan ekonomi**, yaitu dimana faktor-faktor produksi dan teknologi yang mengalami perubahan kecepatan semakin berkembang berdampak pada peningkatan atau perubahan kemampuan produksi sehingga pilihan untuk kemungkinan produksi semakin memiliki banyak kombinasi. Hal ini senada dengan Mankiw (2003) yang menyatakan bahwa pertumbuhan ekonomi menunjukkan sejauh mana aktivitas perekonomian akan menghasilkan tambahan pendapatan masyarakat pada suatu periode tertentu. Karena pada dasarnya aktivitas perekonomian adalah suatu proses penggunaan faktor-faktor produksi untuk menghasilkan *output*, maka proses ini pada gilirannya akan menghasilkan suatu aliran balas jasa terhadap faktor produksi yang dimiliki masyarakat.

Jika suatu negara menggunakan seluruh faktor produksinya untuk memproduksi barang dan jasa, serta tidak ada sumber daya yang digunakan untuk memajukan modal dan teknologi, maka kemungkinan produksinya dimasa datang akan sama dengan saat ini. Agar kemungkinan

produksi dimasa yang akan datang semakin luas, maka sumber daya yang ada harus digunakan sedikit untuk memproduksi barang dan jasa saat ini, serta menggunakan sumber daya yang lebih banyak untuk mengakumulasi modal dan mengembangkan teknologi baru. Saat kemungkinan produksi dimasa yang akan datang semakin luas, maka konsumsi dimasa yang akan datang dapat ditingkatkan. Turunnya konsumsi hari ini merupakan biaya peluang untuk naiknya konsumsi dimasa yang akan datang.

Ada konsep lain yang dapat digunakan untuk memperluas kemungkinan produksi seseorang. Dimana penjual dan pembeli melakukannya melalui spesialisasi dan perdagangan. Perdagangan menjadi media bagi penjual dan pembeli yang saling membutuhkan. Penjual ingin memperoleh keuntungan dari barang dan jasa yang dijualnya, sedangkan pembeli ingin memenuhi kebutuhannya dengan membeli barang dan jasa dipasar. Dalam memproduksi barang dan jasa dapat dilakukan oleh orang tertentu. Orang tersebut dikatakan *spesialisasi* sebab hanya memproduksi satu atau beberapa jenis barang saja. Dengan adanya spesialisasi ini maka seseorang dikatakan memiliki keunggulan komparatif dalam perdagangan. Dalam perdagangan baik internasional maupun dalam negeri dikenal 2 (dua) konsep spesialisasi penjual, yaitu keunggulan komparatif (*comparative advantage*) dan keunggulan absolut (*absolute advantage*).

- 1. Keunggulan komparatif.** Seseorang dikatakan memiliki keunggulan komparatif ketika apa yang diproduksi memiliki biaya peluang yang lebih rendah dibandingkan orang lain. Perbedaan biaya peluang ini berasal dari perbedaan kemampuan setiap orang dan perbedaan pada karakteristik sumber daya lainnya. Sebidang tanah memiliki cadangan mineral yang tinggi sehingga tanah itu subur, disisi lain terdapat sebidang tanah yang lain tidak memiliki pemandangan yang indah namun tidak subur.
- 2. Keunggulan Absolut.** Ketika seseorang memiliki keunggulan dalam beragam aktivitas dibandingkan yang lainnya, maka

dikatakan memiliki keunggulan absolut. Keunggulan absolut lebih mengarah pada perbandingan produktivitas seseorang namun untuk keunggulan komparatif adalah membandingkan biaya peluangnya.

Dikarenakan kemampuan dan sumber daya yang berbeda-beda antar satu orang dengan orang lain. Orang-orang memiliki biaya peluang yang berbeda dalam memproduksi barang. Perbedaan dalam biaya peluang tersebut merupakan sumber dari adanya keunggulan komparatif. Indonesia memiliki tanah yang luas dan sumber daya alam yang melimpah, namun tidak memiliki kemampuan untuk memproduksi komputer dengan fasilitas canggih. Namun Amerika Serikat sebagai negara adidaya memiliki modal dan kemampuan dalam membuat komputer canggih serta skill tenaga kerja yang mumpuni dengan pendidikan tinggi, namun tidak dapat memproduksi gandum dengan jumlah melimpah untuk memenuhi kebutuhan masyarakatnya. Kedua negara tersebut sebaiknya saling melakukan perdagangan dengan keunggulan komparatif masing-masing untuk dapat meningkatkan manfaat marginal yang dirasakan dan mengurangi biaya marginal dan biaya peluang yang dikorbankan.

E. LATIHAN

1. Jelaskan secara singkat alur kegiatan ekonomi pada masing-masing pelaku pada pasar faktor produksi
2. Apakah masalah pokok dalam sebuah perekonomian? Bagaimana para pelaku kegiatan ekonomi dalam memecahkan permasalahan tersebut sesuai dengan sektornya?
3. Pada diagram alur perekonomian dalam aliran uang dan barang, jelaskan terdapat pada posisi mana komponen-komponen berikut ini :
 - a. Anda membeli buku pengantar mikro di Gramedia
 - b. Gramedia membayar kepada penulis buku Pengantar Mikro
 - c. Gramedia ingin memperluas produksi dan pemasaran sehingga menyewa gedung di lokasi lain

- d. Gramedia merekrut mahasiswa untuk magang di toko buku yang baru
4. Jika kurva kemungkinan produksi bergeser ke kanan jelaskan dampak apa yang akan terjadi pada suatu perekonomian?

F. RANGKUMAN

1. Pelaku kegiatan ekonomi terdiri dari rumah tangga, perusahaan dan pemerintah.
2. Rumah tangga adalah pemilik faktor produksi yang dibutuhkan dalam sebuah perekonomian yang menyediakan tenaga kerja, tanah, dan modal.
3. Perusahaan merupakan bentuk organisasi yang didirikan oleh seseorang yang bekerjasama dengan orang lain dengan menghasilkan barang atau jasa dan memiliki tujuan untuk memperoleh pendapatan atau keuntungan dari aktivitasnya.
4. Pemerintah merupakan badan-badan atau lembaga-lembaga yang mengatur jalannya kegiatan ekonomi dalam suatu daerah.
5. Batas kemungkinan produksi atau kurva kemungkinan produksi adalah grafik yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan dalam perekonomian agar dapat lebih mudah dalam menyelesaikan masalah tersebut.
6. Biaya peluang dari suatu tindakan merupakan hilangnya alternatif yang paling bernilai. oleh karena faktor-faktor produksi sudah sepenuhnya digunakan dalam proses produksi suatu barang, maka produksi barang lain harus dikurangi (dikorbankan).
7. Dalam jangka panjang dua faktor penting tersebut dapat meningkatkan kemampuan masyarakat dalam memproduksi barang: pertama, pertambahan dalam faktor-faktor produksi, kedua, kemajuan teknologi.

4

KONSEP PERMINTAAN

Permulaan dalam mempelajari modul ini sudah dibahas tentang permasalahan dalam sebuah perekonomian yaitu barang apa yang harus diproduksi dan berapakah jumlahnya. Permasalahan ini akan menemukan penyelesaiannya ketika terjadinya interaksi antara penjual dan pembeli yang selanjutnya akan menemukan sebuah kesepakatan. Interaksi tersebut akan menentukan tingkat harga dan jumlah barang dan jasa yang diperjualbelikan. Istilah permintaan dan penawaran merujuk pada perilaku di masyarakat ketika terjadi interaksi di pasar. Pasar (*market*) adalah sekelompok pembeli dan penjual dari suatu barang dan jasa. Sebagai suatu kelompok, para pembeli menentukan seberapa banyak permintaan barang tersebut, dan sebagai kelompok yang lain, para penjual menentukan seberapa banyak penawaran barang tersebut.

Dalam bagian ini diberikan gambaran tentang kegiatan ekonomi yang dijelaskan oleh fungsi permintaan dan penawaran. Fungsi permintaan dan penawaran tersebut digambarkan dalam bentuk kurva dan fungsi matematis. Penjelasan dimulai dengan proses terbentuknya fungsi tersebut dengan menggunakan data hipotetis sederhana. Selanjutnya dilakukan penurunan-penurunan fungsi dengan pergerakan perilaku ekonomi baik yang disebabkan oleh faktor internal maupun faktor eksternal.

Pasar sebagai tempat transaksi antara penjual dan pembeli memberikan peranan penting dalam terbentuknya keseimbangan. Keseimbangan ini terjadi ketika penjual dan pembeli memperoleh kesepakatan dalam kegiatan ekonominya. Keseimbangan ini dikatakan sebagai keseimbangan pasar yang terjadi ketika harga dan jumlah barang dan jasa dalam sebuah transaksi terjadi

kesepakatan. Keseimbangan pasar ini akan dijelaskan pula dalam bagian ini.

A. PASAR DAN KONSEP HARGA

Pasar (market) adalah sekumpulan pembeli dan penjual barang atau jasa tertentu. Para pembeli sebagai sebuah kelompok yang menentukan permintaan terhadap produk, dan para penjual sebagai kelompok menentukan penawaran terhadap produk. Konsep ini digambarkan dengan ketika anda ingin membeli sepasang sepatu olahraga antar dua merek Adidas atau Nike, anda ingin mengkonsumsi bakso dan sate. Maka jika anda menginginkan barang-barang tersebut anda akan mencari tempat dimana terdapat penjual-penjual tersebut. inilah yang dikatakan sebagai **pasar**.

Pasar memiliki dua sisi yaitu pembeli dan penjual. Macam-macam pasar berdasarkan objeknya diantaranya pasar barang seperti apel, jeruk, sepatu. Pasar jasa seperti potong rambut, jasa deepclean, pasar faktor produksi komponen penyusun komputer, ban untuk onderdil motor, adapula pasar uang yaitu yen yang digunakan dalam saham astra. Semua itu adalah bentuk pasar secara riil tidak terbatas ruang dan waktu dalam mendefinisikan pasar. Dalam pembahasan ini kita akan membahas pasar sebagai pasar yang terdapat banyak penjual dan pembeli atau pasar yang kompetitif. **Pasar kompetitif** (*competitive market*) adalah pasar yang terdiri dari banyak sekali pembeli dan penjual sehingga pengaruh masing-masing terhadap harga pasar dapat diabaikan karena sedemikian kecilnya.

Produsen akan menawarkan barang yang dijual apabila harganya tinggi dibandingkan dengan biaya pembuatan barang tersebut. namun dari sisi konsumen, akan merespon untuk memilih barang lain jika barang tersebut memiliki harga yang sangat tinggi dengan kata lain konsumen akan memilih barang dengan harga yang lebih murah. Dalam hal ini yang kita bahas adalah harga. **Harga** merupakan jumlah barang dalam mata uang yang harus diserahkan oleh seseorang yang akan

ditukarkan dengan barang yang dikehendakinya dalam jumlah tertentu.

B. PERMINTAAN

1. Hukum Permintaan

Permintaan (*demand*) dapat diartikan sebagai sejumlah barang dan jasa tertentu yang diinginkan seorang konsumen dan mereka pun mampu memenuhinya meskipun pada berbagai tingkatan harga tertentu. Akan tetapi dengan satu asumsi bahwa faktor lainnya dianggap tidak mengalami perubahan atau tetap (*ceteris paribus*). Suatu hubungan antara sejumlah barang yang diminta oleh konsumen pada tingkat harga barang tertentu, dimana hubungan antara keduanya berbanding terbalik disebut hukum permintaan (*the law of demand*). Apabila tingkat harga naik, maka secara otomatis sejumlah barang yang diminta akan turun dengan sendirinya. Akan tetapi jika harga turun jumlah barang yang diminta naik. Mengapa harga yang semakin tinggi akan mengurangi jumlah yang diminta? Terdapat dua alasan, yaitu:

- a. Efek substitusi, saat biaya peluang untuk memperoleh suatu barang naik, maka orang akan cenderung menghemat penggunaannya dan berganti untuk meningkatkan penggunaan barang substitusinya.
- b. Efek pendapatan, ketika pendapatan seseorang meningkat, orang akan cenderung meningkatkan konsumsinya dengan asumsi harga barang dan faktor lain tetap.

Permintaan akan mengalami perubahan dikarenakan pengaruh dari beberapa faktor yang juga mengalami perubahan terdapat 6 (enam) faktor utama yang menimbulkan perubahan dalam permintaan adalah perubahan pada:

- a. **Harga barang-barang terkait.** Setiap barang memiliki hubungan dengan barang lainnya. dalam ekonomi terdapat dua jenis barang yaitu **barang substitusi** yang merupakan barang yang dapat digunakan sebagai pengganti barang lain. Sebagai contoh beras yang dapat disubstitusi dengan jagung. Ketika harga beras naik maka

orang akan cenderung mengurangi konsumsi beras dan beralih dalam mengkonsumsi lebih banyak jagung, hal ini memicu permintaan terhadap kuantitas jagung. **Barang komplementer** yang merupakan barang yang digunakan bersama dengan barang lain. Dengan contoh adalah kopi dan gula, ketika harga kopi naik maka orang akan menurunkan konsumsi kopi yang berakibat pula pada penurunan konsumsi gula.

- b. **Perkiraan harga dimasa yang akan datang.** Jika diperkirakan dimasa yang akan datang harga dari suatu barang akan meningkat dimasa yang akan datang, maka orang akan meningkatkan konsumsinya disaat ini jika barang tersebut merupakan barang tahan lama, jika barang tersebut bukan barang tahan lama maka dimasa yang akan datang kuantitas barang yang diminta akan menurun.
- c. **Pendapatan.** Apa yang akan terjadi terhadap permintaan anda akan es krim ketika anda kehilangan pekerjaan sehingga menyebabkan pendapatan anda menurun? Maka kemungkinan besar yang akan terjadi adalah permintaan anda terhadap es krim pun akan turun. Apakah ketika pendapatan seseorang meningkat menyebabkan permintaan terhadap suatu barang meningkat secara keseluruhan? Maka untuk menjawab pertanyaan tersebut anda harus mengetahui sifat dari suatu barang. Ada tiga jenis barang disini, antara lain sebagai berikut. Apabila ada satu kondisi di mana kuantitas yang diminta terhadap suatu barang atau jasa mengalami penurunan pada saat pendapatannya juga turun, maka barang tersebut dinamakan barang normal (*normal good*). Tidak semua barang bersifat barang normal. Contoh barang normal adalah barang kebutuhan pokok. Apabila pendapatan menurun tetapi permintaan terhadap suatu barang justru meningkat, maka barang itu dinamakan barang inferior (*inferior good*). Contoh dari barang inferior adalah kendaraan umum. Sementara itu, apabila jumlah

permintaan suatu barang yang lain meningkat drastis saat pendapatan seseorang meningkat, maka barang yang dimaksud dinamakan suatu barang superior (*superior good*). Contoh barang inferior adalah barang mewah.

- d. Perkiraan pendapatan dan pinjaman dimasa yang akan datang.** Jika perkiraan pendapatan dimasa yang akan datang naik atau pinjaman semakin mudah didapat, maka permintaan barang akan naik sekarang. Misalkan, seorang marketing akan memperoleh bonus besar diakhir tahun, maka ia akan berhutang dan membeli mobil baru sekarang dengan menunggu hingga menerima bonus itu terjadi.
- e. Jumlah penduduk.** Permintaan juga tergantung pada ukuran dan struktur usia penduduk. Semakin besar jumlah penduduk, semakin besar permintaan terhadap seluruh barang dan jasa. Selain itu, semakin besar jumlah penduduk pada usia tertentu maka akan semakin besar permintaan barang dan jasa yang digunakan oleh kelompok usia tersebut.
- f. Preferensi.** Preferensi atau Selera merupakan suatu hal yang menjadi penentu sangat jelas dari permintaan konsumen. Apabila seseorang suka es krim, maka orang tersebut akan membeli es krim lebih banyak. Biasanya ekonom tidaklah berusaha untuk memberikan penjelasan mengenai selera seorang konsumen. Hal itu dikarenakan bahwa konsumen lebih menekankan kepada kekuatan psikologis dan historis yang ranah pembahasannya di luar bidang ilmu ekonomi. Akan tetapi, ekonom masih tetap meneliti dan menggali apa yang akan terjadi dengan permintaan konsumen apabila selera mengalami perubahan.

2. Skedul Permintaan Dan Kurva Permintaan

Hukum permintaan dalam ilmu ekonomi diturunkan dalam sebuah kurva yaitu kurva permintaan. Istilah permintaan mengacu pada seluruh hubungan antara harga

barang dan jumlah barang yang diminta. Permintaan digambarkan dalam sebuah kurva permintaan dan skedul atau tabel permintaan.

Bayangkan bahwa semua variabel yang mempengaruhi permintaan dianggap konstan (*ceteris paribus*). Kecuali satu faktor, yaitu harga barang itu sendiri. Mari kita bahas bagaimana harga tersebut dapat mempengaruhi kuantitas barang yang diminta.

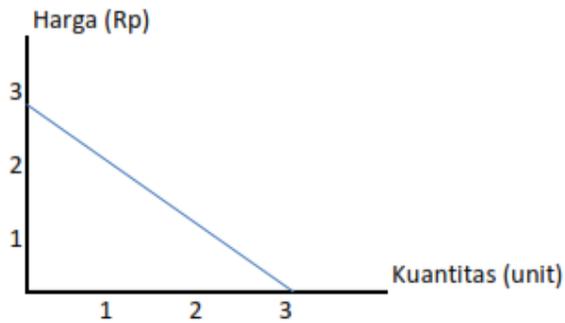
Gambar 4.1 berikut menjelaskan tentang permintaan seorang konsumen. Harga barang berada dalam sumbu vertikal, dan kuantitas barang berada pada sumbu horisontal. Garis kemiringan yang ke bawah tersebut menggambarkan tentang hubungan diantara harga dengan jumlah barang yang diminta, yang biasa kita sebut sebagai kurva permintaan atau *demand curve*.

Tabel 4.1 Skedul Permintaan Barang X

Harga Barang X (Rp)	Kuantitas Barang X (unit)
0	3
1	2
2	1
3	0

Tabel 4.1 tersebut menunjukkan data dari skedul permintaan barang X. Skedul permintaan memuat harga barang dan jumlah barang yang diminta oleh konsumen pada tiap-tiap harga ketika faktor lain dianggap sama. Skedul permintaan ini dapat digambarkan dalam sebuah kurva permintaan yang menghubungkan harga dan jumlah barang yang diminta.

Gambar 4.1 Kurva Permintaan Barang X

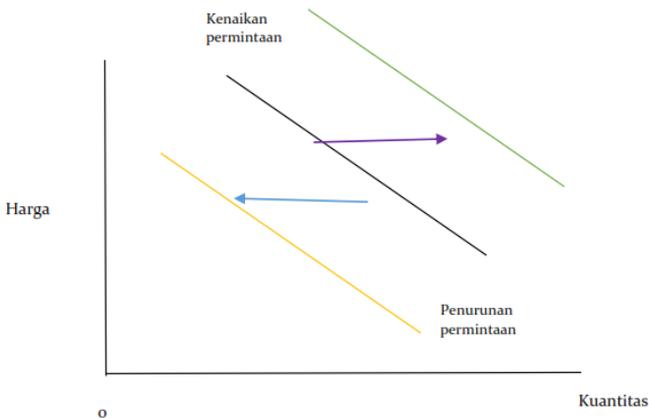


3. Perubahan Dalam Permintaan

a. Pergeseran Kurva Permintaan

Pada setiap perubahan yang justru dapat menaikkan jumlah yang nantinya diminta oleh seorang konsumen pada tingkatan harga tertentu, maka nantinya akan mendorong pergeseran kurva permintaan ke arah kanan. Akan tetapi apabila harga berubah justru mengurangi jumlah permintaan individu, maka kurva permintaan akan bergeser ke arah kiri.

Gambar 4.2 Pergeseran Kurva Permintaan

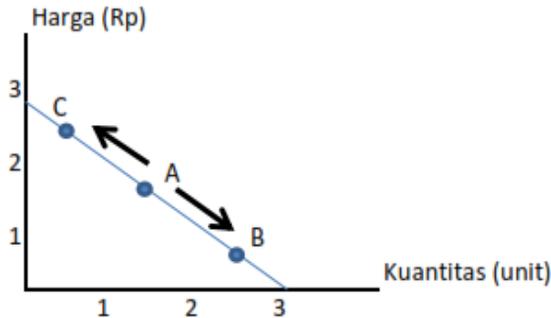


b. Pergerakan di sepanjang kurva permintaan

Jika harga barang berubah namun tidak ada pengaruh lainnya yang berpengaruh terhadap rencana pembelian yang berubah, hal ini dikatakan sebagai pergerakan disepanjang kurva permintaan. Penurunan

jumlah barang mengakibatkan peningkatan pada jumlah barang yang diminta. Hal ini dapat dilihat pada gambar 4.3 yang menjelaskan naiknya harga barang menurunkan jumlah barang yang diminta ini disebut dengan pergerakan ke atas di sepanjang kurva permintaan.

Gambar 4.3 Pergeseran Sepanjang Kurva Permintaan



Gambar 4.3 menunjukkan jika terdapat peningkatan jumlah permintaan dikarenakan peningkatan harga maka titik akan bergerak dari A ke C. Sedangkan penurunan jumlah permintaan akan mengakibatkan pergeseran titik dari A ke titik B.

Perubahan jumlah yang diminta vs Perubahan permintaan:

- 1) Perubahan jumlah yang diminta terjadi sepanjang kurva (*the move along curve*) yang disebabkan oleh perubahan harga barang.
- 2) Perubahan permintaan disebabkan oleh perubahan faktor lain selain harga, terjadi pergeseran kurva naik atau turun (*shifting curve*)

4. Fungsi Permintaan

Dapat diartikan bahwa fungsi permintaan merupakan fungsi yang menggambarkan suatu hubungan antara jumlah barang ataupun jasa yang diminta oleh seorang konsumen pada tingkat harga barang dan jasa yang berlaku saat itu. Adapun fungsi permintaan ini juga dapat menunjukkan suatu hubungan antara kuantitas dari barang yang diminta oleh konsumen dengan faktor-faktor lain yang mempengaruhi permintaan tersebut. Dengan demikian

fungsi permintaan ini merupakan suatu kajian yang secara matematis dapat dipergunakan sebagai alat analisis tentang bagaimana perilaku konsumen dan harga barang serta jasa tersebut.

Ada pula fungsi permintaan ini berdasarkan hukum permintaan yang ada, yakni jika harga suatu barang tertentu naik permintaan terhadap barang yang dimaksud juga turun. Akan tetapi sebaliknya jika harga barang tertentu turun, maka permintaan terhadap barang yang dimaksud justru naik. Dapat disimpulkan bahwa, ada hubungan yang berbanding terbalik antara antara harga dengan kuantitas barang yang diminta konsumen. Oleh karena itu pula gradien fungsi permintaan (b) akan selalu bernilai negatif. Dengan demikian fungsi permintaan apabila dirumuskan dalam bentuk matematis dapat ditulis sebagai berikut.

$$Q_d = f(P_x, P_y, I, Pref, E)$$

Keterangan:

- Qd = Kuantitas barang yang diminta
- f = Dipengaruhi oleh
- Px = Harga barang
- Py = Harga barang lain
- I = Pendapatan
- Pref = Selera
- E = Ekspektasi

Dari persamaan menunjukkan bahwa fungsi permintaan merupakan representasi yang menyatakan bahwa kuantitas barang yang diminta dipengaruhi oleh beberapa hal yaitu harga barang, harga barang lain, pendapatan, selera dan ekspektasi masa yang akan datang. Bentuk umum dari fungsi permintaan adalah sebagai berikut:

$$Q = a - bP$$

Keterangan:

- Q = Kuantitas atau jumlah barang yang diminta
- P = Harga dari barang per unit
- a = Nilai Konstanta (Berupa angka)

b = Slope (Angka/Nilai yang selalu bersama dengan variabel P)

Untuk menentukan fungsi permintaan, dapat dirumuskan:

$$\frac{Q - Q_1}{Q_2 - Q_1} = \frac{P - P_1}{P_2 - P_1}$$

Keterangan:

- Q = Kuantitas atau Jumlah barang yang diminta
- P = Harga per unit barang
- P1 = Harga barang awal atau harga sebelumnya
- P2 = Harga barang setelah mengalami perubahan (kenaikan atau penurunan)
- Q1 = Jumlah barang yang diminta sebelum mengalami perubahan (permintaan awal)
- Q2 = Jumlah barang yang diminta setelah mengalami perubahan

Contoh Soal:

Apabila diketahui harga dari suatu barang adalah Rp 5.000. Kuantitas barang yang diminta adalah 20 unit. Namun jika harga tersebut mengalami kenaikan menjadi Rp10.000. maka jumlah barang yang diminta mengalami penurunan menjadi 15 unit. Dengan demikian tentukanlah :

- a. Fungsi permintaan
- b. Harga tertinggi
- c. Jika konsumen membeli sebanyak 10 unit, berapa harga yang harus dibayar?
- d. Jika harga sebesar Rp20.000. berapa kuantitas barang yang dibeli konsumen?
- e. Gambarkan kurva permintaannya.

Langkah-langkah pengerjaan:

- a. Fungsi Permintaan

Diketahui :

P1 = Rp5.000 Q1 = 20 unit

P2 = Rp10.000 Q2 = 15 unit

Masukkan data ke dalam rumus fungsi permintaan :

$$\frac{Q - Q_1}{Q_2 - Q_1} = \frac{P - P_1}{P_2 - P_1}$$

$$\frac{Q - 20}{15 - 20} = \frac{P - 5000}{10.000 - 5000}$$

$$\frac{Q - 20}{-5} = \frac{P - 5000}{5000}$$

$$-5(P - 5000) = 5000(Q - 20)$$

$$-5P + 25.000 = 5000Q - 100.000$$

$$-5P = 5000Q - 100.000 - 25.000$$

$$-5P = 5000Q - 125.000$$

$$P = \frac{5000Q - 125.000}{-5}$$

$$P = 25.000 - 1000Q$$

Dengan demikian fungsi permintaannya dinyatakan dalam $P = 25.000 - 1.000Q$

b. Harga tertinggi

Harga tertinggi dari suatu barang adalah ketika kuantitas yang diminta adalah 0. maksudnya dengan harga tertinggi, konsumen tidak bersedia membeli barang tersebut.

$$Q = 0$$

$$P = 25.000 - 1000Q$$

$$P = 25.000 - 1000(0)$$

$$P = 25.000 - 0$$

$$P = 25.000$$

Dengan demikian pada harga tertinggi sebesar Rp25.000 konsumen tidak akan membeli barang tersebut sama sekali atau kuantitas sama dengan 0.

c. Jika konsumen membeli sebanyak 10 unit, berapa harga yang harus dibayar?

$$P = 25.000 - 1000Q$$

$$P = 25.000 - 1000(10)$$

$$P = 25.000 - 10.000$$

$$P = 15.000$$

Jadi pada tingkat barang yang diminta 10 unit, harga barang adalah Rp15.000.

- d. Jika harga sebesar Rp20.000. berapa kuantitas barang yang dibeli konsumen?

$$P = 25.000 - 1000Q$$

$$20.000 = 25.000 - 1000Q$$

$$1000Q = 25.000 - 20.000$$

$$1000Q = 5000$$

$$Q = 5$$

Jadi pada tingkat harga Rp20.000 kuantitas barang yang diminta adalah 5 unit

- e. Gambar kurva permintaan

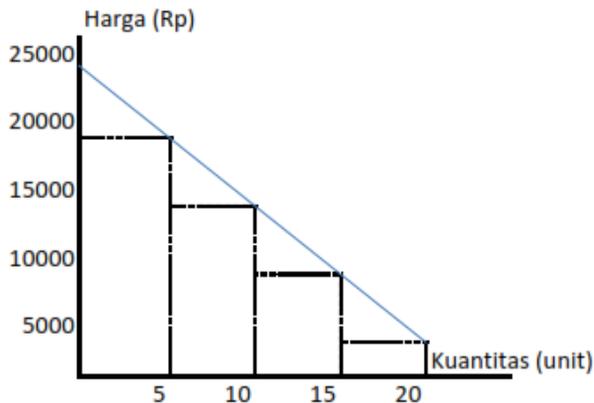
Buatlah skedul permintaanya seperti berikut:

Tabel 4.2 Skedul Permintaan

Harga Barang (Rp)	Kuantitas Barang (unit)
5000	20
10000	15
15000	10
20000	5
25000	0

Gambarkan kurva permintaanya:

Gambar 4.4 Kurva Permintaan



C. RANGKUMAN

1. Interaksi yang terjadi diantar penjual dan pembeli terjadi dipasar barang dan jasa.

2. Pasar yang kompetitif merupakan pasar yang memiliki banyak penjual dan pembeli, serta tidak ada satupun penjual dan pembeli yang dapat mempengaruhi harga.
3. Biaya peluang merupakan harga relatif untuk mendapatkan suatu barang.
4. Faktor utama yang mempengaruhi permintaan masyarakat terhadap barang dan jasa adalah harga barang itu sendiri.
5. Selain harga barang faktor lain yang mempengaruhi kuantitas permintaan barang dan jasa adalah harga barang lain, selera, pendapatan, ekspektasi masa yang akan datang.
6. Semakin tinggi suatu harga barang, hal-hal lain tetap sama, maka akan semakin kecil jumlah barang yang diminta konsumen.
7. Gerakan sepanjang kurva permintaan adalah hubungan antara tingkat harga dengan kuantitas yang diminta mengalami perubahan sepanjang kurva permintaan. Perubahan seperti ini merupakan akibat dari adanya perubahan harga.

D. LATIHAN

1. Jelaskan bagaimana suatu hukum permintaan berlaku!
2. Jelaskan perbedaan dari pergerakan sepanjang kurva dan pergeseran kurva permintaan!
3. Amati disekitar tempat tinggal anda masing-masing, lalu kelompokkan barang berdasarkan jenisnya (normal, inferior dan superior)!
4. Bagaimana perbedaan perubahan harga dari barang substitusi dan komplementer terhadap kuantitas barang yang diminta?
5. Perhatikan data harga dan kuantitas permintaan berikut:

P (\$)	Qd (unit)
10	200
20	150

Apabila harga yang tertera pada soal dikalikan dengan dua angka terakhir NIM anda, maka carilah:

- a. Fungsi dari permintaan

- b. Harga barang tertinggi
- c. Apabila konsumen membeli 100 unit, berapa tingkat harganya?
- d. Apabila harga barang tersebut \$25, berapa kuantitas yang diminta?
- e. Kurva permintaan

5

KONSEP PENAWARAN

Dalam sebuah pasar barang dan jasa terdapat transaksi yang terjadi antara penjual dan pembeli. Transaksi ini melibatkan dua aktifitas yaitu permintaan dan penawaran. Terdapatnya permintaan belum merupakan syarat yang cukup untuk mewujudkan transaksi dalam pasar. Permintaan yang wujud hanya dapat dipenuhi apabila para penjual dalam menyediakan atau barang-barang yang diperlukan tersebut. bagaimanakah tingkah laku penjual dalam menyediakan atau menawarkan barang-barang yang diperlukan masyarakat dipasar? Dalam menjawab pertanyaan tersebut akan diulas dalam bab ini.

Jika perusahaan menawarkan barang dan jasa berarti perusahaan tersebut memiliki sumber daya dan teknologi untuk memproduksinya, dapat mengambil laba dari memproduksi barang tersebut, dan berencana untuk memproduksi lalu menjualnya. Namun, penawaran bukan hanya sekedar memiliki sumber daya dan teknologi dalam memproduksi sesuatu, disini lain sumber daya dan teknologi merupakan salah satu batasan atau kendala dalam memproduksi barang dan jasa. Produsen akan memproduksi barang dan jasa yang memiliki keuntungan terbesar. Banyak barang yang dapat diproduksi, namun jika tidak mendatangkan keuntungan maka produsen tidak akan membuat bahkan menjual barang tersebut. **Jumlah barang dan jasa yang ditawarkan** merupakan jumlah yang produsen dapat rencanakan untuk diproduksi dan dijual selama periode waktu tertentu pada harga tertentu.

A. PENGERTIAN PENAWARAN

Permintaan dan penawaran adalah dua kata yang senantiasa digunakan oleh para ahli ekonomi. Hal tersebut

disebabkan karena kekuatan permintaan dan penawaran yang membuat ekonomi dalam suatu pasar pasar berjalan baik. Keduanya baik permintaan maupun penawaran menjadi penentu kuantitas dari barang yang diproduksi dan sekaligus menjadi penentu terhadap harga barang tersebut. Apabila anda ingin mengetahui suatu kejadian atau kebijakan dalam mempengaruhi perekonomian, maka anda harus terlebih dahulu membayangkan bagaimana pengaruhnya terhadap penawaran dan permintaan.

Sebelumnya kita sudah membahas tentang permintaan yang merupakan kegiatan ekonomi dari sudut konsumen. Sekarang kita belajar tentang penawaran. Suatu penawaran terjadi apabila ada penjual atau produsen dalam hal ini merupakan pihak yang menyediakan sejumlah barang atau jasa dalam suatu perekonomian. Dilihat dari sisi produsen, kuantitas barang yang ditawarkan atau dijual mempunyai hubungan positif terhadap harga barang itu. Dalam hal ini apabila harga barang tertentu meningkat, maka jumlah yang ditawarkan atau dijual oleh seorang produsen juga semakin banyak. Akan tetapi jika barang tertentu harganya mengalami penurunan, tentu kuantitas barang dan jasa yang ditawarkan penjual atau produsen menurun pula. Dapat disimpulkan bahwa **penawaran** (*supply*) merupakan suatu keadaan di mana sejumlah barang ataupun jasa yang nantinya akan ditawarkan (dijual) pada tingkatan harga yang berlaku saat itu.

Dilihat dari sudut teori ekonomi, maka penawaran bisa didefinisikan sebagai semua kuantitas barang maupun jasa yang akan dijual (ditawarkan) pada tingkat harga yang ada di pasar pada satu kurun waktu tertentu. Dengan demikian dapat kita lihat bahwa dalam penawaran, maka akan ada dua variabel dari ekonomi yakni jumlah dari barang maupun jasa yang dijual atau ditawarkan pada tingkatan harga tertentu dari barang maupun yang ditawarkan. Pada pendekatan tersebut variabel waktu kita abaikan dan kita anggap konstan.

Adapun dalam konsep penawaran variabel dari kuantitas barang yang ditawarkan pada tingkatan harga tertentu terdapat

adanya saling terkait erat antara kedua variable tersebut, yakni kuantitas dari barang dan jasa yang ditawarkan dan juga harga dari barang dan jasa itu sendiri. Dapat diketahui bahwa variabel harga adalah variabel yang sangat berpengaruh terhadap kuantitas atau jumlah dari barang maupun jasa yang dijual (ditawarkan), yang biasa kita kenal dengan sebutan variabel bebas (*independent variable*). Akan tetapi jumlah atau kuantitas dari barang atau jasa disebut sebagai variabel yang akan dipengaruhi oleh harga, yang biasa dikatakan sebagai variabel terikat (*dependent variable*).

B. HUKUM PENAWARAN

Hukum penawaran adalah suatu pernyataan yang menjelaskan sifat hubungan antara harga barang dan jumlah barang tersebut yang ditawarkan oleh penjual. Hukum penawaran berbunyi hal-hal lain tidak mengalami perubahan, semakin harga suatu barang mengalami peningkatan maka semakin besar jumlah barang yang ditawarkan oleh produsen, dan sebaliknya semakin rendah harga suatu barang maka semakin rendah jumlah yang ditawarkan. hal ini menunjukkan hubungan yang positif dalam hukum penawaran.

Mengapa harga yang semakin tinggi akan menaikkan jumlah barang yang ditawarkan? Hal ini dikarenakan biaya marginal meningkat. Saat biaya jumlah barang yang diproduksi meningkat maka diikuti biaya marginal dari memproduksi barang juga meningkat. Tidak ada gunanya memproduksi barang jika harga yang diterima untuk barang tersebut tidak dapat menutup biaya marginal produksinya. Saat harga barang naik, hal-hal lain dianggap tetap sama, maka produsen akan bersedia menanggung biaya marginal lebih tinggi, sehingga mereka bersedia meningkatkan produksinya. Semakin tinggi harga akan mengakibatkan kenaikan pada jumlah barang yang ditawarkan.

C. SKEDUL PENAWARAN DAN KURVA PENAWARAN

Seperti halnya permintaan, bayangkan bahwa semua variabel yang mempengaruhi penawaran dianggap konstan (*ceteris paribus*). Kecuali satu faktor, yaitu harga barang itu sendiri. Istilah penawaran mengacu pada seluruh hubungan

antara harga barang dan jumlah barang yang ditawarkan penawaran diilustrasikan dalam sebuah kurva penawaran dan skedul penawaran. Istilah jumlah penawaran mengacu pada titik yang terdapat di kurva penawaran, jumlah yang ditawarkan pada harga tertentu. Skedul penawaran ditampilkan pada tabel 5.1 yang menunjukkan daftar kombinasi dari harga dan jumlah barang yang ditawarkan dalam sebuah kegiatan produksi.

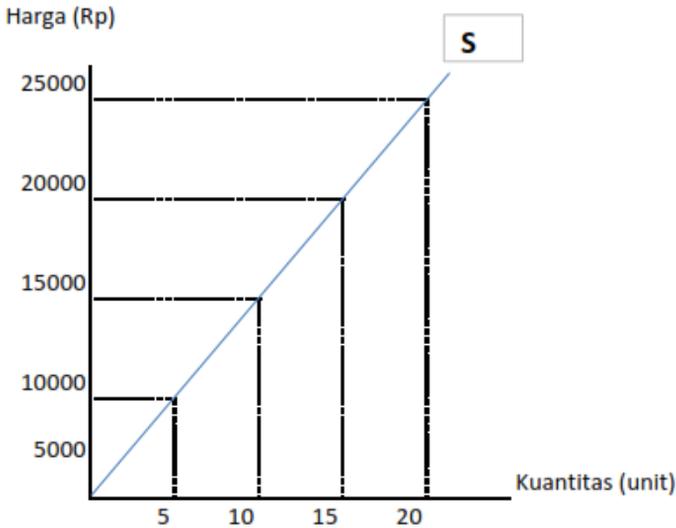
Tabel 5.1 Skedul Penawaran Barang X

Harga Barang X (Rp)	Kuantitas Barang yang ditawarkan X (unit)
5000	0
10000	5
15000	10
20000	15
25000	20

Dari tabel 5.1 tersebut menunjukkan data dari harga dan jumlah barang X yang ditawarkan. Melalui skedul penawaran tersebut anda memperoleh informasi kombinasi harga yang semakin naik dan diikuti kenaikan pada kuantitas barang yang diminta. Misalkan dari harga Rp10.000 menjadi Rp15.000 terdapat kenaikan kuantitas yang ditawarkan dari 5 unit menjadi 10 unit dengan asumsi perubahan hanya terjadi pada harga dan hal-hal lain tetap.

Gambar 5.1 berikut menjelaskan tentang kurva penawaran barang X. Harga barang berada dalam garis lurus (vertikal), sedangkan kuantitas dari barang tertentu yang ditawarkan berada dalam garis melintang (horizontal). Garis kemiringan dari arah kiri bawah ke arah kanan atas menghubungkan harga (*price*) dengan kuantitas barang yang diminta, yang disebut sebagai kurva penawaran (*supply curve*).

Gambar 5.1 Kurva Penawaran Barang X



Pada gambar 5.1 tersebut ditunjukkan kurva penawaran yang memiliki slope positif bahwa ketika harga meningkat akan diikuti peningkatan pada jumlah barang yang ditawarkan. Kurva penawaran tersebut mengilustrasikan adanya hukum penawaran.

Kurva penawaran dapat ditafsirkan sebagai kurva harga penawaran minimum, kurva yang menunjukkan harga terendah sehingga seseorang bersedia untuk menjual. Harga terendah ini merupakan biaya marginal. Jika jumlah yang diproduksi sedikit dengan harga terendah sehingga seseorang bersedia untuk menjual satu unit lagi adalah rendah. Namun, jika produksinya meningkat, biaya marginal setiap tambshan unitnya meningkat, karena harga terendah sehingga seseorang bersedia untuk menjual setiap tambahan unitnya naik disepanjang kurva penawaran.

Seperti halnya permintaan pasar yang merupakan penjumlahan dari permintaan individu, penawaran pasar juga merupakan penjumlahan dari penawaran dari seluruh penjual yang ada di pasar terhadap suatu produk barang/jasa. Tabel 4-2 memperlihatkan apa yang akan terjadi dengan kuantitas yang

ditawarkan apabila harga berubah dan faktor yang lain dianggap konstan.

Tabel 5.2 Tabel Penawaran Individu dan Penawaran Pasar

Harga Barang X (\$)	Produsen A	Produsen B	Pasar
0,00	0	0	0
1,00	1	2	3
2,00	2	4	6
3,00	3	6	9

Tabel 5.2 menunjukkan bahwa harga yang semakin meningkat diikuti peningkatan pada penawaran baik produsen A maupun produsen B. Ketika harga 0 maka kedua produsen sama-sama tidak berkenan untuk memproduksi barang tersebut sehingga kuantitas penawaran sebesar 0 (nol). Sedangkan dengan harga tertinggi maka peningkatan penawaran juga terjadi namun berbeda antara produsen A sebesar 3 unit dan produsen B sebesar 6 unit. Hal ini menunjukkan biaya marginal masing-masing kegiatan produksi walaupun barangnya sama akan berbeda antar produsen. Penawaran pasar ditunjukkan pada total antara produsen A dan produsen B.

D. PERUBAHAN PADA PENAWARAN

Ketika asumsi hal-hal lain dianggap tetap, maka kita akan membahas faktor-faktor tersebut dalam bagian ini. Saat faktor apapun yang mempengaruhi rencana penjualan selain harga barang itu sendiri berubah, maka terdapat perubahan pada penawaran. Untuk melengkapi analisis faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran, selanjutnya perlu diteliti peranan faktor-faktor lainnya dalam mempengaruhi jumlah barang yang ditawarkan. Terdapat lima faktor utama yang menyebabkan perubahan pada penawaran selain harga.

1. Harga dari faktor produksi

Harga faktor-faktor produksi merupakan pengeluaran yang sangat penting dalam proses produksi. Tanpa adanya kenaikan produktivitas dan efisiensi, kenaikan harga faktor produksi akan meningkatkan biaya produksi secara langsung. Jika harga faktor produksi meningkat maka harga terendah yang produsen rela terima untuk memproduksi

barang tersebut meningkat sehingga penawaran turun. Dalam sebuah perusahaan pada umumnya jika hal ini terjadi dan dalam jumlah yang besar maka akan mengakibatkan kerugian dan penutupan perusahaan dan mengakibatkan penurunan penawaran, pada perusahaan lain akan menurunkan keuntungan mereka. Sebagai contoh kenaikan upah minimum akan menurunkan produksi garment yang tingkat upahnya mengikuti kebijakan pemerintah.

2. Harga barang lain

Dalam teori permintaan telah dijelaskan adanya keterkaitan antara satu barang dengan barang lain. Barang-barang seperti itu juga memberikan pengaruh yang penting terhadap penawaran suatu barang. Misalkan harga salad buah naik maka produsen yang sebelumnya menjual lebih banyak es buah akan mengurangi penawaran es buah tersebut dan menaikkan penawaran untuk salad buah, es buah dan salad buah diproduksi dengan sumber daya yang sama sehingga mereka merupakan substitusi dalam produksi. Seperti daging sapi dan kulit sapi adalah komplementer jika harga daging sapi naik maka diikuti oleh penawaran pada kulit sapi, karena ketika harga daging sapi naik maka produsen akan menjual lebih banyak dan diikuti kenaikan penjualan pada kulit sapi, mereka merupakan barang yang harus diproduksi bersamaan.

3. Ekspektasi harga masa yang akan datang

Jika diperkirakan harga barang di masa yang akan datang meningkat hasil dari penjualan dimasa yang akan datang meningkat dan lebih tinggi dari pada hari ini. Jadi, penawaran akan turun pada hari ini dan meningkat signifikan dimasa yang akan datang.

4. Jumlah produsen

Semakin tinggi jumlah produsen maka jumlah penawaran akan semakin tinggi. Saat perusahaan baru memasuki industri maka penawaran pada industri tersebut akan meningkat. Saat perusahaan meninggalkan industri maka penawaran pada industri tersebut akan menurun.

5. Teknologi

Teknologi dalam hal ini dianalogikan sebagai faktor-faktor produksi yang digunakan dalam proses produksi. Perubahan teknologi ini terjadi saat metode baru yang menurunkan biaya produksi barang ditemukan. Kenaikan produksi dan perkembangan yang pesat berbagai negara disebabkan oleh penggunaan teknologi yang semakin modern. Kemajuan teknologi telah dapat mengurangi biaya produksi, mempertinggi produktifitas, meningkatkan mutu barang, dan menciptakan barang-barang yang baru dan mampu meningkatkan penawaran suatu barang.

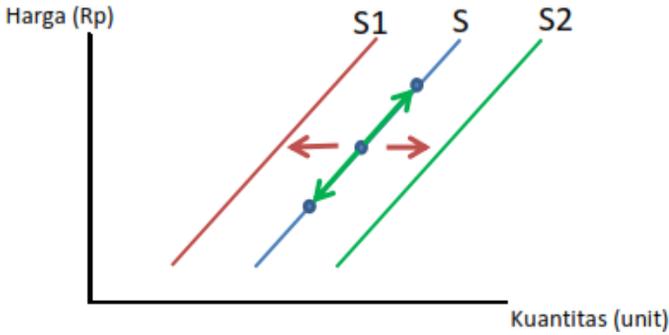
Perubahan-perubahan penawaran yang disebabkan oleh berbagai faktor ini mengakibatkan perubahan kurva penawaran dengan kondisi yang berbeda. Seperti halnya dalam analisis permintaan, analisis penawaran juga perlu dibedakan antara pergerakan sepanjang kurva penawaran dan pergeseran kurva penawaran. Perubahan yang berpengaruh pada rencana penjualan menyebabkan perubahan pada jumlah yang ditawarkan atau perubahan pada penawaran.

- a. Pergerakan disepanjang kurva penawaran menunjukkan perubahan pada jumlah yang ditawarkan yang disebabkan oleh perubahan harga
- b. Pergeseran kurva penawaran menunjukkan perubahan pada penawaran yang disebabkan oleh faktor selain harga barang tersebut.

Gambar 5.2 mengilustrasikan perbedaan antara pergerakan sepanjang kurva dan pergeseran kurva. Perhatikan dua perbedaan ini yang akan kita analisis dalam sebuah kurva, ketika harga barang turun maka akan terjadi penurunan jumlah penawaran dan terjadi pergerakan menurun sepanjang kurva S, sedangkan jika harga naik maka akan terjadi peningkatan pada jumlah penawaran sehingga terjadi pergerakan keatas disepanjang kurva S. Namun, ketika penawaran sebuah barang mengalami perubahan akan muncul kurva penawaran yang baru, jika jumlah barang naik dan harga tetap, maka kurva penawaran akan bergeser ke kanan dari S menjadi S₂, dan jika

penawaran mengalami penurunan dan harga barang tetap maka kurva penawaran akan bergeser ke kiri dari S ke S1.

Gambar 5.2 Perubahan pada Penawaran dan Perubahan pada Jumlah yang ditawarkan



E. FUNGSI PENAWARAN

Dari pembahasan diatas dalam hukum penawaran dapat dituliskan dalam sebuah persamaan matematis dengan. Fungsi penawaran adalah persamaan yang menunjukkan hubungan antara jumlah barang yang ditawarkan oleh penjual dan semua faktor yang mempengaruhinya. Fungsi ini dapat untuk menganalisis pengaruh semua faktor tersebut secara bersama-sama sekaligus, tentu dengan perhitungan yang lebih rumit. Untuk memudahkan perhitungan, umumnya dilakukan analisis secara parsial, yaitu analisis satu demi satu dengan menganggap faktor-faktor lain ceteris paribus. Dari penjelasan sebelumnya, fungsi penawaran apabila dinyatakan dalam bentuk matematis dapat ditulis:

$$Q_s = f (P_x, P_y, C, E, T)$$

Keterangan:

- Qs = Kuantitas barang yang ditawarkan
- Px = harga barang
- Py = harga barang lain
- C = harga faktor produksi
- E = Ekspektai harga yang akan datang
- T = teknologi yang digunakan

Dari fungsi di atas dapat disimpulkan bahwa fungsi penawaran merupakan sebuah representasi yang menyatakan

bahwa kuantitas yang ditawarkan tergantung pada harga barang itu sendiri, harga barang lain, harga faktor produksi, teknologi dan ekspektasi. Bentuk dari persamaan penawaran sebagai berikut:

$$Q = a + bP$$

Keterangan :

- Q = Kuantitas barang yang ditawarkan
- P = Harga barang per unit
- a = Konstanta (Berupa angka)
- b = Slope (Angka/Nilai yang selalu bersama dengan variabel P)

Dalam membentuk persamaan penawaran suatu barang menggunakan rumus berikut:

$$\frac{Q - Q_1}{Q_2 - Q_1} = \frac{P - P_1}{P_2 - P_1}$$

Keterangan:

- Q = Kuantitas atau Jumlah barang yang ditawarkan
- P = Harga per unit barang
- P1 = Harga barang awal atau harga sebelumnya
- P2 = Harga barang setelah mengalami perubahan (kenaikan atau penurunan)
- Q1 = Jumlah barang yang ditawarkan sebelum mengalami perubahan (permintaan awal)
- Q2 = Jumlah barang yang ditawarkan setelah mengalami perubahan

Contoh Soal :

Apabila diketahui harga dari suatu barang adalah Rp 10.000. Kuantitas barang yang ditawarkan adalah 5 unit. Namun jika harga tersebut mengalami kenaikan menjadi Rp15.000. maka jumlah barang yang ditawarkan mengalami peningkatan menjadi 10 unit. Dengan demikian tentukanlah :

- a. Fungsi penawaran
- b. Harga terendah
- c. Jika penjual menawarkan sebanyak 15 unit, berapa tingkat harganya?
- d. Jika harga sebesar Rp25.000. berapa kuantitas barang yang ditawarkan?

e. Gambarkan kurva penawarannya.

Langkah-langkah pengerjaan:

a. Fungsi Permintaan

Diketahui :

$P_1 = \text{Rp}10.000$ $Q_1 = 5$ unit

$P_2 = \text{Rp}15.000$ $Q_2 = 10$ unit

Masukkan data ke dalam rumus fungsi penawaran :

$$\frac{Q - Q_1}{Q_2 - Q_1} = \frac{P - P_1}{P_2 - P_1}$$

$$\frac{Q - 5}{10 - 5} = \frac{P - 10.000}{15.000 - 10.000}$$

$$\frac{Q - 5}{5} = \frac{P - 10000}{5000}$$

$$5(P - 10000) = 5000(Q - 5)$$

$$5P - 50.000 = 5000Q - 25.000$$

$$5P = 5000Q + 50.000 - 25.000$$

$$5P = 5000Q + 25.000$$

$$P = \frac{5000Q + 25.000}{5}$$

$$P = 5.000 + 1000Q$$

Dengan demikian fungsi penawarannya adalah $P = 5.000 + 1.000Q$

b. Harga terendah

Harga terendah dari suatu barang adalah ketika kuantitas yang ditawarkan adalah 0. maksudnya dengan harga terendah, produsen tidak bersedia menawarkan barang tersebut.

$$Q = 0$$

$$P = 5.000 + 1000Q$$

$$P = 5.000 + 1000(0)$$

$$P = 5.000 + 0$$

$$P = 5.000$$

Dengan demikian pada harga terendah sebesar Rp5.000 produsen tidak akan menjual barang tersebut sama sekali atau kuantitas sama dengan 0.

- c. Jika produsen menjual sebanyak 15 unit, berapa harga penjualan barang tersebut?

$$P = 5.000 + 1000Q$$

$$P = 5.000 + 1000(15)$$

$$P = 5.000 + 15.000$$

$$P = 20.000$$

Jadi pada tingkat barang yang ditawarkan 15 unit, harga barang adalah Rp20.000.

- d. Jika harga sebesar Rp25.000, berapa kuantitas barang yang ditawarkan produsen?

$$P = 5.000 + 1000Q$$

$$25.000 = 5.000 + 1000Q$$

$$- 1000Q = - 25.000 + 5.000$$

$$- 1000Q = - 20.000$$

$$Q = 20$$

Jadi pada tingkat harga Rp25.000 kuantitas barang yang ditawarkan adalah 20 unit

- e. Gambar kurva penawaran

Buatlah skedul penawarannya seperti berikut:

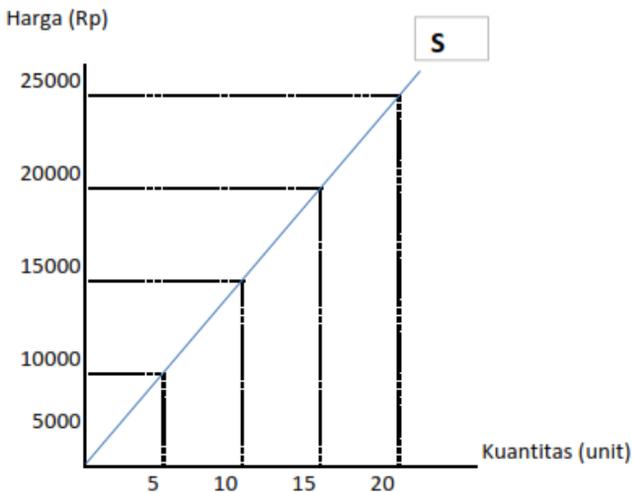
Tabel 5.3 Skedul Penawaran

Berdasarkan Contoh Soal

Harga Barang X (Rp)	Kuantitas Barang yang ditawarkan X (unit)
5000	0
10000	5
15000	10
20000	15
25000	20

Gambarkan kurva penawarannya:

Gambar 5.3 Kurva Penawaran Berdasarkan Contoh Soal



F. PENENTUAN HARGA DAN JUMLAH YANG DIPERJUAL BELIKAN

Kita sudah membahas permintaan dan penawaran secara terpisah, maka kita menggabungkan keduanya untuk melihat bagaimana keduanya menentukan harga dan jumlah yang diperjualbelikan. Perlu diketahui, bahwa harga pasar merupakan harga yang telah ada kesepakatan di antara penjual dan pembeli.

Adapun harga pasar yang berlaku dan jumlah barang yang diperjual belikan sangat tergantung pada kuantitas barang yang diminta dan yang ditawarkan. Permasalahan harga ini ada hubungannya terhadap barang ekonomis. Seperti yang kita ketahui bahwa barang ekonomis ini memerlukan tindakan dan bermanfaat serta dalam usaha mendapatkannya dibutuhkan pengorbanan berupa uang berdasarkan harga harga tertentu dari barang yang dimaksud. Perlu diketahui bahwa harga merupakan wujud dari nilai tukar barang dan jasa biasanya kita nyatakan dalam bentuk uang. Dengan demikian harga disebut sebagai nilai tukar yang secara obyektif dari barang atau jasa serta nilai tukar obyektif tersebut merupakan harga keseimbangan atau harga pasar yang berlaku pada saat itu. Perlu diketahui bahwa harga keseimbangan atau yang biasa kita kenal

dengan harga pasar tidak secara otomatis terbentuk. Akan tetapi harga pasar tersebut terbentuk melalui proses sistem atau operasi pasar, yaitu melalui proses kekuatan tarik-menarik secara terus menerus dari permintaan pembeli dengan penawaran dari penjual.

Melalui kajian terhadap permintaan maupun penawaran tersebut, maka sistem pasar beroperasi dapat digambarkan. Dapat ditarik kesimpulan bahwa meskipun tidak ada intervensi dari pemerintah, tentu dengan sendirinya keseimbangan harga serta kuantitas barang yang diperjual belikan di pasar akan tercipta.

Kajian dari penentuan harga barang atau jasa merupakan sesuatu yang sangat penting dalam menentukan kisaran waktu yang dibutuhkan oleh respon penawaran (*supply response*) terhadap fluktuasi keadaan dari permintaan. Kisaran waktu tersebut dapat dibagi menjadi tiga jangka waktu, yakni pertama jangka sangat pendek, kedua jangka pendek dan ketiga jangka panjang.

Dalam periode jangka waktu sangat pendek tentu tidak ada respon terhadap penawaran, jumlah yang dijual secara absolut akan tetap atau tidak akan mengalami perubahan. Sedangkan dalam waktu jangka pendek, tentu perusahaan akan bisa merubah jumlah barang dan jasa yang dijual (ditawarkan), akan tetapi dengan catatan tidak ada satupun perusahaan baru yang bisa masuk ke pasar tersebut. Berbanding terbalik dalam jangka panjang justru perusahaan bisa merubah jumlah yang ditawarkan dan juga perusahaan baru bias secara penuh menembus industri. Hal tersebut membentuk suatu simpulan penawaran sifatnya lentur (fleksibel).

Dengan demikian, harga suatu barang atau jasa sangat tergantung kepada jenis pasar yang ada. Adapun jenis pasar dalam ekonomi, dibedakan menjadi pasar persaingan sempurna (*perfect competition*) dan juga pasar persaingan yang tidak sempurna (*imperfect competition*). Untuk lebih dalam pembahasan mengenai pasar akan dibahas pada penjelasan lain tentang bentuk-bentuk pasar.

G. RANGKUMAN

1. Penawaran bisa didefinisikan sebagai semua kuantitas barang maupun jasa yang akan dijual (ditawarkan) pada tingkat harga yang ada di pasar pada satu kurun waktu tertentu.
2. Hukum penawaran berbunyi hal-hal lain tidak mengalami perubahan, semakin harga suatu barang mengalami peningkatan maka semakin besar jumlah barang yang ditawarkan oleh produsen, dan sebaliknya semakin rendah harga suatu barang maka semakin rendah jumlah yang ditawarkan.
3. Penawaran pasar juga merupakan penjumlahan dari penawaran dari seluruh penjual yang ada di pasar terhadap suatu produk barang/jasa.
4. Faktor utama selain harga barang dalam mempengaruhi penawaran adalah harga barang lain, harga faktor produksi, ekspektasi, teknologi dan jumlah produsen.

H. LATIHAN

Kerjakan latihan soal berikut dengan tepat.

1. Dalam hukum penawaran, jelaskan korelasi harga dengan jumlah barang yang ditawarkan!
2. Kalau anda berada pada posisi produsen saat ini. Contohkan bagaimana ekspektasi anda tentang ekonomi dimasa mendatang!
3. Mengapa teknologi sangat berpengaruh dalam kegiatan penawaran di era sekarang ini?
4. Perhatikan data berikut:

Harga Barang X (Rp)	Kuantitas Barang yang ditawarkan X (unit)
20	200
25	250

Apabila harga yang tertera pada soal dikalikan dengan dua angka terakhir NIM anda, maka carilah:

- a. Fungsi dari penawaran
- b. Harga arang terendah

- c. Apabila produsen menjual sebanyak 185, maka berapakah harganya?
- d. Apabila harga dari barang tersebut \$85, maka berapa pula kuantitas penawarannya?
- e. Gambarkan Kurva penawaran

6

KESEIMBANGAN PASAR

Setelah membahas konsep permintaan dan penawaran, dimana permintaan merupakan tindakan yang dilakukan oleh konsumen dalam sebuah interaksi, sedangkan penawaran adalah tindakan yang dilakukan oleh produsen atau penjual. Kedua pelaku aktifitas ekonomi ini bertemu dalam sebuah aktifitas tawar menawar yang akan menghasilkan sebuah kesepakatan atas transaksi yang dilaksanakan. Dalam konsep permintaan dan penawaran telah kita pahami bahwa ketika harga mengalami peningkatan maka jumlah barang yang diminta akan turun, sebaliknya jumlah yang ditawarkan akan naik. Kondisi ini merupakan penyesuaian harga yang dilakukan oleh penjual dan pembeli dalam sebuah pasar barang. Untuk itu, dalam bagian ini akan dibahas bagaimana mekanisme penentuan harga dan penyesuaian penjual dan pembeli dalam menciptakan keseimbangan pasar.

A. MEKANISME PEMBENTUKAN HARGA DAN KUANTITAS

Harga dan jumlah barang yang diperjualbelikan di pasar ditentukan oleh permintaan dan penawaran barang tersebut. Oleh karenanya, analisis penentuan harga dan jumlah barang yang diperjualbelikan di suatu pasar, harus berdasarkan analisis permintaan dan penawaran barang tersebut secara serentak. **Harga pasar atau harga keseimbangan** adalah tingkat harga di mana jumlah barang yang ditawarkan oleh para penjual sama dengan jumlah barang yang diminta oleh para pembeli. Sedangkan **kuantitas keseimbangan** adalah jumlah barang yang diminta dan yang ditawarkan sama. Pada kondisi demikian dikatakan bahwa pasar dalam keadaan keseimbangan atau ekuilibrium. **Ekuilibrium** (*equilibrium*) merupakan suatu

kondisi apabila penawaran dan permintaan berada pada keadaan yang seimbang. Pasar bergerak menuju keseimbangannya karena harga mengatur rencana pembelian dan penjualan serta harga dapat melakukan penyesuaian saat rencananya tidak sesuai. Penentuan harga dan jumlah barang yang diperjualbelikan dalam keadaan keseimbangan dapat dilakukan melalui tiga cara, yaitu dengan menggunakan tabel (angka) atau dengan menggunakan grafik (*curve*) atau dengan matematik.

1. Harga sebagai regulator

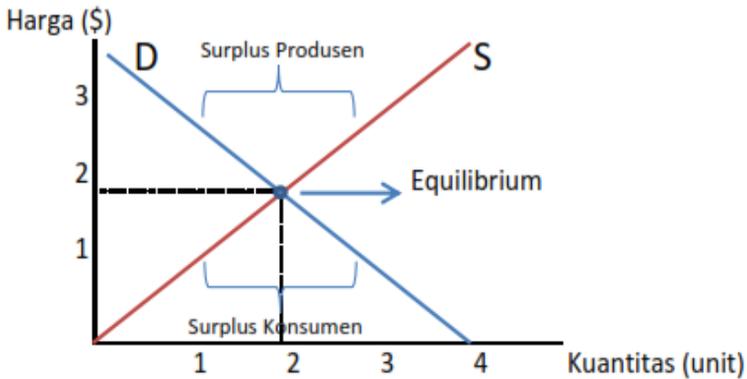
Harga barang mengatur jumlah yang diminta dan ditawarkan. Jika harganya terlalu tinggi, maka jumlah yang ditawarkan akan melebihi jumlah yang diminta, sebaliknya jika harga pasar terlalu rendah maka jumlah yang diminta akan melebihi jumlah yang ditawarkan. Terdapat suatu harga tertentu sehingga jumlah yang diminta sama dengan jumlah yang ditawarkan. Untuk lebih memperjelas pemahaman mengenai ekuilibrium, maka perhatikan contoh tabel 6.1 di bawah ini. Dalam tabel tersebut menggambarkan tentang sejumlah permintaan dan penawaran pada suatu tingkat harga tertentu.

Tabel 6.1 Tabel Permintaan dan Penawaran

Harga Barang (\$)	Jumlah yang dibeli (unit)	Jumlah yang ditawarkan (unit)
0	4	0
1	3	1
2	2	2
3	1	3

Dari tabel tersebut memperlihatkan kondisi permintaan dan penawaran. Pada harga \$2 per buah, kuantitas yang diminta dan yang ditawarkan tepat sama yaitu sebanyak 2 unit. Dari tabel di atas kita juga bisa menggambarannya pada kurva 6.1 dibawah ini:

Gambar 6.1 Kurva Penawaran dan Permintaan



Pada grafik diatas menunjukkan posisi keseimbangan atau equilibrium berada pada titik perpotongan antara kurva S (penawaran) dan D (permintaan). Kondisi ketika harga yang terlalu tinggi akan mengakibatkan jumlah barang yang ditawarkan lebih besar dibandingkan dengan jumlah barang yang dibeli atau disebut dengan surplus produsen yang berada pada area diatas titik keseimbangan. Sedangkan, ketika harga yang telalu rendah mengakibatkan jumlah barang yang diminta lebih besar dibandingkan dengan jumlah barang yang ditawarkan merupakan kondisi surplus konsumen.

Kondisi kelebihan penawaran jika dianalisa secara angka pada grafik tersebut misalkan harga berada sebesar \$3 maka jumlah barang yang ditawarkan akan meningkat karena penjual akan semakin menambah penawarannya agar memperoleh keuntungan lebih besar dengan jumlah penawaran sebesar 3 unit sedangkan untuk jumlah barang yang diminta akan menurun karena pembeli menahan diri untuk mengkonsumsi barang tersebut sehingga jumlah barang yang dibeli sebesar 1 unit. Kondisi sebaliknya adalah kelebihan permintaan, yaitu misalkan harga menurun hingga mencapai \$1 penjual akan menahan diri untuk menjual lebih banyak sehingga jumlah barang yang ditawarkan menurun hingga mencapai 1 unit saja, sedangkan untuk jumlah barang

yang diminta akan meningkat karena pembeli akan meningkatkan konsumsi barang tersebut karena harganya murah sehingga jumlah barang yang diminta sebesar 3 unit.

Kondisi kelebihan penawaran tersebut akan mendorong para penjual akan menurunkan harga dari \$3 menjadi \$2 sehingga pembeli akan bersedia meningkatkan konsumsinya sehingga jumlah barang yang diminta dan ditawarkan juga mencapai kesepakatan sebesar 2 unit. Kelebihan mendorong penurunan harga sedangkan kekurangan mendorong peningkatan harga. Sehingga, kondisi ini yang memunculkan adanya keseimbangan pasar.

2. Menentukan keseimbangan dengan matematik

Keadaan keseimbangan dapat pula ditentukan secara matematik, yaitu dengan memecahkan persamaan permintaan dan persamaan penawaran secara serentak atau simultan. Kita dapat menggunakan persamaan untuk menemukan harga dan jumlah keseimbangan. Harga suatu barang mengalami penyesuaian hingga jumlah yang diminta sama dengan yang ditawarkan. Hal ini juga sama dengan harga keseimbangan yang merupakan hasil dari penyesuaian baik dari harga penawaran maupun harga permintaan. Sehingga jika dituliskan dalam persamaan matematika sebagai berikut:

$$Q_e = Q_D = Q_S$$

atau

$$P_e = P_D = P_S$$

Keterangan :

- P_e = Harga Keseimbangan
- Q_e = Jumlah Keseimbangan
- Q_D = Jumlah Permintaan
- Q_S = Jumlah penawaran
- P_D = Harga Permintaan
- P_S = Jumlah Penawaran

Contoh Perhitungan:

Jika diketahui persamaan permintaan pasar mobil sedan $Q_d = 200 - 10P$, sedangkan persamaan penawarannya $Q_s = -40 + 5P$. Tentukan harga dan kuantitas keseimbangannya?

Penyelesaian:

$$Q_d = Q_s$$

$$200 - 10P = -40 + 5P$$

$$200 + 40 = 5P + 10P$$

$$240 = 15P$$

$$P_e = 240 / 15$$

$$P_e = 16$$

$$Q_d = 200 - 10P$$

$$Q_d = 200 - (10 \times 16)$$

$$Q_d = 200 - 160$$

$$Q_d = 40$$

$$Q_s = -40 + 5P$$

$$Q_s = -40 + (5 \times 16)$$

$$Q_s = -40 + 80$$

$$Q_s = 40$$

Jadi, harga keseimbangan adalah Rp16 sedangkan kuantitas keseimbangan adalah 40 unit.

B. PERUBAHAN KESEIMBANGAN PASAR

Model penawaran dan permintaan telah kita pelajari, mengajarkan cara untuk menganalisis pengaruh terhadap harga serta jumlah yang dibeli dan yang dijual. Perubahan-perubahan faktor lain selain harga baik dalam penawaran maupun permintaan akan mengakibatkan perubahan pada keseimbangan pasar. Perubahan keseimbangan ini akan memunculkan kemungkinan empat perubahan baik penawaran maupun permintaan, yaitu:

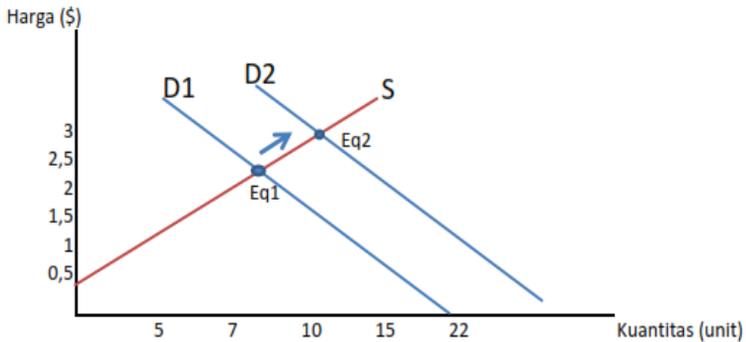
1. **Peningkatan pada permintaan.** Jika semakin banyak masyarakat di Desa Penari maka akan meningkatkan permintaan akan beras. data tersebut ditunjukkan pada tabel 6.2 berikut:

Tabel 6.2 Efek Perubahan pada Permintaan

Harga (\$)	Jumlah yang diminta (Kg)		Jumlah yang ditawarkan (Kg)
	Awal	Baru	
0,5	22	32	0
1	15	25	6
1,5	10	20	10
2	7	17	13
2,5	5	15	15

Adanya kenaikan pada permintaan akan memunculkan surplus konsumen atau kelebihan permintaan (*excess demand*) jika didasarkan pada harga awal dan untuk menghapus kekurangan tersebut harga seharusnya naik. Hal ini ditunjukkan pada tabel 6.2 dan grafik 6.2. tampilan tersebut menunjukkan permintaan awal dan penawaran awal dengan harga keseimbangan sebesar \$1,5 dan jumlah keseimbangan 10 kg. Ketika permintaan naik, **kurva permintaan bergeser kekanan**. Harga keseimbangan naik menjadi \$2,5 dan jumlah yang ditawarkan naik menjadi 15 kg. Terdapat kenaikan pada jumlah yang ditawarkan, tetapi tidak ada perubahan pada penawaran. Terjadi pergerakan sepanjang kurva penawaran namun tidak terjadi pergeseran kurva penawaran.

Gambar 6.2 Efek Perubahan Pada Permintaan



2. **Penurunan pada permintaan.** Kondisi ini berbalik dari kondisi yang pertama pada tabel 6.2 dimana harga dimulai

awal pada \$2,5 dengan jumlah yang dibeli dan ditawarkan dalam pasar adalah 15 kg. Selanjutnya kita akan menganalisis apa yang terjadi jika permintaan turun dan kembali ke asalnya. Penurunan ini akan terjadi jika setiap orang menurunkan konsumsinya dari beras lalu menjadikan jagung sebagai bahan makanan pokoknya. Penurunan permintaan beras ini akan menggeser kurva permintaan beras ke kiri. Dengan demikian harga keseimbangan turun menjadi \$1,5 jumlah yang ditawarkan mengikuti penurunan harga menjadi 10 kg.

Dengan demikian dalam kondisi perubahan permintaan dapat di simpulkan dua perubahan yang menjadi dampaknya yaitu:

- a. Ketika permintaan meningkat maka diikuti kenaikan harga dan jumlahnya meningkat
 - b. Ketika permintaan menurun maka diikuti penurunan pada harga dan jumlahnya berkurang.
3. **Peningkatan pada penawaran.** Ketika petani padi memiliki teknologi baru dalam menanam sampai dengan melakukan panen pada maka efisiensi akan terjadi sehingga produktivitas dapat meningkat. Hal ini akan memicu penawaran dari beras akan meningkat. Kondisi ini akan menggeser kurva penawaran ke kanan. Tabel 6.3 menunjukkan data tersebut.

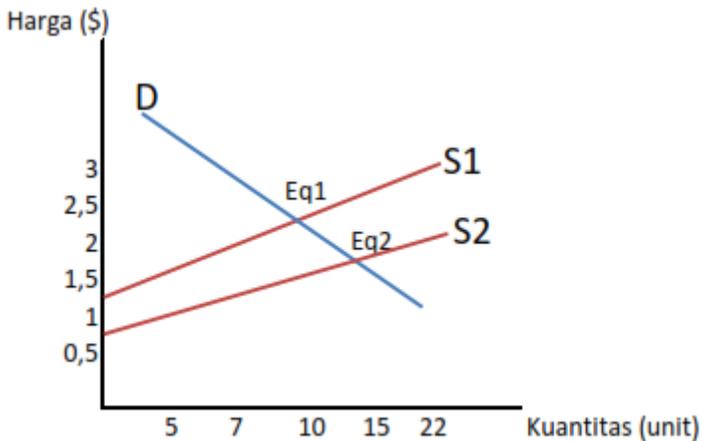
Tabel 6.3 Efek Perubahan Pada Penawaran

Harga (\$)	Jumlah yang diminta (Kg)	Jumlah yang ditawarkan (Kg)	
		Awal	Baru
0,5	22	0	7
1	15	6	15
1,5	10	10	20
2	7	13	25
2,5	5	15	27

Adanya peningkatan pada penawaran memicu adanya surplus produsen atau kelebihan penawaran (*excess supply*). Jika didasarkan pada harga awal keseimbangan dan untuk

menghapus kekurangan permintaan maka harga akan menurun. Keadaan ini ditunjukkan oleh grafik 6.3 yang menggambarkan kurva permintaan dan kurva penawaran awal serta kurva penawaran yang baru pada kondisi perubahan keseimbangan pasar beras. Keseimbangan awal berada pada harga \$1,5 dengan jumlah barang yang ditawarkan dan dibeli adalah 10 kg. Peningkatan penawaran menggeser kurva penawaran ke kanan. Harga keseimbangan melakukan penyesuaian dengan menurun menjadi \$1 dan diikuti peningkatan pada jumlah barang yang dibeli dan ditawarkan menjadi 15 kg. Yang terjadi adalah terdapat kenaikan jumlah yang diminta namun tidak terdapat kenaikan pada permintaan. Dengan demikian terjadi pergerakan sepanjang kurva permintaan bukan pergeseran kurva permintaan.

Gambar 6.3 Penurunan Pada Permintaan



Peningkatan pada penawaran disebabkan faktor eksternal selain harga yaitu kebijakan pemerintah terutama untuk barang vital seperti sembako dan bahan bakar. Pemerintah memiliki kewenangan dalam mengatur lalu lintas barang baik dari sisi penawaran maupun permintaan. Namun, pemerintah lebih mengatur lalulintas barang melalui

penawaran yaitu salah satunya adalah melalui Pajak dan Subsidi. Pajak dan subsidi memberikan dampak yang berbeda pada harga dan jumlah barang yang ditawarkan dan dibeli.

Pajak penjualan merupakan pajak yang dipungut oleh pemerintah pada saat terjadi penjualan suatu produk. Pajak penjualan ini dapat berbentuk suatu persentase tertentu yang dikenakan untuk setiap unit produk yang dijual oleh produsen. Seperti yang kita tahu, bahwa besarnya pajak penjualan tidak sepenuhnya ditanggung oleh pihak penjual, akan tetapi sebagian juga ditanggung oleh pembeli. Dengan adanya pajak penjualan ini, maka menyebabkan harga jual dari produk di pasar menjadi lebih tinggi. Secara otomatis adanya pajak penjualan akan berpengaruh terhadap keseimbangan pasar yang baru. Pajak selalu menambah harga barang yang ditawarkan. Seperti yang dapat dilihat berikut ini.

Keseimbangan sebelum pajak (tax)

$$P_d = P_s$$

Menghasilkan

$$ME = (P, Q)$$

Keseimbangan setelah pajak menjadi

$$P_d = P_s + tax(t)$$

Menghasilkan

$$ME' = (P_t, Q_t)$$

Di mana:

P_d : Fungsi permintaan

P_s : Fungsi penawaran

tax (t) : besarnya pajak per unit

ME : Keseimbangan pasar awal (market equilibrium)

ME' : Keseimbangan pasar setelah mengalami perubahan dengan adanya pajak

P : Harga awal (mula-mula) sebelum mengalami perubahan

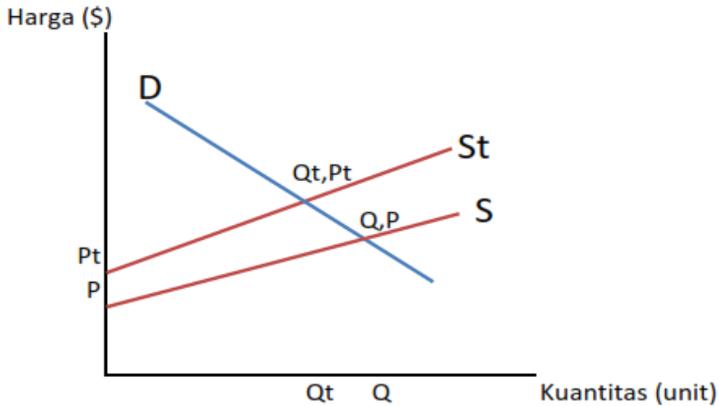
Q : Kuantitas awal (mula-mula) sebelum mengalami perubahan

Pt : Harga setelah setelah mengalami perubahan dengan adanya pajak

Qt : Kuantitas setelah setelah mengalami perubahan dengan adanya pajak

Secara grafis pengaruh pajak terhadap keseimbangan pasar dapat digambarkan oleh kurva 6.4 sebagai berikut.

Gambar 6.4 Efek Pajak Pada Keseimbangan Pasar



Contoh:

PT jarum telah merumuskan persamaan permintaan dan penawaran rokok, yaitu:

- Fungsi dari permintaan $P_d = 1500 - Q$ serta fungsi dari penawaran $P_q = 0,5Q + 300$.
- Dari produk tersebut pemerintah memungut pajak sebesar Rp 200 perunit.

Dengan menggunakan data di atas, maka jawablah pertanyaan berikut.

- Berapakah harga dan juga kuantitas atau jumlah keseimbangan dari pasar sebelum serta sesudah dikenakan pajak?
- Berapakah pajak per unit dari barang yang menjadi tanggungan konsumen?
- Berapakah pajak per unit dari barang menjadi tanggungan produsen ?
- Berapakah jumlah pajak total yang diterima pemerintah?

Penyelesaian:

- 1) Harga dan Kuantitas keseimbangan sebelum dan sesudah pajak

$$P_d = 1500 - Q$$

$$P_s = 0,5Q + 300$$

$$P_d = P_s > \text{kondisi ekuilibrium}$$

$$1500 - Q = 0,5Q + 300$$

$$1500 - 300 = 0,5Q + Q$$

$$1200 = 1,5Q$$

$$Q_{eq} = 800$$

$$P_d = 1500 - Q$$

$$P_d = 1500 - 800 = 700$$

$$P_s = 0,5Q + 300$$

$$P_s = (0,5 \times 800) + 300$$

$$P_s = 400 + 300 = 700$$

Jadi Harga keseimbangan sebelum pajak Rp700 dan Kuantitas keseimbangan sebelum pajak sebesar 800 unit

Kondisi setelah dikenakan pajak = $P_d = P_s + t$

$$1500 - Q = 0,5Q + 300 + 200$$

$$1500 - Q = 0,5Q + 500$$

$$1000 = 1,5Q$$

$$Q = 1000 / 1,5$$

$$Q_{eq'} = 667$$

$$P_{eq} = P_d = P_s'$$

$$P_{eq} = 0,5Q + 300 + 200$$

$$P_{eq} = (0,5 \times 667) + 500$$

$$P_{eq} = 333 + 500$$

$$P_{eq'} = 833$$

Jadi setelah dikenakan pajak maka harga keseimbangan sebesar Rp833 dan kuantitas barang yang ditawarkan adalah 667 unit.

- 2) Pajak yang menjadi tanggungan konsumen

$$tk = P_{eq'} - P_{eq}$$

$$= 833 - 700$$

$$tk = 133$$

Jadi pajak yang menjadi tanggungan konsumen adalah Rp133.

3) Pajak per unit dari barang menjadi tanggungan produsen

$$tp = t - tk$$

$$tp = 200 - 133$$

$$tp = 67$$

Jadi pajak yang menjadi tanggungan produsen adalah Rp67

4) Jumlah pajak yang diterima pemerintah

$$T = t \times Q_{eq}'$$

$$T = 200 \times 667$$

$$T = 133.333$$

Jadi total pajak yang diterima pemerintah adalah Rp133.333.

4. **Penurunan pada penawaran.** Kenaikan harga input atau faktor produksi dengan asumsi harga barang tetap serta faktor-faktor lain tidak mengalami perubahan, maka hal ini akan mengakibatkan penurunan pada penawaran. Produsen jamu tradisional selama ini mengandalkan output dari sektor pertanian obat-obatan herbal. Namun, pada musim kemarau hasil pertanian herbal mengalami penurunan signifikan karena kurangnya air dan munculnya hama menyerang tanaman tersebut. penurunan produktivitas ini mengakibatkan penawaran hasil pertanian herbal menurun dan harganya meningkat. Hal ini berdampak pada produksi jamu tradisional yang harus menurunkan produksi dan penawarannya dikarenakan peningkatan harga bahan bakunya. Disini dapat dibuat dua peramalan yaitu **pertama**, ketika penawaran meningkat, harganya akan turundan jumlahnya naik. **Kedua**, ketika penawaran berkurang, harganya naik dan jumlahnya berkurang.

Selain harga barang dan harga faktor produksi, kebijakan pemerintah dalam mengendalikan pasar mampu mengakibatkan penurunan pada penawaran yaitu melalui subsidi.

Subsidi merupakan bantuan yang diberikan oleh pemerintah kepada para produsen untuk meringankan beban biaya produksi perusahaan. Adanya subsidi dapat membuat

biaya produksi lebih kecil dari sebelumnya, sehingga hal ini berdampak langsung terhadap keseimbangan pasar. Dampak subsidi merupakan kebalikan dari pengenaan pajak penjualan yang dibebankan pemerintah. Dengan demikian, adanya subsidi akan mengurangi jumlah dari harga barang maupun jasa yang ditawarkan atau juga hanya berpengaruh terhadap fungsi penawaran, sementara itu fungsi permintaan tidak berubah. Adanya subsidi selalu mengurangi harga barang yang ditawarkan. Seperti yang dapat kita lihat berikut ini.

Keseimbangan Sebelum Subsidi (S)

$$P_d = P_s$$

Menghasilkan

$$ME = (P, Q)$$

Keseimbangan setelah subsidi menjadi

$$P_d = P_s - \text{subsidi } (s)$$

Menghasilkan

$$ME' = (P_s, Q_s)$$

Di mana:

P_d : Fungsi permintaan

P_s : Fungsi penawaran

subsidi (s) : besarnya subsidi per unit

ME : Keseimbangan pasar awal (market equilibrium)

ME' : Keseimbangan pasar setelah mengalami perubahan dengan adanya subsidi

P : Harga awal (mula-mula) sebelum mengalami perubahan

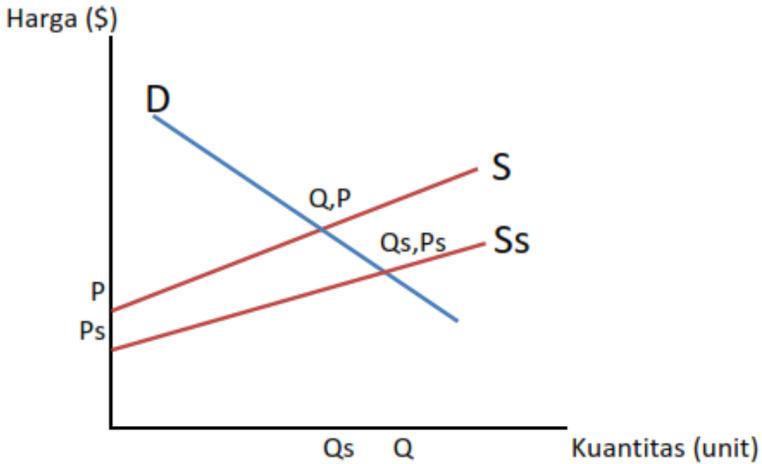
Q : Kuantitas awal (mula-mula) sebelum mengalami perubahan

P_s : Harga setelah setelah mengalami perubahan dengan adanya subsidi

Q_s : Kuantitas setelah setelah mengalami perubahan dengan adanya subsidi

Secara grafis pengaruh subsidi terhadap keseimbangan pasar dapat digambarkan oleh kurva 6.5 sebagai berikut.

Gambar 6.5 Efek Subsidi Pada Keseimbangan Pasar



Contoh soal:

Informasi fungsi permintaan dan penawaran adalah:

- $P = 3000 - Q$ dan fungsi penawaran $P = 0,10Q + 1000$.
- Besarnya subsidi yang diberikan pemerintah sebesar Rp 500 per unit.

Dengan menggunakan informasi di atas, maka jawablah pertanyaan berikut.

- Carilah keseimbangan harga dan kuantitas di pasar sebelum dan setelah ada subsidi!
- Berapakah total dari subsidi yang dinikmati konsumen?
- Berapa total subsidi yang dinikmati produsen?
- Berapa total subsidi yang ditanggung pemerintah?

Langkah Penyelesaian:

- Harga dan Kuantitas keseimbangan sebelum dan sesudah subsidi

$$P_d = 3000 - Q$$

$$P_s = 0,1Q + 1000$$

$$P_d = P_s > \text{kondisi ekuilibrium}$$

$$3000 - Q = 0,10 Q + 1000$$

$$3000 - 1000 = 0,10 Q + Q$$

$$2000 = 1,1Q$$

$$Q_{eq} = 1818$$

$$P_d = 3000 - Q$$

$$Pd = 3000 - 1818 = 1.182$$

$$Ps = 0,1Q + 1000$$

$$Ps = (0,1 \times 1818) + 1000$$

$$Ps = 182 + 1000 = 1.182$$

Jadi Harga keseimbangan sebelum subsidi Rp1.182 dan Kuantitas keseimbangan sebelum subsidi sebesar 1.818 unit

Kondisi setelah dikenakan pajak = $Pd = Ps - s$

$$3000 - Q = 0,10 Q + 1000 - 500$$

$$3000 - Q = 0,10 Q + 500$$

$$2500 = 1,1 Q$$

$$Q = 2500 / 1,1$$

$$Q_{eq'} = 2.273$$

$$P_{eq} = Pd = Ps'$$

$$P_{eq} = 0,10 Q + 1000 - 500$$

$$P_{eq} = (0,1 \times 2.273) + 500$$

$$P_{eq} = 227 + 500$$

$$P_{eq'} = 727$$

Jadi setelah diberikan subsidi maka harga keseimbangan sebesar Rp727 dan kuantitas barang keseimbangan adalah 2.273 unit.

2) Subsidi yang dinikmati konsumen

$$sk = P_{eq} - P_{eq'}$$

$$= 1.182 - 727$$

$$sk = 455$$

Jadi subsidi yang dinikmati konsumen adalah Rp455.

3) Subsidi per unit dari barang yang dinikmati produsen

$$sp = s - sk$$

$$sp = 500 - 455$$

$$sp = 45$$

Jadi subsidi yang dinikmati produsen adalah Rp45

4) Jumlah subsidi yang dikeluarkan pemerintah

$$S = s \times Q_{eq'}$$

$$S = 500 \times 2.273$$

$$S = 1.136.364$$

Jadi total subsidi yang dikeluarkan oleh pemerintah adalah Rp1.136.364.

Berdasarkan materi yang telah dibahas tentang pengaruh perubahan pada permintaan maupun penawaran. Kita dapat meramalkan apa yang akan terjadi jika permintaan dan penawaran berubah secara bersama-sama dengan kemungkinan-kemungkinan perubahan berikut:

1. Perubahan pada permintaan tanpa perubahann pada penawaran
2. Perubahan pada penawaran tanpa perubahan pada permintaan
3. Kenaikan pada permintaan
4. Penurunan pada permintaan dan penawaran
5. Penurunan permintaan dan kenaikan pada penawaran
6. Kenaikan pada permintaan dan penurunan penawaran.

C. RANGKUMAN

1. Pada harga keseimbangan jumlah yang diminta sama dengan jumlah yang ditawarkan
2. Pada harga diatas harga keseimbangan terdapat kelebihan dan harganya turun
3. Pada harga dibawah harga keseimbangan terdapat kekurangan dan harganya naik
4. Naiknya permintaan menyebabkan kenaikan harga dan bertambahnya jumlah yang ditawarkan. Turunnya permintaan menyebabkan penurunan harga dan berkurangnya jumlah yang ditawarkan
5. Naiknya penawaran menyebabkan penurunan harga dan bertambahnya jumlah yang diminta. Turunnya penawaran menyebabkan kenaikan harga dan berkurangnya jumlah yang diminta

D. LATIHAN

Kerjakanlah latihan soal berikut dengan tepat:

1. Berikanlah gambaran tentang market clearing price!
2. Apabila diketahui PT Jhonson dalam hal ini terhadap produknya Baygon merumuskan fungsi dari permintaan $P = 2000 - Q$ dan juga fungsi dari penawaran $P = 0,20Q + 250$. Dengan demikian tentukanlah keseimbangannya!

3. Apa yang terjadi apabila terjadi surplus permintaan dan penawaran?
4. Mengapa pada sebagian besar pasar, surplus dan kekurangan hanya bersifat sementara?
5. Perhatikan data berikut:

Harga (\$)	Jumlah yang diminta (unit)	Jumlah yang ditawarkan (unit)
30	4000	2000
40	1500	3000

Apabila harga yang tertera pada soal dikalikan dengan tiga angka terakhir NIM anda dan besarnya subsidi sebesar \$50/unit, maka tentukan:

- a. Keseimbangan harga dan kuantitas di pasar sebelum dan sesudah ada subsidi
- b. Total subsidi yang dinikmati konsumen
- c. Total subsidi yang dinikmati produsen
- d. Total subsidi yang ditanggung pemerintah
- e. Kurva sebelum dan setelah subsidi

7

ELASTISITAS

Ketika diperkenalkan tentang konsep permintaan, kita lihat bahwa para konsumen biasanya membeli lebih dari satu barang ketika harga turun, pendapatan meningkat, harga barang substitusi naik, atau ketika harga barang komplemen turun. Pembahasan kita mengenai permintaan sangatlah kualitatif, bukan kuantitatif. Artinya kita membahas arah perubahannya di mana jumlah yang diminta bergerak, dan bukan seberapa besar perubahannya. Untuk mengukur seberapa besar para konsumen merespon perubahan dalam variabel-variabel tersebut, para ekonom menggunakan konsep elastisitas. Konsep tersebut mengukur persentase perubahan jumlah yang diminta per unit waktu karena adanya persentase perubahan harga tertentu dari komoditas tersebut.

Pada bagian sebelumnya sudah diperkenalkan konsep permintaan dan penawaran. Di setiap pasar kompetitif (pasar di mana banyak pembeli dan penjual yang saling bersaing), perilaku penjual dapat dicerminkan oleh kurva penawaran yang lerengnya semakin meningkat (*upward-sloping*), sedangkan perilaku pembeli diwakili oleh kurva permintaannya yang lerengnya semakin menurun (*downward sloping*). Harga barang senantiasa menyesuaikan diri guna menyeimbangkan kuantitas barang yang ditawarkan dan kuantitas yang diminta. Untuk mengaplikasikan analisis dasar di atas, lebih dahulu kita harus menguasai satu perangkat lagi, yakni konsep elastisitas (*elasticity*). Pada dasarnya elastisitas dapat diartikan sebagai ukuran seberapa jauh para pembeli maupun penjual bereaksi terhadap kondisi yang terjadi di pasar. Konsep elastisitas ini akan memungkinkan kita menganalisis penawaran dan permintaan secara lebih mendalam.

A. ELASTISITAS PERMINTAAN

1. Pengertian elastisitas permintaan

Sebelumnya telah kita pahami bahwa ketika penawaran berkurang, maka harga keseimbangan akan naik dan jumlah keseimbangan akan turun. Namun, kita belum membahas seberapa besar derajat perubahan harga dan perubahan kuantitas tersebut, apakah sedikit atau banyak. Jawabannya tergantung dari kepekaan jumlah barang yang diminta terhadap perubahan harga. Jika jumlah yang diminta sangat tidak peka dengan perubahan harga, harga mengalami kenaikan yang signifikan namun jumlah barang yang diminta naik sedikit saja. Atau jumlah yang diminta berubah sangat peka atas perubahan harga. Kepekaan ini dicerminkan dalam kecuraman kurva permintaan (slope). Dalam analisis sehari-hari sangat penting anda mengetahui sampai sejauh mana kepekaan atau resposifnya jumlah barang yang diminta terhadap perubahan harga. Sehingga dikembangkan pengukuran kuantitatif yang menunjukkan sampai mana besar pengaruh harga terhadap perubahan jumlah barang yang diminta. Istilah ini dikatakan sebagai elastisitas harga permintaan.

Elastisitas harga permintaan merupakan ukuran terbebas dari suatu unit pengukuran yang merupakan ukuran kepekaan perubahan jumlah barang yang diminta terhadap perubahan harganya ketika seluruh pengaruh lainnya terhadap pembelian tetap sama. Apabila suatu harga barang tertentu mengalami penurunan, maka kuantitas barang yang diminta dari barang tersebut pada umumnya mengalami kenaikan. Begitu pula sebaliknya apabila harga dari suatu barang tertentu mengalami kenaikan, maka barang yang diminta oleh konsumen justru akan mengalami penurunan. Dengan demikian elastisitas harga permintaan ini dapat dilihat dengan perbandingan antara persentase perubahan kuantitas yang diminta dengan persentase perubahan dari harga barang tersebut.

2. Perhitungan koefisien elastisitas permintaan

Elastisitas harga permintaan yang merupakan berbandingan dari persentase perubahan harga dengan persentase perubahan jumlah barang yang diminta dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

$$Ed = \frac{\text{Persentase Perubahan Jumlah Barang yang diminta}}{\text{Persentase Perubahan Harga}}$$

Misalkan harga berubah dari P menjadi P1 dan jumlah barang berubah dari Q menjadi Q1. Dengan demikian rumus diatas dapat dijabarkan sebagai berikut:

$$Ed = \frac{\frac{Q_1 - Q}{Q} \times 100}{\frac{P_1 - P}{P} \times 100}$$

Dengan rumus diatas dapat dihitung besarnya koefisien elastisitas harga permintaan. Untuk lebih dapat memberikan pemahaman kita bahas lebih dalam dengan contoh. Misalkan harga awal barang adalah Rp20.500 dan harganya mengalami penurunan menjadi Rp19.500 dengan jumlah awal yang diminta adalah 9 kue dan mengalami kenaikan menjadi 11 kue. Maka dapat dicari elastisitas harga permintaanya berikut:

$$\begin{aligned} Ed &= \frac{\frac{Q_1 - Q}{Q} \times 100}{\frac{P_1 - P}{P} \times 100} \\ Ed &= \frac{\frac{11 - 9}{9} \times 100}{\frac{19500 - 20500}{20500} \times 100} \\ Ed &= \frac{\frac{2}{9} \times 100}{\frac{-1000}{20500} \times 100} \\ Ed &= \frac{22,3}{-4,4} \\ Ed &= -5 \end{aligned}$$

Ternyata nilainya negatif merupakan keadaan yang selalu terjadi yang disebabkan harga dan jumlah barang yang diminta mengalami perubahan dengan arah yang berlawanan. Hal ini menunjukkan penurunan harga

menaikkan permintaan, manakala kenaikan harga menurunkan permintaan. Dalam perhitungan koefisien elastisitas, tanda negatif biasanya diabaikan. Dengan demikian nilai koefisien elastisitas kue diatas adalah 5, yang mengandung maksud bahwa ketika harga naik 1% menimbulkan perubahan permintaan sebanyak 5%.

Setelah menghitung elastisitas harga permintaan dapat diketahui mengapa ukurannya terbebas dari satuan. Elastisitas merupakan ukuran yang terbebas dari satuan karena perubahan persentase pada variabel terpisah dari satuan variabel yang diukur. Rasio dari dua persentase berupa angka tanpa satuan.

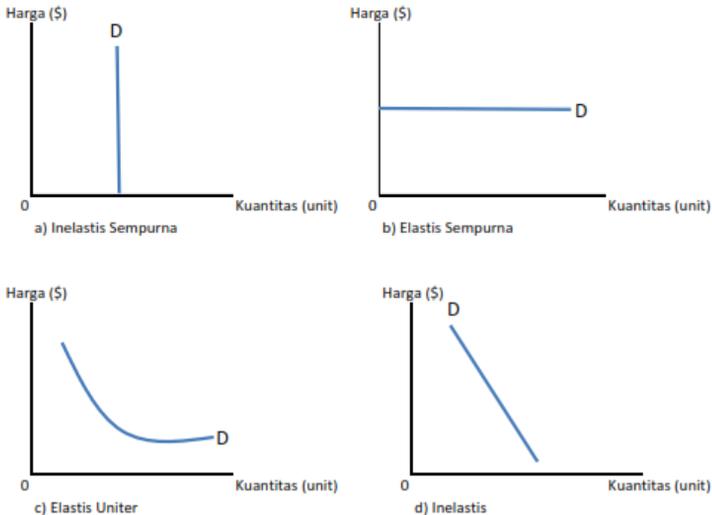
3. Kurva elastisitas harga permintaan

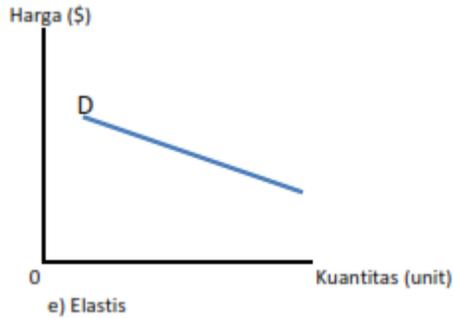
Setiap barang yang dikonsumsi selalu memiliki tendensi yang berbeda-beda dalam penggunaannya, hal ini mempengaruhi elastisitas permintaannya. Sehingga dapat dikelompokkan menjadi 5 klasifikasi jenis elastisitas harga permintaan sebagai berikut:

- a. Permintaan inelastis sempurna. Jika jumlah yang diminta tetap konstan ketika harga berubah, maka elastisitas harga permintaan adalah nol dan barang dikatakan memiliki permintaan inelastis sempurna. Contoh dari barang dengan elastisitas yang rendah atau sama dengan nol contohnya adalah insulin. Insulin sangat penting bagi penderita diabetes, jika harga insulin naik maupun turun, para penderita tersebut tetap mengkonsumsi dalam jumlah yang sama dan tidak merubah jumlah yang mereka beli. Ilustrasi kurva ditunjukkan pada gambar 7.1 (a).
- b. Permintaan elastis sempurna. Jika perubahan persentase jumlah yang diminta lebih besar dibandingkan dengan perubahan persentase harga maka koefisien elastisitas nya adalah tak terhingga. Ilustrasi kurva ditunjukkan pada gambar 7.1 (b).
- c. Permintaan elastis uniter. Jika perubahan persentase jumlah yang diminta sama dengan perubahan persentase harga, maka koefisien elastisitasnya adalah sama dengan

1. Hal ini berarti persentase penurunan jumlah yang diminta sama dengan persentase penurunan harga. Ilustrasi kurva ditunjukkan pada gambar 7.1 (c).
- d. Permintaan inelastis. Diantara permintaan inelastis sempurna dan elastis uniter terdapat kasus umum dimana perubahan persentase jumlah yang diminta kurang dari perubahan harga sehingga koefisien elastisitasnya adalah diantara 0 dan 1. Contoh dari permintaan inelastis adalah permintaan untuk barang-barang kebutuhan pokok seperti makanan dan tempat tinggal. Ilustrasi kurva ditunjukkan pada gambar 7.1 (d).
- e. Permintaan elastis. Diantara permintaan elastis uniter dan permintaan elastis sempurna terdapat kasus umum lainnya dimana perubahannya persentase jumlah yang diminta melebihi perubahan persentase harga. dengan koefisien elastisitas lebih besar dari 1. contoh barang dengan permintaan elastis adalah barang mewah seperti mobil dan furniture mewah. Ilustrasi kurva ditunjukkan pada gambar 7.1 (e).

Gambar 7.1 Jenis-Jenis Elastisitas
Harga Permintaan





4. Faktor-faktor yang mempengaruhi elastisitas permintaan

Beberapa faktor umum yang dapat kita kedepankan sebagai hal-hal yang menentukan elastisitas harga dari permintaan, antara lain sebagai berikut:

a. Substitusi barang tersebut

Semakin mirip substitusi untuk suatu barang, semakin elastis permintaan akan barang tersebut. Bahan bakar minyak dan gas untuk industri tidak memiliki substitusi yang mirip sehingga permintaan minyak inelastis. Penggunaan peralatan dari logam bisa dengan mudah digantikan oleh peralatan yang terbuat dari plastik, maka permintaan harga pada logam semakin elastis. Sehari-hari kita mengetahui adanya bahan pokok dan kelompok lain adalah barang mewah. Dua jenis barang ini memiliki elastisitas yang berbeda. Barang pokok memiliki substitusi yang rendah sehingga permintaannya inelastis sedangkan barang mewah memiliki banyak substitusi sehingga permintaannya elastis.

b. Proporsi pendapatan yang dibelanjakan untuk barang

Dengan asumsi hal-hal lain tetap konstan, maka semakin besar alokasi pendapatan untuk barang tersebut, maka semakin banyak pendapatan digunakan untuk memperoleh barang tersebut maka permintaannya semakin elastis. Contoh yang dapat menggambarkan ini adalah makanan ringan dan sewa tempat tinggal. Jika harga makanan ringan mengalami kenaikan, maka

konsumsi untuk barang tersebut akan naik maka permintaannya inelastis. Berbeda dengan sewa tempat tinggal, jika harga sewa tempat tinggal mengalami kenaikan, maka anda akan mengajak teman untuk tinggal bersama, maka permintaan atas sewa tempat tinggal tersebut elastis. Kenapa dua kondisi ini berbeda karena tempat tinggal memiliki proporsi yang besar dari pendapatan anda, sedangkan makanan ringan memiliki proporsi yang kecil.

c. Pengertian pasar

Elastisitas dari permintaan pada tiap pasar bergantung pula pada batasan pasar. Misalnya, jika pasarnya terbatas (kecil), permintaan akan lebih elastis dari pada jika pasarnya besar karena dalam pasar yang kecil konsumen lebih mudah menemukan barang substitusi.

d. Periode waktu

Pada periode waktu yang lebih lama, permintaan dari bermacam barang lebih elastis. Kalau harga bensin naik, permintaan bensin hanya turun sedikit pada bulan-bulan pertama. Namun pada waktu-waktu selanjutnya, orang akan membeli mobil yang lebih hemat bensin, berganti pada kendaraan yang pada umumnya digunakan masyarakat, ataupun mereka bermigrasi ke daerah dekat kantor. Tentu dari beberapa kuantitas bensin yang diminta dengan sendirinya akan mengalami penurunan yang signifikan.

5. Manfaat menghitung Elastisitas Permintaan

Secara teori (dan juga praktik) terdapat beberapa manfaat dari mengetahui nilai Elastisitas Permintaan suatu barang. Manfaat itu misalnya untuk kebijakan impor, pajak dan penjualan produk baik yang dilakukan oleh pemerintah maupun swasta.

a. Kebijakan Impor

Seperti yang kita ketahui bahwa pemerintah yang mempunyai kepentingan sebagai pendali impor. Apabila

negara tersebut melakukan impor barang yang nilai elastisitasnya sudah diketahui, maka pemerintah dapat mengambil kebijakan di mana import tetap dilanjutkan atau dihentikan. Seandainya nilai elastisitas barang impor yang dimaksud elastis (dengan demikian apabila harga suatu barang tertentu mengalami kenaikan, permintaan barang akan mengalami penurunan secara lebih besar dari persentase (%) kenaikan harga barang tersebut) dalam hal ini pemerintah tentunya berusaha supaya barang impor tersebut selalu cukup keberadaannya dan juga selalu berusaha untuk tetap mempertahankan nilai kurs valuta mata uang yang dimilikinya supaya relatif stabil (ataupun pemerintah sebisa mungkin melakukan pemberhentian impor barang itu).

Demikian pula jika sifatnya inelastis (kenaikan harga barang juga diikuti penurunan permintaan dengan persentase yang lebih kecil dari persentase kenaikan harga barang tersebut), pemerintah menetapkan kebijakan untuk tetap mempertahankan kuantitas impor dan juga berusaha melakukan pengenalan produksi (substitusi produk) dalam Negara sendiri

b. Perpajakan

Apabila diketahui bahwa permintaan barang tertentu sifatnya elastis, pemerintah relatif tidak melakukan kenaikan dalam pemungutan pajak terhadap barang yang dimaksud. Akan tetapi apabila sifatnya inelastis, pemerintah akan cenderung untuk menaikkan pemungutan pajak terhadap barang tersebut. Untuk golongan pebisnis, apabila diketahui nilai elastisitas permintaan secara bersama-sama dengan elastisitas penawaran tentu bisa membantu cara melakukan pergeseran beban pajak (hal ini disebabkan bahwa tidak semua atau hanya sebagian saja jumlah beban pajak yang dipungut pemerintah dibebankan pada konsumen).

c. Kebijakan/Strategi Penetapan Harga atas Barang

Produsen dalam upaya menambah jumlah penjualan tentu harus melakukan usaha maksimal supaya keuntungan dapat tercapai secara maksimal pula. Ada banyak strategi yang bisa dilakukan oleh produsen, salah satunya melalui kebijakan harga.

Teorinya apabila suatu produk sifatnya elastis, dengan demikian kebijakan produsen menaikkan harga barang bukanlah suatu cara yang kurang tepat. Hal ini tentu hanya akan menyebabkan jumlah yang diterima turun. Sedangkan apabila sifatnya inelastis, strategi dalam menaikkan harga pada suatu tingkat yang wajar akan justru akan menyebabkan penerimaan meningkat.

6. Elastisitas Silang dari Permintaan (*Cross Price Elasticity of Demand*)

Elastisitas silang dari permintaan yaitu kecenderungan permintaan barang atau jasa berubah karena adanya perubahan harga barang yang lain. Bisa kita artikan pula sebagai suatu taraf sensitivitas (kepekaan) dari permintaan suatu barang tertentu terhadap perubahan harga barang lainnya. Dapat kita rumuskan secara matematis elastisitas silang dari permintaan sebagai berikut.

$$ec = \frac{\Delta Q_{dx}/Q_x}{\Delta P_y/P_y} \text{ atau } = \frac{\Delta Q_{dx}}{\Delta P_y} \times \frac{P_y}{Q_x}$$

Keterangan :

Q_x = Kuantitas barang x

P_y = Harga barang lain

ΔP_y = Perubahan harga barang lain

Perlu kita ketahui bahwa suatu elastisitas silang dari permintaan bisa menunjukkan hubungan antara dua jenis barang yang mempunyai sifat sebagai berikut.

1. Barang substitusi, dimana nilai $E_c > 0$. contoh kopi dengan teh
2. Barang komplementer, dengan $E_c < 0$. Contoh BBM dengan sepeda motor

3. Barang netral, yaitu barang yang tidak mempunyai hubungan antara satu dengan lainnya.

B. ELASTISITAS PENAWARAN

1. Pengertian Elastisitas Penawaran

Banyak sekali permasalahan ekonomi yang hadir dalam kehidupan seseorang, kelompok ataupun masyarakat secara menyeluruh. Dengan adanya permasalahan ekonomi tersebut, maka mendorong seseorang atau kelompok tertentu untuk menetapkan keputusan terbaik melalui penentuan skala prioritas kebutuhan. Dengan skala prioritas tersebut setiap orang, kelompok ataupun masyarakat harus mempunyai kemampuan dalam mengelola sumber daya yang dimiliki dalam memenuhi segala kebutuhannya supaya tidak terjadi kelangkaan. Oleh sebab itu setiap produsen ataupun pelaku ekonomi harus mempunyai pengetahuan mendasar mengenai konsep dan teori di dalam ilmu ekonomi agar prinsip untuk mencapai kesejahteraan ekonomi bisa dicapai dan dirasakan oleh semua.

Tidak bisa kita pungkiri bahwa manusia terlahir sebagai makhluk ekonomi yang bersifat sosial. Hal ini disebabkan karena mereka tidak dapat memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa bantuan dari orang lain. Kita sering mendengar istilah ekonomi. Misalnya adanya pengaruh antara jumlah penawaran terhadap harga barang tersebut. Atau mungkin kita juga sering mendengar istilah penawaran maupun permintaan. Berbagai istilah dari penawaran dan permintaan sering kali kita dengar dalam kegiatan perdagangan. Sementara itu dalam perdagangan kita juga sering mendengar istilah harga. Dalam suatu kegiatan ekonomi harga mempunyai pengaruh yang sangat besar sekali, baik terhadap penawaran ataupun permintaan. Adanya pengaruh harga terhadap kuantitas yang diminta ataupun ditawarkan inilah yang disebut dengan istilah elastisitas. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa konsep ekonomi elastisitas merupakan suatu konsep di mana perubahan harga sangat berpengaruh terhadap kuantitas permintaan dan

penawaran dari suatu komoditas tertentu. Elastisitas dapat juga dikatakan sebagai suatu kepekaan permintaan dan penawaran terhadap harga barang ataupun jasa itu sendiri.

Suatu elastisitas harga dari penawaran (*price elasticity of supply*) dapat mengukur seberapa banyak jumlah barang dan jasa berubah yang disebabkan oleh perubahan harganya. Dengan kata lain elastisitas penawaran ini mengukur persentase perubahan jumlah penawaran diakibatkan oleh persentase perubahan harga barang dan jasa tersebut. Misalnya apabila harga suatu sepatu naik 20%, maka kuantitas sepatu yang ditawarkan juga naik sebesar 40%. Dengan demikian koefisien elastisitasnya dapat kita hitung sebesar 2.

Dalam jangka pendek kuantitas barang yang ditawarkan akan berbeda dengan kuantitas barang yang diproduksi. Hal ini disebabkan karena suatu perusahaan tidak akan mungkin secara langsung menawarkan barang tersebut kepada konsumen, akan tetapi mereka akan menyimpan terlebih dahulu untuk kemudian dijual pada kesempatan tertentu. Ini biasanya disebut sebagai stok barang. Akan tetapi, dalam jangka panjang kuantitas barang yang ditawarkan akan dianggap sama dengan jumlah barang yang diproduksi.

Suatu elastisitas penawaran dapat juga menggambarkan besarnya kepekaan dari variabel yang mempengaruhinya. Penawaran dikatakan elastis apabila perubahan barang yang ditawarkan cukup besar diakibatkan oleh perubahan harga barang tersebut. Akan tetapi sebaliknya penawaran dikatakan inelastis apabila kuantitas yang ditawarkan berubah sedikit akibat adanya perubahan harga barang tersebut. Secara umum metode pengukuran elastisitas penawaran akan sama dengan pengukuran dalam suatu elastisitas permintaan.

2. Perhitungan koefisien elastisitas penawaran

Elastisitas harga permintaan yang merupakan berbandingan dari persentase perubahan harga dengan persentase perubahan jumlah barang yang diminta dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

$$Es = \frac{\text{Persentase Perubahan Jumlah Barang yang ditawarkan}}{\text{Persentase Perubahan Harga}}$$

Misalkan harga berubah dari P menjadi P1 dan jumlah barang berubah dari Q menjadi Q1. Dengan demikian rumus diatas dapat dijabarkan sebagai berikut:

$$Es = \frac{\frac{Q_B - Q_A}{Q_A} \times 100}{\frac{P_B - P_A}{P_A} \times 100}$$

Dengan rumus diatas dapat dihitung besarnya koefisien elastisitas harga penawaran. Untuk lebih dapat memberikan pemahaman kita bahas lebih dalam dengan contoh. Misalkan harga awal barang adalah Rp20.000 dan harganya mengalami peningkatan menjadi Rp21.000 dengan jumlah awal yang ditawarkan adalah 10 kue dan mengalami kenaikan menjadi 20 kue. Maka dapat dicari elastisitas harga penawarannya berikut:

$$Es = \frac{\frac{Q_B - Q_A}{Q_A} \times 100}{\frac{P_B - P_A}{P_A} \times 100}$$

$$Es = \frac{\frac{20 - 10}{10} \times 100}{\frac{21000 - 20000}{20000} \times 100}$$

$$Es = \frac{\frac{10}{10} \times 100}{\frac{1000}{20000} \times 100}$$

$$Es = \frac{1}{0,05}$$

$$Es = 20$$

Koefisien elastisitas penawaran yang dihitung menggunakan rumus diatas akan menghadapi permasalahan yang sama dengan elastisitas permintaan, yaitu akan diperoleh dua nilai koefisien elastisitas. Untuk mengatasinya

dapat digunakan cara yang sama dengan koefisien elastisitas permintaan yaitu nilai koefisien elastisitas penawaran dihitung dengan menggunakan cara nilai tengah (*mid point*).

3. Kurva elastisitas harga penawaran

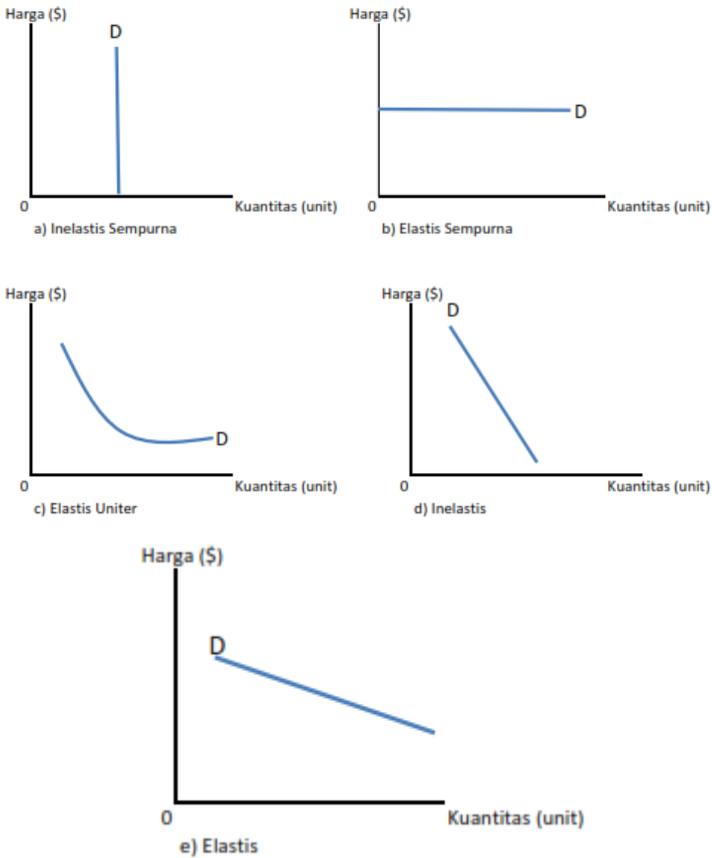
Elastisitas penawaran memiliki sifat-sifat yang sama dengan elastisitas permintaan yaitu memiliki lima tingkat elastisitas. Setiap penjual tidak selalu bersedia menjual barangnya ketika mengalami perubahan harga dipasar, sehingga kurva elastisitas penawarannya juga berbeda-beda.

Hal ini dijelaskan pada poin-poin sebagai berikut:

- a. Penawaran inelastis sempurna. Jika jumlah yang ditawarkan tetap konstan ketika harga berubah, maka elastisitas harga penawaran adalah nol dan barang dikatakan memiliki penawaran inelastis sempurna. Ilustrasi kurva ditunjukkan pada gambar 7.2 (a).
- b. Penawaran elastis sempurna. Jika perubahan persentase jumlah yang ditawarkan lebih besar dibandingkan dengan perubahan persentase harga maka koefisien elastisitasnya adalah tak terhingga. Ilustrasi kurva ditunjukkan pada gambar 7.2 (b).
- c. Penawaran elastis uniter. Jika perubahan persentase jumlah yang ditawarkan sama dengan perubahan persentase harga, maka koefisien elastisitasnya adalah sama dengan 1. Hal ini berarti persentase penurunan jumlah yang ditawarkan sama dengan persentase peningkatan harga. Ilustrasi kurva ditunjukkan pada gambar 7.2 (c).
- d. Penawaran inelastis. Diantara Penawaran inelastis sempurna dan elastis uniter terdapat kasus umum dimana perubahan persentase jumlah yang ditawarkan kurang dari perubahan harga sehingga koefisien elastisitasnya adalah diantara 0 dan 1. Contoh dari penawaran inelastis adalah penawaran untuk barang-barang kebutuhan pokok seperti makanan dan tempat tinggal. Ilustrasi kurva ditunjukkan pada gambar 7.2 (d).

e. Penawaran elastis. Diantara penawaran elastis uniter dan permintaan elastis sempurna terdapat kasus umum lainnya dimana perubahann persentase jumlah yang ditawarkan melebihi perubahan persentase harga. dengan koefisien elastisitas lebih besar dari 1. contoh barang dengan penawaran elastis adalah barang mewah seperti mobil dan furniture mewah. Ilustrasi kurva ditunjukkan pada gambar 7.2 (e).

Gambar 7.2 Klasifikasi Elastisitas Harga Penawaran



4. Faktor-faktor yang mempengaruhi elastisitas penawaran

Beberapa faktor umum yang dapat kita kedepankan sebagai hal-hal yang menentukan elastisitas harga dari penawaran, antara lain sebagai berikut:

a. Kemungkinan substitusi faktor produksi

Beberapa barang dan jasa diproduksi menggunakan faktor produksi yang memiliki ciri khas atau langka. Sehingga barang-barang ini memiliki elastisitas penawaran yang rendah mencapai nol. Sebagai contoh hasil karya lukisan pelukis terkenal, barang ini memiliki elastisitas penawaran nol karena tidak mudah mendapatkan mendapatkan penawaran lukisan yang sama. Sedangkan barang lain yang diproduksi menggunakan sumber daya yang tersedia secara umum yang dapat dialokasikan untuk berbagai macam alternatif produksi lainnya, sehingga barang-barang ini memiliki koefisien elastisitas penawaran yang tinggi.

b. Konteks waktu dalam penawaran

Dalam membahas konsep waktu pada ilmu ekonomi terutama tentang elastisitas, maka dapat digolongkan menjadi 3 waktu yaitu **penawaran sesaat**, saat harga barang berubah respon segera dari jumlah yang ditawarkan ditentukan oleh penawaran sesaat barang tersebut, barang-barang ini seperti sayuran dan buah memiliki penawaran sesaat uang inelastis sempurna. **Penawaran jangka pendek**, respon dari jumlah yang ditawarkan terhadap perubahan harga saat hanya terdapat beberapa kemungkinan penyesuaian yang dapat dilakukan terhadap produksi. Kebanyakan barang memiliki penawaran jangka pendek yang inelatis. Untuk menambahkan output dalam jangka pendek, perusahaan harus mempekerjakan tenaga kerjanya agar melakukan lembur atau merekrut tambahan tenaga kerja. **Penawaran jangka panjang**, respon dari jumlah yang ditawarkan terhadap perubahan harga setelah segala cara yang memungkinkan melalui teknologi dalam menyesuaikan

penawaran telah dimanfaatkan. Bagi kebanyakan barang dan jasa penawaran jangka panjang adalah elastis dan mungkin elastis sempurna. Seperti petani, jangka panjang adalah waktu yang diperlukan untuk dapat menanam lalu tumbuh sampai dewasa membutuhkan waktu 15 tahun.

5. Manfaat Elastisitas Harga Penawaran

Manfaat penghitungan elastisitas penawaran lebih banyak untuk kepentingan produsen. Dengan mengetahui seberapa elastis penawaran terhadap harga, maka produsen bisa mengetahui beberapa hal berikut:

a. Perusahaan sehat atau tidak

Semakin elastis, itu artinya respon penawaran terhadap perubahan harga semakin cepat. Dan semakin baik atau cepatnya respon penawaran terhadap perubahan harga bisa menjadi salah satu indikator bahwa perusahaan tersebut sehat.

b. Kebijakan apa yang akan dibuat untuk periode mendatang

Karena elastisitas penawaran lah perusahaan bisa mengetahui kebijakan apa yang kira-kira akan dilakukan pada periode mendatang. Misalnya, saat ini perusahaan berada pada posisi inelastis. Maka, untuk membuat perusahaan menjadi elastis penawarannya, perusahaan mengambil beberapa kebijakan diantaranya memperbaharui teknologi, mengganti manusia dengan mesin untuk efektivitas, melakukan sistem kontrak untuk pegawai demi penghematan dan lain-lain.

c. Apa yang perlu diperbaiki

Perusahaan juga bisa mengetahui apa saja yang perlu diperbaiki dari hasil analisa elastisitas penawaran. Sama ketika dokter mendiagnosa penyakit. Hal ini sama dengan perusahaan. Mengapa penawaran di perusahaan tersebut sama sekali tidak sensitif. Ternyata karena perusahaan tersebut masih baru saja berdiri sehingga belum bisa mengikuti arus eksternal karena internal sendiri masih banyak yang harus dibenahi. Elastisitas penawaran memiliki prinsip yang sama dengan

permintaan. Bedanya, elastisitas permintaan dari sisi konsumen, sedangkan elastisitas penawaran dari sisi produsen.

C. ELASTISITAS PENDAPATAN

Dapat diartikan bahwa elastisitas pendapatan merupakan kecenderungan permintaan barang dan jasa berubah diakibatkan oleh pendapatan masyarakat juga mengalami perubahan. Bisa kita artikan pula bahwa elastisitas pendapatan ini merupakan taraf kepekaan dari permintaan suatu barang tertentu terhadap perubahan pendapatan seorang konsumen. Dengan demikian dapat dirumuskan secara matematis elastisitas pendapatan sebagai berikut.

$$ei = \frac{\% \Delta Q_d}{\% \Delta I} \text{ atau } = \frac{\Delta Q_{dx}}{\Delta I} \times \frac{I}{Q_x}$$

Dimana :

- Q_x : Kuantitas barang X
- I : *Income* atau Pendapatan konsumen
- ΔI : Perubahan pendapatan konsumen

Contohnya, apabila diketahui bahwa seseorang penghasilannya mengalami peningkatan sebesar 10%, maka kuantitas barang Z yang diminta juga mengalami peningkatan sebesar 15%. Dari data tersebut, maka kita dapat menghitung koefisien elastisitas pendapatannya sebagai berikut.

$$ei = \frac{\% \Delta Q_d}{\% \Delta I} = \frac{15\%}{10\%} = 1,5$$

Keterangan:

- apabila $E_i > 0$: disebut sebagai barang normal
- apabila $E_i < 0$: disebut sebagai barang inferior
- apabila $E_i < 1$: disebut sebagai barang kebutuhan pokok
- apabila $E_i > 1$: disebut barang mewah (tidak pokok)

D. RANGKUMAN

1. Elastisitas merupakan ukuran kepekaan jumlah barang yang diminta terhadap perubahan harganya, hal-hal lain konstan.
2. Elastisitas harga permintaan sama dengan perubahan persentase jumlah yang diminta dibagi dengan perubahan persentase harganya.

3. Semakin besar elastisitas harga permintaan semakin besar kepekaan jumlah yang diminta terhadap perubahan harga tertentu.
4. Elastisitas harga penawaran mengukur kepekaan jumlah barang yang ditawarkan terhadap perubahan harganya, hal-hal lain konstan.
5. Elastisitas penawaran biasanya positif dan berkisar antara nol (kurva penawaran vertikal) dan tidak terhingga (kurva penawaran horisontal).
6. Keputusan penawaran memiliki tiga bingkai waktu yaitu penawaran sesaat, penawaran jangka pendek, dan penawaran jangka panjang.

E. LATIHAN

1. Jelaskan faktor penentu elastisitas penawaran dari sisi jangka waktu analisis dilengkapi dengan contoh kasus!
2. Anggap peningkatan harga susu dari \$2,85 ke \$3,15 satu galonnya meningkatkan jumlah yang diproduksi para petani, dari 9.000 ke 11.000 galon setiap bulan. Dengan menggunakan metode nilai tengah, hitunglah elastisitas harga dari penawaran susu tersebut!
3. Diketahui permintaan pasar es krim yang dari titik A sampai E ditunjukkan dalam tabel seperti di bawah ini:

Titik	Px (\$)	Qx
A	60	0
B	50	100
C	40	150
D	30	200
E	20	250

Dengan ketentuan Harga (Px) ditambah dengan 3 digit terakhir NIM anda, maka tentukan elastisitas permintaan dari titik A-B, titik B-C, titik C-D, dan titik D-E!

8

TEORI UTILITAS

Teori perilaku konsumen pada dasarnya mempelajari mengapa para konsumen berperilaku seperti yang tercantum dalam hukum permintaan. Oleh karena itu teori perilaku konsumen akan menerangkan : (1) mengapa para konsumen akan membeli lebih banyak barang pada harga yang rendah dan mengurangi pembeliannya pada harga yang tinggi, dan (2) bagaimanakah seorang konsumen menentukan jumlah dan kombinasi barang yang akan dibeli dari pendapatannya.

Terdapat dua pendekatan dalam teori perilaku konsumen, yaitu:

1. Pendekatan utiliti (nilaiguna) atau *Marginal Utility* : bertitik tolak pada anggapan bahwa kepuasan (utiliti) setiap konsumen dapat diukur dengan uang atau dengan satuan lain (utiliti yang bersifat kardinal) seperti kita mengukur volume air, panjang jalan, atau berat sekarung beras.
2. Pendekatan utiliti ordinal atau kurve kepuasan sama (*Indifference Curve*): bertitik tolak pada anggapan bahwa tingkat kepuasan konsumen dapat dikatakan lebih tinggi atau lebih rendah tanpa mengatakan berapa lebih tinggi atau lebih rendah (utiliti yang bersifat ordinal)

A. PILIHAN KONSUMSI DAN UTILITAS

1. Kemungkinan konsumsi

Kemungkinan konsumsi seseorang adalah segala hal yang sanggup dibelinya. Kita dapat memaksimumkan konsumen terhadap barang dan jasa, namun semua pilihan tersebut dibatasi oleh adanya pendapatan yang kita terima dan harga dari barang dan jasa yang harus kita bayar. Sebagai contoh Hadi memutuskan untuk membayar sebagian besar

dari pendapatannya untuk memenuhi hobinya bersepeda namun Hadi tidak dapat setiap minggu menonton film di bioskop. Atau sebaliknya, Hadi lebih banyak mengalokasikan pendapatannya untuk setiap dua minggu sekali menonton film di bioskop dan menyewa sepeda saja tanpa membelinya.

Kemungkinan konsumsi Hadi dibatasi oleh pendapatan dan harga dari barang dan jasa yang akan dikonsumsi. Batasan pendapatan ini dikatakan sebagai **garis anggaran** (*budget constrain*), yaitu garis yang menandai batas antara kombinasi barang dan jasa yang mampu dibeli seseorang dan yang tidak mampu dijangkau oleh seseorang tersebut. gambar kurva garis anggaran ditunjukkan pada gambar 8.1 berikut:

Gambar 8.1 Garis Anggaran



Kemungkinan konsumsi dapat berubah. Hal ini terjadi jika adanya perubahan pada pendapatan dan harga barang dan jasa yang akan dikonsumsi. Kenaikan pada pendapatan akan memperluas kemungkinan konsumsi seseorang, sehingga pilihan barang yang akan dikonsumsi semakin banyak dengan berbagai jumlah kombinasinya. Perubahan pendapatan ini tidak merubah kemiringan garis anggaran, namun perubahan harga akan merubah kemiringan garis anggaran karena perubahan harga akan merubah kombinasi jumlah barang dan jasa yang dikonsumsi.

2. Preferensi

Diatas telah dijelaskan pendapatan dan harga barang memberikan batasan konsumsi seseorang. Namun, sebenarnya masih banyak sekali kombinasi pilihan-pilihan yang dapat dikonsumsi oleh seseorang namun tergantung dari selera atau preferensi yang dimilikinya. **Preferensi** merupakan gambaran mengenai kesukaan dan ketidaksukaan seseorang terhadap barang dan jasa.

Setiap individu melakukan konsumsi dengan satu tujuan untuk mendapatkan kepuasan dari apa yang dikonsumsi. Sebelumnya pada Bab 3 telah dibahas tentang manfaat marginal dan kurva marginal. Tujuan dari teori pilihan konsumen adalah untuk menurunkan kurva permintaan yang telah dibahas pada bab sebelumnya agar lebih terperinci dan mampu diketahui unsur pembentuk dan kurva permintaan tersebut.

Untuk menemukan hal tersebut, maka diperlukan pembahasan tentang preferensi untuk mendapatkan manfaat marginal yang diharapkan dari kegiatan konsumsi. Salah satu pendekatan untuk menganalisa preferensi adalah **Utilitas (nilai guna)**. Utilitas merupakan manfaat atau kepuasan yang didapatkan oleh seseorang dari mengkonsumsi barang dan jasa. Utilitas ini dibedakan menjadi dua yaitu Utilitas total dan utilitas marginal.

B. MEMAKSIMUMKAN UTILITAS

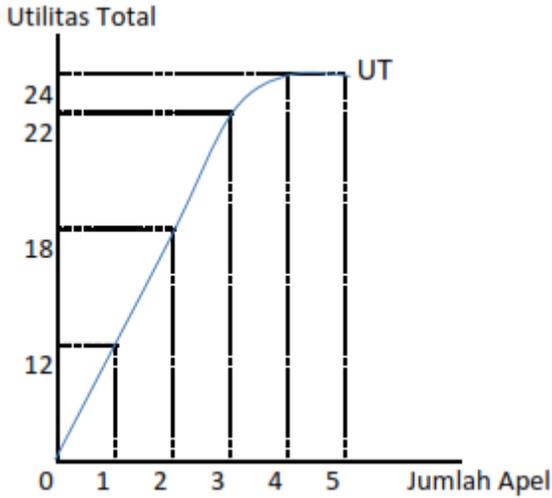
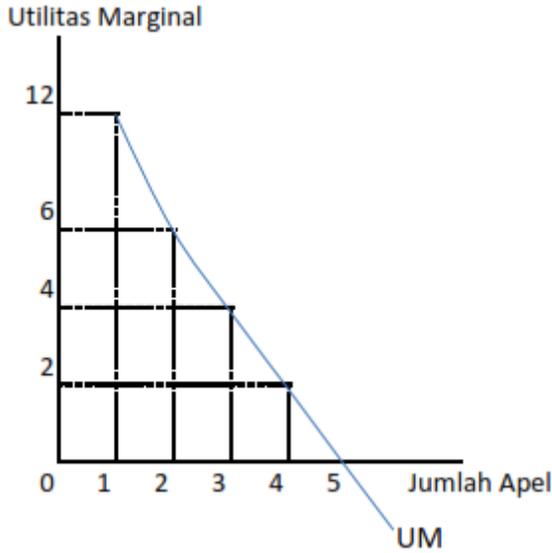
Dalam membahas konsep tentang utilitas perlu dibedakan antara utilitas total dan utilitas marginal. **Utilitas total** dapat diartikan dengan jumlah dari seluruh kepuasan yang diperoleh dari mengkonsumsi sejumlah barang tertentu. Sedangkan **utilitas marginal** adalah penambahan atau pengurangan dari kepuasan sebagai akibat dari penambahan atau pengurangan satu unit barang tertentu. Untuk memperjelas perbedaan dari utilitas total dan utilitas marginal dapat dilihat pada tabel 8.1 yang menunjukkan bahwa kepuasan seseorang yang semakin mengalami peningkatan jika konsumsi apel ditambah namun demikian utilitas marginalnya mengalami penurunan ketika semakin ditingkatkan jumlah apel yang dikonsumsi.

Tabel 8.1 Utilitas Total dan Utilitas Marginal

Jumlah Apel	Utilitas Total	Utilitas Marginal
0	0	-
1	12	12
2	18	6
3	22	4
4	24	2
5	24	0

Dari tabel 8.1 dapat kita pahami bahwa pada utilitas marginal semakin menurun ketika seseorang mengkonsumsi lebih banyak apel. Hal ini menggambarkan adanya **hukum Utilitas Marginal yang semakin menurun (*diminishing marginal utility*)** tambahan utilitas yang akan diperoleh seseorang dalam mengkonsumsi suatu barang akan menjadi semakin sedikit apabila orang tersebut terus menerus menambah konsumsinya atas barang tersebut. pada akhirnya nilai utilitasnya akan menjadi negatif dan ketika ditambah lagi akan mengakibatkan utilitas total semakin sedikit. Hukum ini menjelaskan bahwa apabila konsumsi barang tersebut dilakukan terus menerus maka tidak akan menambah kepuasan yang dirasakan terus menerus. Misalkan ketika seseorang selesai berolahraga maka akan merasa haus dan minum air putih, maka jumlah kepuasannya akan semakin tinggi ketika dia meminum satu botol air mineral, ketika pada botol kedua yang diminum dia memperoleh tambahan kepuasan sampai dengan botol ke empat. Namun ketika botol kelima ditawarkan maka ia akan menolaknya karena sudah merasakan hilang dahaganya. Dengan demikian ketika dia dipaksakan untuk meminum botol ke lima makan tambahan kepuasannya akan negatif karena dia merasa cukup ketika telah meminum air mineral pada botol ke empat. Konsep utilitas total dan utilitas marginal dapat dilihat pada gambar 8.2.

Gambar 8.2 Kurva Utilitas Total dan Utilitas Marginal



Kurva utilitas total berawal dari titik nol dimana tidaknya adanya barang yang dikonsumsi oleh seseorang sehingga utilitasnya adalah nol. Selanjutnya kurva menaik yang berarti ketika konsumsi apel bertambah utilitasnya bertambah tinggi, kurva utilitas mulai menurun ketika konsumsi apel melebihi 24 buah. Kurva utilitas marginal turun dari kiri atas ke kanan

bawah yang mencerminkan hukum marginal yang semakin menurun. Kurva utilitas marginal memotong sumbu datar setelah konsumsi apel sebanyak 5 buah dan setelah itu nilai utilitas marginal adalah negatif.

Konsumen ingin memperoleh utilitas sebanyak mungkin dari keterbatasan sumber daya yang dimiliki. Keputusan akan diambil untuk memaksimalkan utilitas dari berbagai pilihan yang dihadapi. Untuk mencapai pilihannya, maka perlu menggabungkan batasan yang ditentukan berdasarkan anggaran dan preferensi konsumen serta menentukan titik pada garis anggaran yang memberikan konsumen utilitas maksimum yang dapat dicapai. Dari berbagai kombinasi konsumsi barang dan jasa, konsumen dapat menemukan utilitas total untuk setiap kombinasi yang dapat dicapainya. Penentuan tersebut dapat kita perhatikan pada tabel 8.2.

Pada tabel tersebut menunjukkan bahwa konsumen Pak Banu mengkonsumsi 2 jenis barang dalam 1 minggu yaitu apel dan air mineral dengan kombinasi-kombinasi yang berbeda-beda pada setiap titik A, B, C, D dan E. Pada titik A, Pak Banu tidak mengkonsumsi apel sehingga jumlah barang dan utilitas total apel 0 (nol) namun mengkonsumsi air mineral sebanyak 8 botol perminggu, sehingga utilitas total dari kombinasi dua barang tersebut jika dijumlahkan menjadi 248. Selanjutnya kombinasi B, Pak Banu mengkonsumsi apel sebanyak 2 kilo dengan utilitas total sebesar 90 dan 6 botol air mineral dengan utilitas total sebesar 225, sehingga utilitas total dari kombinasi dua barang tersebut jika dijumlahkan menjadi 315. Titik B merupakan utilitas total dari kombinasi dua barang yang terbesar dibandingkan titik-titik lainnya. Dengan demikian, kombinasi barang yang dikonsumsi pak Banu yang memberikan utilitas total maksimum adalah pada titik B yaitu ketika mengkonsumsi 2 kg apel dan 6 botol air mineral. Kondisi ini disebut sebagai keseimbangan konsumen, yaitu situasi dimana konsumen telah mengalikasikan seluruh pendapatannya yang tersedia sebagai cara agar utilitas totalnya mencapai maksimum sesuai dengan harga barang dan jasa.

Tabel 8.2 Pilihan dalam Memaksimumkan Utilitas Pak Banu

Kombinasi	Apel (Rp 800)		Air mineral (Rp 400)		Total Utilitas dari Apel dan Air Mineral
	Kilo perminggu	Total Utilitas	Botol perminggu	Total Utilitas	
A	0	0	8	248	248
B	2	90	6	225	315
C	3	122	4	183	305
D	4	150	2	123	273
E	5	176	0	0	176

Cara diatas digunakan oleh para ekonom dalam membaca perilaku konsumen untuk dapat mencapai utilitas total yang maksimum, namun konsumen tidak akan melakukan hal tersebut dengan melakukan perhitungan-perhitungan ekonomi ini. Konsumen akan mencapai maksimum utilitasnya dengan membandingkan harga pada masing-masing barang agar alokasi anggaran konsumen mampu membayarnya. Untuk itu, teori ekonomi terdapat konsep Utilitas Marginal untuk setiap Dolar, yaitu setiap rupiah/dolar yang dikeluarkan untuk membeli unit tambahan berbagai jenis barang akan memberikan nilai guna marjinal yang sama besarnya. Untuk menghitung nilai utilitas marginal tiap dolar adalah dengan membagi utilitas marginal dari barang tersebut dengan harga barangnya. Misalkan utilitas marginal dari Apel MU_L dan harga dari Apel adal P_L maka utilitas marginal tiap dolarnya adalah:

$$\frac{MU_L}{P_L}$$

Dengan mengetahui nilai dari utilitas marginal tiap dolar masing-masing barang, dengan demikian dapat dilanjutkan untuk mengetahui apakah konsumen telah mencapai utilitas secara maksimum. Syarat dari konsumen mencapai maksimum utilitasnya adalah :

1. Seluruh pendapatan yang tersedia telah dibelanjakan. Hal ini mengikuti asumsi semakin banyak konsumen mengkonsumsi barang maka utilitasnya akan semakin besar dan bertambah, maka hanya dengan menghabiskan semua anggaran yang dimiliki konsumen merupakan pilihan yang tepat untuk memaksimalkan utilitasnya.
2. Utilitas marginal tiap dolar sama untuk semua jenis barang. Memindahkan rupiah dari barang A ke barang B maka akan menaikkan utilitas barang A dan menurunkan utilitas barang B, dengan demikian akan terjadi kenaikan utilitas marginal tiap dolar barang A dan melebihi barang B. Namun, dengan membeli lebih banyak barang A akan menurunkan utilitas marginalnya dan pembelian lebih sedikit barang B akan menaikkan utilitas marginalnya. Dengan demikian, memindahkan anggaran dari barang B ke barang A akan menaikkan utilitas total barang A namun selisih antar utilitas marginal tiap dolar akan semakin kecil antara kedua barang tersebut. Sebagai contoh, seseorang dengan anggaran sebesar Rp50.000 mengkonsumsi makanan dengan harga Rp5000 dan pakaian dengan harga Rp50.000. dalam kondisi ini seseorang akan memilih untuk membeli barang apa? Dengan uang tersebut, seseorang itu akan membelu 10 tambahan makanan dengan nilai utilitas marginal sebesar $10 \times 5 = 50$. Jika uang tersebut digunakan untuk membeli pakaian, yang diperoleh hanya satu unit dan nilai guna marginalnya sama yaitu 50.

Dalam menentukan preferensi individu digunakan beberapa asumsi, antara lain:

1. Asumsi perbandingan. Dalam hal ini, setiap dua keranjang (*bundle*) yang berbeda, masing-masing berisi barang A dan B, dan kedua barang tersebut dibandingkan semacam preferensi dari individu. Setiap perbandingan semacam itu pasti mengarah pada salah satu alternative, yaitu (1) keranjang A lebih disukai dari keranjang B atau (2) keranjang B lebih disukai daripada atau (3) A dan B sama saja. Asumsi ini merupakan gambar ideal dari keadaan yang sebenarnya, dimana kita menganggap bahwa individu tidak pernah

mengatakan bahwa, "Saya sesungguhnya tidak dapat membandingkan antara A dan B." ia juga dianggap tidak pernah mengatakan bahwa dua per tiga waktu saya menyukai A dan sepertiga waktu menyukai B.

2. Asumsi transivitas. Misalkan ada tiga keranjang barang, yaitu A, B, dan C. apabila barang A lebih disukai daripada barang B dan B lebih disukai daripada barang C. maka tentulah barang A lebih disukai dari barang C. demikian halnya barang A tidak berbeda dengan barang B, barang B tidak berbeda dengan barang C, maka pastilah barang A tidak berbeda dengan barang C.
3. *More Is Better* atau lebih banyak lebih baik. Dalam hal itu seseorang lebih menyukai barang yang lebih banyak daripada sedikit. Pada dasarnya untuk barang normal, lebih banyak barang berarti lebih bermanfaat, meskipun tambahan manfaat semakin kecil. Asumsi ini mengabaikan barang jelek seperti polusi udara, sampah, dan lainnya yang tentunya tidak diinginkan oleh konsumen.

C. PARADOKS NILAI

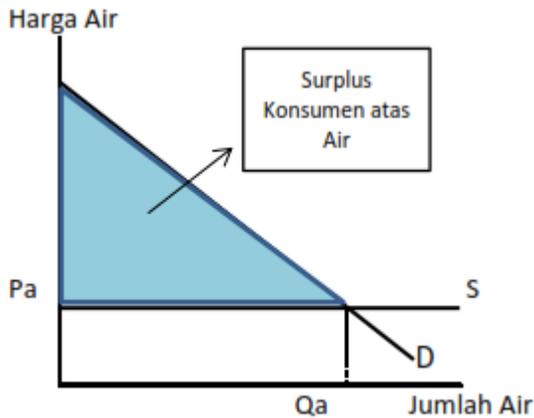
Teori nilai guna lebih diawali oleh pemikiran dari para ekonomi atas keraguan pada perbedaan antara harga air dan harga berlian. Manfaat yang besar pada air namun harganya yang sangat murah, sedangkan berlian memiliki manfaat tidak sebesar air namun memiliki harga yang sangat tinggi. Kenapa kondisi demikian terjadi? Apakah yang menjadi penyebab perbedaan tersebut? Para ekonom menjawab ada dua alasan yang mendasari, yang pertama adalah biaya produksi. Air terdapat di setiap tempat dan mudah untuk didapatkan sehingga untuk memperolehnya tidak membutuhkan biaya yang besar, namun berbeda dengan berlian yang tidak mudah untuk ditemukan di berbagai tempat sehingga untuk memperolehnya membutuhkan usaha dan biaya yang sangat tinggi. Namun, alasan pertama ini tidak dapat memberikan jawaban yang dapat dipatahkan. Alasan lain adalah dengan teori utilitas yang lebih tepat memberikan jawaban atas perbedaan tersebut.

Paradoks nilai ini terselesaikan dengan teori utilitas. Utilitas total yang diperoleh dari air nilainya sangat besar, namun kembali lagi ketika semakin banyak mengkonsumsi barang tersebut nilai utilitas marginalnya semakin kecil. Disisi lain, berlian dengan nilai utilitas total yang relatif lebih kecil dari air, namun ketika menambah konsumsi berlian tersebut semakin banyak maka utilitas marginal akan bertambah. Dengan demikian ketika seseorang memaksimumkan utilitasnya akan memperoleh nilai utilitas marginal tiap dolar yang sama dengan membagi utilitas marginal air yang rendah dibagi dengan harga yang rendah dan utilitas marginal berlian yang tinggi dibagi dengan harga yang tinggi, maka akan memperoleh utilitas marginal tiap dolar yang sama.

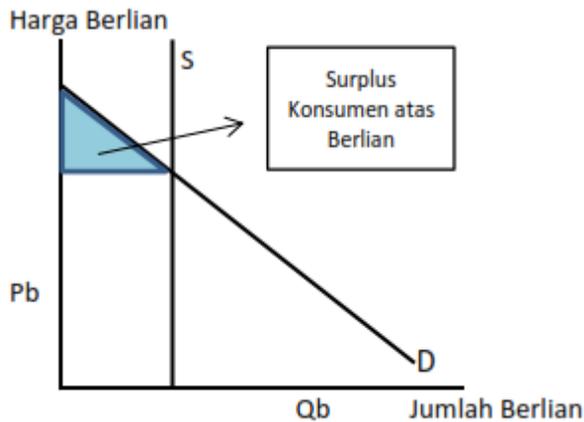
Konsep lain dalam memahami paradoks nilai dan menggambarkan hal ini dapat diselesaikan adalah dengan surplus konsumen. Surplus konsumen pada hakikatnya adalah perbedaan dari tingkat kepuasan yang diperoleh seseorang didalam mengkonsumsi sejumlah barang dengan pembayaran yang harus dibuat untuk memperoleh barang tersebut. konsep surplus konsumen mengadopsi dari kurva permintaan dan penawaran. Dapat kita lihat pada gambar 8.3.

Pada gambar tersebut menunjukkan ilustrasi dari paradoks nilai dengan menggunakan surplus konsumen. Pada gambar 8.3 a menunjukkan penawaran terhadap air adalah elastis sempurna pada harga P_w , sehingga jumlah air yang dikonsumsi adalah Q_w dan area berwarna biru menunjukkan surplus konsumen atas air. Pada gambar 8.3 b menunjukkan penawaran berlian adalah inelastis sempurna pada jumlah Q_d sehingga harga berlian adalah P_b dan area biru berukuran kecil menunjukkan surplus konsumen pada berlian. Dengan demikian air berharga murah namun memiliki surplus konsumen yang cukup besar, sedangkan berlian berharga mahal memiliki surplus konsumen yang kecil.

Gambar 8.3 Paradoks Nilai



a) Surplus konsumen atas air



b) Surplus konsumen atas berlian

D. RANGKUMAN

1. Pilihan konsumsi bagi rumah tangga ditentukan berdasarkan kemungkinan konsumsi dan preferensinya
2. Kemungkinan konsumsi seseorang ditentukan oleh garis anggarannya
3. Prinsip berkurangnya utilitas marginal merupakan menurunnya utilitas marginal dari barang dan jasa ketika konsumsi barang dan jasa tersebut naik
4. Tujuan konsumen adalah memaksimalkan utilitas total

5. Teori utilitas marginal meramalkan hukum permintaan yaitu jika hal-hal lain tetap sama, semakin tinggi harga semakin kecil jumlah barang yang diminta
6. Teori utilitas marginal meramalkan, apabila hal-hal lain tetap sama, naiknya pendapatan konsumen meningkatkan permintaan untuk barang normal.

E. LATIHAN

1. Rina membeli 2 pizza dan menonton 1 film setiap minggu dengan uang yang dimilikinya sebesar \$16 untuk dibelanjakan. Harga pizza \$4 dan harga tiket film \$8. Gambarkan garis anggaran bagi Rina dan jika harga tiket film turun menjadi \$4, gambarkan bagaimana kemungkinan konsumsi Rina berubah!
2. Jelaskan perbedaan antara utilitas total dan utilitas marginal dalam sebuah contoh ilustrasi yang pernah anda alami dalam kehidupan sehari-hari!
3. Lengkapi jawaban no 1 dengan kurva utilitas total dan utilitas marginal!
4. Bagaimanakah konsumen mencapai maksimum utilitas total yang dimilikinya?
5. Bagaimana peranan teori nilai guna dalam menjelaskan konsep paradoks nilai?

9

KEMUNGKINAN, PREFERENSI DAN PILIHAN

Berdasarkan sejarahnya, teori utilitas merupakan teori yang awal dan tepat dikembangkan dalam mempelajari bagaimana perilaku konsumen dalam memaksimalkan kepuasan yang dimiliki. Dengan mempelajarinya dapat dipahami bahwa analisis utilitas tersebut telah tepat menjelaskan bagaimana prinsip-prinsip seseorang dengan rasional dalam memilih barang-barang yang dibutuhkan. Namun demikian, telah dibahas oleh para ekonomi tentang kelemahan dari teori utilitas bahwa menyatakan kepuasan dalam sebuah angka-angka adalah kurang tepat dikarenakan kepuasan adalah hal yang tidak bisa diukur. Untuk menghindari hal tersebut, Sir John R. Hicks telah mengembangkan satu pendekatan baru untuk mewujudkan prinsip pemaksimalan kepuasan oleh seorang konsumen dengan pendapatan yang terbatas yang dikenal dengan kurva indeferen (*indifference curve*) yang dipadukan dengan kurva garis anggaran (*budget line*).

A. KEMUNGKINAN KONSUMSI

1. Garis Anggaran

Dalam memenuhi kebutuhan dengan tujuan memaksimalkan utilitasnya, konsumen dibatasi oleh pendapatan yang dimilikinya. Setiap individu memiliki tingkat pendapatan yang berbeda-beda dan hal ini tidak dapat mempengaruhi harga barang atau jasa yang akan dikonsumsi. Batasan ini digambarkan dalam sebuah kurva yang disebut dengan garis anggaran. **Garis anggaran** atau *budget line* menggambarkan batasan pilihan konsumsi seseorang. Analisa tentang garis anggaran ini akan lebih

mudah kita pahami dengan menggunakan contoh kasus. Kita ambil contoh Angga seorang pegawai negeri sipil yang mempunyai pendapatan (I) tetap setiap bulan, yang dapat dibelanjakan untuk makanan dan lainnya. Untuk konsumsi makanan, diberi simbol X dan untuk konsumsi pakaian diberi simbol Y. harga masing-masing barang tersebut diberi simbol P_x dan P_y .

Misalkan Angga mempunyai pendapatan Rp 6.000.000 per bulan, harga makanan adalah 10.000 sementara harga pakaian adalah Rp 20.000 maka tabel 9.1 menunjukkan berbagai kombinasi makanan dan pakaian yang dapat dibeli setiap bulannya dengan pendapatan Rp6.000.000. dengan pilihan kombinasi A, B, C atau D Angga dapat mengkonsumsi berbagai kombinasi makanan dan pakaian yang dapat dijangkau dengan pendapatan yang dimilikinya. Angga pada kombinasi-kombinasi titik tersebut menunjukkan kemungkinan konsumsi bagi Angga.

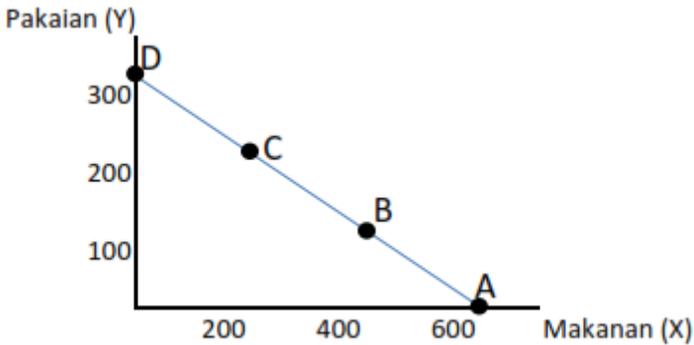
Tabel 9.1 Keranjang Kombinasi Makanan dan Pakaian Angga

Keranjang	Makanan (X)	Pakaian (Y)	Pendapatan
A	600	0	6.000.000
B	400	100	6.000.000
C	200	200	6.000.000
D	0	300	6.000.000

Kombinasi-kombinasi pada tabel 9.1 tersebut diilustrasikan dalam sebuah kurva garis anggaran yang ditunjukkan oleh gambar 9.1. Garis anggaran milik Angga menunjukkan batasan antara kebutuhan yang dapat dijangkau dan tidak dapat dijangkau. Angga dapat menjangkau titik manapun pada garis tersebut dan juga titik yang ada dibawah garis anggaran. Namun, ia tidak dapat menjangkau titik yang berada diatas garis tersebut. batasan konsumsinya tergantung dari pendapatan dan harga makanan dan pakaian yang dikonsumsi. Batasan ini dapat

berubah jika harga barang dan pendapatannya mengalami perubahan.

Gambar 9.1 Garis Anggaran



Gambar 9.1 menunjukkan bahwa kombinasi makanan (X) dan lainnya (Y), yang dibeli individu ditunjukkan oleh segitiga OAD. Dengan sumbu bahwa individu lebih suka lebih banyak barang daripada sedikit, maka batas luar segitiga ini merupakan kendala yang relevan menunjukkan seluruh pendapatan yang tersedia untuk dipergunakan untuk membeli barang X dan Y. Slope batas anggaran yang berbentuk segitiga ini ditentukan oleh $-P_x/P_y$, dalam hal ini menunjukkan $-100/200 = -1/2$. Kemiringan garis anggaran $-P_x/P_y$ adalah perbandingan negatif dari harga dua jenis barang. Besarnya kemiringan menunjukkan tingkat di mana kedua barang dapat dipertukarkan satu sama lain, tanpa mengubah jumlah uang yang harus dibelanjakan. Dalam melihat perubahan dari kombinasi-kombinasi pada garis anggaran dapat menggunakan persamaan anggaran. Persamaan anggaran ini sebagai berikut:

Pengeluaran = Pendapatan

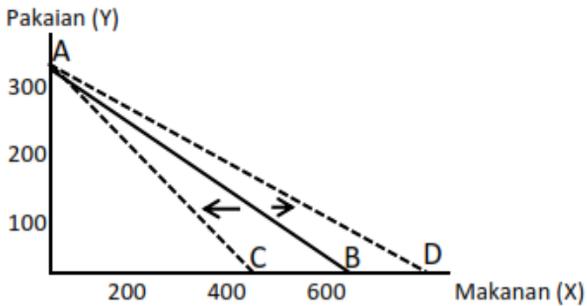
$$P_x Q_x + P_y Q_y = Y$$

2. Efek Perubahan Harga dan pendapatan

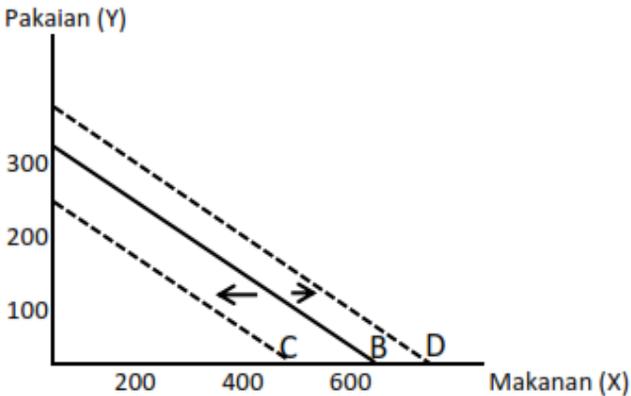
Perubahan harga dan pendapatan akan memberikan dampak terhadap kemungkinan konsumsi seseorang. Jika harga dan pendapatan berubah, maka garis anggarannya juga akan berubah. Kembali kepada contoh kemungkinan

konsumsi Angga, dengan mengasumsikan hal-hal lain tetap sama, jika terjadi penurunan harga pada makanan akan menjadikan kurva garis anggaran semakin landai. Sedangkan semakin tinggi harga makanan akan menggeser titik pada makanan ke kiri sehingga akan menjadikan kurva garis anggaran semakin curam. Kondisi ini ditunjukkan pada kurva 9.2 (a).

Gambar 9.2 Efek Perubahan Harga dan Pendapatan pada Kemungkinan Konsumsi



a) Perubahan Harga



b) Perubahan Pendapatan

Perubahan pendapatan akan mengubah pendapatan riil dan tidak merubah harga relatif dari barang yang dikonsumsi. Garis anggaran akan bergeser, namun kemiringannya tidak berubah. **Pendapatan riil** adalah pendapatan rumah tangga yang dinyatakan dengan jumlah

barang yang mampu dibeli oleh rumah tangga, sedangkan **harga relatif** merupakan harga suatu barang dibagi harga barang lainnya. Kenaikan pendapatan meningkatkan pendapatan riil dan menggeser garis anggaran kekanan. Penurunan pendapatan menurunkan pendapatan riil dan menggeser garis anggaran ke kiri. Gambar 9.2 (b) menunjukkan dampak perubahan pendapatan terhadap garis anggaran milik Angga. Ketika pendapatan Angga meningkat maka pilihan konsumsinya akan semakin luas karena garis anggaran bergeser kekanan, sebaliknya ketika pendapatan mengalami penurunan maka kemungkinan konsumsinya akan semakin kecil dan garis anggaran bergeser ke kiri mendekati titik pangkal.

B. PREFERENSI DAN KURVA INDIFEREN

1. Kurva Indiferen

Sebelumnya telah dibahas tentang batasan bagi konsumsi seseorang, selanjutnya adalah bagaimana menjelaskan preferensi seseorang dalam memutuskan pilihan konsumsinya berdasarkan informasi-informasi yang digunakan. Pada bagian ini akan dibahas bagaimana preferensi seseorang didasarkan pada pemikirannya dengan menyortir kombinasi-kombinasi barang menjadi 3 kelompok yaitu disukai, tidak disukai dan indifferen. Konsep indifferen ini digambarkan dalam **kurva indifferen**, yaitu garis yang menunjukkan kombinasi barang yang membuat konsumen menjadi indifferen atau menghasilkan titik kepuasan yang sama.

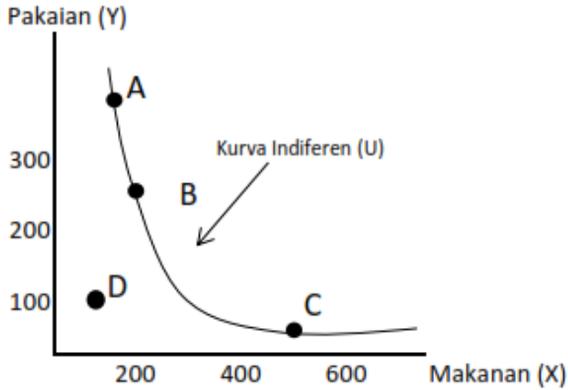
Pendekatan utilitas dengan menggunakan kurva indifferen merupakan tingkat kepuasan dari seorang konsumen di mana mereka dapat melakukan kegiatan mengkonsumsi barang ataupun jasa yang tidak bisa diukur dengan uang atau juga angka, akan tetapi hanya dapat dikatakan lebih tinggi atau lebih rendah (ke-1, ke-2, ke-3, dan sampai seterusnya). Adapun asumsi yang berlaku dalam pendekatan ini adalah sebagai berikut.

- a. Seorang konsumen akan selalu melakukan pemilihan kombinasi barang yang akan mereka konsumsi hanya untuk barang atau jasa yang nantinya mendatangkan kepuasan maksimum.
- b. Seorang konsumen disini sudah dianggap memiliki informasi yang sempurna terhadap uang yang sudah tersedia baginya dan juga informasi mengenai harga pasar yang berlaku saat itu.
- c. Seorang konsumen hanya perlu memiliki preferensi yang telah disusun berdasarkan besarnya nilai guna, walaupun dalam hal ini besarnya utilitas tersebut secara absolute tidak perlu mereka ketahui.

Indifferent Curve (kurva indifferent) pertama kali digagaskan oleh seorang ekonom yang lahir di Irlandia, Francis Edgeworth (1845-1926) dan juga seorang ekonom yang lahir di Italia, yaitu Vilfredo Pareto (1848-1923). Keduanya memeberikan gagasannya bahwa pendekatan ordinal harusnya dapat membentuk suatu basis dari analisis ekonomi dibandingkan dengan pendekatan sebelumnya. Pareto dan Edgeworth juga mengembangkan suatu perangkat analisis yang saat ini dikenal dengan *indifference curve* (kurva indiferen).

Kurva indifferent adalah suatu kurva yang menggambarkan kombinasi konsumsi dari dua macam barang ataupun dari konsumen tertentu yang dapat memberikan tingkat kepuasan yang sama. Atau dengan kata lain dapat disimpulkan juga bahwa suatu kurva indifferent merupakan kurva yang dapat menggambarkan suatu kombinasi dari beberapa barang yang sama-sama disukai konsumen. Di mana tidak akan ada pilihan untuk satu kombinasi barang yang satu dengan barang lainnya dikarenakan semua mempunyai tingkat utilitas yang sama (jumlah utilitas yang sama pula) bagi seorang konsumen. Teori ini memiliki asumsi bahwa seorang konsumen bisa memilih kombinasi konsumsi manapun tanpa dia harus menjelaskan bagaimana dia memilih kombinasi tersebut.

Gambar 9.3 Kurva Indiferen



Gambar 9.3 menunjukkan kurva indiferen yang digambarkan oleh U meliputi berbagai kombinasi barang X dan Y yang memberikan kepuasan sama bagi konsumen. Misalkan, barang X adalah makanan dan barang Y pakaian. Kurva tersebut menunjukkan bahwa seseorang akan memperoleh kepuasan sama dengan mengkonsumsi X_1 makanan dan Y_1 pakaian (titik A) dengan X_2 makanan dan Y_2 pakaian (titik B), dan X_3 makanan dan Y_3 pakaian (titik C). titik sepanjang U semua memberikan kepuasan yang sama bagi seseorang, dan tidak memiliki alasan khusus untuk memilih di U daripada titik lainnya.

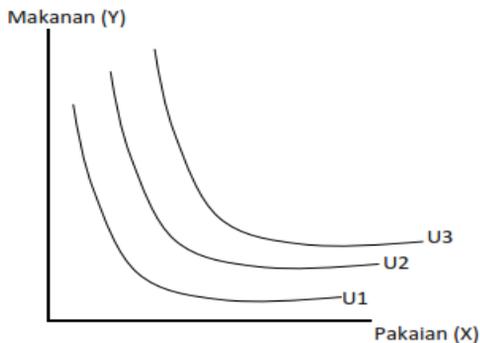
Sebaliknya kombinasi makanan dan pakaian yang terletak di bawah atau di sebelah kiri U pada sisi lain, kurang disukai oleh seseorang kerana menawarkan kepuasan yang lebih rendah, titik D menawarkan jumlah kedua barang tersebut lebih rendah. Jadi D juga lebih tidak disukai disbanding titik A, B dan C yang ada di kurva garis *Indefferent Curve* (U). Beberapa ciri dari Kurva *indefferent Curve* (*Indefferent Curve*) adalah sebagai berikut:

- a. Suatu kurva indiferen memiliki kemiringan yang negatif (yang dapat dilihat dari kiri atas ke kanan bawah). Hal itu menunjukkan bahwa apabila seorang konsumen ingin mengkonsumsi suatu barang X yang lebih banyak tentu dia harus mengorbankan konsumsi terhadap barang Y.

- b. Suatu kurva indefferent yang terlihat lebih tinggi kedudukannya, maka hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat kepuasan yang semakin tinggi. Ketika kurva bergeser ke kanan akan menunjukkan kombinasi barang X dan Y yang bisa dikonsumsi oleh seseorang semakin banyak. Hal inilah yang menyebabkan semakin bertambahnya kepuasan dengan pergeseran kurva ke kanan.
- c. Suatu kurva indefferent tidak akan pernah berpotongan antara satu dengan lainnya. Ini berkaitan dengan asumsi bahwa masing-masing kurva indiferent menunjukkan tingkat kepuasan yang sama. Dengan pengertian apabila $A = B$ dan $A = C$ maka otomatis $C = B$ padahal yang terjadi tidak demikian.
- d. Suatu kurva indefferent akan cembung ke arah titik asal (titik 0). Derajat penggantian antar barang konsumsi semakin menurun. Hal ini masih berkaitan dengan hukum Gossen, di mana apabila pada titik tertentu semakin banyak mengkonsumsi barang X akan mengakibatkan kehilangan atas barang X tidak begitu berarti dan sebaliknya atas barang Y.

Peta kurva indiferen adalah sekumpulan kurva indiferen. Kurva yang lebih tinggi menggambarkan tingkat kepuasan yang lebih besar, sebaliknya kurva yang lebih rendah menggambarkan tingkat kepuasan yang lebih kecil yang ditunjukkan pada gambar 9.4.

Gambar 9.4 Peta Kurva Indeferen



2. Tingkat Substitusi Marginal

Tingkat substitusi marginal (*marginal rate of substitution* - MRS) merupakan tingkat dimana seseorang akan melepaskan barang Y demi memperoleh tambahan satu barang X, dan tetap berada pada kurva indifferen. Besarnya kemiringan kurva indifferen menunjukkan tingkat substitusi marginal.

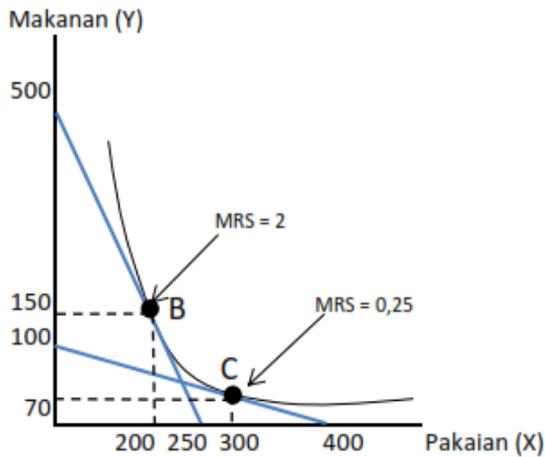
- a. Jika kurva indifferen curam, tingkat substitusi marginalnya tinggi. Hal ini berarti seseorang bersedia melepaskan sejumlah kecil barang Y demi memperoleh tambahan barang X dan tetap berada di sepanjang kurva indifferen
- b. Jika kurva indifferen landai, tingkat substitusi marginalnya rendah. Seseorang bersedia melepaskan sejumlah kecil barang Y demi memperoleh tambahan barang X dan tetap berada di sepanjang kurva indifferen

Gambar 9.5 menunjukkan bagaimana menghitung tingkat substitusi marginal. Pada titik B Angga ingin membeli 150 makanan dan 200 pakaian. Tingkat substitusi marginal Angga merupakan kemiringan kurva indifferen dititik B. Untuk mengukur nilainya, buatlah garis lurus atau garis yang bersinggungan dengan kurva indifferen dititik B. Disepanjang garis tersebut, ketika jumlah makanan turun sebesar 500 unit, maka jumlah pakaian akan naik sebesar 250 unit, atau 2 unit makanan per 1 unit pakaian. Pada titik B, Angga bersedia melupakan keinginannya mengkonsumsi 2 unit makanan demi 1 unit pakaian. Dengan demikian tingkat substitusi marginalnya adalah 2.

Pada titik C di kurva indifferen, Angga membeli 70 makanan dan 400 pakaian. Tingkat substitusi marginal Angga merupakan kemiringan kurva indifferen dititik C. Kemiringannya sama dengan garis singgung pada kurva indifferen di titik C. Jika jumlah makanan berkurang sebesar 100 unit jumlah pakaian akan bertambah sebesar 400 unit atau 0,25 makanan per 1 pakaian. Pada titik C, Angga bersedia melupakan keinginannya untuk mendapatkan 0,25 makanan

untuk mendapatkan 1 pakaian dengan demikian tingkat substitusi marginalnya adalah 0,25.

Gambar 9.5 Tingkat Substitusi Marginal



Saat Angga menonton film lebih banyak dan membeli makanan lebih sedikit, maka tingkat substitusi marginalnya berkurang. Berkurangnya tingkat substitusi marginal adalah asumsi penting terkait preferensi. Berkurangnya tingkat substitusi marginal merupakan kecenderungan yang umum bagi seseorang untuk bersedia mengonsumsi lebih sedikit barang y demi memperoleh satu tambahan konsumsi barang x, dan diwaktu yang sama tetap berada dikurva indifferen ketika jumlah x meningkat. Pada kasus Angga, enggan melupakan keinginannya untuk mengonsumsi makanan demi mendapatkan tambahan dari pakaian.

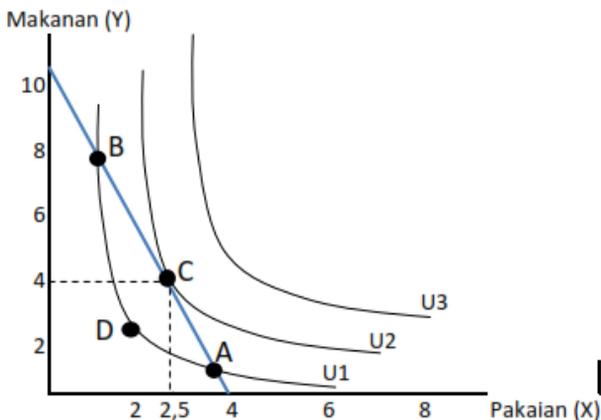
C. MEMPERKIRAKAN PILIHAN KONSUMEN

Setelah dipelajari keterbatasan konsumsi seseorang yang mencerminkan kemungkinan konsumsinya yaitu dibatasi oleh pendapatan yang dimiliki dan harga barang. Selanjutnya mempelajari bagaimana pilihan-pilihan seseorang masuk dalam tiga kelompok preferensi. Maka, perlu dipahami berikutnya adalah menentukan pilihan terbaik yang dapat diambil oleh konsumen atas beberapa kemungkinan kombinasi keranjang berbagai barang dan jasa yang dikonsumsi.

1. Pilihan Terbaik Yang Dapat Dijangkau

Supaya bisa mengetahui tentang bagaimana seorang konsumen dapat mengalokasikan pendapatannya diantara dua macam produk, maka perlu kiranya digabungkan terlebih dahulu mengenai pengertian tentang apa yang mau dilakukan dan apa yang bisa dilakukan oleh konsumen tersebut. Hal ini dapat dilakukan dengan menggabungkan suatu peta indifferent dan juga kurva garis anggaran dari konsumen yang bersangkutan. Adapun penggabungan dari peta indifferent dan juga kurva garis anggaran konsumen dapat digambarkan didalam gambar 9.6 berikut ini.

Gambar 9.6 Pilihan Terbaik Yang Dapat Dijangkau



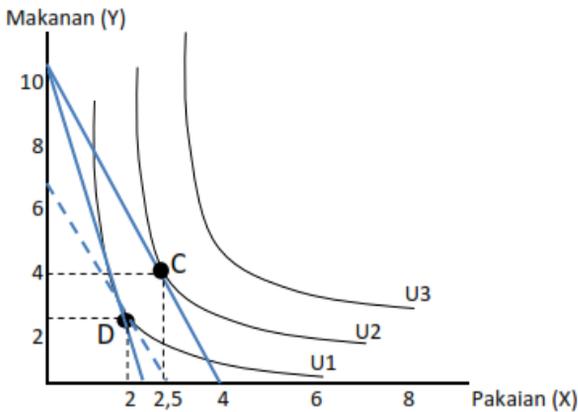
Pada gambar tersebut dapat ditunjukkan terdapat titik-titik pada garis anggaran yang dapat dijangkau oleh Ratna. Untuk setiap titik didalam garis anggaran, misalkan titik D, ada titik-titik di garis anggaran yang disukai Ratna. Misalkan, Ratna lebih menyukai semua titik digaris anggaran seperti A dan B dari pada titik D. Sehingga Ratna memilih satu titik pada garis anggaran. Kurva indeferen menunjukkan pilihan-pilihan yang dapat lebih disukai oleh Ratna. Ratna akan lebih memilih kombinasi yang berada pada kurva indeferen U2 dari pada U1. Ratna akan lebih menyukai titik-titik yang berada pada kurva indiferen tertinggi dan titik terdapat garis anggaran. Pilihan terbaik yang dapat dijangkau adalah

berada pada titik C. Titik pada garis anggaran dan kurva indifferen tertinggi yang dapat dijangkau. Pada titik C, tingkat substitusi marginalnya (kemiringan kurva indifferen) sama dengan harga relatif dari makanan dan pakaian (kemiringan garis anggaran).

2. Efek Substitusi Dan Efek Pendapatan

Keunggulan pendekatan kurva indifferen dibanding dengan pendekatan marginal utiliti adalah bahwa pengaruh perubahan harga terhadap jumlah barang yang diminta dapat dipecah lebih lanjut menjadi dua, yaitu efek substitusi (*substitution effect*) dan efek pendapatan (*income effect*). Efek substitusi adalah kenaikan jumlah barang yang dibeli karena penurunan harga barang tersebut, setelah dilakukan penyesuaian pendapatan sehingga daya beli riil konsumen sama dengan sebelumnya. Efek pendapatan adalah kenaikan jumlah barang yang dibeli dari kenaikan pendapatan riil akibat penurunan harga barang tersebut. Secara grafis, efek substitusi dan efek pendapatan tersebut dapat dijelaskan melalui gambar 9.7. Pada gambar 9.7 terlihat bahwa dengan garis anggaran AB, kepuasan maksimum dicapai apabila konsumen membelanjakan penghasilannya sebanyak OY1 barang Y dan OX1 barang X, yaitu pada posisi persinggungan antara *budget line* dengan *indifference curve*, yaitu pada titik D.

Gambar 9.7 Efek Substitusi dan Efek Pendapatan



Sekarang bila terjadi penurunan harga makanan, dari 4 menjadi 2 sedangkan harga Y tetap maka *budget line* akan berayun ke kanan. Titik keseimbangan yang baru adalah titik C. Jadi, dengan penurunan harga makanan, jumlah makanan yang diminta naik dari 2 menjadi 4. 4 ini adalah efek total dari perubahan harga dari P_x menjadi $P_x/2$. Efek total dapat dipecah menjadi efek substitusi, yaitu X_1 X_2 dan efek pendapatan, yaitu pada garis putus-putus. Dalam contoh ini, efek substitusi adalah kenaikan konsumsi makanan karena adanya substitusi pakaian dengan makanan, karena sekarang harga pakaian relatif lebih murah dari pada harga makanan. Efek pendapatan adalah kenaikan konsumsi makanan yang disebabkan oleh kenaikan pendapatan riil karena turunnya harga makanan.

Jika harga suatu barang turun akan mengakibatkan 2 hal. Pertama, konsumen cenderung akan menambah pembelian barang yang harganya murah dan mengurangi barang yang harganya mahal (Efek substitusi). Kedua, Pendapatan nyata berubah menyebabkan jumlah permintaan berubah (efek pendapatan).

D. RANGKUMAN

1. Kurva Garis Anggaran : adalah kurva yang menunjukkan kombinasi 2 macam barang yang dapat diperoleh dengan pendapatan yang sama. Perubahan harga dan pendapatan akan mempengaruhi daya beli konsumen
2. Keseimbangan Konsumen terjadi pada saat kurva garis anggaran bersinggungan dengan kurva indifferensi. Atau kepuasan tertinggi yang dapat dijangkau dengan pendapatan tertentu.
3. Kurva Indiferen adalah kurva yang menunjukkan berbagai kombinasi dari 2 macam barang yang memberi kepuasan yang sama kepada seorang konsumen. Dengan asumsi: konsumen mempunyai preferensi terhadap barang yang dinyatakan dalam peta indifferensi, konsumen memiliki uang, konsumen berusaha memaksimumkan kepuasan.

4. Efek perubahan harga dikelompokkan menjadi efek substitusi dan efek pendapatan.
5. Efek substitusi adalah efek perubahan harga terhadap jumlah yang dibeli saat konsumen tetap berada di kurva indifferen yang sama saat berada pada pilihan semula maupun pilihan yang baru.
6. Efek pendapatan adalah efek perubahan pendapatan terhadap konsumsi.

E. LATIHAN

1. Bagaimanakah caranya bagi seorang konsumen dalam memaksimalkan kepuasannya, gambarkan dengan kurva indifferen dan kurva anggaran dalam satu grafik untuk menjawab pertanyaan ini!
2. Jelaskan kenapa dua kurva indifferen tidak boleh saling berpotongan. Asumsi apa yang dilanggar apabila kedua kurva tersebut berpotongan?
3. Misalkan Diva mempunyai uang Rp 400.000, yang mau digunakan untuk membeli mangga dan anggur. Harga mangga Rp 20.000 per kg sementara anggur Rp 40.000 per kg.
 - a. Jika Diva hanya membeli mangga, berapa banyak mangga yang dapat dibeli?
 - b. Apabila Diva hanya membeli Anggur berapa banyak anggur yang dapat dibeli?
 - c. Apabila Diva mengurangi konsumsi 1 kg anggur, berapa banyak tambahan mangga yang dapat dibeli?
 - d. Gambarkan kurva kendala anggaran Diva tersebut dengan menunjukkan titik-titik pada pertanyaan di atas!
4. Kapan tercapainya keseimbangan ekonomi menurut pendekatan kurva indifferen?
5. Jelaskan kelebihan pendekatan ordinal yang anda ketahui disertai dengan contoh dalam kehidupan sehari-hari!

10

TEORI PRODUKSI

Setelah beberapa bagian sebelumnya membahas tentang teori konsumen, maka untuk bagian ini perhatian kita akan dialihkan untuk membahas konsep dari sisi penawaran, yaitu teori produksi. Teori produksi ini membahas tentang bagaimana perilaku produsen dalam menjalankan perusahaannya dengan berbagai kendala dan persoalan yang dihadapinya serta bagaimana perusahaan membuat sebuah keputusan demi keberlangsungan usahanya.

Dalam menjaga stabilitas bisnisnya, pengusaha harus memperhatikan terlebih dahulu faktor-faktor produksi yang dibutuhkan dalam kegiatan usahanya. Hal ini telah dibahas pada konsep penawaran bahwa faktor produksi memberikan dampak terhadap kuantitas barang yang ditawarkan. Sehingga untuk memahami hal tersebut, perlu dibahas analisis dari seluk-beluk kegiatan perusahaan dari memproduksi sampai dengan menawarkan barang hasil produksinya.

Dalam pembahasan teori produksi awal dibahas adalah bagaimana dan apa faktor produksi yang digunakan oleh produsen, selanjutnya perlu menganalisa biaya-biaya yang muncul dalam kegiatan produksi, dan pada tahap berikutnya adalah menganalisis bagaimana seorang pengusaha memperoleh keuntungan maksimal dengan membandingkan pendapatan yang diterimanya dengan biaya faktor produksi yang digunakan sehingga tingkat produksi yang dilakukan akan menghasilkan keuntungan maksimal bagi usahanya.

A. PERUSAHAAN DAN PERSOALAN EKONOMINYA

1. Tujuan perusahaan

Didalam teori ekonomi, perusahaan didefinisikan sebagai lembaga yang menyewa faktor-faktor produksi, mengelola faktor-faktor tersebut untuk melakukan kegiatan produksi dan akhirnya menjual barang dan jasa tersebut. beberapa pengusaha akan memberikan jawaban-jawaban yang berbeda-beda ketika diberikan pertanyaan tentang tujuan dari kegiatan usahanya. Adanya yang menjawab ingin menciptakan barang dan jasa yang berkualitas tinggi, ingin mencapai pertumbuhan bisnis, mencapai kepuasan kerja dan kesejahteraan tenaga kerjanya, dan mungkin pada tujuan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Namun, tujuan-tujuan tersebut merupakan bukan tujuan utama dari kegiatan produksi sebuah perusahaan, tujuan-tujuan tersebut merupakan sarana untuk mencapai tujuan utamanya yaitu memaksimalkan labanya.

Perusahaan yang tidak memaksimalkan labanya, dalam kurun waktu tertentu akan tergeser oleh perusahaan lain dan tereliminasi dalam bisnis tersebut. dalam memaksimalkan labanya, bukan merupakan satu-satunya tujuan perusahaan. Ada perusahaan yang menekankan pada volume penjualan dan ada perusahaan yang memasukkan unsur politik dalam menentukan tingkat produksi yang ingin dicapai. Adapula perusahaan yang memiliki tujuan untuk kesejahteraan masyarakat dan pelayanannya kepada masyarakat dan tidak bertujuan untuk memperoleh keuntungan yang maksimum. Melihat berbagai tujuan dari sebuah perusahaan, dalam analisa ekonomi telah terbukti bahwa mencapai laba maksimum adalah tujuan utama dari berdirinya sebuah usaha.

Laba yang ingin dicapai oleh sebuah perusahaan adalah laba ekonomi. Persepsi ini berbeda dalam perspektif akuntan dan ekonom. Menurut konsep akuntan, laba akuntansi adalah laba yang memasukkan adanya biaya depresiasi, sedangkan konsep laba ekonomi adalah laba yang

memasukkan adanya biaya peluang atau *opportunity cost*. Biaya peluang merupakan nilai alternatif tertinggi yang dibatalkan. Sedangkan biaya peluang produksi adalah nilai alternatif penggunaan terbaik atas sumber daya yang digunakan dalam produksi. Biaya peluang dari perusahaan merupakan nilai alternatif riil yang dibatalkan. Biaya peluang produksi bagi perusahaan merupakan biaya atas penggunaan sumber daya:

- a. Yang dibeli dipasar, perusahaan menghasilkan biaya peluang ketika membeli sumber daya dipasar. Jumlah yang dikeluarkan untuk sumber daya ini merupakan biaya peluang dari produksi, karena perusahaan dapat membeli sumber daya yang berbeda untuk memproduksi beberapa barang atau jasa lainnya.
- b. Sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan. Perusahaan menghasilkan biaya peluang saat perusahaan menggunakan modalnya sendiri. Biaya atas penggunaan modal yang dimiliki perusahaan merupakan biaya peluang dari produksi karena perusahaan dapat menjual modal yang ia miliki dan menyewa modal dari perusahaan lainnya.
- c. Sumber daya yang dipasok oleh pemilik perusahaan. Pemilik perusahaan dapat menyediakan segala sesuatu yang diperlukan, baik untuk kegiatan usaha maupun tenaga kerja.

2. Faktor produksi

Faktor produksi atau Sumber Daya merupakan semua benda yang ada dan sudah tersedia di alam atau dapat juga diciptakan langsung oleh manusia dan bisa dipergunakan dalam memproduksi barang atau jasa yang dibutuhkan manusia dalam rangka memenuhi kebutuhan mereka. Faktor produksi yang sudah tersedia dalam perekonomian tentu nantinya akan sangat menentukan sampai dimana negara tersebut bisa menghasilkan barang ataupun jasa yang dibutuhkan masyarakat. Adapun faktor produksi atau sumber daya yang sudah ada dan tersedia dalam suatu

perekonomian negara dapat kita bedakan menjadi empat jenis antara lain berikut ini:

a. Tanah dan Sumber Alam

Beberapa macam faktor produksi yang sudah tersedia di alam sekitar kita yaitu: hasil hutan, berbagai macam jenis tambang, tanah, dan juga berbagai sumber daya alam lainnya yang bisa dijadikan modal. Adapun kekayaan alam antara lain: (1) keadaan iklim dan juga tanah; (2) kekayaan hutan; (3) kekayaan yang ada di bawah tanah (aneka bahan tambang); (4) kekayaan air yang dapat dijadikan sebagai salah satu sumber tenaga penggerak baik dipergunakan untuk pengangkutan, sumber bahan makanan (untuk perikanan), sumber irigasi dan sebagainya.

Kondisi alam, dalam hal ini khusus tanah sangat dipengaruhi oleh beberapa hal antara lain: mutu tanah, keadaan iklim, dan juga luas dari tanah yang bersangkutan. Perlu kita pahami bahwa sumber alam merupakan suatu dasar dalam berbagai kegiatan baik pada sektor perikanan, pertanian, kehewanian, dan juga pertambangan. Sektor tersebut secara umum biasanya disebut sebagai produksi primer.

b. Tenaga Kerja

Tenaga kerja ialah semua hal yang selalu bersedia dan juga sanggup untuk bekerja. Adapun golongan ini terdiri dari golongan yang bekerja untuk kepentingan diri sendiri dan juga anggota keluarga yang tidak menerima bayaran baik berupa uang dan juga mereka yang sudah bekerja dengan tujuan memperoleh gaji ataupun upah. Ada pula yang menganggur, akan tetapi mereka sebenarnya bersedia dan juga mampu bekerja.

Tenaga kerja dapat dibedakan menjadi beberapa golongan berdasarkan umur tenaga kerja tersebut.

1) Seorang warga Negara yang berada di bawah usia kerja, yaitu dibawah 15 tahun.

- 2) Golongan tenaga kerja yang berumur antara 15 sampai 64 tahun.
- 3) Golongan tenaga kerja yang sudah melebihi umur kerja, yaitu diatas umur 65 tahun.

Adapun faktor produksi yang berupa tenaga kerja ialah Sumber Daya Manusia (SDM) yang memiliki keahlian dan juga ketrampilan yang dibutuhkan di dunia kerja. Adapun tenaga kerja yang dimaksud dapat dibedakan menjadi tiga bagian antara lain sebagai berikut.

- 1) Golongan tenaga kerja kasar. Di mana golongan ini merupakan tenaga kerja yang tidak berpendidikan atau bisa juga berpendidikan rendah dan juga tidak mempunyai keahlian yang dibutuhkan dalam bidang pekerjaan yang ada di lapangan. Misalnya: seorang tukang sapu di jalanan, seorang kuli bangunan dan sebagainya).
- 2) Golongan tenaga kerja yang terampil. Golongan ini merupakan tenaga kerja yang mempunyai keahlian yang diperoleh dari pelatihan atau pun pengalaman kerja sebelumnya. Misalnya: montor sepeda motor, tukang bengkel, *cleaning service* di mall dan lainnya.
- 3) Golongan tenaga kerja terdidik. Golongan ini merupakan golongan dari tenaga kerja yang mempunyai pendidikan dan biasanya pendidikan mereka cukup tinggi serta mempunyai keahlian pada bidang tertentu. Misalnya: dosen, jaksa, menteri dan lain sebagainya.

c. Modal

Modal merupakan sejumlah tertentu faktor produksi yang dapat berupa benda yang diciptakan sendiri oleh manusia dan bisa dipergunakan untuk memproduksi barang dan jasa yang dibutuhkan. Misalnya: mesin dan juga peralatan pabrik, bahan baku produksi, tempat (pabrik) untuk memproduksi dan sebagainya. Setiap saat ada juga persediaan barang yang bisa disimpan digudang ataupun di toko dan tentunya

siap untuk dijual secara langsung. Dapat dikatakan bahwa semua bahan mentah dan barang selesai yang sudah ada dalam persediaan tersebut disebut sebagai *stock (inventory)*.

d. Keahlian (pengelolaan usaha)

Pada faktor produksi ini dapat berbentuk sebagai keahlian dan juga kemampuan baik usaha untuk mendirikan dan juga dalam mengembangkan keterampilan berupa benda yang diciptakan manusia dan digunakan untuk memproduksi barang-barang dan jasa yang nantinya mereka butuhkan. Dalam hal ini keahlian atau pengelolaan usaha dapat meliputi kemahiran seseorang dalam melakukan koordinasi terhadap berbagai faktor produksi atau sumber daya yang tersedia secara efektif dan efisien. Hal ini bertujuan supaya usaha mereka minimal bisa berhasil dan juga berkembang serta bisa menyediakan barang ataupun jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Dari uraian di atas dapat diketahui bahwa tugas seorang pengelolaan ialah mengatur supaya tiga faktor produksi yang disebutkan di atas bisa bekerjasama dalam proses produksi. Dengan demikian peranan pengelolaan (*skills*), yakni memimpin usaha yang bersangkutan, mengatur organisasi yang dimilikinya, menaikkan mutu dari tenaga manusia, sehingga nantinya bisa dipergunakan sebagai unsur modal dan alam dengan sebaik mungkin. Adapun pengertian *skills* meliputi di sini meliputi beberapa pengertian, antara lain sebagai berikut.

- 1) *Managerial skills* atau *entrepreneurial skills*. Merupakan kemampuan seseorang dalam mempergunakan kesempatan yang ada dengan sebaik mungkin.
- 2) *Technological skills*. Kemampuan yang berkaitan dengan keahlian seseorang yang secara khusus bersifat ekonomis teknis dan dibutuhkan atau diperlukan dalam kegiatan ekonomi dan produksi tertentu.

3) *Organizational skills*. Kemampuan seseorang yang terkait dengan kecerdasannya dalam mengatur berbagai usaha yang ditekuni. Dalam hal ini berkaitan dengan berbagai hal dalam lingkungan sebuah perusahaan (hal intern perusahaan). Ataupun juga disebut sebagai kegiatan untuk kepentingan masyarakat. Misalnya: usaha dalam membentuk sebuah koperasi, bank-bank dan lainnya.

3. Cara mencapai tujuan perusahaan

Keuntungan atau kerugian adalah perbedaan antara hasil penjualan dan biaya produksi. Keuntungan diperoleh apabila hasil penjualan melebihi dari biaya produksi, dan kerugian akan dicapai apabila hasil penjualan kurang dari biaya produksi. Keuntungan yang maksimum akan dicapai apabila perbedaan di antara hasil penjualan dan biaya produksi mencapai tingkat yang paling besar. Dalam usahanya untuk memproduksi barang-barang yang diperlukan masyarakat dan memperoleh keuntungan maksimum dari usaha tersebut, masalah pokok yang harus dipecahkan produsen adalah bagaimanakah komposisi dari faktor-faktor produksi yang digunakan dan untuk masing-masing faktor produksi tersebut berapakah jumlah yang akan digunakan. Selain itu, untuk mencapai tujuan laba maksimum, perusahaan harus membuat lima keputusan:

- a. Apa yang diproduksi dan berapa jumlahnya
- b. Bagaimana memproduksinya
- c. Bagaimana mengelola dan memperoleh kompensasi para manajer dan pekerjanya
- d. Bagaimana memasarkan dan menentukan harga produknya
- e. Apakah yang bisa diproduksi sendiri dan apakah yang bisa dibeli dari pihak lain

Perusahaan dalam proses produksinya memiliki hambatan untuk memaksimalkan keuntungan yang diharapkan. tiga karakteristik lingkungan perusahaan yang membatasi perolehan laba ekonomi maksimum, yaitu:

- a. Hambatan teknologi. Teknologi merupakan suatu metode yang digunakan untuk memproduksi barang dan jasa. Teknologi biasanya mencakup rancangan terinci atas mesin-mesin dan lingkungan kerja. Rancangan tersebut mencakup mengelola perusahaan. Teknologi terus berkembang sepanjang waktu. Namun, disetiap titik waktu untuk memproduksi lebih banyak output dan memperoleh lebih banyak pendapatan, perusahaan harus mempekerjakan lebih banyak sumber daya serta mengeluarkan biaya yang lebih besar. Kenaikan laba yang dapat diperoleh perusahaan dibatasi oleh teknologi yang tersedia.
- b. Hambatan informasi. Perusahaan tidak dapat memperoleh informasi yang diinginkan dengan mudah untuk mengambil keputusan. Hambatan informasi yang membatasi perusahaan diantaranya adalah informasi terkait mutu dan usaha dari para tenaga kerjanya, rencana pembelian saat ini dan dimasa yang akan datang dari para pelanggannya, serta rencana-rencana dari para pesaing.
- c. Hambatan pasar. Jumlah yang dapat dijual serta harga yang diperoleh setiap perusahaan dibatasi oleh kesediaan pelanggannya untuk membayar, serta harga dari usaha pemasaran yang dilakukan perusahaan lain. Sama halnya dengan sumber daya yang dapat dibeli serta harga yang harus dibayarkan perusahaan juga dibatasi oleh kesediaan orang-orang untuk bekerja dan berinvestasi di perusahaan.

B. FUNGSI PRODUKSI

Dalam teori ekonomi, setiap proses produksi mempunyai landasan teknis yang disebut fungsi produksi. Fungsi produksi adalah suatu fungsi atau persamaan yang menunjukkan hubungan fisik atau teknis antara jumlah faktor-faktor produksi yang dipergunakan dengan jumlah produk yang dihasilkan per satuan waktu, tanpa memperhatikan harga-harga, baik harga faktor-faktor produksi maupun harga produk. Fungsi produksi dapat memberikan sebuah keterangan tentang jumlah output

yang diharapkan apabila input tersebut dikombinasikan dalam suatu cara khusus. Berbagai macam kombinasi tersebut banyak jenisnya. Berdasarkan hasil produksi dan juga banyaknya hasil produksi yang nantinya akan diperoleh sangat tergantung kepada pada (fungsi dari pada) macam dan jumlah input yang nantinya dipergunakan.

Pada umumnya fungsi produksi dituliskan sebagai $Y = f(X)$, dimana Y menggambarkan hasil produksi; f sebelum tanda kurung menyatakan "tergantung" yakni "suatu fungsi dari"; dan huruf X menuggambarkan tentang suatu input yang dipergunakan. Apabila jumlah input yang digunakan lebih dari 1 jenis, maka fungsi produksi dapat dituliskan sebagai: $Y = f(X_1, X_2, \dots, X_n)$; dimana X_1, X_2, \dots, X_n merupakan jenis input yang digunakan dalam kegiatan produksi.

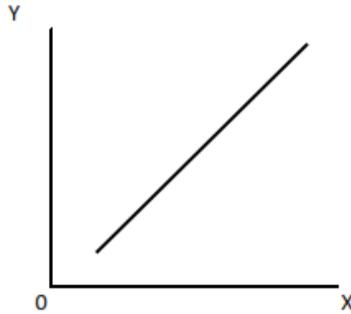
Adapun asumsi dari fungsi produksi tersebut di atas antara lain sebagai berikut:

- a. Fungsi produksi sifatnya kontinyu.
- b. Fungsi produksi bernilai tunggal dari masing-masing variabel yang ada di dalamnya.
- c. Derivasi I dan II fungsi ini tetap kontinyu.
- d. Fungsi produksi harus relevan (bernilai positif) baik untuk input X maupun output Y .
- e. Penggunaan teknologi maksimal pada tingkatnya.

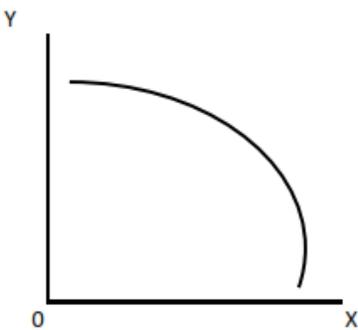
Fungsi produksi berdasarkan bentuk kurvanya dapat dikelompokkan menjadi tiga, sebagai berikut:

- a. *Constant return*. Merupakan hubungan yang menunjukkan jumlah hasil produksi yang meningkat dengan jumlah yang sama pada setiap satuan tambahan input yang digunakan. Hal ini dijelaskan pada gambar 10.1 berikut.

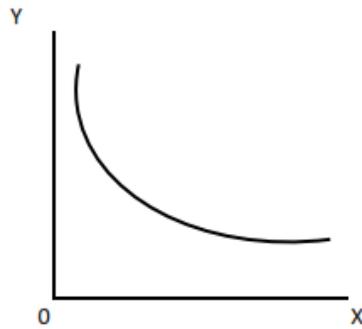
Gambar 10.1 Kurva Produksi *Constant Return*



- b. *Increasing return*. Merupakan hubungan dimana satu satuan tambahan input yang dipergunakan dalam proses produksi dapat menghasilkan suatu tambahan hasil produksi yang lebih besar dibandingkan dengan kesatuan sebelumnya. Hal ini dijelaskan pada gambar 10.2.
 - c. *Decreasing return*. Merupakan suatu hubungan di mana satu kesatuan tambahan faktor produksi atau input yang dipergunakan dalam proses produksi bisa menghasilkan suatu kenaikan hasil produksi yang lebih kecil dari satu kesatuan sebelumnya. Hal ini dijelaskan pada gambar 10.2.
- Gambar 10.2 a. *Increasing return* dan b. *Decreasing return*



a.



b.

Dalam teori ekonomi, sifat fungsi produksi diasumsikan tunduk pada suatu hukum yang disebut : *The Law of Diminishing Returns* (Hukum Kenaikan Hasil Berkurang). Hukum ini menyatakan bahwa apabila penggunaan satu macam input

ditambah sedang input-input yang lain tetap maka tambahan output yang dihasilkan dari setiap tambahan satu unit input yang ditambahkan tadi mula-mula naik, tetapi kemudian seterusnya menurun jika input tersebut terus ditambahkan.

C. PRODUKSI OPTIMAL

Teori produksi dalam ilmu ekonomi dalam mendapatkan produksi optimal dibedakan analisisnya kepada dua pendekatan, yaitu teori produksi dengan satu faktor produksi dan teori produksi dengan dua faktor berubah.

1. Teori Produksi Dengan Satu Faktor Berubah

Suatu teori produksi yang sangat sederhana hanya menggambarkan mengenai hubungan di antara tingkat produksi suatu barang tertentu hanya dengan jumlah tenaga kerja yang dipergunakan dalam proses produksi dalam rangka menghasilkan tingkat pada produksi tertentu. Pada analisis itu dapat dibuat perumpamaan bahwa faktor produksi yang lain jumlahnya dianggap tetap atau tidak mengalami perubahan (constant). Di samping itu teknologi yang dipergunakan dalam kegiatan produksi juga dianggap tidak mengalami perubahan sama sekali. Salah satu yang dapat berubah di sini hanya faktor produksi tenaga kerja.

Dalam hal ini hukum lebih yang semakin berkurang dimaksudkan apabila faktor produksi yang sebelumnya bisa dirubah jumlahnya secara terus-menerus ditambah sebanyak satu unit, maka pada awalnya produksi total akan semakin banyak pertambahannya. Akan tetapi sesudah mencapai pada suatu tingkat tertentu, maka tambahan produksi tambahan akan semakin berkurang dan pada akhirnya akan mencapai nilai negatif. Sifat dari pertambahan produksi inilah yang menyebabkan bagaimana perusahaan akan mempertimbangkan untuk meminimumkan biaya dalam kegiatannya dalam rangka mencapai tingkat produksi tertentu yang nantinya bisa ditunjukkan.

Tabel 10.1 Hubungan Jumlah Tenaga Kerja dan Jumlah Produksi

Tanah	Tenaga Kerja	Produksi Total	Produksi Marginal	Produksi Rata-rata
1	1	150	150	150
1	2	400	250	200
1	3	810	410	270
1	4	1080	270	270
1	5	1290	210	258
1	6	1440	150	240
1	7	1505	65	215
1	8	1520	15	180
1	9	1440	-80	160
1	10	1300	-140	130

Tabel 10.1 menunjukkan contoh tingkat produksi pada sebidang tanah yang tidak mengalami perubahan namun dengan satu faktor produksi yang berubah yaitu tenaga kerja. Pada kolom total produksi dapat dilihat bahwa pertambahan total produksi terlihat cepat pada tahap ketika jumlah tenaga kerja sebanyak 1 menjadi 2 sampai dengan 4 orang tenaga kerja. Namun setelah ditambah menjadi 5 orang total produksi semakin bertambah namun pertambahannya tidak sebesar pada saat 1 orang menjadi 2 orang tenaga kerja. Pertambahan ini dapat kita lihat pada kolom produksi marginal yang menunjukkan angka tertinggi pada saat tenaga kerja sebanyak 3 orang menjadi 4 orang dan ketika ditambahkan menjadi 5 orang angka produksi marginal mengalami penurunan. Inilah yang dijelaskan sebagai *The Law of Diminishing Returns* (Hukum Kenaikan Hasil Berkurang).

Dalam menghitung produksi marginal, atau dikatakan sebagai tambahan produksi yang diakibatkan oleh pertambahan satu tenaga kerja yang digunakan. Apabila ΔL adalah pertambahan tenaga kerja, ΔTP adalah pertambahan produksi total, maka produksi marginal (MP) dapat dihitung dengan persamaan berikut:

$$MP = \frac{\Delta TP}{\Delta L}$$

Besarnya produksi rata-rata, yaitu produksi yang secara rata-rata dihasilkan oleh setiap pekerja dihitung dengan persamaan berikut. Apabila produksi total (TP), jumlah tenaga kerja adalah L, maka produksi rata-rata atau *average product* (AP) dijelaskan sebagai berikut:

$$AP = \frac{TP}{L}$$

Contoh perhitungannya dapat dijelaskan pada saat tenaga kerja 1 menjadi 2 orang total produksi dari 150 menjadi 400 maka marginal produknya dihitung sebagai berikut:

$$MP = \frac{400 - 150}{2 - 1}$$

$$MP = \frac{250}{1}$$

$$MP = 250$$

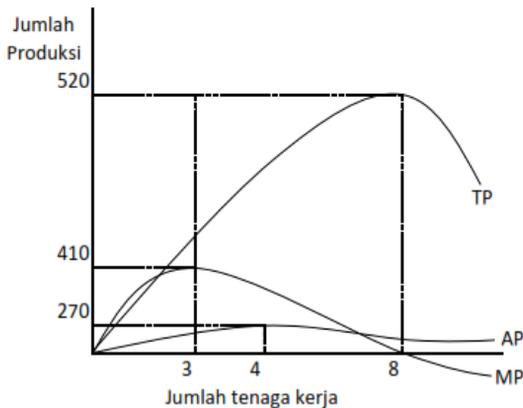
Dengan produk rata-rata pada saat tenaga kerja sebanyak 2 orang sebesar :

$$AP = \frac{400}{2}$$

$$AP = 200$$

Dari tabel 10.1 dapat digambarkan kurva MP, TP dan AP pada gambar 10.4.

Gambar 10.4 Kurva Produksi Total, Produksi Marginal dan Produksi Rata-rata



2. Teori Produksi Dengan Dua Faktor Berubah

Pada analisa sebelumnya menggambarkan jika suatu produksi dengan hanya satu faktor produksi saja yang akan berubah dan faktor produksi lainnya dianggap tetap akan mampu merubah outputnya. Dalam analisa yang berikutnya digunakan dua jenis faktor produksi yang dapat diubah jumlahnya. Dalam pembahasan ini akan digunakan tenaga kerja dan modal. Terdapat dua metode yang dapat menjelaskan proses ini yaitu kurva *isoquant* dan *isocost*.

a. Kurva *isoquant*

Apabila dimisalkan seorang pengusaha ingin melakukan kegiatan produksi suatu barang tertentu sebanyak sebanyak 2.000 unit. Dalam memproduksi barang tersebut dia mempergunakan tenaga kerja dan modal, dimana penggunaan antara keduanya bisa dipertukarkan. Melalui tabel 10.2 dibawah digambarkan empat gabungan dari tenaga kerja dan modal yang digunakan untuk menghasilkan produksi sebanyak 2.000 unit.

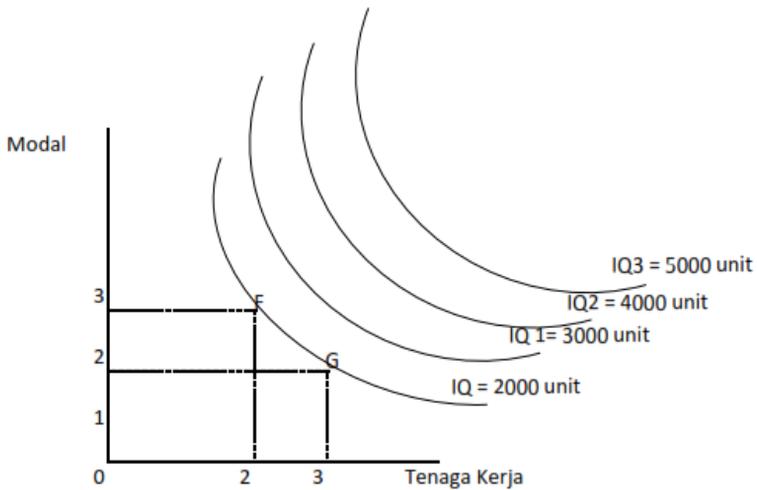
Tabel 10.2 Gabungan Tenaga Kerja dan Modal untuk Menghasilkan 2.000 Unit Produksi

Gabungan	Tenaga Kerja	Modal
F	2	3
G	3	2

Dari tabel di atas gabungan F menunjukkan bahwa dalam produksi dibutuhkan 2 orang tenaga kerja dan 3 unit modal. Gabungan G menggambarkan bahwa yang dibutuhkan 3 tenaga kerja dan 2 unit modal. Gabungan yang terdapat pada tabel 9.2 akan digambarkan pada gambar 9.5 yang menunjukkan kurva *isoquant* atau kurva produksi sama. Kurva tersebut dapat memberikan gambaran mengenai gabungan antara tenaga kerja dan modal yang bisa mencapai tingkat produksi tertentu yang diinginkan produsen. Dari contoh yang ada di atas tingkat produksi tersebut adalah 2.000 unit. Pada titik F maupun G jumlah yang diproduksi sama sebanyak 2.000 unit

meskipun menggunakan modal dan tenaga kerja yang berbeda jumlahnya. Selain itu juga dapat ditemui kurva IQ1, IQ2, dan IQ3 yang terletak di atas kurva IQ.

Gambar 10.5 Kurva *Isoquant* atau Kurva Produksi Sama



Ketiga macam kurva tersebut dapat memberikan gambaran mengenai tingkat produksi yang berbeda pula, yakni secara berurutan antara lain 3.000 unit, 4.000 unit, dan juga 5.000 unit. Dapat dikatakan pula bahwa apabila letak kurva semakin menjauhi titik 0, maka akan semakin tinggi pula tingkat produksi yang ditunjukkan. Dari berbagai jenis kurva yang ada tersebut dapat menunjukkan beberapa gabungan antara tenaga kerja dan modal yang dibutuhkan dalam suatu proses produksi.

b. Kurva *Isocost* (Kurva Biaya Sama)

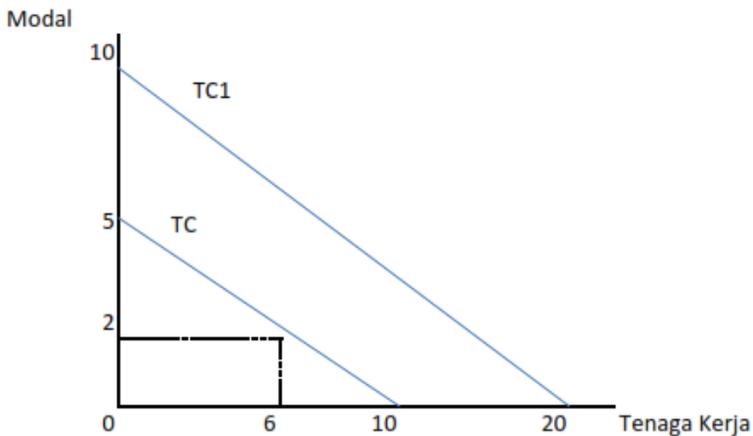
Dalam upaya untuk menghemat biaya produksi dan juga untuk memaksimalkan keuntungan, maka sebuah perusahaan seharusnya dapat meminimalkan biaya produksi yang digunakan pada setiap kegiatan produksi. Supaya bisa membuat analisis mengenai peminimalan biaya produksi, maka sangatlah perlu dibuat suatu garis anggaran yang sama (*isocost*). Di mana garis anggaran ini sendiri dapat menggambarkan gabungan dari faktor

produksi yang bisa didapatkan melalui penggunaan sejumlah biaya tertentu.

Ada beberapa hal yang dibutuhkan untuk menentukan garis anggaran sama (*isocost*), antara lain sebagai berikut:

- 1) Harga dari faktor produksi yang dipakai.
- 2) Jumlah uang yang telah tersedia untuk membeli faktor produksi (*input*) yang dibutuhkan selama kegiatan produksi.

Gambar 10.6 Kurva Isoquant atau Kurva Produksi Sama

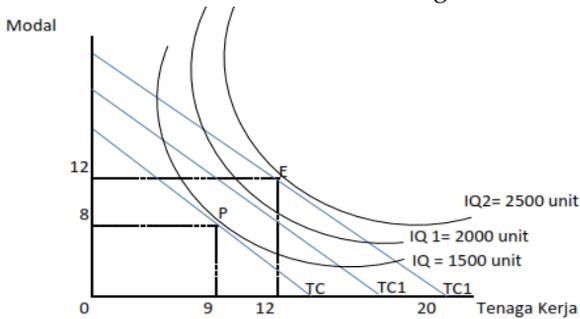


Melalui contoh yang sudah dilakukan di atas dimisalkan bahwa upah tenaga kerja sebesar Rp. 20.000 dan biaya modal per unitnya sebesar Rp. 40.000; dalam hal ini jumlah uang atau biaya yang dimiliki hanya sebesar Rp. 200.000. Dengan demikian garis TC pada gambar 10.6 menunjukkan gabungan dari tenaga kerja dan modal yang bisa diperoleh dengan memanfaatkan dana sebesar Rp. 200.000 tersebut. Dapat diketahui bahwa apabila dana yang dimiliki oleh produsen tersebut hanya dipergunakan untuk mendapatkan modal, maka dia tentu akan mendapatkan $200.000/40.000 = 5$ unit. Sedangkan apabila produsen hanya mempergunakan dana yang dimilikinya untuk mendapatkan tenaga kerja, maka dia akan

mendapatkan $200.000/20.000 = 10$ unit. Demikian seterusnya titik A pada TC menunjukkan bahwa dengan dana Rp. 200.000 seorang produsen dapat mempergunakan dana tersebut untuk memperoleh 2 unit modal dan juga 6 unit tenaga kerja. Pada gambar 9.6 pula terdapat beberapa garis biaya lainnya, yakni TC1. Garis-garis itu menunjukkan garis biaya sama apabila jumlah uang yang tersedia adalah Rp. 400.000. Dengan biaya Rp. 400.000 produsen bisa mempergunakan untuk memperoleh modal saja sebanyak 10 unit. Sedangkan produsen juga bisa mempergunakan dana tersebut untuk memperoleh tenaga kerja saja sebanyak 20 unit. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa apabila garis anggaran biaya (*isocost*) semakin menjauhi titik 0 maka biaya yang dipergunakan oleh seorang produsen semakin banyak, sehingga semakin banyak pula jumlah tenaga kerja dan modal yang bisa diperoleh.

Setelah dibahas tentang dua kurva *isocost* dan *isoquant*, maka analisa ini dapat menjawab persoalan bagaimana menentukan jumlah produksi paling maksimum dengan jumlah biaya tertentu, dan untuk mencapai suatu tingkat produksi tertentu berapa biaya yang paling minimum. Analisa ini dengan menggabungkan dua kurva tersebut disebut dengan kombinasi input variabel biaya terendah (*Least Cost Combination*) yang terjadi pada titik singgung antara kurva *isoquant* dengan kurva *isocost*. Kondisi ini digambarkan pada gambar 10.7.

Gambar 10.7 Meminimumkan Biaya atau
Memaksimumkan Keuntungan



Dari gambar 10.7 ditunjukkan dua kurva *isocost* (TC) dan kurva *isoquant* (IQ) dengan berbagai jenis kombinasi modal dan tenaga kerja. Untuk menjawab pertanyaan yang pertama yaitu kondisi memaksimumkan produksi ditunjukkan persinggungan pada titik E yaitu ketika kurva *isocost* TC1 bersinggungan dengan kurva *isoquant* IQ2. Sedangkan kondisi meminimumkan biaya ditunjukkan persinggungan pada titik P ketika kurva *isocost* TC bersinggungan dengan kurva *isoquant* IQ.

D. RANGKUMAN

1. Perusahaan memanfaatkan dan mengelola faktor-faktor produksi untuk memproduksi serta menjual barang dan jasa
2. Tujuan perusahaan adalah memaksimumkan laba ekonomi, yaitu pendapatan total dikurangi dengan biaya total yang diukur sebagai biaya peluang dari produksi.
3. Biaya peluang dari produksi bagi perusahaan adalah penjumlahan dari biaya sumber daya yang dibeli di pasar, penggunaan sumberdaya yang dimiliki perusahaan dan sumber daya yang ditawarkan oleh pemilik perusahaan
4. Hukum Kenaikan Hasil Berkurang menyatakan bahwa apabila penggunaan satu macam *input* ditambah sedang input-input yang lain tetap maka tambahan output yang dihasilkan dari setiap tambahan satu unit input yang ditambahkan tadi mula-mula naik, tetapi kemudian seterusnya menurun jika *input* tersebut terus ditambahkan.

5. Kombinasi input variabel biaya terendah (*Least Cost Combination*) yang terjadi pada titik singgung antara kurva isoquant dengan kurva *isocost*.

E. LATIHAN

1. Peningkatan produksi bisa dilaksanakan baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Jelaskan alasan dilakukannya peningkatan hasil produksi!
2. Jelaskan bagaimana tahapan mengenai hubungan diantara tingkat produksi yang terjadi dari hukum hasil lebih yang semakin berkurang dengan jumlah tenaga kerja yang digunakan dalam proses produksi tersebut!
3. Hukum hasil lebih yang semakin berkurang berlaku manakala perusahaan kurang menggunakan tenaga ahli dan tenaga kerja terdidik. Benarkah pernyataan tersebut? Jelaskan alasan anda!
4. Berikut gambaran mengenai kombinasi pilihan modal dan tenaga kerja untuk menghasilkan 200 pcs tas.

Modal (unit)	Tenaga Kerja orang)
10	60
20	35
30	20
40	22
50	10

- a. Upah tenaga kerja Rp 100 x dua angka terakhir NIM dan harga modal per unit adalah Rp 2.000 x dua angka terakhir NIM. Dari soal tersebut maka hitunglah berapa biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan supaya bisa mempergunakan kombinasi modal dan tenaga kerja pada tabel di atas. Menurut anda kombinasi manakah yang menggunakan modal dan juga tenaga kerja yang paling murah?
 - b. Gambarkanlah kurva *isoquant* dan *isoqost* dari jawaban anda!
5. Menurut anda seberapa pentingkah pembuatan kombinasi penggunaan faktor produksi (*input*) oleh seorang produsen?

11

OUTPUT DAN BIAYA

Setelah memahami tujuan perusahaan melaksanakan kegiatan produksinya yaitu memaksimalkan keuntungan yang diharapkan. Maka dalam mencapai tujuan tersebut, produsen perlu mengelola kegiatan produksinya terdapat dua aspek yaitu dari sisi *output* dan sisi lainnya adalah biaya. *Output* menjadi acuan perusahaan dalam rangka mencapai tujuannya. Semakin besar *output* yang dihasilkan maka akan mampu memberikan tambahan bagi pendapatan perusahaan. Namun demikian, ketika output dinaikkan akan diikuti adanya peningkatan pada biaya hal ini dikarenakan input atau faktor produksi yang digunakan juga perlu ditambahkan. Hal ini merupakan representasi dari fungsi produksi.

Produsen ketika menetapkan sebuah keputusan baik keputusan yang besar untuk perusahaannya maupun keputusan kecil, semuanya akan berdampak pada keberlangsungan usaha dan bisnisnya. Keputusan kecil yang tidak tepat digunakan akan memberikan dampak kerugian bagi perusahaan. Keputusan ini perlu mempertimbangkan berbagai hal salah satu yang terpenting adalah periode waktu dan kecepatan keputusan ini akan direalisasikan untuk mencapai tujuan yaitu profit yang maksimum. Pada bagian ini akan dibahas bagaimana *output* dan biaya dalam konteks waktu jangka pendek dan jangka panjang.

A. KERANGKA WAKTU PENGAMBILAN KEPUTUSAN

Produsen dalam menetapkan keputusannya bergantung pada kecepatan dalam penerapannya. Rencana mengubah jumlah *output* dan biaya besok akan memiliki pilihan keputusan lebih sedikit. Dibandingkan dengan ketika keputusan itu akan dilakukan dimasa 5 bulan atau lima tahun yang akan datang akan memberikan jauh lebih banyak pilihan dan pertimbangan. Dalam membahas keputusan perusahaan dihadapkan pada

kerangka waktu yang dibagi menjadi 2 yaitu jangka pendek dan jangka panjang.

1. Jangka Pendek

Pada periode ini dapat dikatakan bahwa sebagian faktor produksi (*input*) yang digunakan dalam proses produksi jumlahnya tidak dapat ditambah. Jangka pendek merupakan kerangka waktu yang mana setidaknya jumlah dari satu faktor produksi adalah tetap. Sebagian besar perusahaan memiliki modal, tanah dan tenaga kerja merupakan faktor produksi sebagai variabel. Dalam jangka pendek faktor produksi ini bagi perusahaan adalah tetap.

Untuk meningkatkan output dalam jangka pendek, perusahaan harus meningkatkan faktor produksi variabel seperti tenaga kerja dan bahan baku. Keputusan jangka pendek lebih mudah dibatalkan. Perusahaan dapat menaikkan dan menurunkan outputnya dalam jangka pendek dengan menambah atau mengurangi jumlah tenaga kerja yang akan dipkerjakannya.

2. Jangka Panjang

Jangka panjang merupakan jangka waktu di mana semua faktor produksi yang digunakan dapat mengalami perubahan. Dengan demikian bila jumlah faktor produksi (*input*) yang digunakan dalam proses produksi selalu berubah, tentunya biaya produksi yang harus dikeluarkan oleh produsen juga akan berubah. Akan tetapi jika jumlah faktor produksi (*input*) yang dipergunakan tidak berubah (tetap), maka biaya produksi yang dikeluarkan oleh produsen pun akan tetap nilainya.

Untuk menaikkan outputnya dalam jangka panjang perusahaan dapat mengubah cabang baru beserta jumlah tenaga kerjanya. Keputusan jangka panjang tidak dapat dengan mudah dibatalkan. Sekali perusahaan menetapkan akan membuka cabang baru, maka dalam kurun waktu tertentu semuanya akan mengalami penyesuaian dari segi jumlah.

B. OUTPUT PRODUKSI

Dalam upaya perusahaan untuk meningkatkan outputnya jangka pendek, faktor produksi yang dapat ditambahkan adalah tenaga kerja. Hubungan antara *output* dan tenaga kerja diuraikan dalam tiga konsep yang berkaitan yaitu produk total, produk marginal dan produk rata-rata. Untuk membahas ketiga konsep tersebut, maka kita perlu menggunakan data pada tabel 11.1 berikut :

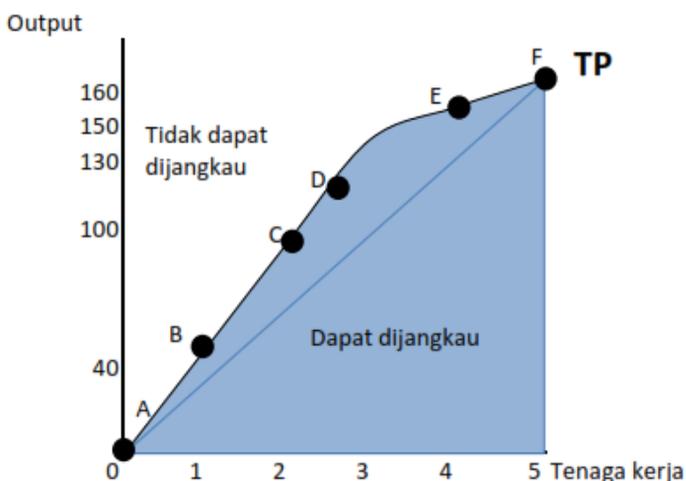
Tabel 11.1 Produk Total, Produk Marginal dan Produk Rata-rata

	Jumlah Tenaga Kerja	Produk total	Produk Marginal	Produk Rata-rata
A	0	0		
B	1	40	40	40
C	2	100	60	50
D	3	130	30	40,3
E	4	150	20	30,75
F	5	160	10	30,2

1. Produk Total (*Total Revenue*)

Produk total merupakan jumlah total yang diproduksi atau output maksimum yang tenaga kerja dalam jumlah tertentu dapat hasilkan. Hal ini dapat dilihat pada tabel 11.1 pada kolom produk total. Ketika jumlah tenaga kerja dinaikkan maka produk total yang dihasilkan akan mengalami peningkatan. Pada saat tenaga kerja sebanyak 1 orang menjadi 2 orang produk total meningkat dari 40 menjadi 100 dan meningkat terus menerus sampai ketika jumlah tenaga kerja sebanyak 5 orang produk total meningkat menjadi 160. Setiap kenaikan jumlah tenaga kerja akan menaikkan produk totalnya. Pembahasan ini dapat digambarkan dengan kurva produk total pada gambar 11.1.

Gambar 11.1 Kurva Produk Total



Dari gambar 11.1 dapat diperhatikan bahwa pada saat tenaga kerja 1 orang menjadi 2 orang, maka kurva produk total berbentuk curam, namun terjadi perubahan saat tenaga kerja sebanyak 3, 4 dan 5 orang kurva menjadi landai. Kurva produk total sama dengan kurva *Production Possibilities Frontier* (PPF) atau kurva batas kemungkinan produksi. Kurva ini memberikan batas atas kondisi yang dapat dijangkau oleh perusahaan tetapi tidak efisien berada didalam garis produk total pada area berwarna biru dan kondisi tidak dapat dijangkau berada diluar garis produk total. Perusahaan akan memproduksi pada titik-titik sepanjang kurva total produk yaitu kondisi yang dapat dijangkau dan efisien. Total produk dihitung dengan menggunakan persamaan berikut:

$$TR = P_q \cdot Q$$

Dimana

P_q : harga produk perunit

Q : Jumlah output

2. Produk Marginal (*Marginal Revenue*)

Marginal Revenue (MR), kenaikan TR yang disebabkan oleh tambahan penjualan satu unit output. Penerimaan marginal ialah sejumlah tambahan penerimaan sebagai akibat

adanya tambahan satu unit output yang dijual. Bisa kita rumuskan dalam rumus sebagai berikut:

$$MR_n = TR_n - TR_{n-1}$$

Dalam hal ini MR_n adalah penerimaan marginal produk ke- n . TR_n ialah total penerimaan pada saat produksi sebanyak n , dan TR_{n-1} merupakan penerimaan total saat produksi tersebut $n-1$. Lebih mudah dipahami, jumlah produksi n adalah jumlah produksi saat ini. Sedangkan jumlah produksi $n-1$ adalah jumlah produksi sebelumnya. Persamaan yang sering banyak digunakan untuk menghitung biaya marginal adalah:

$$MR_n = \Delta TR / \Delta Q$$

Di mana:

MR_n : Penerimaan marginal produksi ke- n

ΔTR : Pertambahan penerimaan total

ΔQ : Pertambahan jumlah produksi

3. Produk Rata-Rata (*Average Revenue*)

Merupakan penerimaan rata-rata yang diterima oleh penjual dari per satuan produk yang mereka jual atau sejumlah rata-rata penerimaan dari produk yang dihasilkan. Jadi produk rata-rata adalah harga jual output per unit. Penerimaan rata-rata ini diperoleh dengan cara membagi total penerimaan dengan semua jumlah barang yang dijual. Oleh karena itulah untuk menghitung penerimaan rata-rata dirumuskan dengan rumus berikut ini.

$$AR = \frac{TR}{Q}$$

C. BIAYA PRODUKSI

Suatu biaya produksi bisa kita artikan sebagai pengeluaran yang dikeluarkan oleh seorang produsen dalam rangka mendapatkan faktor produksi atau input dan juga bahan mentah yang nantinya bisa dipergunakan untuk menghasilkan barang yang diinginkan.

Adapun biaya produksi yang dipergunakan oleh produsen dalam memperoleh faktor produksi bisa kita bedakan menjadi dua macam, yaitu biaya eksplisit dan juga biaya tersembunyi (*input cost*). Biaya eksplisit adalah sejumlah

pengeluaran yang dikeluarkan oleh pengusaha baik berupa pembayaran berupa uang untuk memperoleh faktor produksi dan juga bahan mentah yang diperlukan dalam aktivitas produksi. Biaya tersembunyi (*input cost*) adalah sejumlah pengeluaran atas faktor produksi yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Pengeluaran yang dimaksud meliputi sejumlah pembayaran *skill* keusahawanan pengusaha tersebut, modal yang dipergunakan oleh perusahaan itu sendiri, dan juga biaya bangunan perusahaan yang dimiliki sendiri. Upaya menaksir biaya tersebut adalah dengan menaksir pengeluaran yang sejenis dengan melihat dari pendapatan tertinggi yang didapatkan apabila produsen tersebut bekerja di perusahaan lainnya, dalam kegiatan ini modal produsen tersebut dapat diinvestasikan atau dipinjamkan, dan bangunannya dapat disewakan pada pihak lainnya di luar perusahaan.

Biaya produksi dapat dibedakan ke dalam dua macam, yaitu (1) Biaya tetap (*fixed cost*) dan (2) Biaya variabel (*variable cost*). Dalam analisis biaya produksi perlu memperhatikan (1) biaya produksi rata-rata: yang meliputi biaya produksi total rata-rata, biaya produksi tetap rata-rata, dan biaya variabel rata-rata; dan (2) biaya produksi marjinal, yaitu tambahan biaya produksi yang harus dikeluarkan untuk menambah satu unit produksi.

1. Biaya total (*Total Cost / TC*).

Adalah biaya produksi keseluruhan yang dikeluarkan oleh seorang produsen dalam menghasilkan produk tertentu yang diinginkannya. Adapun biaya total ini nantinya bisa diperoleh dengan menjumlahkan biaya tetap total (*Total Fixed Cost / TFC*) dan biaya berubah total (*Total Variabel Cost / TVC*). Biaya total dapat juga dihitung berdasarkan rumus yang tertera di bawah ini.

$$TC = TFC + TVC$$

a. Biaya tetap total (*Total Fixed Cost / TFC*)

Biaya ini merupakan biaya keseluruhan yang dikeluarkan oleh produsen untuk mendapatkan faktor produksi (*input*) yang jumlahnya tidak bisa diubah. Misalnya, supaya perusahaan aman produsen menggaji

tenaga keamanan, supaya perusahaan tidak gelap gulita meskipun tidak ada kegiatan produksi maka produsen tetap mengeluarkan biaya listrik kantor, supaya perusahaan tetap bersih perusahaan mengeluarkan honor tenaga kebersihan. Besarnya TFC tidak dipengaruhi oleh banyak sedikitnya jumlah produksi. Dengan demikian, ada kegiatan produksi ataupun tidak ada kegiatan produksi seorang produsen tetap mengeluarkan TFC.

b. Biaya berubah total (*Total Variabel Cost / TVC*)

Biaya ini adalah seluruh biaya yang membelanjakan oleh produsen untuk mendapatkan sejumlah faktor produksi (input) tertentu yang dibutuhkan oleh produsen dan jumlahnya dapat dirubah. Beberapa contoh dari biaya berubah adalah tenaga kerja bagian produksi yang besarnya tergantung banyaknya tenaga kerja yang digunakan, biaya bahan baku besarnya dipengaruhi oleh banyaknya bahan baku yang digunakan untuk kegiatan produksi, dan biaya listrik pabrik yang berkaitan dengan seberapa banyak mesin yang digunakan. Semakin banyak produksi dan penggunaa mesin, maka semakin banyak pula besarnya TVC.

2. Biaya rata-rata (*Average Cost / AC*)

Apabila biaya (TC) untuk memproduksi sejumlah tertentu (Q) dibagi dengan jumlah produksi tersebut, maka nilai yang diperoleh adalah biaya total rata-rata (*Average cost / AC*). Dengan demikian rumus untuk menghitung biaya total rata-rata adalah sebagai berikut.

$$AC = \frac{TC}{Q}$$

Atau

$$AC = AFC + AVC$$

a. Biaya tetap rata-rata (*Average Fixed Cost / AFC*)

Apabila biaya tetap total (TFC) untuk memproduksi sejumlah tertentu (Q) dibagi dengan jumlah produksi yang dihasilkan, maka nilai yang diperoleh merupakan biaya tetap rata-rata (*Average fixed cost / AFC*). Dari penjelasan tersebut, maka dapat dirumuskan untuk

mencari biaya tetap rata-rata yakni dengan menggunakan rumus berikut:

$$AFC = \frac{TFC}{Q}$$

b. Biaya berubah rata-rata (*Average Variable Cost / AVC*)

Apabila biaya berubah total (TVC) untuk memproduksi sejumlah tertentu (Q) dibagi dengan jumlah produksi yang dihasilkan, maka nilai yang diperoleh merupakan biaya berubah rata-rata (*Average variabel cost / AVC*). Dengan demikian rumus untuk menghitung biaya tetap rata-rata adalah sebagai berikut.

$$AVC = \frac{TVC}{Q}$$

3. Biaya Marginal

Adapun apabila ada kenaikan ongkos produksi untuk mendapatkan tambahan satu unit output tertentu disebut dengan biaya marginal. Oleh karena itu maka biaya produksi marginal dapat dihitung dengan rumus berikut:

$$MC_n = TC_n - TC_{n-1}$$

Di mana MC_n merupakan biaya marginal pada produksi yang ke-n. Sedangkan TC_n ialah seluruh total biaya yang dikeluarkan pada saat produksi ke-n. Sementara itu TC_{n-1} yaitu ongkos produksi total saat produksi tersebut n-1. Lebih mudah dipahami, jumlah produksi n adalah jumlah produksi saat ini. Sedangkan jumlah produksi n-1 adalah jumlah produksi sebelumnya. Persamaan yang sering banyak digunakan untuk menghitung biaya marginal adalah:

$$MC_n = \Delta TC / \Delta Q$$

Di mana:

MC_n : Biaya marginal pada saat produksi yang ke-n

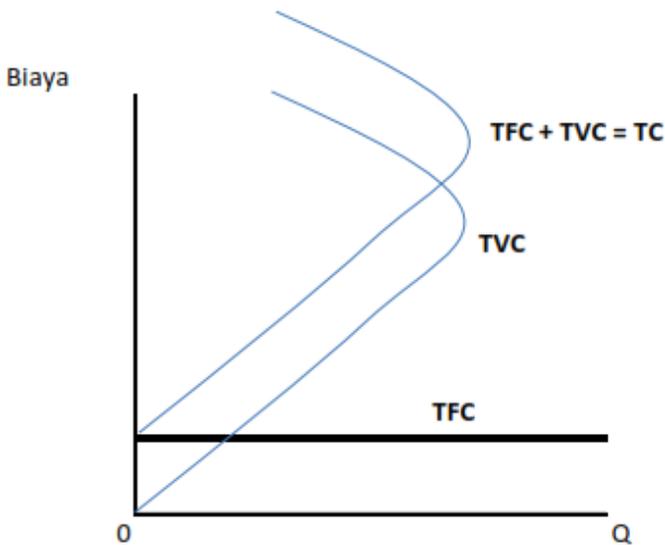
ΔTC : Tambahan ongkos/biaya produksi total

ΔQ : Tambahan produksi

Dapat kita lihat melalui gambar 11.2 bahwa kurva TFC bentuknya horizontal. Hal ini disebabkan nilainya tetap atau

tidak mengalami perubahan meskipun berapa saja jumlah barang yang diproduksi oleh produsen. Kurva TVC berawal dari titik 0 terus seiring berjalannya waktu akan bertambah semakin tinggi. Dengan demikian penjelasan tersebut dapat memberikan gambaran jika: (1) waktu produksi tidak dilakukan atau $TVC = 0$; dan (2) apabila jumlah produksi semakin banyak, maka akan semakin banyak pula biaya atau ongkos produksi total (TVC). Sedangkan garis kurva TC menggambarkan hasil akhir dari penjumlahan dari kurva TFC dan juga TVC. Sebab itulah, garis kurva TVC berawal dari pangkal TFC, apabila ditarik garis tegak di antara TVC dan TC, maka panjangnya garis tersebut pasti nantinya akan sama dengan jarak yang ada di antara kurva TFC dengan sumbu datar.

Gambar 11.2 Kurva Biaya Total, Biaya Tetap Total dan Biaya Variabel Total



D. SYARAT PERUSAHAAN MENCAPAI KEUNTUNGAN MAKSIMUM

Biaya marginal memegang peranan yang sangat penting di dalam pertimbangan seorang produsen ketika akan menentukan jumlah produksi yang perlu dihasilkan. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, tujuan dari seorang

produsen adalah untuk memaksimalkan keuntungan. Dua cara yang dapat digunakan untuk menentukannya, yaitu:

1. Dengan memproduksi barang pada tingkat di mana perbedaan antara total penjualan dan total biaya adalah tingkat yang paling maksimum. Dapat kita pahami bahwa keuntungan merupakan perbedaan di antara hasil total penjualan yang diperoleh produsen dengan biaya totalnya. Dengan demikian, keuntungan maksimum apabila perbedaan di antara dua faktor di atas mencapai maksimum.
2. Dengan memproduksi barang pada tingkat di mana hasil penjualan marginal sama dengan biaya marginal ($MR = MC$). Misalkan seorang pengusaha sudah memproduksi 10 unit produksinya, dan memikirkan untuk menaikkan produksi satu unit lagi. Biaya tambahan (*marginal cost / MC*) yang harus dikeluarkan adalah Rp900 dan hasil penjualannya akan bertambah sebanyak Rp1.300. karena ia ingin memaksimalkan keuntungan, produksi akan ditambah satu unit lagi. Langkah ini menyebabkan keuntungannya bertambah sebanyak ($Rp1300 - Rp900$) yaitu Rp400. Sekarang dimisalkan produsen tersebut telah memproduksi 15 unit, dan memikirkan untuk menambah produksi satu unit lagi. Biaya produksi tambahan adalah Rp900. Produksi tambahan menambah hasil penjualan sebanyak Rp900, apakah tindakan pengusaha? Tidak ada salahnya kalau pengusaha itu meneruskan rencananya, tetapi untungnya tidak akan bertambah atau berkurang, karena biaya produksi tambahan yang dibayarkannya adalah sama dengan tambahan hasil penjualan yang diperolehnya. Keadaan di mana biaya produksi marginal adalah sama dengan hasil penjualan marginal, tingkat produksi yang dicapai adalah tingkat produksi yang akan menghasilkan keuntungan yang paling maksimum.

Untuk analisis keuntungan ini diperlukan data tentang : Q , P_q , dan TC . Dengan diketahuinya data ini dapat dihitung besarnya TR , AR , MR , MC , dan AC yang penting untuk menentukan posisi keuntungan maksimum atau juga dikenal

dengan posisi ekuilibrium. Sebagai contoh, dalam tabel 11.2 berikut disajikan data hipotetis untuk menentukan posisi keuntungan maksimum.

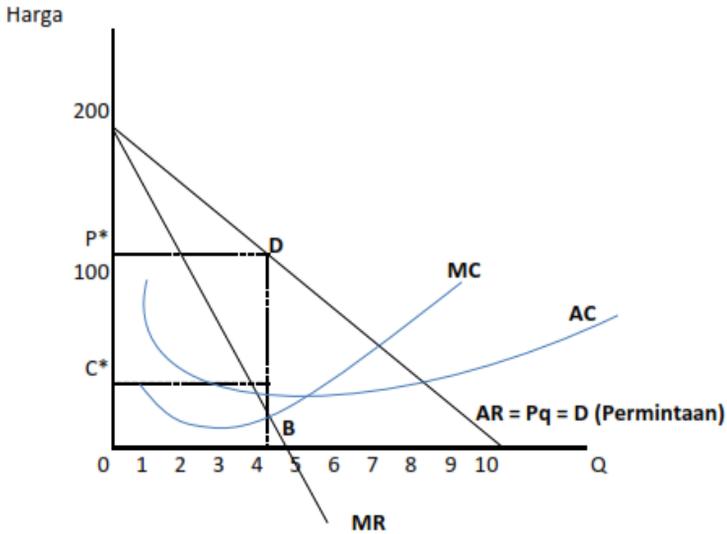
Tabel 11.2 Penentuan Posisi Keuntungan Maksimum

Q	P _q	TR	TC	AC	MR	MC	Laba
0	200	0	145	-	180	30	-145
1	180	180	175	175	140	25	5
2	160	320	200	100	100	20	120
3	140	420	220	73,3	60	30	200
4	120	480	250	62,5	20	50	230
5	100	500	300	60	-20	70	200
6	80	480	370	61,6	-60	90	110
7	60	420	460	65,6	-100	110	-40
8	40	320	570	71,3			-250

Hal-hal penting yang dapat disimpulkan dari tabel 11.2 maupun gambar 11.3 adalah sebagai berikut:

1. Keuntungan total (TR-TC) maksimum dicapai pada posisi jarak vertikal antara kurve TR dan Kurve TC paling lebar. Posisi ini terletak di mana slope garis singgung TR sama dengan slope garis singgung TC.
2. Slope garis singgung TR = $\Delta TR / \Delta Q = MR$ Slope garis singgung TC = $\Delta TC / \Delta Q = MC$. Berarti posisi keuntungan maksimum dicapai pada saat MR = MC. Persamaan ini sering disebut sebagai dalil keuntungan maksimum.
3. Pada saat TR maksimum atau AC minimum tidak berarti posisi keuntungan maksimum.

Gambar 11.3 Penentuan Keuntungan Maksimum



E. BIAYA PELUANG

Meskipun sampai saat ini kita seringkali susah dalam menghitung biaya peluang (*opportunity cost*), pengaruh biaya peluang ternyata masih sangat nyata dan universal pada setiap individu. Prinsip ini justru bisa kita diaplikasikan pada semua keputusan. Keputusan tersebut tidak hanya pada bidang ekonomi saja, akan tetapi juga mencakup bidang lainnya. Berawal pada saat munculnya karya salah satu ekonom dari Jerman, yaitu Friedrich Von Wieser, saat ini biaya peluang dapat dipandang sebagai dasar dari sebuah teori nilai marginal. Suatu biaya peluang dapat menjadi salah satu cara seseorang untuk melakukan perhitungan suatu biaya. Hal ini tidak hanya sebagai acuan dalam mengenal dan menambah biaya ke dalam proyek, akan tetapi di samping itu juga dapat mengenal cara alternatif yang lain dalam menghabiskan uang dalam jumlah yang sama. Dengan demikian keuntungan yang nantinya akan hilang sebagai akibat alternatif terbaik lainnya adalah biaya peluang melalui pilihan pertama yang dipilih.

Salah satu contoh yang biasanya kita lihat dalam kehidupan sehari-hari ialah ada salah satu petani yang memilih

untuk mengelola pertaniannya sendiri dibanding dengan dia menyewakan tanah pertaniannya kepada tetangga atau lainnya. Dengan demikian, biaya peluangnya merupakan sejumlah keuntungan yang hilang pada saat dia menyewakan lahan itu. Pada kasus inilah, petani tersebut mungkin sangat berharap memperoleh untung lebih besar dari pada pekerjaan yang telah dilakukannya sendiri. Demikian halnya apabila masuk ke Universitas dan orang yang bersangkutan mengabaikan sejumlah upah yang bisa dia diterima apabila memilih bekerja. Hal ini dibanding dengan semua biaya pendidikan yang nantinya mereka perlukan (sebagai seluruh total biaya pada pilihannya pada universitas tersebut).

Sangat perlu untuk kita ingat biaya peluang bukan penjumlahan alternatif biaya yang ada. Akan tetapi biaya peluang di sini lebih menekankan pada sejumlah keuntungan dari pilihan alternatif terbaik yang dia pilih. Misalnya biaya peluang yang ada dari keputusan seseorang pemimpin kota tersebut untuk membangun rumah sakit pada lahan yang kosong, ternyata merupakan suatu kerugian dari lahan yang harusnya dipergunakan untuk arena olahraga, bisa juga sebagai ketidakmampuan dalam mempergunakan lahan tersebut menjadi tempat parkir, ataupun uang yang dapat diperoleh dari hasil penjualan lahan itu, bisa juga sebagai kerugian dari penggunaan lainnya yang bermacam-macam. Akan tetapi perlu ditekankan kembali bahwa biaya peluang tersebut bukanlah merupakan agregat dari semua (ditotal). Dari uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa biaya peluang adalah sejumlah keuntungan yang akan hilang dari jumlah yang terbesar diantara berbagai alternatif yang sudah disebutkan di awal.

Salah satu pertanyaan yang biasanya muncul dibenak kita adalah bagaimana cara kita dalam menghitung semua keuntungan dari alternatif yang tentunya tidak sama tersebut. Pada awalnya kita harus menentukan suatu nilai uang yang nantinya dihubungkan dengan setiap alternatif yang ada untuk selanjutnya memfasilitasi perbandingan dan juga penghitungan biaya peluang. Hasilnya lebih kurang akan sulit

untuk dihitung, sangat tergantung terhadap benda apa yang nantinya akan dibandingkan. Misalnya, bagi keputusan yang nanti melibatkan pengaruh terhadap lingkungan, nilai uangnya akan sangat sulit dihitung disebabkan ketidakpastian ilmiah. Kita melakukan penilaian tentang kehidupan seseorang atau dampak ekonomi yang timbul dari tumpahnya minyak yang ada di Alaska. Hal ini tentu akan melibatkan banyak sekali pilihan subyektif dengan semua implikasi etis yang muncul.

F. RANGKUMAN

1. Jangka pendek merupakan kerangka waktu yang mana setidaknya jumlah dari satu faktor produksi adalah tetap.
2. Jangka panjang merupakan jangka waktu di mana semua faktor produksi yang digunakan dapat mengalami perubahan
3. Hubungan antara output dan tenaga kerja diuraikan dalam tiga konsep yang berkaitan yaitu produk total, produk marginal dan produk rata-rata.
4. Biaya produksi yang dipergunakan oleh produsen dalam memperoleh faktor produksi bisa kita bedakan menjadi dua macam, yaitu biaya eksplisit dan juga biaya tersembunyi (*input cost*).
5. Biaya produksi dapat dibedakan ke dalam dua macam, yaitu (1) Biaya tetap (*fixed cost*) dan (2) Biaya variabel (*variable cost*).

G. LATIHAN

Kerjakan latihan berikut dengan tepat.

1. Adanya kenaikan biaya produksi dapat menyebabkan inflasi. Setujukah anda dengan pernyataan tersebut dan berilah alasannya!
2. Langkah apa yang seharusnya diambil oleh seorang produsen apabila kasus yang ada pada soal nomor 1 dialami oleh mereka sendiri (studi kasus di Indonesia)?
3. Supaya terjadi keseimbangan maksimum seorang produsen harus berada dalam posisi $MR > MC$. Benarkah pernyataan tersebut? Berikan alasannya!

4. Perhatikan data berikut:

Tenaga Kerja	Produksi Total	Biaya Tetap	Biaya Variabel	Harga	Biaya Total	Pendapata Total	Biaya Marginal	Pendapatan Marginal
0	0	3000	0	5				
1	100	3000	1000	5				
2	200	3000	2000	5				
3	300	3000	3000	5				
4	400	3000	4000	5				
5	500	3000	5000	5				

Dengan mengalikan FC, VC, dan P dengan tiga angka NIM terakhir masing-masing, maka jawablah pertanyaan berikut:

- Tentukan nilai TC, TR, MC dan MR! (lengkapi dengan kurvanya)
- Apakah produksi tersebut mengalami laba/rugi? Jelaskan!

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar L, Valdin. 2020. Pengaruh Pendapatan Terhadap Permintaan Properti Komersial Dan Keputusan Investasi Di Kota Semarang. *Ecobank Journal of Economics and Banking*, 2 (2), 138-147. <https://doi.org/10.35829/econbank.v2i2.101>.
- Atmanti, D Hastarini. 2017. Kajian Teori Pemikiran Ekonomi Mazhab Klasik dan Relevansinya pada Perekonomian Indonesia. *JEB 17 Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2 (2), 511 - 524. <https://doi.org/10.1234/jeb17.v2i02.1140>.
- Forijati. (2019). Model Pembelajaran Berbasis Riset Pada Mata Kuliah Ekonomi Mikro di Program Magister Pendidikan Ekonomi Pascasarjana Universitas Nusantara PGRI Kediri. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 4(1), 13-25. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Kurniawan, Paulus, Sri Budhi, Made Kembar, 2015, Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro, CV Andi Offset, Yogyakarta
- Mankiw N, Gregory, Principle of Economics, Third Edition, Thompson, South Western, USA, 2004.
- Nasution, E. M. 2021. Pelaku Ekonomi Mikro Dalam Menciptakan Kekuatan Ekonomi Nasional. *Eksya: Jurnal Ekonomi*, 1(1), 100-113. Retrieved from <https://jurnal.stain-madina.ac.id/index.php/eksya/article/view/507>.
- Nuraini, Ida, 2016, Pengantar Ekonomi Mikro, UMM Press, Malang.
- Nurohman. 2019. Pemikiran Ekonomi Mikro Islam dalam Lintas Sejarah. *AKSY: Jurnal Ilmu Akuntansi dan Bisnis Syariah*, 1 (2), 225-232.
- Parkin, Michael, 2017, *Ekonomi Buku 1 : Mikro*, Salemba Empat, Jakarta.
- Pracoyo, Trikunawangsih, 2006, *Aspek Dasar Ekonomi Mikro*, PT. Grasindo, Jakarta.
- Sadono Sukirno, 1994, *Pengantar Teori Ekonomi*, Edisi

Pertama Jakarta, FE UL.

- Sholikhah, Villatus. 2021. Manajemen Strategi Ekonomi Agribisnis Dalam Konteks Ilmu Ekonomi Mikro. *Lantabur Jurnal Ekonomi*, 2 (2), 113-129. <https://doi.org/10.1234/lan%20tabur.v2i2.4187> .
- Situmorang M, Kristina. 2018. Pengaruh Harga Dan Pendapatan Konsumen Terhadap Permintaan Rumah Tipe 36. *Maneggio Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 1 (1). 90 - 98. <http://dx.doi.org/10.30596%2Fmaneggio.v1i1.2340>
- Suherman Rosyidi, 1984, Pengantar Teori Ekonomi, Edisi Pertama Jakarta - Erlangga.
- Syarifah, Lailatis. 2017. Teori Dasar Ekonomi Mikro dalam Literatur Klasik. *EkBis Jurnal Ekonomi dan Binsnis*, 1 (1), 74 - 100. <https://doi.org/10.14421/EkBis.2017.1.1.994>
- Y Sopian, E M Sari, A Guntur, R Septiningrum. 2020. Analisis Permintaan Daging Ayam Broiler di Provinsi Papua Barat-Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Peternakan dan Veteriner*. 636-643. <http://dx.doi.org/10.14334/Pros.Semnas.TPV-2020-p.636-643>

TENTANG PENULIS

Nurullaili Mauliddah, S.Pd., M.S.E.



Nurullaili Mauliddah, S.Pd., M.S.E. Lahir di Kediri, Jawa Timur dan menempuh pendidikan S1 Pendidikan Ekonomi di UIN Maliki Malang. S2 Magister Ilmu Ekonomi di Universitas Airlangga. Sebelum berkarir didunia pendidikan, sejak tahun 2014 penulis bekerja sebagai tenaga Analis Ekonomi di Bappeko Surabaya. Saat ini penulis adalah dosen tetap Asisten Ahli di FEB UM Surabaya. Adapun bidang ilmu yang ditekuninya tentang Pengantar Ekonomi Mikro, Ilmu Ekonomi Mikro, Ekonomi Internasional, Matematika Ekonomi, Ekonomi Pembangunan, Manajemen Keuangan. Beberapa karya yang telah ditulisnya adalah: *Expenditure on Education, health and PDRB percapita on the gini ratio in the east java province*. Disparitas Pendapatan dan Pengembangan Ekonomi Lokal di Kota Surabaya. *Income Inequality in East Java Province. The Determinant of Capital Structure in Mining and Metal Company.*

Dr. Didin Fatihudin, S.E., M.Si.



Dr. Didin Fatihudin, S.E., M.Si. Lahir di Kuningan, Jawa Barat dan saat ini sebagai Dosen tetap Lektor Kepala FEB UMSurabaya. Alumni S1 Universitas Siliwangi/UWP, S2 Universitas Airlangga, S3 Universitas Airlangga. Pembina mata kuliah PTE Mikro, PTE Makro, Metodologi Penelitian Bisnis, Manajemen Investasi-Portofolio, Manaj Pemasaran. Merupakan Asesor BKD, reviewer jurnal terakreditasi, reviewer riset hibah dikti, reviewer pengabdian masyarakat. Pernah menjadi wakil rektor 3 UM Surabaya, wakil dekan 1 FEB UMSurabaya, Kaprodi Manajemen. Ketua P2EK2, Wakil ketua LPPM. Ketua LP2K. Aktivist mahasiswa ekstra-intra universitas angkatan 80an. Penulis-Pemakalah jurnal nasional/internasional. Penerima hibah riset kompetitif nasional hibah pasca, hibah bersaing, fundamenta1-2, PTUP 1-2, PTUPT1-2, riset dasar. Riset pemerintah daerah, riset swasta CocaCola, KAI, Peruri. Penerima beasiswa S1, S2, dan S3. Menulis 15 buku ber ISBN.

Anita Roosmawarni, S.E., M.S.E.



Anita Roosmawarni, S.E., M. S.E. Lahir di Probolinggo dan lulus S1 dari Prodi Ilmu Ekonomi di Universitas Brawijawa, S2 dari Prodi Magister Ilmu di Ekonomi Universitas Airlangga dan saat ini sedang menempuh S3 pada Prodi Doktor Ilmu Ekonomi di Universitas Airlangga. Saat ini penulis merupakan Dosen Tetap

Asisten Ahli di FEB UMSurabaya. Pengampu mata kuliah Pengantar Ekonomi Mikro, Matematika Ekonomi, Ekonomi Moneter, Ekonomi Pembangunan, Manajemen Bank. Penerima Hibah ristekdikti tahun 2017. Pembicara pada visiting lecture di University Selangor (UNISEL) Malaysia. Penulis buku ajar Marketing Syariah dan Keiwausahaan (Dasar dan Konsep). Beberapa judul karya yang telah ditulisnya : *Marketing Framework of Small & Medium Enterprises (SME's) Based on Marketing Mix Syariah*, *Model Pengembangan dan Pemetaan Potensi Jawa Timur Melalui Peranan Key Sector Kota/Kabupaten*, *Characteristic Analysis of Economy Growth of East Java Through Sectoral Approach*, *Analysis Of ROA, IOS, Tangebility Assets, Tax, Sales Growth And Its Effect On Capital Structure In Sub Sector Company Of Metal And Mineral Mining In Indonesia Stock Exchange*.