

PENGANTAR ILMU EKONOMI MIKRO

Penyusun:

Luh Nadi
Tri Utami
Silvia Sari



Jl. Surya Kencana No. 1 Pamulang
Gd. A, Ruang 212 Universitas Pamulang
Tangerang Selatan – Banten

PENGANTAR ILMU EKONOMI MIKRO

Penulis:

Luh Nadi
Tri Utami
Silvia Sari

ISBN:

978-623-7833-90-1

Editor:

Ichwani Siti Utami
Ratih Qadarti Anjilni
Dwi Septiani
Desy Purwasih

Desain sampul:

Putut Said Permana

Tata Letak:

Kusworo

Penerbit:

UNPAM PRESS

Redaksi:

Jl. Surya Kencana No. 1
R. 212, Gd. A Universitas Pamulang Pamulang | Tangerang Selatan | Banten
Tlp/Fax: 021. 741 2566 – 7470 9855 Ext: 1073
Email: unpampress@unpam.ac.id

Cetakan pertama, 28 April 2021

Hak cipta dilindungi undang-undang.

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara apapun tanpa ijin penerbit.

LEMBAR IDENTITAS ARSIP

DATA PUBLIKASI UNPAM PRESS

Lembaga Pengembangan Pendidikan dan Pembelajaran Universitas Pamulang

Gedung A. R. 212 Kampus 1 Universitas Pamulang

Jalan Surya Kencana Nomor 1 Pamulang Barat, Tangerang Selatan, Banten

Website : www.unpam.ac.id | **email** : unpampress@unpam.ac.id

Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro / Luh Nadi, Tri Utami, Silvia Sari -1STed

ISBN. 978-623-7833-90-1

1. Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro / Luh Nadi, Tri Utami, Silvia Sari.

M138-28042021-01

Ketua Unpam Press: Pranoto

Koordinator Editorial: Aden

Koordinator Hak Cipta: Susanto

Koordinator Produksi: Dameis Surya Anggara

Koordinator Publikasi dan Dokumentasi: Kusworo

Desain Cover: Putut Said Permana

Cetakan pertama, 28 April 2021

Hak cipta dilindungi undang-undang.

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara apapun tanpa ijin penerbit.

MATA KULIAH
PENGANTAR ILMU EKONOMI MIKRO

IDENTITAS MATA KULIAH

Program Studi	:	Akuntansi S-1
Mata Kuliah / Kode	:	Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro /SAK0022
Sks	:	2 Sks
Prasyarat	:	--
Deskripsi Mata Kuliah	:	Mata kuliah ini termasuk mata kuliah dasar sebagai pengantar Ilmu Ekonomi, yang membahas masalah perekonomian secara Mikro. Pokok Bahasan dalam mata kuliah ini, yaitu masalah ekonomi yang terjadi pada rumah tangga perusahaan dan rumah tangga konsumen, Teori permintaan & Penawaran, Mekanisme pasar, Teori Tingkah Laku Konsumen, Teori Produksi dan biaya produksi dan struktur pasar
Tujuan Pembelajaran	:	Setelah menyelesaikan mata kuliah ini, mahasiswa mampu mengestimasi, menghitung, menganalisa serta menggambarkan dalam bentuk kurva dan mampu membaca kurva mengenai permasalahan perekonomian mikro, permintaan & penawaran mekanisme pasar, elastisitas, tingkah laku konsumen, produksi dan biaya produksi, harga keuntungan, dan struktur pasar.

Ketua Program Studi
S1 Akuntansi

Ketua Tim Penyusun Mata Kuliah
Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro

Effriyanti, S.E., Akt., M.Si.
NIDN. 0003047701

Luh Nadi, S.E., M.M.
NIDN:0429116702

KATA PENGANTAR

Arus inovasi yang terus berlangsung di bidang teknologi informasi telah mengubah dunia terutama pada sektor bisnis tradisional. Semua organisasi bisnis yang sukses di seluruh dunia menggunakan teknologi informasi dalam mengelola dan mengorganisasikan bisnis mereka.

Mata kuliah ini akan memberikan pemahaman pada Siswa hubungan timbal balik antara Organisasi dengan Sistem Informasi, penerapan Sistem Informasi di perusahaan baik untuk menunjang operasional perusahaan misalnya ERP, SCM, dan CRM ataupun untuk informasional perusahaan misalnya Data Warehouse dan *Business Intelligence* yang merupakan bagian dari Sistem Pendukung Pengambilan Keputusan. Sebagai pelengkap akan dikenalkan mengenai konsep Database dan pengelolaan Informasi.

Mata kuliah Sistem Informasi Manajemen sebenarnya berbicara mengenai strategi bisnis dengan memaksimalkan memanfaatkan Sistem Informasi, sehingga semua jurusan perlu diberikan mata kuliah ini, terlebih Siswa jurusan Akuntansi. Buku ini disusun baik bagi Siswa jurusan Teknis maupun Non Teknis, disampaikan dengan bahasa yang sederhana dan tidak membutuhkan prasarat bidang ilmu yang lain, sehingga Siswa tidak akan kesulitan dalam memahami mata kuliah Sistem Informasi Manajemen.

Tangerang Selatan, 28 April 2021

Penyusun

DAFTAR ISI

LEMBAR IDENTITAS ARSIP	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
PERTEMUAN 1 PENDAHULUAN	1
A. TUJUAN PEMBELAJARAN	1
B. URAIAN MATERI	1
C. SOAL LATIHAN/TUGAS	11
D. DAFTAR PUSTAKA	12
PERTEMUAN 2 POLA KEGIATAN PEREKONOMIAN	13
A. TUJUAN PEMBELAJARAN	13
B. URAIAN MATERI	13
C. LATIHAN SOAL/TUGAS	25
D. DAFTAR PUSTAKA	25
PERTEMUAN 3	26
MASALAH EKONOMI DAN SISTEM PENGATURAN EKONOMI	26
A. TUJUAN PEMBELAJARAN	26
B. URAIAN MATERI	26
C. LATIHAN SOAL/TUGAS	38
D. DAFTAR PUSTAKA	38
PERTEMUAN 4	39
TEORI PERMINTAAN	39
A. TUJUAN PEMBELAJARAN	39
B. URAIAN MATERI	39
C. LATIHAN SOAL/TUGAS	56
D. DAFTAR PUSTAKA	56
PERTEMUAN 5	57
PENAWARAN DAN KESEIMBANGAN PASAR	57

A. TUJUAN PEMBELAJARAN	57
B. URAIAN MATERI	57
C. LATIHAN SOAL/TUGAS	70
D. DAFTAR PUSTAKA	71
PERTEMUAN 6	72
ELASTISITAS PERMINTAAN DAN PENAWARAN	72
A. TUJUAN PEMBELAJARAN	72
B. URAIAN MATERI	72
C. LATIHAN SOAL/TUGAS	94
D. DAFTAR PUSTAKA	95
PERTEMUAN 7	96
TEORI TINGKAHLAKU KONSUMEN:	96
TEORI NILAI GUNA	96
A. TUJUAN PEMBELAJARAN	96
B. URAIAN MATERI	96
C. LATIHAN SOAL/TUGAS	103
D. DAFTAR PUSTAKA	104
PERTEMUAN 8	105
TEORI TINGKAHLAKU KONSUMEN:	105
ANALISIS KURVA KEPUASAN YANG SAMA	105
A. TUJUAN PEMBELAJARAN	105
B. URAIAN MATERI	105
C. LATIHAN SOAL/TUGAS	122
D. DAFTAR PUSTAKA	123
PERTEMUAN 9	124
TEORI PRODUKSI DAN KEGIATAN PERUSAHAAN	124
A. TUJUAN PEMBELAJARAN	124
B. URAIAN MATERI	124
C. LATIHAN SOAL/TUGAS	138
D. DAFTAR PUSTAKA	138
PERTEMUAN 10	139

TEORI BIAYA PRODUKSI	139
A. TUJUAN PEMBELAJARAN	139
B. URAIAN MATERI	139
C. LATIHAN SOAL/TUGAS	153
D. DAFTAR PUSTAKA	154
PERTEMUAN 11	155
PASAR PERSAINGAN SEMPURNA	155
A. TUJUAN PEMBELAJARAN	155
B. URAIAN MATERI	155
C. LATIHAN SOAL/TUGAS	177
D. DAFTAR PUSTAKA	178
PERTEMUAN 12	179
MONOPOLI	179
A. TUJUAN PEMBELAJARAN	179
B. URAIAN MATERI	179
C. LATIHAN SOAL/TUGAS	195
D. DAFTAR PUSTAKA	195
PERTEMUAN 13	196
PERSAINGAN MONOPOLISTIS	196
A. TUJUAN PEMBELAJARAN	196
B. URAIAN MATERI	196
C. TUGAS LATIHAN / SOAL	208
D. DAFTAR PUSTAKA	209
PERTEMUAN 14	210
OLIGOPOLI	210
A. TUJUAN PEMBELAJARAN	210
B. URAIAN MATERI	210
C. TUGAS LATIHAN / SOAL	220
D. DAFTAR PUSTAKA	221
DAFTAR PUSTAKA	222
GLOSARIUM	223

FORMAT RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER	227
(RPS)	227

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Permintaan Seragam Sekolah	6
Tabel 2. Komposisi barang industri dan barang pertanian	28
Tabel 3. Permintaan buku tulis pada berbagai tingkat harga.....	42
Tabel 4. Data Permintaan Barang.....	44
Tabel 5. Permintaan Pasar Terhadap Buku	50
Tabel 6. Daftar Penawaran Buku Tulis.....	59
Tabel 7. Permintaan, Penawaran Buku tulis	64
Tabel 8. Total utility dan marjinal utility dalam Angka.....	98
Tabel 9. Total utility dan marginal utility dalam angka	103
Tabel 10. Kombinasi Makanan dan buku yang memberikan kepuasan yang sama...	107
Tabel 11. Kombinasi makanan dan minuman yang dapat dibeli konsumen	110
Tabel 12. Hubungan Jumlah Tenaga Kerja dan Jumlah Produksi	128
Tabel 13. Biaya Produksi dalam Jangka Pendek (Ribu Rupiah)	144
Tabel 14. Jumlah Produksi dan Biaya Produksi	161
Tabel 15. Jumlah Produksi dan Tingkat Penjualan (dalam ribuan rupiah)	162
Tabel 16. Hasil Penjualan, Biaya produksi, dan Keuntungan Maksimum	163
Tabel 17. Penjualan Marginal dan Jumlah Keuntungan (ribu rupiah)	164
Tabel 18. Menentukan Tingkat Produksi yang Memaksimumkan Keuntungan.....	165

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grafik dan kurva.....	6
Gambar 2. Teori Kuantitas.....	7
Gambar 3. Spesialisasi Perdagangan Dalam Perekonomian Uang.....	15
Gambar 4. Pelaku kegiatan rumah tangga, perusahaan dan pemerintah.....	19
Gambar 5. Sirkulasi Aliran Pendapatan 2 sektor	20
Gambar 6. Kurva kemungkinan produksi	29
Gambar 7. Pengangguran, Penghamburan dan keadaan yang tidak tercapai	31
Gambar 8. Efek pertambahan factor-faktor produksi dan kemajuan teknologi.....	32
Gambar 9. Efek kemajuan teknologi yang tidak seimbang	33
Gambar 10. Permintaan.....	40
Gambar 11. Kurva permintaan terhadap buku tulis.	43
Gambar 12. Kemiringan Kurva Permintaan / <i>demand</i>	43
Gambar 13. Kurva hukum permintaan	44
Gambar 14. permintaan pembuktian.....	45
Gambar 15. Pergeseran Kurva Permintaan	49
Gambar 16. Pergeseran Kurva Permintaan yang Lain.....	49
Gambar 17. Kurva penawaran buku tulis	60
Gambar 18. pergeseran kurva penawaran.....	61
Gambar 19. Gerakan sepanjang kurva penawaran.....	63
Gambar 20. Penentuan keseimbangan.....	64

Gambar 21. Efek penambahan Penawaran	67
Gambar 22. Akibat Pergeseran Permintaan dan Penawaran	69
Gambar 23. Perubahan permintaan barang	69
Gambar 24. Jenis–Jenis Elastisitas penawaran	83
Gambar 25. Penawaran pada masa amat singkat	89
Gambar 26. Jangka Pendek	89
Gambar 27. Jangka panjang	90
Gambar 28. Kurva utility total dan utility marginal	99
Gambar 29. Peta Kurva Kepuasan Yang Sama	109
Gambar 30. Garis Anggaran Pengeluaran	111
Gambar 31. Anggaran Pengeluaran apabila Harga berubah	113
Gambar 32. Garis Anggaran Pengeluaran apabila pendapatan berubah	114
Gambar 33. Pemaksimum Kepuasan Konsumen	115
Gambar 34. Garis Pendapatan- Konsumsi	116
Gambar 35. Garis Harga- Konsumsi	117
Gambar 36. Efek Penggantian dan Efek Pendapatan	119
Gambar 37. Membentuk kurva permintaan dengan bantuan alat analisis kurva indifference	120
Gambar 38. Kurva produksi total, Produksi rata-rata dan Produksi Marginal	132
Gambar 39. Kurva Produksi Sama	134
Gambar 40. meminimumkan biaya atau memaksimumkan keuntungan	137
Gambar 41. Biaya Total, Biaya Tetap, dan Biaya Berubah Total	145

Gambar 42. Biaya Tetap Rata-Rata, Biaya Berubah Rata-rata dan Biaya Total Rata-rata.....	146
Gambar 43. Hubungan antara MC dengan AVC dan ATC	147
Gambar 44. Kurva biaya total rata-rata jangka panjang (LRAC)	148
Gambar 45. Kurva biaya total rata-rata jangka panjang (LRAC)	149
Gambar 46. Tiga bentuk dari LRAC	153
Gambar 47. Permintaan yang dihadapi perusahaan dan pasar	158
Gambar 48. Hasil Pejualan Rata-rata, Penjualan Marjinal dan Penjualan Total	160
Gambar 49. Menentukan Keuntungan Maksimum Dengan Kurva Biaya Dan Penjualan Total	166
Gambar 50. Mengagambarkan keuntungan Maksimum dengan Kurva Biaya dan Penjualan Marginal.....	167
Gambar 51. Tiga Kondisi Kemungkinan Keuntungan Perusahaan.....	168
Gambar 52. Membentuk Kurva Penawaran Perusahaan	170
Gambar 53. Kurva Penawaran Perusahaan dan Industri	171
Gambar 54. Penyesuaian akibat kenaikan Permintaan.....	172
Gambar 55. Grafik Perubahan Akibat Penurunan Permintaan	173
Gambar 56. Kesiimbangan Perusahaan dalam Pasar Monopolistis Untuk Analisis Jangka Pendek	200
Gambar 57. Keseimbangan Perusahaan Persaingan Monopolistis dalam Analisis Jangka Panjang	201
Gambar 58. Efisiensi Penggunaan Sumber-sumber Daya	202
Gambar 59. Pengaruh Iklan ke Atas Biaya Produksi, Harga dan Tingkat Produksi ..	207

Gambar 60. Kurva MR dalam oligopoli	215
---	-----

PERTEMUAN 1 PENDAHULUAN

A. TUJUAN PEMBELAJARAN

Dalam modul ini, diharapkan mahasiswa:

1. Mahasiswa dapat memahami dan menjelaskan Pengertian Ilmu Ekonomi, ruang lingkup analisa mikro dan makro ekonomi.
2. Mahasiswa dapat menganalisa akar dari permasalahan ekonomi.
3. Mampu menganalisa perkembangan ekonomi makro dan mikro

B. URAIAN MATERI

1. Ilmu Ekonomi

Ilmu Ekonomi Mikro sebagai pemahaman perilaku masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hidup untuk mencapai kepuasan. Ekonomi mikro membahas masalah aktifitas-aktifitas dalam perekonomian yang bersifat hanya sebagian kecil dari perekonomian global yaitu memusatkan pada konsumen, produsen, rumah tangga konsumen, rumah tangga produsen, pendapatan, pasar, harga, penawaran dan permintaan. Dalam memenuhi kebutuhan hidup manusia, sering terjadi ketidakseimbangan antara kebutuhan dengan alat pemenuhnya. Hal ini menjadi akar permasalahan yang terjadi di masyarakat yaitu:

a. Terjadinya kelangkaan (*scarcity*)

Kebutuhan hidup manusia akan barang dan jasa yang tidak terbatas, sehingga barang-barang dan jasa yang dibutuhkan semakin bernilai, hal tersebut menyebabkan tidak terjadinya kepuasan dalam mengkonsumsi maka kebutuhan akan produk/barang dihadapkan pada suatu pilihan.

b. Pilihan (*Choices*)

Bagi pelaku ekonomi, akan memilih alternatif yang terbaik untuk memenuhi kebutuhannya yang harus dipenuhi, kebutuhan yang paling mendesak itu perlu didahulukan dan menyusul dengan kebutuhan yang lainnya.

c. Biaya Kesempatan (*Opportunity Cost*)

Ketika manusia dihadapkan dalam suatu pilihan, maka akan terpikirkan mana kebutuhan yang mendesak yang tentunya memikirkan biaya dalam arti untung dan rugi. Biaya yang dimaksudkan ini merupakan

suatu biaya kesempatan, yang mana biaya kesempatan ini merupakan biaya yang akan hilang karena kita sudah memilih alternatif yang lain.

2. Masalah-Masalah Perekonomian

Adam Smith dalam bukunya *The Wealth of nations* yang terbit 9 maret 1776. Buku ini membahas tentang sumber kekayaan suatu bangsa-bangsa. Pada jaman itu, pandangan orang tentang kekayaan suatu bangsa bersumber pada uang, emas dan logam. Pandangan tersebut ditepis oleh *Adam Smith*, *Smith* menyatakan dalam bukunya bahwa kekayaan suatu bangsa dinilai dari Sumber daya alam dan sumberdaya manusia. Perpaduan ini akan menghasilkan produksi berupa barang dan jasa, dengan melihat seberapa luas pasar yang membutuhkan produk barang dan jasa tersebut. Menurut *Smith* Pasar sebagai pemeran utama dalam sektor perekonomian. *Smith* juga menyatakan bahwa produksi dan perdagangan merupakan kunci untuk kemakmuran. Kemakmuran suatu Negara terjadi apabila kebutuhan setiap penduduk dapat terpenuhi dan selalu tersedia.

Dalam memenuhi kebutuhan hidup manusia sering timbul terjadinya masalah ekonomi, dan hal ini merupakan pilihan bagi manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya di butuhkan pengorbanan atau biaya yang akan dikeluarkan. Sehubungan dengan kelangkaan sumber daya maka masalah ekonomi mikro dapat dikelompokkan menjadi 2:

a. Masalah Ekonomi Klasik

Permasalahan ekonomi klasik digolongkan sebagai berikut:

- 1) Masalah Produksi, produksi artinya menghasilkan barang/jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia. Masalah yang dihadapi oleh masyarakat yaitu disebabkan oleh kebutuhann tidak terbatas. Dalam hal ini manusia tidak pernah puas kalau memiliki suatu barang/produk, masih ada barang yang lain yang akan diburu sampai alat pemuasnya terpenuhi. Melihat apa yang dibutuhkan oleh manusia tidak ada habisnya, maka perusahaan sebagai produsen dapat mengetahui barang/jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat, sehingga perusahaan dapat memproduksinya.
- 2) Masalah Distribusi, masalah Distribusi berkaitan dengan penyaluran barang/jasa yang telah diproduksi. Setelah barang di produksi maka barang tersebut akan disalurkan ke konsumen, sebelum penyaluran

barang ke konsumen maka barang tersebut perlu di packing, pelabelan diasuransi dll.

- 3) Masalah Konsumsi, hasil Output dari barang/jasa yang telah didistribusikan kepada masyarakat melalui pasar, dapat dikonsumsi guna memenuhi kebutuhan masyarakat.

b. Masalah Ekonomi Modern

Masalah ekonomi modern timbul dikarenakan adanya kelangkaan dan pilihan. Kelangkaan ini disebabkan karena bahan baku yang ada sangat terbatas sehingga setiap orang dihadapkan dengan berbagai alternatif pilihannya. Hal ini dilakukan supaya terwujudnya kesejahteraan bagi individu ataupun masyarakat. Masalah ekonomi modern diantaranya, yaitu: (1) Berapa banyak barang yang harus diproduksi dan barang apa saja; Kelangkaan sumber daya yang dimiliki, maka produsen haruslah mengetahui barang yang akan diproduksi dan berapa banyak jumlahnya. Hal ini dikarenakan supaya barang yang diproduksi dapat memberikan manfaat bagi masyarakat yang mengkonsumsi produk barang/ jasa; (2) Bagaimana cara memproduksinya. Dengan mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen, maka Produsen dapat memutuskan produk yang akan diproduksi dengan menggunakan berbagai macam metode yang disesuaikan dengan perkembangan teknologi pada saat itu; (3) Untuk siapa kebutuhan barang dan jasa diproduksi; Memproduksi dilakukan oleh produsen perlu dilihat dari kebutuhan, keinginan serta disesuaikan pangsa pasar, sehingga dapat memenuhi kebutuhan masyarakat.

3. Mengapa Belajar Ilmu Ekonomi Mikro

Sebagai individu tentu ada rasa keingintahuan mengapa mesti belajar ekonomi mikro, hal ini menjadikan kunci sebagai pandangan untuk memberi arahan bagaimana pengalokasian sumber-sumber dana tersebut. Adapun manfaat dari belajar ekonomi mikro adalah:

- a. Dapat mengetahui kebijakan ekonomi. Kebijakan ekonomi setiap saat dapat berubah, sebagai individu pelaku ekonomi dapat mengetahui dan menganalisa kebijakan-kebijakan pemerintah, seperti kebijakan upah, harga-harga bahan pokok, dll

- b. Sebagai dasar dalam membuat peramalan

Melihat keadaan ekonomi yang tidak stabil, maka kondisi perekonomian dapat diprediksi akan tetapi tetap melihat kondisi realitanya.

- c. Untuk dapat mengetahui arus perputaran keuangan

Dengan mempelajari ekonomi mikro, dapat mengalokasikan dana yang dimiliki, dan dapat memperkirakan keuntungan dan kerugian setiap pengeluarannya.

- d. Mempelajari bagaimana harga dapat terbentuk

Bagi produsen perlu mengetahui harga, karena barang/jasa yang akan di produksi tentu melihat harga dari bahan baku. Hal ini tentu dilihat dari penawaran dan permintaan pasar, dari bahan baku sampai proses produksi menjadi barang jadi maka akan dapat dihitung berapa barang yang harus dijual, sehingga perusahaan mendapatkan keuntungan.

4. Jenis-Jenis Analisa Ekonomi

Analisa Ekonomi terdiri dari 3 yaitu:

- a. Ekonomi Deskriptif

Teori ini menggambarkan kejadian atau fenomena yang terjadi dalam kehidupan manusia sebagai konsumen dan perusahaan sebagai produsen pada alam semesta. Contoh: Fenomena pada kenaikan harga sembilan bahan pokok, sulit untuk dijelaskan karena banyak faktor yang mempengaruhi diantaranya yaitu harga, iklim, pendapatan serta kondisi ekonomi pada saat itu.

- b. Teori Ekonomi

Menjelaskan mengenai gambaran umum tentang kegiatan suatu perekonomian. Dengan melihat teori dengan kenyataan, maka ilmu ekonomi itu akan menjadi sangat penting perannya. Contoh: kenaikan harga barang menyebabkan permintaan menjadi menurun atau sedikit, begitu sebaliknya.

- c. Ekonomi Terapan

Dalam Ekonomi terapan dapat mengatasi masalah perekonomian. Hal ini dikarenakan adanya kebijakan ekonomi.

5. Sifat-Sifat Teori Ekonomi

a. Variabel

Variabel adalah bagian yang terpenting dari setiap teori. Setiap teori yang merupakan variabel perlu diberikan definisi. Variabel terdiri dari dua yaitu variabel endogen dan variabel eksogen. Variabel Endogen merupakan variabel yang menjelaskan suatu teori, contoh mengenai harga barang yang terjadi di pasar, sedangkan pada variabel eksogen menjelaskan diluar dari teori contohnya: variabel iklim.

b. Asumsi

Asumsi digunakan untuk menjelaskan perhubungan dari berbagai variabel, dimana teori yang dibuat sebagai bentuk penyederhanaan atas kejadian yang ada dimasyarakat sehingga bentuk penyederhaaan ini sebagai pemisalan. Pemisalan ini sebagai *ceteris paribus* yang artinya hal-hal yang tidak mengalami perubahan. Contoh Teori permintaan (teori harga) yaitu permintaan terhadap daging tergantung pada harganya. Harga tinggi akan mengurangi permintaan, harga rendah akan memperbanyak permintaan. Hukum permintaan berlaku *ceteris paribus*.

c. Hipotesis

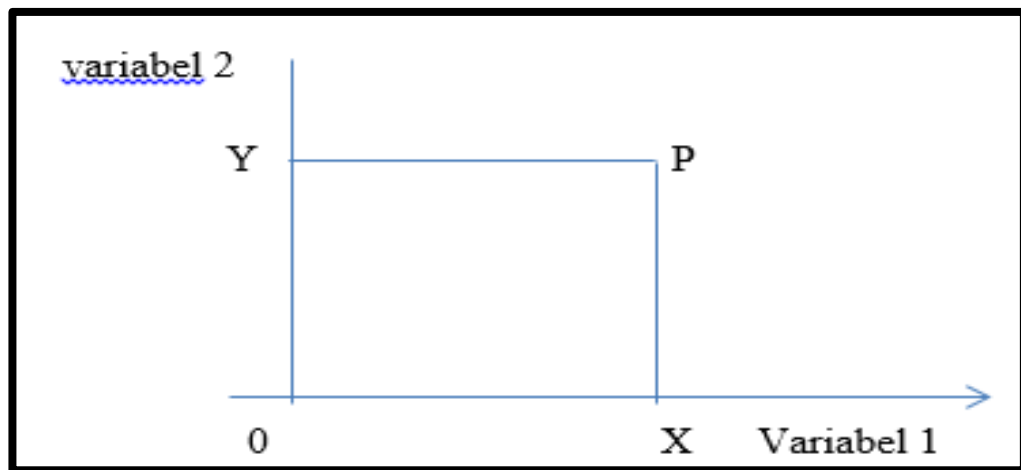
Dugaan sementara dari suatu fenomena yang terjadi pada variabel yang berkaitan dan saling berhubungan sering disebut dengan hipotesis. Sifat hubungan ini dinyatakan sebagai hubungan langsung dan hubungan tidak langsung atau terbalik. sebagai contohnya: Naiknya pendapatan akan menyebabkan konsumsi bertambah (hubungan langsung). Kenaikan harga akan menyebabkan permintaan menurun (hubungan terbalik)

d. Ramalan

Tujuan membuat ramalan yaitu sebagai landasan untuk membuat langkah perbaikan perekonomian dimasyarakat. Langkah yang diambil dapat meminimalisir masalah yang tidak diinginkan dapat dihindari. Dengan mempelajari teori ekonomi mikro dapat diterangkan mengapa harga-harga berubah, mengapa terjadi pengangguran, dan mengapa adanya kenaikan harga, hal ini dapat dipelajari dengan teori perekonomian. Teori ekonomi dapat meramalkan keadaan yang berlaku.

6. Analisa Dalam Ilmu Ekonomi

Alat Utama yang digunakan dalam menganalisa dalam ekonomi mikro adalah: Grafik dan kurva. Alat analisa yang mendalam adalah matematika dan persamaan matematika. Dalam statistik, alat ini bertujuan untuk mengumpulkan fakta dan menguji kebenaran. Dengan alat bantu grafik, digambarkan dengan horizontal, dan sumbu tegak digambarkan sebagai sumbu yang tegak lurus.



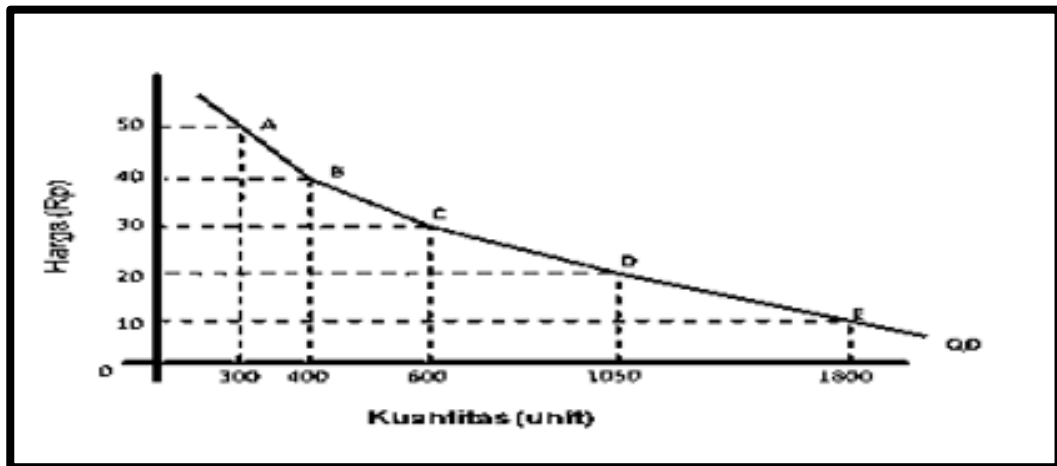
Gambar 1. Grafik dan kurva

a. Hubungan Antara Variabel

Hubungan antara variabel dapat ditunjukkan dengan grafik. Grafik yang akan menerangkan hipotesis mengenai sifat hubungan antar dua variable. Sebagai contoh hukum permintaan. Pada hukum permintaan variabel yang berhubungan yaitu harga dan jumlah atau quantitas. Dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 1. Permintaan Seragam Sekolah

Nama Seragam	Harga	Jumlah permintaan
Baju	50.000	300 unit
Baju	40.000	400 unit
Baju	30.000	600 unit
Baju	20.000	1.050 unit
Baju	10.000	1.800 unit



Gambar 2. Teori Kuantitas

Titik A menunjukkan ketika harga seragam 50.000, pembeli akan membeli sebanyak 300 unit. Titik B menunjukkan harga turun 40.000, jumlah yang dibeli 400 unit, selanjutnya dengan turunnya harga, jumlah yang diminta menjadi bertambah hal ini ditunjukkan oleh titik CDE pada gambar 2.

7. Mikro Ekonomi dan Makro Ekonomi

a. Teori Mikro Ekonomi

Teori ini menganalisa bagian terkecil dari seluruh kegiatan perekonomian (Raharja dan Manurung, 2016:11) dimana aspek yang akan dibahas yaitu:

1) Interaksi di pasar barang

Ekonomi mikro berpandangan kepada berbagai jenis barang yang dapat digabungkan. Hal ini dimaksudkan terdapat corak pasar yaitu interaksi antara penjual dan pembeli sehingga terbentuk harga yang disepakati ke dua belah pihak, dengan harga keseimbangan.

2) Prilaku penjual (Produsen) dan pembeli (konsumen)

Prilaku konsumen dalam mengkonsumsi barang maupun jasa akan mencari barang /jasa yang dibutuhkan sehingga dapat memberikan

kepuasan. begitu juga dengan perilaku produsen akan berusaha memaksimalkan keuntungan dengan jalan memberikan kepuasan terhadap produk barang/jasa yang diproduksi dan berusaha semaksimal mungkin untuk mengatasi kendala-kendala yang dihadapi.

3) Pasar Faktor Produksi

Tujuan Ilmu ekonomi mikro yaitu untuk menganalisis pasar beserta mekanisme dalam pembentukan harga keseimbangan. Faktor produksi yang dimiliki oleh pelaku ekonomi bertujuan untuk mendapatkan penghasilan. penghasilan atau pendapatan digunakan untuk membeli barang dan jasa yang akan dipakai untuk produksi sehingga menghasilkan barang jadi.

b. Teori Makro Ekonomi

Permasalahan yang akan dibahas oleh perekonomian makro adalah pengangguran, inflasi, pertumbuhan ekonomi, dan neraca pembayaran.

1) Pengangguran (*unemployment*), pengangguran merupakan angkatan kerja yang tidak atau belum bekerja. Hal ini dikarenakan kekurangan pengeluaran agregat (pengeluaran keseluruhan dalam suatu perekonomian), adanya pekerja yang sedang mencari pekerjaan lain yang lebih baik, perusahaan menggunakan peralatan-peralatan berteknologi tinggi dalam proses produksi, sehingga mengurangi tenaga kerja, ketidaksesuaian antar ketrampilan pekerja dengan yang diharapkan perusahaan. Jenis-Jenis Pengangguran:

- a) Pengangguran Terbuka, merupakan suatu keadaan dimana tenaga kerja tidak melakukan suatu pekerjaan. Contoh: mahasiswa yang baru lulus dari bangku kuliah dan sedang mencari pekerjaan.
- b) Pengangguran Tersembunyi, merupakan pengangguran tidak kentara atau tenaga kerja yang bersangkutan bekerja tidak sepenuh waktu, tetapi tidak mengurangi produktifitasnya. Contoh: Seorang anak yang turut bekerja membantu ibunya bekerja menjadi asisten rumah tangga, sebenarnya pekerjaan tersebut cukup diperkerjakan satu orang, tetapi karena anak tersebut tidak memiliki pekerjaan, pemilik rumah terpaksa mengerjakan anak tersebut dengan memberikan gaji sesuai dengan pekerjaan.
- c) Pengangguran Musiman, pengangguran yang terjadi ketika tenaga kerja yang harus kehilangan pekerjaan disaat-saat tertentu,

biasanya terjadi pada sektor pertanian. Contoh: petani yang biasanya kalau musim hujan tidak bisa menggarap sawahnya.

- d) Setengah Pengangguran, tenaga kerja yang bekerja tidak sepenuh waktu sehingga mengurangi produktifitas. Contoh: penjaga took, kurir.

2) Inflasi

Merupakan kenaikan semua barang secara terus menerus dalam pereko nomian suatu Negara, biasanya ditandai dengan meningkatnya harga-harga, terutama harga sembako. Berdasarkan lajunya/sifatnya, inflasi dapat dikelompokkan:

- a) Inflasi merayap, inflasi yang tidak terlalu besar, sehingga tidak berasa, sehingga tidak mengganggu perekonomian biasanya sekitar 5%-7%.
- b) Inflasi Menengah, disebabkan karena naiknya harga barang secara cepat dan relative besar. Besarnya inflasi antara 10% - 30%. Biasanya sering disebut inflasi 2 digit.
- c) Inflasi Berat (*high inflation*), Kondisi seperti ini, harga-harga mengalami kenaikan dan sulit dikendalikan besarnya inflasi antara 30-100% pertahun.
- d) Inflasi sangat tinggi (*hyper inflation*), Inflasi terjadi secara besar-besaran bisa sampai 100%.

3) Pertumbuhan ekonomi

Ekonomi akan tumbuh apabila mengalami perkembangan setiap tahun meningkat. Perkembangan akan kenaikan pendapatan nasional terus meningkat Adapun Rumus pertumbuhan ekonomi:

$$G_t = \frac{(PDB_t - PDB_{t-1})}{PDB_t} \times 100\%$$

Penjelasan:

G_t = Pertumbuhan Ekonomi periode t

PDB_t = Periode Domestik Bruto pada periode t (berdasarkan harga konstan)

PDB_{t-1} = Produk Domestik Bruto periodesebelumnya.

c. Teori Ekonomi Mikro sebagai Teori Ekonomi klasik

Ilmu ekonomi modern berkembang diawali dengan teori *Adam Smith* (1723-1790) menerbitkan buku dengan judul "*An Inquiry into the nature and Causes of the Wealth Nations*", buku ini dikenal sebagai *Wealth of Nations* (1776), menjelaskan tentang titik awal perkembangan Ilmu ekonomi, bercerita mengenai bagaimana merintis pemikiran baru mengenai analisis ekonomi tentang memecahkan sebuah masalah ekonomi. Masalah-masalah ekonomi perlu dianalisis secara mikro dan makro ekonomi seperti kenaikan dan penurunan harga barang. Harga barang yang naik serta angka pengangguran yang tinggi akan menyebabkan gangguan keseimbangan pada perekonomian negara. Permasalahan ekonomi dapat teratasi apabila ekonomi membaik dikembalikan kepada kearah keseimbangan. Untuk itu diperlukan kekuatan pengatur sebagai mekanisme pasar dimana proses penentuan tingkat harga berdasarkan kekuatan pembeli dan penjual sehingga menjadi seimbang.

Mekanisme Pasar yang mengarah pada keseimbangan dari teori Adam Smith diperkuat oleh Jean Baptiste Say, ekonom dari perancis (1767-1832), dengan hukum Say (*Say's law*) "... *supply creates it's own demand*..." dalam bukunya: *A Treatise On Political Economy* (1803). Dalam buku tersebut menyatakan bahwa barang dan jasa yang diproduksi pasti terserap oleh permintaan sampai tercapai keseimbangan pasar. Inti atau pokok dari hukum Say, bahwa kekuatan pasar mampu menjadi alokasi sumber daya yang efisien lewat pertukaran. Mekanisme pasar ini diperkuat oleh *Leon Walras* pada tahun 1834-1910 dalam teori keseimbangan pasar simultan. Teori ini sebagai dasar dari analisis model keseimbangan umum (*General Equilibrium Model*) Walras juga mengakui tentang kemampuan dari mekanisme pasar sebagai teori dari Adam Smith, Say's law serta ekonom lainnya.

Kesimpulan dari pendapat para ahli ekonomi diatas, bahwasannya alokasi sumber daya dapat dicapai apabila masing-masing dari individu atau masyarakat tersebut telah mencapai keseimbangan. Efisien tidak akan mungkin tercapai tanpa keseimbangan. Mengapa Para ekonomi klasik yakin sekali terhadap kemampuan mekanisme pasar. Hal ini menjadikan suatu

pertanyaan bagi para ekonomi klasik. Keampuhan dari mekanisme pasar dilatar belakangi oleh asumsi dari model mekanisme pasar yaitu struktur pasar, transaksi aerta pertukaran. Adapun asumsi penting dari teori Ekonomi klasik yaitu:

1) Asumsi mekanisme pasar

Mekanisme dapat tercapai pada saat itu juga dimana individu antar individu yang terlibat tidak terbatas oleh tempat dan waktu. Dapat disimpulkan bahwa pasar sebagai institusi yang tidak terbatas oleh waktu dan tempat.

2) Asumsi Netralitas Uang (*money neutrality*)

Fungsi uang semata-mata sebagai alat transaksi (*medium of exchange*). Tidak ada penggunaan uang untuk tujuan spekulasi, karenanya uang tidak dapat mempengaruhi jumlah output yang di produksi para pelaku ekonomi, yang dapat dipengaruhi oleh uang hanyalah tingkat harga. Tingkat Harga berpengaruh terhadap jumlah uang yang beredar di masyarakat, apabila peredaran uang banyak maka tingkat harga barang dan jasa akan naik/ mahal, dan sebaliknya.

3) Asumsi klasik

Berpendapat bahwa dalam rangka mencapai keseimbangan maka diperlukan proses pertukaran yang saling berinteraksi terfokus pada analisa perilaku konsumen dan produsen. Ketika terjadinya keseimbangan setiap individu maka secara total perekonomianpun akan mencapai keseimbangan. Dapat disimpulkan bahwa teori klasik identik dengan teori ekonomi mikro.

Berdasarkan hukum Saya, masalah sentral perekonomian adalah penawaran baik penawaran input maupun output.

C. SOAL LATIHAN/TUGAS

1. Apa yang menyebabkan masalah pokok ekonomi dan mengapa analisis ekonomi sangat diperlukan? Jelaskan!
2. Apa yang biasanya diterangkan dalam grafik ekonomi? Buatlah beberapa contoh hubungan antara dua variabel dapat digambarkan dalam grafik!

3. Jelaskan alat analisa dalam Ilmu ekonomi!
4. Jelaskan perkembangan dari teori ekonomi mikro dan makro!

D. DAFTAR PUSTAKA

- Mankiw, Gregory. (2014). Pengantar Ekonomi Mikro-Edisi Asia Vol 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Rahardja, Pratama, Mandala Manurung. (2008). Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikroekonomi & Makroekonomi). Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Sukirno, Sadono. (2016). Mikro Ekonomi Teori Pengantar: Edisi Ketiga. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sukirno, Sadono. (2011). Pengantar Teori Ekonomi Mikro. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

PERTEMUAN 2

POLA KEGIATAN PEREKONOMIAN

A. TUJUAN PEMBELAJARAN

Selesai menyimak modul ini dimohon supaya:

1. Mahasiswa dapat memahami, menganalisa perdagangan, uang dan spesialisasi.
2. Mahasiswa dapat menyebutkan, memahami, pelaku-pelaku kegiatan ekonomi serta menggambarkan dan menjelaskan spesialisasi dan perdagangan perekonomian uang
3. Mahasiswa dapat menggambarkan, membuat serta menganalisa sirkulasi aliran pendapatan dalam ekonomi pasar.
4. Mahasiswa dapat menyebutkan, menjelaskan, serta menganalisa mekanisme pasar, kegagalan pasar dan campur tangan pemerintah.

B. URAIAN MATERI

Hasil proses produksi akan di distribusikan ke rumah tangga konsumen. Materi mikro dalam analisisnya selalu ada pemisalan-pemisalan. sistem perekonomian sebagai cara untuk mengatur pengalokasian sumber daya dalam memproduksi barang/jasa, dibagi menjadi:

1. Sistem Ekonomi Pasar Bebas, Kegiatannya dikendalikan antara konsumen dan produsen dipasar. Sebagai contoh pemerintah enggak mempengaruhi jalannya kegiatan ekonomi.
2. Sistem Ekonomi Perencanaan Terpusat, Kegiatan ekonomi atau semua perangkat produksi dimiliki oleh pemerintah sebagai peran dalam penyelesaian perekonomian.
3. Sistem Ekonomi Campuran, Sistem yang kegiatan perekonomian sebagian ditetapkan oleh pasar (mekanisme pasar) dan sebagian ditetapkan oleh pemerintah.

Ruang lingkup materi pada pertemuan kali ini yaitu sebagai berikut.

1. Uang, Perdagangan dan Spesialisasi

Seiring dengan perkembangan jaman bahwa perekonomian telah banyak mengalami perubahan, yaitu menggunakan uang sebagai alat pembayaran yang sah. Kegiatan perdagangan semakin maju sehingga menimbulkan spesialisasi

dalam memproduksi. Spesialisasi pada ekonomi modern terdapat pemisalan yang jelas diantara berbagai pelaku kegiatan ekonomi terutama diantara golongan pekerja dan golongan pengusaha. Spesialisasi kegiatan produksi merupakan ciri dari perekonomian modern yaitu:

- a. Menambah efisiensi penggunaan akan faktor produksi
- b. Meningkatkan efisiensi dalam memproduksi
- c. Mendorong perkembangan teknologi.
- d. Perekonomian berdasarkan taraf perkembangan dibagi menjadi 2 yaitu perekonomian subsisten dan perekonomian modern.

2. Perekonomian Subsisten

Perekonomian subsisten merupakan perekonomian yang primitif dimana perekonomian ini masih sangat sederhana dan menggunakan peralatan yang secara tradisional seperti berburu, bercocok tanam dan lainnya, sehingga tingkat produksinyapun masih sangat rendah digunakan untuk kebutuhan sendiri. Dalam perekonomian subsisten tidak terdapat spesialisasi dan untuk pemenuhan kebutuhannya dihasilkan sendiri. Adapun ciri-ciri dari perekonomian subsisten adalah:

- a. Memproduksi sendiri untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, Skala dalam proses produksi masih sangat terbatas, sehingga tingkat produksinya masih rendah hanya bisa digunakan memenuhi kebutuhan keluarga sendiri.
- b. Perdagangan Barter, Kegiatan perdagangan ini dilaksanakan pada pertukaran barang dengan barang, yang dilakukan oleh dua orang dimana orang tersebut sebagai pemilik dan satunya lagi sebagai yang membutuhkan, pada saat ini uang tidak berfungsi sebagai alat pertukaran.
- c. Pola Perdagangan dalam Perekonomian Subsisten, Seiring dengan berkembangnya zaman maka perekonomian subsisten diharapkan tidak ada lagi baik di daerah maupun di daerah terpencil karena zaman sudah maju tentu uang adalah prasyarat penting yang dipakai untuk pertukaran.

Dari ciri – ciri tersebut dapat di tarik sebuah pola mengenai sistem perekonomian subsisten yaitu Rendahnya tingkat produktifitas, hal ini karena metodologi dan alat yang di gunakan masih tradisional dan minimnya persaingan pasar. Dalam skala yang terbatas proses produksi tidak dapat digunakan sebagai perdagangan, selain itu sistem pembayaran belum menggunakan uang.

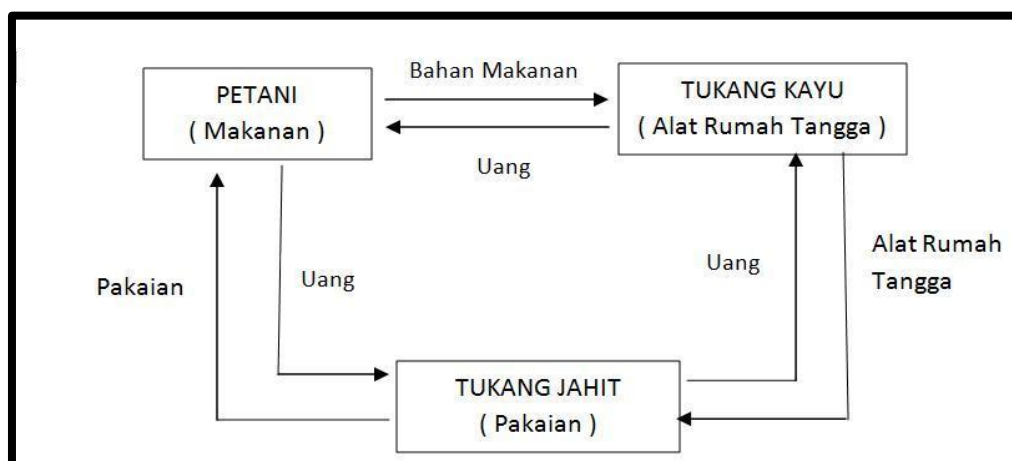
3. Perekonomian Uang

Perekonomian uang merupakan kegiatan yang dilakukan oleh para produsen atau pengusaha menggunakan uang sebagai perantara dalam perdagangan. Kegiatan perekonomian tidak lagi memenuhi kebutuhan sendiri tetapi lebih diperuntukkan untuk kebutuhan masyarakat, sehingga dibutuhkan untuk memproduksi dalam jumlah besar. Dengan memenuhi kebutuhan pasar maka muncul pola perdagangan yaitu spesialisasi. Adapun ciri-ciri dari perekonomian uang yaitu:

- Sebagai alat pembayaran yang sah.
- Mempermudah aktivitas perdagangan
- Dapat melakukan kegiatan spesialisasi
- Tingkat produktifitas tinggi
- Kegiatan ekonomi bertumpu pada sektor industri dan jasa

4. Spesialisasi Dan Perdagangan

Kegiatan perdagangan dilakukan untuk mencari keuntungan. Spesialisasi merupakan kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau unit bisnis dalam memproduksi ataupun menjual yang memiliki keahlian dan hanya fokus pada lingkup produk yang terbatas yang memiliki keunikan, tidak memproduksi atau menjual beraneka macam barang/ produk. Spesialisasi ini mengarah pada interaksi perdagangan, seperti contoh dibawah ini:



Sumber : Sadono Sukirno

Gambar 3. Spesialisasi Perdagangan Dalam Perekonomian Uang

Penjelasan:

Barang-barang yang dihasilkan oleh petani, tukang kayu dan tukang jahit merupakan contoh spesialisasi perdagangan dalam perekonomian uang. Petani spesialisasi menyediakan bahan baku padi, jagung, umbi-umbian dan lain-lain yang diproduksi. Spesialisasi tukang kayu hanya bisa membuat perabotan alat-alat rumah tangga seperti cobek, sendok, piring, pisau, dandang, dan lain-lain. Tukang jahit spesialisasi menjahit bahan sehingga menjadi pakaian yang siap pakai.

Bagan gambar 2, menggambarkan petani menyediakan bahan makanan seperti beras, jagung, dan yang lainnya yang dibutuhkan oleh tukang kayu sebagai aliran uangnya tukang kayu akan membayar apa yang dibeli ke petani sehingga aliran uang mengalir dari tukang kayu ke petani. Tukang kayu menyediakan produk/peralatan rumah tangga seperti dandang, cobek dan sebagainya yang dibutuhkan oleh tukang jahit, uang mengalir dari tukang jahit ke tukang kayu. Begitu sebaliknya tukang kayu juga membutuhkan pakaian maka tukang kayu akan membeli pakaian kepada tukang jahit, spesialisasi dan aliran uang mengalir. Tukang jahit membutuhkan makanan ke petani sehingga tukang jahit akan membayar makanan ke petani. Dapat disimpulkan bahwa, yang dikerjakan oleh petani, tukang kayu, dan tukang jahit berdasarkan spesialisasi sesuai keahlian masing-masing. Begitu juga dengan wujud uang sebagai alat tukar yang dihasilkan oleh petani, tukang kayu dan tukang jahit dapat melancarkan perdagangan.

5. Kebaikan-Kebaikan Spesialisasi

Perekonomian modern sebagai wujud penting dalam melakukan spesialisasi, dimana semakin tinggi perkembangan perekonomian maka akan semakin tinggi pula spesialisasi begitu juga dengan sebaliknya. Perkembangan perekonomian akan mengakibatkan penggunaan uang atau aliran uang akan mengalir sehingga berkembangnya perdagangan. Spesialisasi yang baik akan mempercepat berkembangnya ekonomi. Adapun kebaikan dari spesialisasi adalah:

a. Mempertinggi efisiensi penggunaan faktor produksi

Faktor produksi digunakan lebih efisien jika barang-barang/produk yang diproduksi oleh setiap daerah atau negara melakukan spesialisasi dalam kegiatannya. Spesialisasi bagi unit usaha akan menjual barang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga dalam produksinya juga menggunakan tenaga ahli sesuai dengan keahliannya. Semakin tinggi spesialisasi maka perkembangan perekonomian juga akan semakin tinggi sehingga tenaga ahli yang dibutuhkan terserap lebih banyak.

b. Mempertinggi efisiensi memproduksi

Semakin tinggi memproduksi barang maka akan semakin efisien biaya produksi, sehingga menghemat peralatan produksi. Efisiensi ini dikenal sebagai "*economies of scale*" atau skala ekonomi. Maksudnya sebagai pemisalan jika produksi ditingkatkan dua kali lipat maka biaya produksi tidak akan meningkat dua kali lipat, melainkan biaya produksi rata-rata bertambah rendah.

c. Mendorong perkembangan teknologi

Pasar akan semakin bertambah luas berkat spesialisasi, untuk merambah ke pangsa pasar yang lebih luas sebaiknya produsen menggunakan teknologi yang tepat untuk dapat memproduksi produk lebih cepat dalam distribusi dan pelayanan yang lebih baik. Dengan teknologi yang canggih akan mendapatkan produktifitas yang lebih tinggi.

6. Pelaku-Pelaku Kegiatan Ekonomi

a. Rumah Tangga

Pelaku kegiatan ekonomi dalam lingkup kecil seperti bapak, ibu, dan anak dalam ekonomi rumah tangga pastinya membutuhkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Untuk memperoleh penghasilan kelompok rumah tangga ini menggunakan faktor produksi yaitu tenaga (fisik, otak) dan modal (peralatan, tanah, uang) Kelompok rumah tangga keluarga akan menawarkan tenaga yang akan ditawarkan kepada rumah tangga perusahaan untuk dapat bekerja sehingga rumah tangga keluarga memperoleh penghasilan. Hasil yang diperoleh sebagai tenaga kerja berupa gaji/upah. Pendapatan tersebut akan digunakan untuk konsumsi dan ditabung/investasi. Apabila pendapatannya diinvestasikan dalam bentuk

tanah dan bangunan ketika disewakan kepada rumah tangga perusahaan hasil yang diperoleh sebagai sebagai pemilik tanah dan bangunan dia akan menerima uang sewa dan apabila diinvestasikan dalam bentuk saham, sebagai pemilik saham akan menerima keuntungan.

b. Perusahaan

Rumah tangga perusahaan menjalankan bisnisnya mempunyai tujuan memperoleh keuntungan dari usaha yang dijalankan. Keputusan untuk jumlah produksi dan bagaimana cara memproduksinya, para pengusaha akan meneliti dari wujud anggaran dan pendapatan.

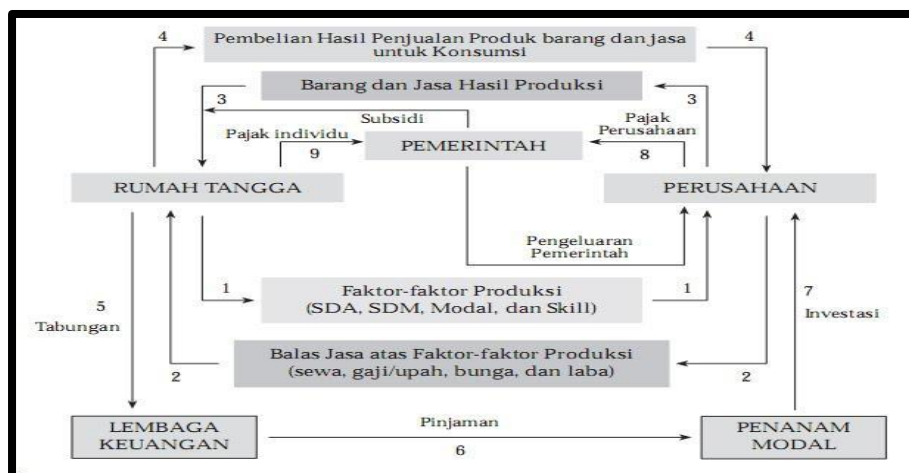
c. Pemerintah

Badan ini memiliki kontribusi penting pada saat mengatur dan mengendalikan perekonomian negara, mengatur kebijakan dibidang ekonomi diantaranya membuat kebijakan fiskal, seperti penerimaan dan pengeluaran anggaran, menyusun kebijakan moneter, membuat kebijakan perdagangan internasional, dan kegiatan yang dilakukan pemerintah lainnya sseperti melakukan pinjaman ke luar negeri, menarik pajak baik pajak langsung dan tidak langsung, belanja kebutuhan melalui APBN, melaksanakan pembangunan negara, menyewa tenaga ahli, mengatur penannaman modal, mengatur Bank Sentral, mengatur pemerintahan daerah, mengatur pemerintah pusat, dan yang lainnya.

7. Sirkulasi Aliran Pendapatan

a. Interaksi Aliran Pendapatan 3 Sektor

Sirkulasi aliran pendapatan adalah gambaran aliran pendapatan dari perekonomian yang digambarkan dalam bagan ataupun grafik.



Gambar 4. Pelaku kegiatan rumah tangga, perusahaan dan pemerintah.

Penjelasan:

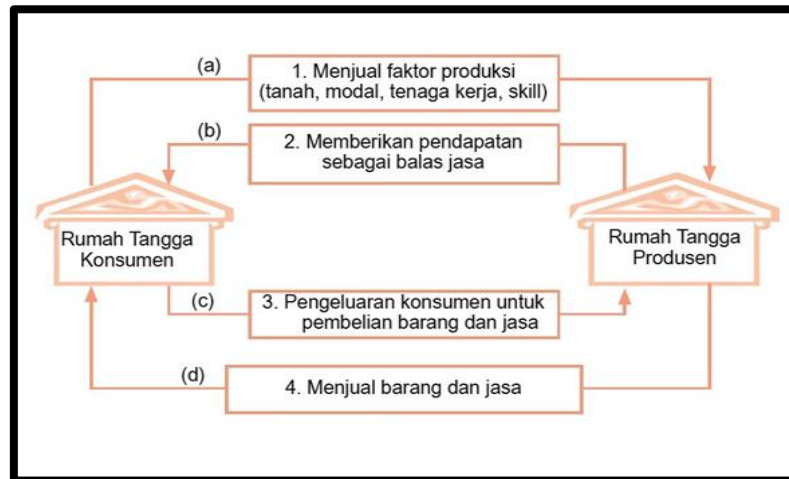
Faktor produksi (SDA, SDM, Aset dan Skill) sebagai sumber daya perusahaan.

- 1) Perusahaan/ produsen memberikan pendapatan berupa sewa kepada pemilik tanah, gaji/upah untuk tenaga kerja, bunga diberikan kepada pemilik modal serta laba yang akan diputar dalam perdagangan. Perusahaan memproduksi barang dan jasa yang di butuhkan oleh rumah tangga keluarga
- 2) Perusahaan menjual barang/jasa kepada rumah tangga keluarga sehingga terjadi aliran uang yang masuk ke perusahaan.
- 3) Lembaga Keuangan akan menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan, maka lembaga keuangan memberikan pinjaman/ kredit kepada masyarakat yang digunakan untuk investasi sehingga dapat menanamkan modal pada perusahaan, atau bisa juga digunakan untuk membeli saham.
- 4) Perusahaan akan membayar pajak kepada pemerintah Masyarakat juga akan membayar pajak kepada pemerintah berdasarkan penghasilan yang dia terima. Peran serta pemerintah untuk menjalankan kebijakan moneter dan fiskal. Kebijakan moneter menyangkut keuangan dalam perekonomian seperti mengatur peredaran uang dimasyarakat, suku bunga bank baik kredit maupun simpanan dan lainnya. Kebijakan fiskal menyangkut penerimaan pajak yang diterima oleh pemerintah dalam hal ini diatur penerimaan dari rumah tangga keluarga dan rumah tangga perusahaan.

b. Interaksi Aliran Pendapatan 2 Sektor

Sirkulasi aliran pendapatan 2 sektor, yaitu sektor perusahaan dan sektor rumah tangga. Sektor rumah tangga merupakan pemilik faktor produksi yang akan menawarkan sumber daya kepada pengusaha/perusahaan, dan para pengusaha menerima tawaran tersebut. Mereka memerlukan faktor produksi untuk memproduksi barang dan jasa yang akan dijual dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan. Sektor rumah tangga sebagai

pembeli barang dan jasa yang di produksi oleh perusahaan. Keuntungan yang diterima perusahaan digunakan untuk pembayaran gaji, upah, bunga dan sewa yang akan dibayarkan kepada sektor rumah tangga. Dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 5. Sirkulasi Aliran Pendapatan 2 sektor

8. Mekanisme Pasar Sebagai Suatu Penilaian Awal

Pasar dikatakan seimbang jika terjadi mekanisme pasar terhadap penentuan tingkat harga berdasarkan kekuatan pembeli dan penjual. Metoda ini membuktikan bahwa secara sistem dapat mengalokasikan komponen produksi sehingga dapat memajukan perekonomian. Dapat disimpulkan bahwa mekanisme pasar pada Negara maju dapat mengembangkan perekonomian dan memiliki sistem efisien dalam mengalokasikan faktor-faktor produksi, tetapi dapat berakibat buruk sehingga perlu adanya intervensi pemerintah untuk memperbaikinya.

a. Manfaat dari Mekanisme Pasar

- 1) Memberikan informasi yang tepat, produsen pastinya mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga produsen dapat menghasilkan produksi yang tepat bagi para konsumen. Dengan mengetahui informasi tentang pasar, salah satu yang perlu dipikirkan adalah barang apa yang harus diproduksi disesuaikan dengan permintaan pasar dan berapa harga yang akan ditawarkan, informasi ini penting bagi produsen sehingga produsen mendapatkan keuntungan. Informasi mengenai barang dan harga juga penting bagi pembeli sehingga pembeli mengetahui harga dan barang yang akan dibeli. Dapat

disimpulkan bahwa pasar dapat memberikan informasi mengenai permintaan terhadap barang dan harga.

- 2) Memberikan dorongan dalam pengembangan kegiatan usaha, pasar yang dinamis akan terus bergerak mengalami perubahan seiring dengan kemajuan teknologi, tingkat pendapatan masyarakat, pertumbuhan penduduk, tentu akan mendorong para pengusaha untuk lebih giat memproduksi guna memenuhi kebutuhan masyarakat.
- 3) Memberikan dorongan Untuk Memperoleh Keahlian Modern. Dengan kemajuan teknologi sangat diperlukan manajemen yang modern. Hal ini akan memberikan dorongan bagi perusahaan memproduksi guna memenuhi permintaan pasar.
- 4) Menggalakkan pemakaian produk dan faktor produksi secara efisien, permintaan pasar ditetapkan oleh harga barang dan kelangkaan dari barang tersebut. Semakin banyak permintaan suatu barang semakin tinggi harga barang tersebut dan semakin jarang barang tersebut. Sebagai Dampaknya dari harga yang diatur oleh permintaan dan sukarnya masyarakat memperoleh barang yang dibutuhkan perlu kehati-hatian dalam memanfaatkannya.
- 5) Pasar memberikan kelonggaran pada masyarakat untuk menjalankan aktivitas perdagangan, pedagang dan konsumen bebas keluar masuk pasar untuk melakukan transaksi jual dan beli, tidak ada tekanan didalam menjalankan suatu kegiatan. Pembeli bebas untuk membeli beraneka macam kebutuhan dan keinginannya.

b. Beberapa Kelemahan Mekanisme Pasar

- 1) Kebebasan yang tidak terbatas, dunia usaha yang tidak terbatas dan sering kali menindas usaha yang lebih kecil atau golongan lemah. Persaingan ini akan menyebabkan golongan yang kuat akan semakin kuat, dan golongan lemah akan semakin tertindas.
- 2) Keadaan ekonomi yang tidak stabil, situasi ini menyebabkan kegoncangan perekonomian, ketika inflasi yang datang tiba-tiba maka akan terjadi pengangguran dimana-mana. Hal ini perlu kebijakan dari pemerintah baik sektor ekspor dan import dibidang keuangan, perpajakan, dan pembelanjaan pemerintah.

- 3) Sistem Pasar dapat Menimbulkan Monopoli, dalam perekonomian modern, dimana ekonominya sudah maju kegiatan ekonominya tertumpu pada barang dan jasa mempunyai kekuasaan yang sangat besar dalam memutuskan harga dan jumlah barang yang ditawarkan, sehingga memperoleh keuntungan yang maksimum.
 - 4) Beberapa jenis barang tidak dapat disediakan, masyarakat tentu membutuhkan jasa seperti jalan raya guna efisiensi, lalu lintas, angkatan bersenjata dan polisi untuk keamanan dan ketertiban. Jasa-jasa seperti itu tidak dapat disediakan oleh mekanisme pasar secara efisien. Untuk dapat menyediakan jasa-jasa itu dengan baik diperlukan campur tangan pemerintah.
 - 5) Dapat menimbulkan “Eksternalitas” yang merugikan, kegiatan yang ditimbulkan dari produsen dan konsumen yang timbul dari kegiatan mengkonsumsi dan memproduksi sebagai akibat buruk yang dapat menyebabkan pencemaran lingkungan. Contoh: perusahaan dalam memproduksi, limbahnya apabila tidak ditangani dapat mencemari lingkungan. Sedangkan konsumen dalam mengkonsumsi produk apabila sampah dibuang sembarangan tentu akan mencemarkan lingkungan pada saat hujan terjadinya banjir.
- c. Kegagalan Pasar dan Campur Tangan Pemerintah
- 1) Kegagalan Pasar, pasar memiliki peranan penting bagi konsumen dan produsen, bagi pengguna, sebagai tempat memperoleh produk dan layanan. Sedangkan untuk produsen pasar sebagai tempat distribusi barang dan jasa, pasar juga sebagai tempat untuk menyediakan kebutuhan pasar sehingga terpenuhinya kebutuhan dan keinginan konsumen. Dalam hal menyediakan kebutuhan pasar, sering terjadi ketimpangan antara produsen dan konsumen. Ketimpangan yang terjadi mengakibatkan mekanisme pasar tidak berjalan secara efisien seperti kebutuhan pasar yang diproduksi terlalu banyak dan terkadang juga sedikit, hal ini disebabkan karena kekuatan pasar baik permintaan maupun penawaran tidak berada dalam keadaan seimbang. Kegagalan pasar terjadi dikarenakan:
 - a) Pasar yang tidak lengkap, Kondisi pasar yang tidak lengkap disebabkan aspek pemenuhan dalam penyediaan kebutuhan konsumen tidak mampu menyediakan barang yang cukup atau tidak

menghasilkan semua produk/barang guna memenuhi kebutuhan untu kosumen. Dalam hal ini penawaran lebih kecil dari pada permintaan.

- b) Praktek Monopoli, perusahaan sering kali menaikkan harga yang mengharuskan konsumen membayar lebih mahal. Misalnya BBM
- c) Adanya Eksternalitas, eksternalitas adalah respon dari penggunaan atau pemakaian sebagai dampak terhadap pihak yang lain dan tidak adanya konpensasi yang dibayar oleh pihak lain yang terkena dampaknya. Contoh: Sebuah Perusahaan mendirikan usaha di permukiman masyarakat, tentu masyarakat akan merasa terganggu karena ketidak nyamanan. Disisi lain dengan adanya pabrik akan memunculkan pedagang untuk berjualan makanan sehingga menguntungkan bagi pihak lain.
- d) Adanya kegagalan Informasi, masyarakat sangat membutuhkan informasi yang jelas baik mengenai barang, jasa, harga, pelayanan dan lainnya. Informasi yang tidak jelas akan menyebabkan kerugian bagi seseorang karena tidak memiliki kesamaan informasi. Ketidaksamaan informasi juga mengakibatkan keuntungan bagi pihak lain. Seorang Penjual mengetahui informasi akan harga barang tetapi disisi lain penjual yang lain tidak mengetahui akan harga barang, maka penjual yang lain akan mengalami kerugian tidak mengetahui transaksi harga barang, penjual yang mengetahui harga akan mengalami keuntungan terhadap harga barang.

2) Campur Tangan Pemerintah

Kegagalan pasar seperti yang sudah dibahas diatas, terjadi ketika pasar tidak memberikan respon terhadap barang dan jasa dimana jumlah barang yang ada dipasar melebihi permintaan dan penawaran. Terjadinya kegagalan pasar, diperlukan campur tangan pemerintah. Adapun tujuan dilakukannya campur tangan pemerintah adalah:

- a) Menjaga supaya ekonomi dapat berjalan.
- b) Perusahaan besar perlu diawasi sehingga tidak melakukan praktek monopoli.
- c) Meningkatkan kesejahteraan masyarakat dalam hal penyediaan barang secara bersama.

- d) Pengawasan terhadap Eksternalitas terhadap kegiatan ekonomi yang dapat merugikan masyarakat.

Bentuk-Bentuk Campur Tangan Pemerintah

Ada tiga bentuk keterlibatan pemerintah dalam kegiatan ekonomi diantaranya:

- a) Membuat peraturan, menjalankan kebijakan fiskal, melakukan kegiatan ekonomi.
- b) Membuat Peraturan, peraturan yang dibuat oleh pemerintah memiliki tujuan supaya pengusaha melakukan kegiatan ekonomi tidak merugikan masyarakat, sebagai contoh: Serikat Kerja diperuntukkan bagi para pekerja bekerja tujuannya untuk melindungi para pekerja terhadap upah dan tunjangan yang tidak wajar serta keselamatan kerja.
- c) Menjalankan Kebijakan Fiskal dan Moneter, langkah yang ditempuh Pemerintah mengambil tindakan Kebijakan fiskal yaitu dengan mengurangi pengeluaran pemerintah dalam hal mengurangi pendapatan dan belanja negara dan mengumpulkan pajak. Tujuan yang diharapkan dalam kebijakan ini mengurangi tingkat pengangguran serta mencapai pertumbuhan ekonomi yang lebih baik. Yang ditempuh pemerintah dalam kebijakan moneter yaitu mengendalikan perekonomian secara makro dengan mengatur jumlah uang yang beredar di masyarakat, Kebijakan Moneter adalah langkah-langkah pemerintah untuk mempengaruhi tingkat bunga, operasi bank-bank, dan mengatur jumlah uang yang beredar dalam masyarakat. inflasi dapat terkontrol dengan mengatasi kenaikan harga supaya stabil.
- d) Melakukan kegiatan ekonomi, berbagai hal yang dilakukan oleh pemerintah dalam kegiatan ekonomi memiliki tujuan meminimumkan keuntungan yang diraih oleh sektor swasta. Kegiatan ekonomi yang dilakukan pemerintah memiliki tujuan untuk mensejahterakan masyarakat, sebagai contoh perusahaan jasa pos milik pemerintah, keuntungan yang dimiliki pemerintah kecil tetapi ketika memakai jasa pos swasta seperti TIKI, JNE, SiCepat pihak swasta akan memperoleh keuntungan yang besar.

C. LATIHAN SOAL/TUGAS

1. Peranan yang bagaimanakah yang harus dijalankan oleh pemerintah untuk memperbaiki kelemahan sistem mekanisme pasar?
2. Mengapa pemerintah perlu campur tangan terhadap kegiatan ekonomi? Berikan analisa dan contohnya menurut pemikiran anda?
3. Dalam analisa ekonomi mikro, selalu ada pemisalan, dimana pemerintah dikatakan tidak mempengaruhi kegiatan ekonomi, analisa pernyataan diatas, mengapa hal tersebut terjadi?
4. Mengapa perekonomian modern sangat bertentangan dengan perekonomian subsisten jelaskan menurut pemikiran anda?

D. DAFTAR PUSTAKA

- Mankiw, Gregory. (2014). Pengantar Ekonomi Mikro-Edisi Asia Vol 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Rahardja, Pratama, Mandala Manurung. (2008). Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikroekonomi & Makroekonomi). Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Sukirno, Sadono. (2016). Mikro Ekonomi Teori Pengantar: Edisi Ketiga. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sukirno, Sadono. (2011). Pengantar Teori Ekonomi Mikro. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

PERTEMUAN 3

MASALAH EKONOMI DAN SISTEM PENGATURAN EKONOMI

A. TUJUAN PEMBELAJARAN

Dalam modul ini diharapkan mahasiswa:

1. Mampu memahami, menjelaskan serta menganalisa masalah pokok dalam perekonomian dan sistem perekonomian.
2. Mahasiswa dapat membuat kurva dan dapat membaca melalui kurva mengenai batas kemungkinan produksi dalam permasalahan ekonomi.

B. URAIAN MATERI

Menurut Sukirno (2016:51), Masalah Ekonomi timbul akibat dari ketidakseimbangan diantara kebutuhan dan harapan manusia untuk mendapatkan barang dan jasa dengan kemampuan faktor produksi dalam menghasilkan barang dan jasa untuk memenuhi keinginan tersebut. Hal ini dikarenakan dengan, terbatasnya sumber-sumber daya dan teknologi yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan manusia, sehingga manusia atau masyarakat dihadapkan pada suatu pilihan dengan memanfaatkan faktor produksi yang tersedia sehingga tercapainya kesejahteraan. Pokok permasalahan timbulnya masalah ekonomi karena kelangkaan, yang disebabkan karena kebutuhan masyarakat beraneka ragam sementara alat pemuasnya sedikit, maka diharapkan manusia dapat membuat pilihan diantara kebutuhan dan keinginan.

1. Masalah Pokok Dalam Perekonomian

Berbagai masalah yang timbul akibat adanya ketidak seimbangan antara kebutuhan dan keinginan dalam rangka mencapai kepuasan mendorong perusahaan untuk memproduksi sehingga dapat menyediakan kebutuhan masyarakat. Beberapa masalah pokok dalam perekonomian yaitu:

- a. Barang dan Jasa apa yang harus diproduksi (*what*)
- b. Bagaimana cara memproduksi barang dan jasa (*how*)
- c. Untuk siapa barang dan jasa diproduksi. (*for whom*)

Berikut penjelasan permasalahan perekonomian adalah:

a. Barang dan jasa apa yang harus diproduksi (*What*).

Barang dan jasa yang dihasilkan dalam perekonomian sangat beragam jenisnya, tentu setiap perusahaan melihat kebutuhan masyarakat. Kebutuhan masyarakat yang beragam sementara sumber daya yang tersedia tidak mampu memenuhi kebutuhan manusia maka manusia khususnya dan masyarakat umumnya menentukan pilihan terhadap kebutuhannya, kebutuhan mana yang mendesak yang harus didahulukan dan kebutuhan mana yang harus ditunda. Semakin banyak barang yang akan diproduksi, maka semakin banyak pula faktor produksi yang akan digunakan dalam kegiatan tersebut

b. Bagaimana Caranya memproduksi Barang dan Jasa (*How*)

Ada beberapa cara yang digunakan untuk menghasilkan barang dan jasa. Dalam menghasilkan barang dan jasa pada sektor pertanian dibutuhkan tanah untuk bercocok tanam beserta dibutuhkan modal untuk membeli bibit, pupuk serta biaya operasi yang lainnya dan tidak lupa dibutuhkan teknologi. Faktor lain yang perlu diperhatikan juga mengenai besarnya permintaan. Apabila jumlah permintaan banyak maka dibutuhkan teknik yang modern untuk menaikkan efisiensi, tapi jika permintaan sedikit maka teknik produksi yang sederhana dapat menciptakan efisiensi yang lebih baik.

c. Untuk Siapa Barang dan Jasa di Produksi

Permasalahan disini siapa memerlukan barang tersebut dan bagaimana pendistribusiannya. Dalam menentukan barang dan jasa yang dibuat, produsen harus tahu seberapa besar tingkat distribusi pendapatan yang diterima masyarakat. Masyarakat memiliki pendapatan lebih tinggi tentu lebih mampu mendapatkan barang dan jasa, ketimbang masyarakat dengan tingkat pendapatan yang lebih rendah. Sistem ekonomi pasar berpendapat bahwa pendistribusian tergantung kepada mekanisme pasar.

2. Batas Kemungkinan Produksi

Dari masalah tersebut kiranya bisa digambarkan dengan bantuan grafik. Dengan bantuan grafik dapat menjelaskan permasalahan ekonomi yang dihadapi oleh suatu perekonomian. Grafik yang dimaksud dapat menentukan

batas kemungkinan produksi atau *Production Possibility Frontier (PPF)*. Beberapa permasalahan yang digunakan untuk menggambarkan batas kemungkinan produksi adalah faktor produksi mutlak digunakan, maksudnya bahwa seluruh tenaga kerja yang tersedia diperkerjakan. Kuantitas Faktor produksi tidak dapat ditambah, tetapi gabungan penggunaannya dapat diubah sehingga dapat menghasilkan barang dan jasa sesuai dengan keinginan konsumen. Tingkat teknologi tidak mengalami perubahan, jika dimisalkan produktivitas dari berbagai faktor produksi adalah tetap.

3. Tingkat Produksi Yang Dapat Di Capai

Suatu permasalahan yang ditunjukkan oleh Penggabungan dari dua barang yaitu barang industri dan barang pertanian yang dihasilkan oleh penggunaan faktor produksi yang tersedia. Tabel 3. 1 dapat ditunjukkan dibawah ini

Tabel 2. Komposisi barang industri dan barang pertanian

Gabungan Faktor produksi	Barang industri dalam (unit)	Barang Pertanian dalam (unit)
A	0	5
B	5	4
C	9	3
D	12	2
E	14	1
F	15	0

Sumber: Sadono Sukirno (2016:55)

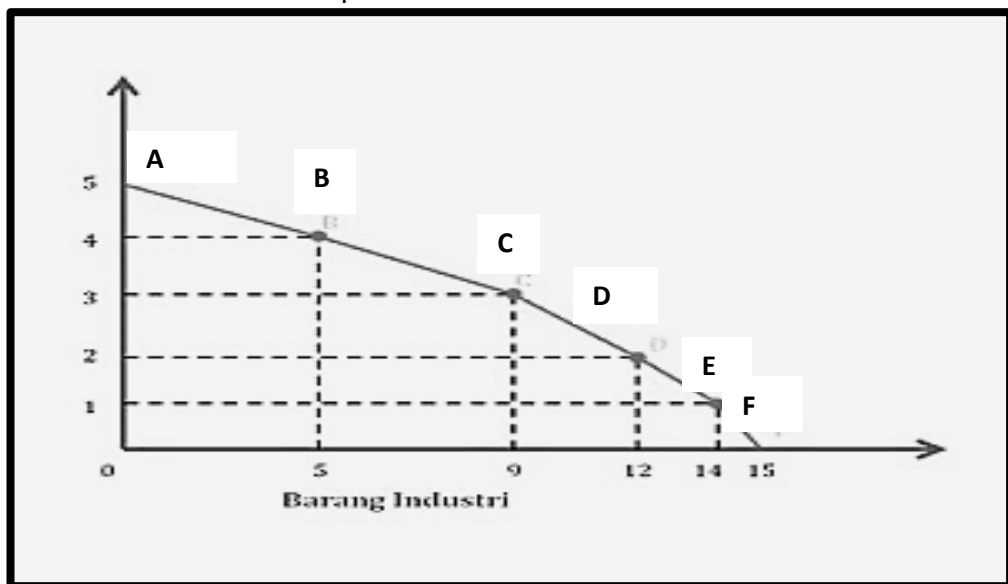
Penjelasan:

Tabel 2, menunjukkan gabungan dari beberapa barang yaitu barang industri dan barang hasil pertanian yang dihasilkan pada penggunaan sepenuhnya faktor-faktor produksi yang tersedia. Setiap penggabungan produksi kedua jenis barang tersebut dihasilkan oleh komposisi faktor produksi yang berbeda. Jika masyarakat hanya menginginkan barang pertanian saja dan tidak menginginkan barang industri, maka kombinasi penggunaan faktor-faktor produksi adalah seperti yang ditunjukkan pada gabungan produksi A. Dari angka tersebut pada tabel 2, dapat dilihat bahwa penggabungan faktor-faktor produksi akan memproduksi nol (0) unit pada barang industri dan 5 unit pada barang pertanian. Keadaan F menunjukkan bahwa masyarakat lebih menginginkan barang –barang industri dari pada barang-barang pertanian sehingga barang pertanian nilainya 0 unit dan barang industri hasilnya 15 unit. Jika masyarakat

ingin memperoleh kedua jenis barang tersebut maka gabungan faktor produksinya ada pada B, C, D, dan E.

4. Kurva Kemungkinan Produksi

Tidak semua barang dapat diproduksi oleh perusahaan. Perusahaan mempunyai batas kemampuan untuk produksi. Batas kemampuan produksi tergantung kepada jumlah permintaan dan kualitas dari sumber daya yang tersedia serta teknik produksinya. Kemajuan teknologi dapat dimanfaatkan oleh perusahaan dalam membuat produksi dengan teknologi yang canggih, tentu dapat meningkatkan output. Contoh: Jika kedua barang diproduksi secara bersama-sama dengan memakai kurva kemungkinan produksi dapat digambarkan dengan pemisalan dan angka, sehingga apabila kedua barang diproduksi secara bersama dapat meminimalkan biaya dan memperoleh keuntungan yang maksimal. Dalam kurva kemungkinan produksi bahwa, masyarakat tidak dapat memperoleh semua barang yang diinginkan, oleh sebab itu mereka harus membuat pilihan.



Gambar 2, menggambarkan nilai produksi barang pertanian dan barang industri. Kurva pada titik A, B, C, D, E, dan F menggambarkan gabungan dari faktor produksi yang digunakan dengan sepenuhnya. Titik C menghasilkan 9 unit barang industri dan 3 barang industri. Titik C menjabarkan perekonomian memproduksi 9 barang industri dan 3 barang pertanian. Jika faktor produksi digunakan sepenuhnya., maka dapat dilustrasikan kurva dengan titik A, B, C, D,

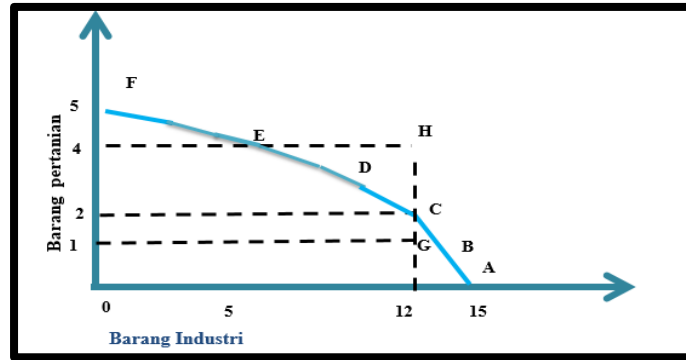
E, F dinamakan kurva kemungkinan produksi atau batas kemungkinan produksi. Kurva ini mengilustrasikan batas produksi yang paling maksimum yang dapat diproduksi. Setiap titik dalam kurva tersebut menggambarkan gabungan produksi maksimum barang industri dan barang pertanian yang dapat diproduksi. Sekiranya perekonomian itu menginginkan lebih banyak barang industri, maka untuk memenuhinya produksi barang pertanian harus dikurangi, dan begitu juga sebaliknya.

5. Biaya Kesempatan (*Opportunity Cost*)

Biaya kesempatan merupakan biaya pengorbanan yang dikeluarkan atau dikorbankan ketika memutuskan untuk beralih ke produksi lain. Sebagai contoh pada tabel 2 ketika pasar menginginkan barang industri yang lebih banyak maka perusahaan harus memperbanyak barang industri dibanding barang pertanian, maka disini ada biaya pengorbanan yang harus dikeluarkan dimana barang pertanian dikorbankan untuk memproduksi barang industri, begitu sebaliknya. Berapakah jumlah produksi barang industri yang akan dikurangi apabila produksi barang pertanian dinaikkan dari 0 ke 1 unit? Ternyata produksi barang industri harus diturunkan dari 15 unit ke 14 unit, yaitu pengurangan sebanyak 1 unit. Sekiranya barang produksi barang pertanian ingin ditambah 1 unit lagi, maka banyaknya produksi barang industri harus diturunkan dari 14 unit ke 12 unit.

6. Pengangguran, Penghamburan dan Keadaan Yang Tidak Tercapai

Tidak selalu berlaku bahwa faktor produksi akan sepenuhnya digunakan dalam produksi. Dalam kenyataan bahwa masih banyak banyak faktor produksi yang tidak terpakai artinya disini masih banyak tenaga kerja yang mengganggu yang tidak terpakai oleh rumah tangga perusahaan. Sebagai pemisalan dapat digambarkan bahwa pengangguran masih banyak. Apabila tenaga kerja yang tidak terserap oleh rumah tangga perusahaan, akan mengakibatkan terjadinya pengangguran, sehingga tenaga kerja dan faktor produksi lainnya tidak sepenuhnya digunakan, dan gabungan barang-barang yang akan diproduksi tidak akan mencapai maksimum. Dengan demikian gabungan barang industri dan barang pertanian tidak akan mencapai kurva kemungkinan produksi. Pada gambar 3.2. titik G menggambarkan bahwa gabungan produksi barang industri dan pertanian tidak mencapai maksimum, karena terjadinya pengangguran faktor-faktor produksi.



Sumber: Sadono Sukirno (2016:57)

Gambar 7. Pengangguran, Penghamburan dan keadaan yang tidak tercapai

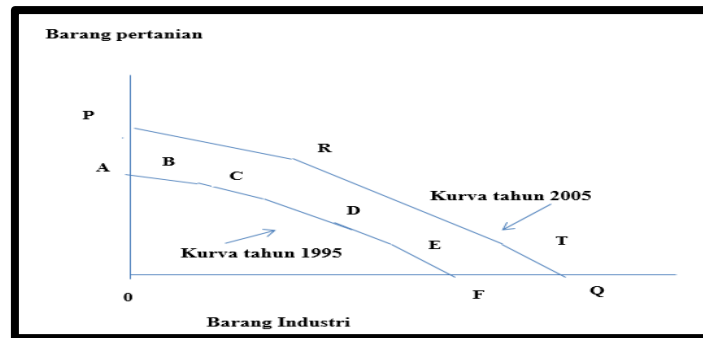
Disamping menggambarkan bahwa faktor produksi tidak sepenuhnya digunakan juga mengakibatkan penghamburan yang artinya faktor produksi semuanya digunakan tetapi tidak secara efisien. Seperti karyawan yang bekerja pada perusahaan tidak ditempatkan sesuai dengan keahliannya, maka output yang dihasilkan tidak akan tercapai/efisien dan produksi yang dihasilkan tidak akan maksimum. Keadaan seperti ini mengakibatkan penghamburan faktor produksi.

Pada Gambar 7 Titik H yang berada diluar OAF menggambarkan gabungan barang industri dan pertanian yang lebih besar daripada jumlah maksimum yang dapat dicapai oleh perekonomian. Titik H menggambarkan gabungan dari 12 unit barang industri dan 4 unit barang pertanian. Dalam tabel tampak bahwa jika 12 unit barang industri diproduksi maka hanya 2 unit barang pertanian, dan jika 4 unit barang pertanian diproduksi maka sebagai tambahan hanya 5 unit barang industri dapat diperoleh. Jadi titik H merupakan keadaan yang tidak dapat dicapai.

7. Pertumbuhan Ekonomi.

Pertumbuhan Ekonomi adalah proses perubahan kondisi perekonomian suatu negara menjadi lebih baik. Dalam jangka panjang penambahan faktor produksi perlu ditingkatkan sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sebagai pemisalan dalam jangka pendek, jumlah faktor produksi tetap tidak dapat ditambah dan teknologi tidak mengalami perubahan maka hasil produksi yang diharapkan tidak akan maksimum. Tetapi jika dalam jangka panjang faktor produksi ditambah dan teknologi yang digunakan lebih canggih

maka hasil produksi akan mencapai maksimum, dan kurva kemungkinan produksi menjauhi titik 0.



Sumber: Sadono Sukirno (2016:59)

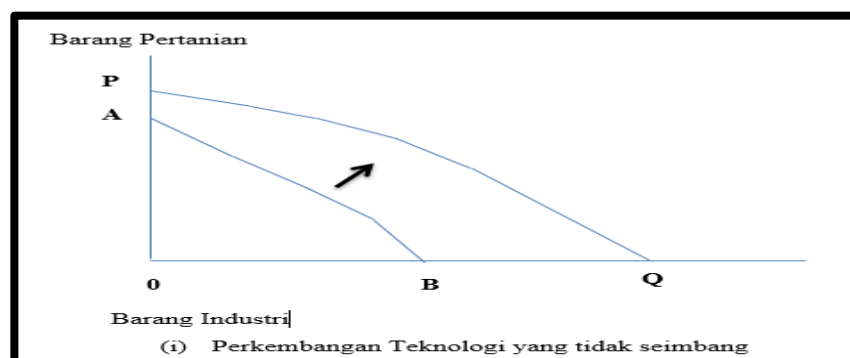
Gambar 8. Efek pertambahan factor-faktor produksi dan kemajuan teknologi

Penjelasan:

Pemisalan pada tahun 1995 kurva kemungkinan produksi adalah AF. Itu berarti tingkat produksi maksimum adalah titik A, B, C, D, E, F. Tahun 2005 diharapkan bahwa faktor-faktor produksi kan bertambah jumlahnya dan teknologi menjadi semakin berkembang. Maka batas kemungkinan produksi akan bergerak ke atas, yaitu ke PQ dengan demikian, tingkat produksi dapat mencapai titik-titik pada kurva tersebut, yaitu misalnya pada titik P, atau R, atau T atau Q dan titik-titik lain pada kurva PQ.

8. Kemajuan Teknologi yang Tidak Seimbang

Perkembangan teknologi semakin berkembang diberbagai sektor. Apabila perkembangan teknologi tidak sama diberbagai sektor maka kemajuan teknologi tidak akan seimbang, maka kurva batas kemungkinan produksi mengalami perubahan yang berbeda. Hal ini ditunjukkan pada gambar 8: Kemajuan Teknologi diberbagai sektor tersebut menyebabkan kurva batas kemungkinan produksi berubah menjadi seperti yang ditunjukkan dalam gambar 9.

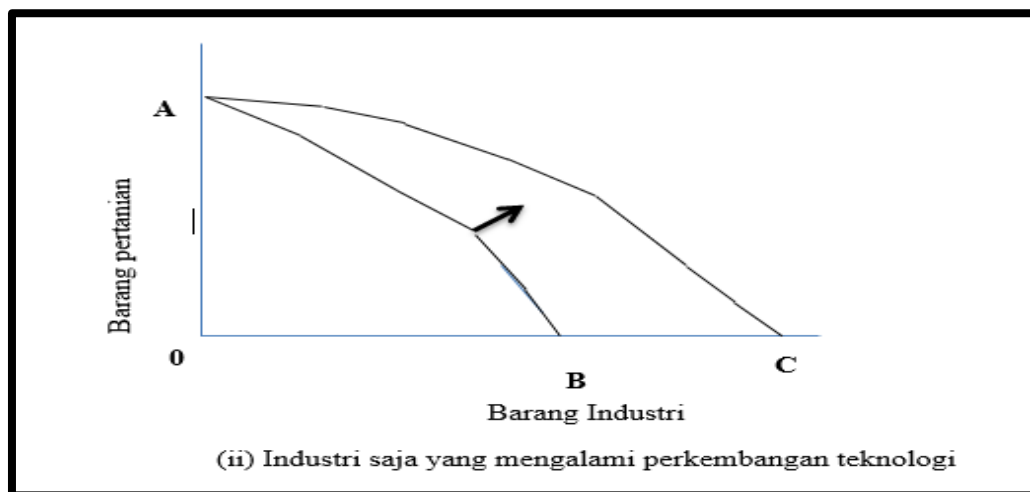


Gambar 9. Efek kemajuan teknologi yang tidak seimbang

Penjelasan:

Dalam mikro, selalu ada pemisalan, jika pada kurva AB sebagai kurva batas kemungkinan produksi disuatu Negara. Kurva tersebut menunjukkan batas maksimum kombinasi produksi barang pertanian (ditunjukkan pada sumbu tegak) dan barang industri (ditunjukkan disumbu data) yang dapat dihasilkan di Negara tersebut. Kemajuan teknologi berlaku disektor industri dan sektor pertanian, akan tetapi kemajuan disektor industry lebih cepat dari pada disektor pertanian. Perkembangan teknologi yang tidak sama pesatnya ini dapat digambarkan oleh perpindahan kurva batas kemungkinan produksi dari AB menjadi PQ dimana AP lebih kecil dari BQ yaitu seperti ditunjukkan dalam grafik (i). Garfik(ii) menunjukkan keadaan dimana perkembangan teknologi hanya berlaku di sektor industri.

Pada gambar (ii) dengan adanya kemajuan teknologi yang tidak seimbang dimana perkembangan teknologi menyebabkan perkembangan sektor industri menjadi lebih cepat.



9. Sistem-Sistem Perekonomian

Dalam analisis ekonomi, sistem ekonomi dibedakan menjadi 3 yaitu:

- a. Perekonomian Pasar bebas
- b. Perekonomian Perencanaan Pusat
- c. Perekonomian Campuran.

Kegiatan Ekonomi dibagi menjadi 5 bagian yaitu:

- a. Perekonomian Tradisional

Sistem Ekonomi Tradisional adalah suatu sistem perekonomian yang didasari pada tradisi, adat istiadat, atau kebiasaan dari masyarakat yang bersangkutan. Ciri-cirinya adalah:

- 1) Aturan aturan didasari oleh tradisi, adat istiadat dan kebiasaan.
- 2) Kehidupan relatif sederhana dan tradisional.
- 3) Kehidupan sosial seperti bergotong royong masih sangat dominan.
- 4) Bersifat memenuhi kebutuhan hidup minimum.
- 5) Kegiatan ekonomi hanya mengandalkan sektor pertanian (agraris).
- 6) Teknologi produksi yang digunakan bersifat sederhana.

Kekurangan Sistem Perekonomian Tradisional adalah:

- 1) Pola pikir statis dan tidak berkembang
- 2) Hasil produksi terbatas, dikarenakan hanya menggunakan faktor produksi alam dan tenaga kerja.
- 3) Tidak adanya persaingan antara individu di masyarakat dan menyebabkan tidak adanya prestasi individu yang dapat dibanggakan dan kualitas barang kurang terjamin.
- 4) Teknologi yang digunakan terkesan amat sederhana dan tradisional sehingga efisiensi dan produktivitas masih sangat rendah.

Kelebihan Sistem Perekonomian Tradisional adalah:

- 1) Hubungan antar individu erat sehingga tidak terjadi persaingan.
- 2) Pertukaran melalui barter.
- 3) Masing-masing individu merasa nyaman dan aman.
- 4) Segala sesuatu dilandasi dan didasari oleh tradisi dan kebiasaan, sehingga tidak terdapat persaingan.
- 5) Tidak mementingkan diri sendiri.

b. Perekonomian Pasar Bebas / *Laisses-Faire*

Dalam Sistem perekonomian pasar bebas, masyarakat diberikan kebebasan yang sepenuhnya untuk melakukan kegiatan ekonomi. Dalam perekonomian ini tidak ada campur tangan pemerintah dan pemerintah tidak mempengaruhi kegiatan ekonomi. Faktor produksi yang digunakan oleh swasta secara bebas. Mekanisme pasar dapat menciptakan efisiensi yang cukup tinggi dalam mengatur kegiatan perekonomian. Adapun Ciri – cirinya adalah:

- 1) Bebas menentukan kegiatan ekonomi, pemerintah tidak ikut campur dan tidak mempengaruhi sistem perekonomian yang dilakukan.

- 2) Para pengusaha memproduksi barang/jasa dengan tujuan untuk mendapatkan laba (*profit motive*).

Kelemahan Sistem Perekonomian Pasar (Liberal) adalah:

- 1) Adanya persaingan yang tidak sehat, dapat menimbulkan monopoli sehingga menimbulkan kerugian bagi masyarakat.
- 2) Dapat menimbulkan praktek yang tidak jujur yang didasari dan dilandasi dengan mengejar keuntungan sebesar-besarnya.

Kelebihan Sistem Perekonomian Pasar (Liberal) adalah:

- 1) Produsen akan bersaing dalam menciptakan barang yang berkualitas sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen, dan memberikan kepuasan bagi konsumen.
- 2) Pelayanan terhadap konsumen akan meningkat.

c. Perekonomian Perencanaan Pusat

Dalam sistem ini, pemerintah mempunyai kekuasaan dalam mengatur kegiatan perekonomian Negara, mengatur kepemilikan faktor-faktor produksi dan unit-unit produksi. Pemerintah memegang peranan yang penting dalam menyelesaikan persoalan ekonomi. Ciri dari sistem perekonomian Perencanaan Pusat:

- 1) Segala Kegiatan perekonomian diatur oleh pemerintah.
- 2) Tidak adanya kebebasan dalam kegiatan ekonomi dimana hak milik atau swasta tidak diakui.
- 3) Semua alat-alat produksi dikuasai oleh negara.

Kebaikan sistem ekonomi terpusat

- 1) Pemerintah lebih mudah melakukan pengawasan.
- 2) Semua kegiatan perekonomian menjadi tanggung jawab pemerintah.
- 3) Terjaminnya kemakmuran di masyarakat.
- 4) Perencanaan pembangunan dapat dilakukan lebih cepat.

Keburukan Sistem Ekonomi Terpusat

- 1) Tidak adanya kebebasan mengenai ide, inovasi, inisiatif serta daya kreasi.
- 2) Pemerintah turut campur dalam kegiatan pasar sehingga adanya pembatasan ketat dalam produksi.
- 3) Semua peraturan/ kebijakan yang ditetapkan pemerintah semua benar dan harus dipatuhi.

- 4) Pemerintah tidak menentukan jenis pekerjaan yang diinginkan oleh masyarakat.

d. **Perekonomian Campuran**

Perekonomian Campuran adalah perekonomian yang memiliki sistem tidak hanya diatur oleh rumah tangga (konsumen) dan perusahaan (produsen), tetapi juga kegiatannya diatur oleh pemerintah atau negara. Sistem ini digunakan banyak negara, hal ini dikarenakan kegiatan ekonomi sebagian besar ditentukan oleh mekanisme pasar dan sebagian diatur oleh pemerintah. Pada sistem ini diperbolehkannya pihak swasta untuk melakukan aktivitas ekonomi tetapi tetap mendapat intervensi dari pemerintah, dengan tujuan agar kegiatan ekonomi mendapat manfaat bagi kesejahteraan masyarakat. Peranan pemerintah dalam perekonomian sebagai pengendali dan stabilisator, dan peranan masyarakat diberikan kesempatan untuk melakukan kegiatan produksi. Ciri-ciri nya adalah:

- 1) Adanya pembatasan terhadap pihak swasta.
- 2) Adanya campur tangan pemerintah dengan memberikan aturan/kebijakan.
- 3) Hak milik perorangan diakui, asalkan tidak merugikan masyarakat.

Kekurangan Sistem Perekonomian Campuran adalah:

- 1) Pemerintah memiliki tanggung jawab yang lebih dari pada pihak swasta
- 2) Masalah Pengangguran, inflasi akan tetap ada sehingga pemerintah tetap berperan aktif dalam perekonomian.
- 3) Peranan pemerintah lebih berat dibandingkan dengan swasta.
- 4) Kurangnya pengawasan hal ini dikarenakan banyaknya sektor produksi yang menguntungkan bagi pemerintah sehingga akan menimbulkan KKN.

Kelebihan Sistem Perekonomian Campuran adalah:

- 1) Hak milik individu diakui
- 2) Pemerintah memberikan kebebasan untuk mengembangkan kreativitasnya dan inisiatif
- 3) Kepentingan umum lebih diutamakan
- 4) Pengusaha kecil/lemah mendapat perlindungan dari pemerintah sehingga dapat mengembangkan usahanya.

e. Sistem Ekonomi Pancasila

Sistem ekonomi yang berdasarkan asas nilai dan moral pancasila didasari dengan demokrasi ekonomi yaitu kegiatan ekonomi sebagai usaha bersama beraskan kekeluargaan dan gotong royong yang diawasi oleh pemerintah. Ciri-Ciri Sistem Ekonomi Pancasila:

- 1) Ciri pokok terdapat pada UUD 1945 pasal 33 ayat 1,2,3
- 2) GBHN Bab III B No. 14.
- 3) Pasal 33 setelah amandemen 2002, "Perekonomian disusun sebagai usaha bersama yang berdasarkan asa kekeluargaan. Cabang-cabang produksi yang penting bagi negara dan menguasai hajat hidup orang banyak dikuasai oleh negara. Bumi dan air serta kekayaan alam yang terkandung didalamnya dikuasai oleh negara dan dipergunakan sebesar-sebesaranya kemakmuran rakyat. Perekonomian nasional diselenggarakan atas dasar demokrasi ekonomi yang secara prinsip kebersamaan, efisiensi keadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian serta dengan menjaga suatu keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional".

Ketentuan lebih lanjut dalam mengenai pelaksanaan pasal diatur dalam undang-undang.

GBHN BAB III B NO.14: "Pembangunan ekonomi yang didasarkan kepada demokrasi ekonomi menentukan masyarakat memegang peranan aktif dalam satu kegiatan pembangunan. Oleh karenanya maka pemerintah berkewajiban untuk memberikan pengarah dan bimbingan terhadap suatu pertumbuhan ekonomi serta untuk menciptakan iklim yang sehat untuk perkembangan dunia usaha, sebaliknya dunia usaha perlu memberikan suatu tanggapan terhadap pengarah dan bimbingan serta penciptaan iklim tersebut dengan kegiatan nyata"

C. LATIHAN SOAL/TUGAS

1. Masalah pokok apa yang dihadapi oleh setiap perekonomian. Jelaskan.
2. Jelaskan pengertian batas kemungkinan produksi disertakan dengan kurva.
3. Analisa ke tiga masalah pokok berdasarkan sistem perekonomian

Kmbinasi dari Faktor Produksi	Produk Industri (unit)	Produk Pertanian (unit)
A	0	400
C	350	200
D	450	100
E	500	0

4. Tabel dibawah ini menunjukkan kombinasi faktor produksi, barang industri dan barang pertanian. Dengan bantuan tabel diatas anda diminta untuk:
 - a. Lukislah kurva kemungkinan produksi
 - b. Apakah yang berlaku apabila keinginan masyarakat untuk membeli barang adalah seperti dibawah ini:
 - 1) 350 barang industri dan 250 barang pertanian
 - 2) 450 barang industri dan 50 barang pertanian
 - 3) 200 barang industri dan 300 barang pertanian

D. DAFTAR PUSTAKA

- Mankiw, Gregory. (2014). Pengantar Ekonomi Mikro-Edisi Asia Vol 1. Jakrata: Salemba Empat.
- Rahardja, Pratama, Mandala Manurung. (2008). Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikroekonomi & Makroekonomi). Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Sukirno, Sadono. (2016). Mikro Ekonomi Teori Pengantar: Edisi Ketiga. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sukrino, Sadono. (2011). Pengantar Teori Ekonomi Mikro. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

PERTEMUAN 4

TEORI PERMINTAAN

A. TUJUAN PEMBELAJARAN

Dalam modul ini diharapkan mahasiswa dapat:

1. Memahami teori permintaan, fungsi Permintaan, Kurva Permintaan. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan.
2. Menghitung harga permintaan dan membuat kurva permintaan
3. Menghitung, membuat kurva, dan mampu membaca kurva Permintaan Perseorangan dan Permintaan Pasar.
4. Mengilustrasikan Efek faktor bukan harga terhadap permintaan
5. Membuat gambar kurva dan menjelaskan gerakan perubahan dan pergeseran permintaan.

B. URAIAN MATERI

Di Bab 3 telah dijelaskan permasalahan mengenai barang apa yang akan diproduksi, bagaimana barang tersebut di produksi dan untuk siapa barang di produksi. Menjawab permasalahan ini maka masalah ini dipecahkan dengan interaksi ekonomi dari para pembeli dengan para penjual dipasar. Teori permintaan menerangkan pembeli sebagai konsumen dan teori penawaran menerangkan para penjual sebagai produsen. Interaksi ini juga menentukan tingkat harga barang dan jumlah barang yang diperjualbelikan sehingga timbulnya keseimbangan pasar. Permintaan adalah kegiatan yang dilakukan oleh konsumen untuk membeli sejumlah barang yang diminta dengan harga yang diminta sesuai dengan pendapatan konsumen pada periode tertentu.

Teori permintaan berhubungan dengan daya beli konsumen terhadap harga dan jumlah barang yang akan diminta. Berlakunya hukum permintaan dimana ketika harga mengalami penurunan maka jumlah permintaan barang akan banyak dan apabila harga naik maka jumlah yang permintaan akan sedikit. Persamaan ini secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$P = a - bQ \quad \text{atau} \quad Q = a - bP$$

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

Keterangan rumus:

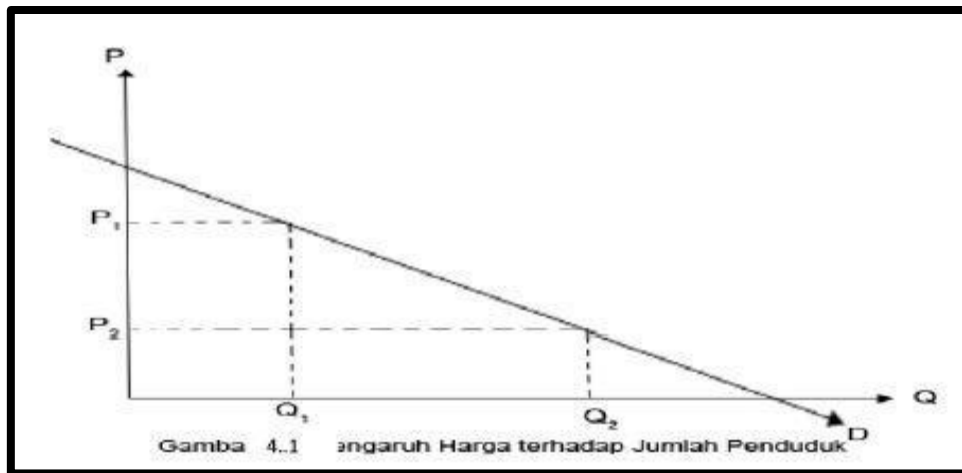
Q = Jumlah yang diminta

a = Konstanta

b = Koefisien

P = Permintaan (demand)

Sesuai dengan hukum permintaan, ketika harga barang turun, maka yang terjadi: Jumlah barang yang diminta akan banyak karena semakin menguatnya daya beli konsumen terhadap barang tersebut. Dapat dilihat dalam gambar 10 dibawah ini.



Gambar 10. Permintaan

Gambar 10 menunjukkan bahwa harga mula-mula di P1 dengan jumlah permintaan di Q1. Jika harga barang tinggi maka jumlah barang yang diminta akan sedikit yaitu sebesar Q1. Jika harga diturunkan dari P1 ke P2 maka jumlah permintaan lebih banyak yaitu sebesar Q2. Perbandingan perubahan harga (P) terhadap perubahan jumlah barang (Q) yang diminta disebut dengan Koefisien arah atau gradien (*slope*). Tidak ada permintaan sebesar nol. Jika harga barang turun jumlah permintaan akan banyak, akan tetapi bila harga terus menerus turun maka pasar dapat merespon tidak adanya permintaan hal ini bisa jadi produk tersebut sudah tidak ada harga dan manfaatnya dan kualitas produk sudah tidak sesuai dengan standar.

1. Faktor yang Berpengaruh Terhadap Permintaan

Ada faktor yang mempengaruhi permintaan terhadap barang yaitu:

- a. Harga barang itu sendiri.
- b. Apabila harga barang murah tentu jumlah yang diminta akan semakin banyak.
- c. Harga barang itu sendiri
- d. Terdapat pada jenis barang substitusi dan barang komplementer masing-masing saling berkaitan.
- e. Tingkat Pendapatan Perkapita, tercermin dari daya beli masyarakat. Semakin tinggi pendapatan seseorang maka daya beli masyarakat akan semakin kuat, dan apabila pendapatan kecil maka daya beli masyarakat makin menurun.
- f. Selera atau kebiasaan
- g. Pola hidup masyarakat akan menentukan kebiasaan atau selera dalam memenuhi kebutuhannya.
- h. Jumlah Penduduk, jumlah penduduk berpengaruh terhadap permintaan. Semakin besar jumlah penduduk suatu negara maka akan semakin besar pula permintaan akan produk.
- i. Perkiraan harga di masa mendatang, peramalan dimasa mendatang terhadap kenaikan atau penurunan barang, maka bagi produsen dan konsumen perlu diperhatikan permintaan, produksi dan harga, bagi konsumen jika barang akan naik maka konsumen terdorong akan membeli lebih banyak barang saat ini sehingga dapat menghemat belanja di masa depan.
- j. Usaha-usaha produsen meningkatkan penjualan, promosi produk merupakan satu-satunya jalan untuk meningkatkan penjualan. Dengan berpromosi dapat membujuk para pembeli untuk mendorong orang untuk membeli barang.

2. Harga dan Permintaan

Permintaan suatu barang sangat berhubungan terhadap harga hal ini dapat terlihat dari hukum permintaan yang menyatakan bahwa makin rendah harga suatu barang maka makin banyak jumlah barang yang diminta akan tetapi sebaliknya apabila semakin tinggi harga maka semakin rendah jumlah barang

yang diminta. Harga dan permintaan sebagai halnya kurva permintaan memiliki hubungan yang terbalik, dan berslope negatif, yang artinya kenaikan harga akan mengakibatkan penurunan jumlah yang diminta. Mengapa jumlah barang yang diminta memiliki sifat hubungan seperti diatas? Hal ini disebabkan karena:

- a. Kenaikan harga dapat menyebabkan para pembeli mencari alternatif yang lain sebagai barang pengganti (substitusi) terhadap barang yang mengalami kenaikan harga, dan ketika harga turun maka pembeli akan mengurangi pembeliannya terhadap barang lain yang sama jenisnya dan menambah pembelian terhadap barang yang mengalami penurunan harga.
- b. Kenaikan harga menyebabkan pendapatan riil para pembeli menjadi berkurang. Hal ini bisa jadi dikarenakan pendapatan yang berkurang memaksa para pembeli untuk mengurangi pembeliannya terhadap berbagai jenis barang yang mengalami kenaikan harga.

3. Daftar Permintaan

Daftar permintaan merupakan gambaran dari suatu kegiatan yang berisi harga dan jumlah barang yang diminta. Contoh permintaan terhadap buku tulis

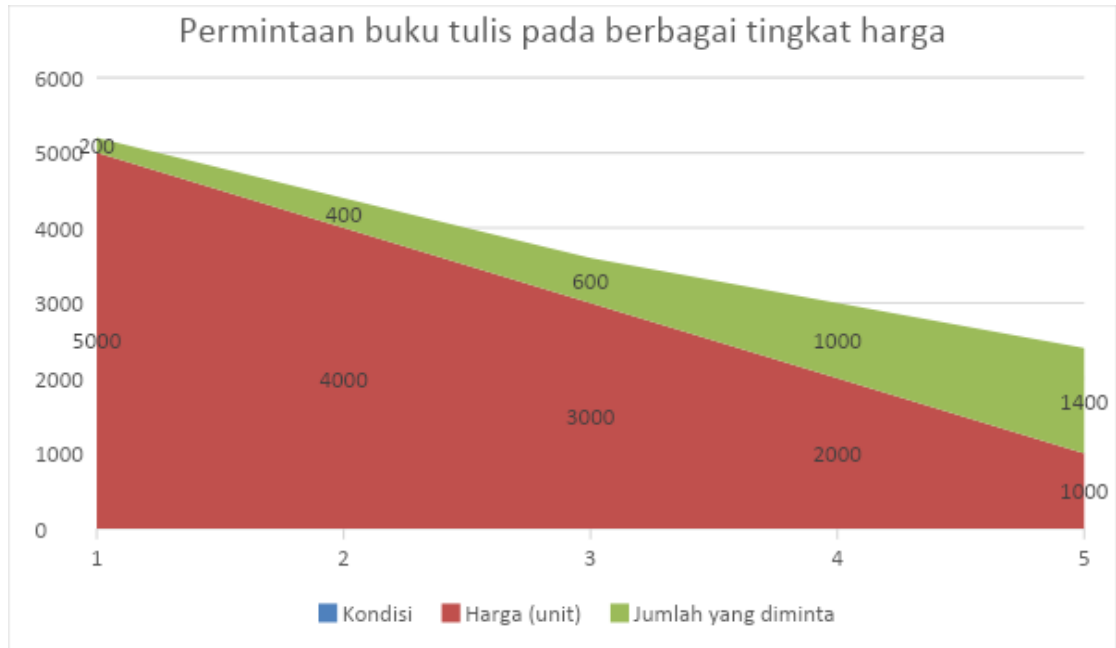
Tabel 3. Permintaan buku tulis pada berbagai tingkat harga.

Kondisi	Harga (unit)	Jumlah yang diminta
P	5000	200
Q	4000	400
R	3000	600
S	2000	1000
T	1000	1400

Sumber: Sadono Sukirno (2016:77)

a. Kurva Permintaan

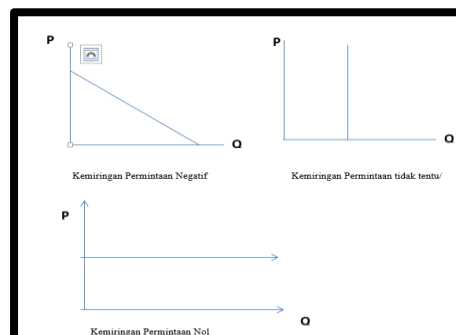
Permintaan adalah suatu kurva yang menggambarkan keadaan keseluruhan daripada hubungan antara harga dan jumlah barang yang diminta. Dengan menggunakan tabel diatas dapat dibuat kurva permintaan. Pada kurva permintaan menunjukkan kemiringan hal ini dimaksudkan bahwa antara harga dan jumlah yang diminta berbanding terbalik, akibatnya kurva permintaan menjadi miring dari kiri atas kekanan bawah sehingga kemiringannya bersifat negatif. Gambar kurva permintaan dapat dilihat pada gambar 11.



Gambar 11. Kurva permintaan terhadap buku tulis.

b. Kurva Permintaan Linear

Kata linear berarti harus menurun, lurus horizontal atau lurus vertikal. Dari sini menimbulkan peristiwa permintaan negatif dan. Permintaan negatif adalah harga begitu tinggi sehingga aktivitas pasar terhambat sampai jumlah yang ditawarkan memberikan harga yang memuaskan. Kasus yang terjadi, kurva permintaan mempunyai kemiringan negatif artinya apabila harga turun, permintaannya bertambah. Ada kasus lain bahwa kemiringan kurva permintaan nol, artinya permintaan dapat berubah-ubah walaupun harga tetap. Kasus lain pula kemiringan kurva permintaan tidak terhingga, yang artinya harga dapat berubah-ubah tetapi permintaannya tetap (Weber, 1999). Gambar 4.3 dibawah ini



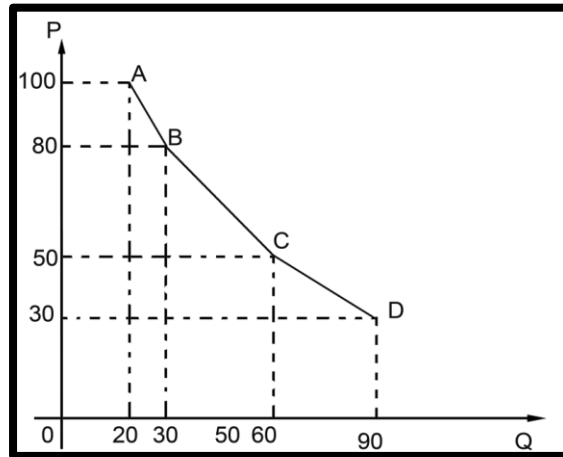
Gambar 12. Kemiringan Kurva Permintaan / demand

Berikut ini contoh penerapan dari hukum permintaan atas suatu barang tertentu:

Tabel 4. Data Permintaan Barang

Harga (P)	Jumlah (Q)	Nama Titik Garis
100	20	A
80	30	B
50	60	C
30	90	D

Dari tabel diatas dapat digambarkan kurva permintaan di bawah ini.



Gambar 13. Kurva hukum permintaan

Analisis kurva permintaan:

Sesuai dengan hukum permintaan, maka arah garis kurvanya dimulai dari kiri atas ke kanan bawah, menunjukkan koefisien arah garis atau *slope* bernilai negatif. Misalnya titik A ke titik B

$$Slope = \frac{\Delta Q}{\Delta P} = \frac{30 - 20}{80 - 100} = \frac{10}{-20}$$

$$Slope = -0,5$$

Jika dibuat persamaan fungsi permintaan dari titik A (20; 100) ke titik B (30;80) untuk menunjukkan nilai *slope* benar-benar negatif, dengan langkah sebagai berikut:

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

$$\frac{P - 100}{80 - 100} = \frac{Q - 20}{30 - 20}$$

$$\frac{P - 100}{-20} = \frac{Q - 20}{10}$$

$$10P - 1.000 = -20Q + 400$$

$$10P = -20Q + 1400$$

$$P = -2Q + 140$$

$$\text{Atau: } Q = -0,5P + 70$$

Secara parsial dapat digambarkan kurva permintaan atas fungsi permintaan di atas dengan pembuktian sebagai berikut:

$$Q = -0,5P + 7$$

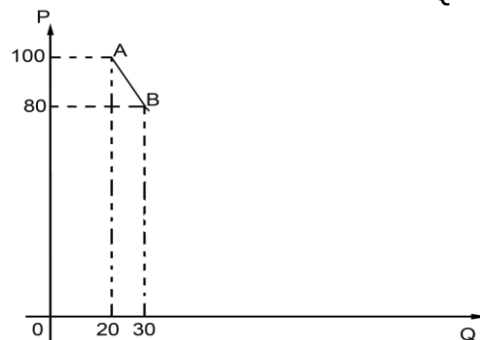
$$Q = -0,5(80) + 70 = -40 + 70$$

$$Q = 30$$

$$Q = -0,5P + 70$$

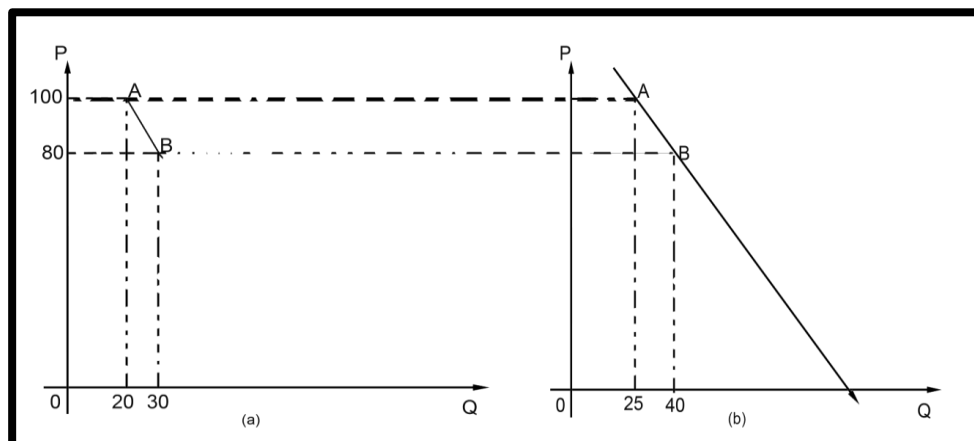
$$Q = -0,5(100) + 70 = -50 + 70$$

$$Q = 20$$



Gambar 14. permintaan pembuktian

Semakin besar *slope* atau koefisien arah garis, akan mempengaruhi tingkat kemiringan garis dan sekaligus menentukan besar kecilnya harga dan jumlah barang yang diminta. Contoh:



Keterangan gambar 4.6:

Kurva permintaan (a) cenderung landai garis permintaannya bila dibandingkan dengan kurva permintaan (b). Hal ini disebabkan secara absolut *slope* kurva permintaan (a) lebih besar daripada *slope* kurva permintaan (b).

$$\text{Slope kurva permintaan (a)} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} = \frac{10}{-20} = -0,5$$

$$\text{Slope kurva permintaan (b)} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} = \frac{15}{-20} = -0,75$$

Pada saat harga barang per unit sebesar 100, permintaan (a) sebesar 20 unit sedangkan permintaan (b) sebesar 25 unit dan harga sebesar 80 permintaan (a) dan (b) adalah sama, yaitu sebesar 30 unit. Perubahan harga barang per unit yang sama telah berakibat permintaan pasar yang berada sebagai akibat perbedaan *slope* garis permintaan. Slope garis permintaan (a) lebih kecil daripada *slope* garis permintaan (b) karena semakin besar *slope*-nya permintaan barang semakin sensitif terhadap perubahan harga barang per unit.

Namun demikian dari kedua kurva permintaan pasar tersebut dapat disimpulkan bahwa kedua kurva tetap berlaku hukum permintaan di mana apabila harga barang naik dan faktor lainnya diasumsikan tidak berubah (*ceteris paribus*) maka pembeli dalam hal ini pasar akan membeli lebih sedikit. Sebaliknya apabila harga suatu barang turun maka pasar cenderung membeli barang tersebut dalam jumlah yang lebih banyak daripada sebelum ada penurunan harga.

Dalam kegiatan ekonomi sehari-hari kita dapat mengilustrasikan hukum ini dengan mengambil contoh kasus televisi, komputer dan sebagainya. Pada tahun 1965, hanya beberapa orang yang memiliki televisi, karena pada tahun tersebut harga televisi yang sangat tinggi hanya dapat dijangkau oleh orang-orang kaya saja. Tetapi sekarang dengan penurunan harga televisi, semakin banyak televisi terbeli. Demikian juga untuk komputer, pada saat pertama kali keluar harganya sangat mahal sehingga terbeli oleh orang-orang atau perusahaan-perusahaan tertentu. Dengan penurunan harga komputer, orang atau perusahaan yang tadinya menggunakan mesin ketik beralih ke komputer. Di samping itu turunnya harga juga akan merangsang konsumen lama untuk melakukan pembelian lebih banyak. Sebaliknya, naiknya harga barang akan menyebabkan sebagian dari orang-orang membeli barang tersebut lebih sedikit (Badrudin, 2003).

Contoh lain kurva permintaan:

Jika diketahui $P = 50 - 2Q$, tentukan:

Skedul permintaan barang

Gambarkan kurva permintaan barang dari fungsi di atas.

Berapa harga dan jumlah tertinggi yang dapat dicapai dari fungsi permintaan?

Jawab:

Skedul permintaan barang

Q	0	1	2	3	4	5		25
P	50	48	46	44	42	40		0

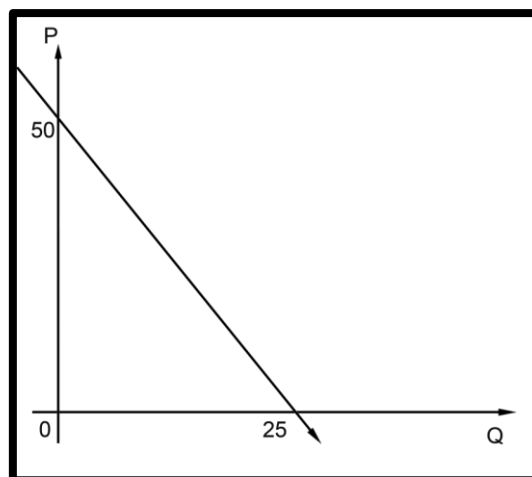
Gambarkan kurva permintaan barang dari fungsi di atas.

Saat $Q = 0$ maka $P = 50$

Saat $P = 0$ maka

$$2Q = 50$$

$$Q = 25$$



Berdasarkan skedul permintaan barang diketahui harga tertinggi dicapai pada saat tidak ada permintaan pasar (tidak terdapat persediaan barang di pasar) atau $Q = 0$, yaitu sebesar $P = 50$. Sedangkan jumlah permintaan pasar terbesar terjadi pada saat “diberikan Cuma-Cuma” atau gratis oleh produsen ($P=0$), yaitu sebesar $Q=25$.

Contoh: Kurva permintan pasar dengan perbedaan harga yang relatif besar.

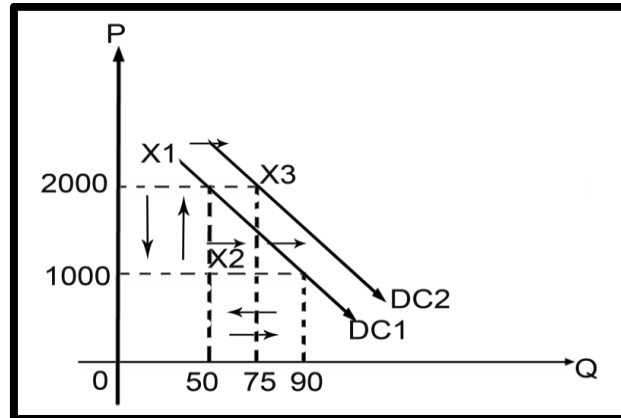
Harga (P)	50	150	300	350	500
Jumlah (Q)	30	25	15	5	1



Dari hasil gambar kurva permintaan pasar di atas, garis permintaan melengkung atau tidak linear. Hal ini sebagai akibat adanya perbedaan dan secara absolut relatif besar antaraa perubahan relatif besar antara perubahan harga (P) dan perubahan jumlah (Q).

c. Pergeseran Kurva Permintaan

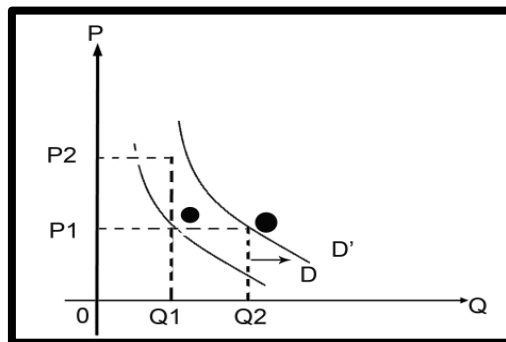
Hukum Permintaan sebagaimana yang sudah dijelaskan sebelumnya hanya berlaku bila dalam kondisi *ceteris paribus*. Namun bagaimanakah seandainya asumsi di atas tidak berlaku? Sebagai contoh, pada periode tertentu meskipun terjadi perubahan harga, tetapi juga terjadi perubahan pendapatan individu atau masyarakat, apakah yang terjadi pada jumlah barang yang diminta? Misalkan jika seorang individu pada periode tertentu memiliki pendapatan sebesar Rp100000, harga barang Rp. 1000 per unit barang yang dapat dibeli adalah sebanyak 100 unit. Bila harga naik menjadi Rp 2000, jumlah barang yang diminta akan menurun menjadi 50 unit. Tetapi apabila harga barang turun menjadi Rp 500,- jumlah barang yang diminta naik menjadi 200 unit. Seandainya pada saat itu pendapatan individu tersebut meningkat menjadi Rp 150.000,- apakah naik menjadi Rp 2.000,-? Tentunya permintaan akan naik sebanyak 25 unit dari 50 unit menjadi 75 unit. Naiknya jumlah barang yang diminta sebanyak 25 unit menyebabkan pergeseran kurva permintaan ke arah kanan, seperti gambar berikut ini :



Gambar 15. Pergeseran Kurva Permintaan

Pergeseran itu tampak dari X_1 ke X_3 dan kurva permintaan bergeser dari DC_1 ke DC_2 . Cobalah Anda cari jawabannya mengenai apakah yang terjadi bila harga tetap, sedangkan pendapatan turun. Selain pendapatan, penyebab bergesernya kurva permintaan adalah selera masyarakat, barang substitusi, jumlah penduduk dan ramalan masa yang akan datang. Dengan kata lain penyebab terjadinya perubahan permintaan adalah harga. Sedangkan yang menyebabkan terjadinya pergeseran permintaan selain harga adalah semua yang di asumsikan tetap untuk menetapkan hukum permintaan (Putong, 2000).

Sebagai contoh lain dari pergeseran kurva permintaan sebagai berikut:



Gambar 16. Pergeseran Kurva Permintaan yang Lain

Mari kita lihat apa yang terjadi pada kurva permintaan jika tingkat pendapatan naik. Seperti dapat dilihat dalam gambar 1.10, jika harga pasar konstan pada P_1 , diperkirakan akan terjadi peningkatan jumlah permintaan dari Q_1 ke Q_2 sebagai akibat dari pendapatan konsumen yang lebih tinggi. Karena kenaikan ini akan terjadi berapapun harga pasar, akibatnya seluruh kurva permintaan akan bergeser ke kanan. Dalam gambar pergeseran ini ditunjukkan sebagai pergeseran dari D ke D' . Sebagai alternatif kita dapat bertanya berapa

harga yang akan dibayar konsumen untuk membeli barang dalam jumlah tertentu, yaitu Q_1 dengan pendapatan yang lebih tinggi, mereka seharusnya bersedia membayar dengan harga yang lebih tinggi, katakanlah P_2 daripada P_1 . Kurva akan bergeser ke kanan.

Perubahan pada harga barang yang saling berkaitan juga dapat mempengaruhi permintaan. Suatu barang dapat dikatakan sebagai barang substitusi apabila salah satu dari barang tersebut harganya naik dan akan memicu kenaikan pada harga barang lainnya. Misalkan tembaga akan meningkat jika harga aluminium naik. Begitu juga dengan daging dan ayam merupakan barang substitusi karena kebanyakan konsumen bersedia menukar pembelian mereka pada salah satu, jika harga yang lain berubah. Suatu barang dikatakan sebagai barang komplementer, jika kenaikan harga salah satu barang akan memicu penurunan jumlah permintaan barang lain. Misalkan mobil dan minyak adalah barang komplemen. Karena keduanya cenderung digunakan bersama-sama, penurunan harga minyak menaikkan jumlah permintaan mobil. Begitu juga komputer dan perangkat lunaknya merupakan barang komplemen. Harga komputer merosot memicu tidak hanya kenaikan pembeli komputer, tetapi juga pembelian paket perangkat lunak.

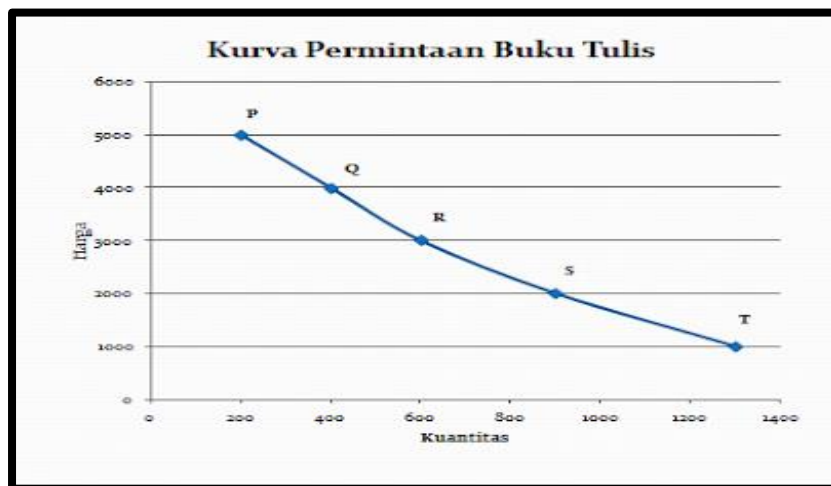
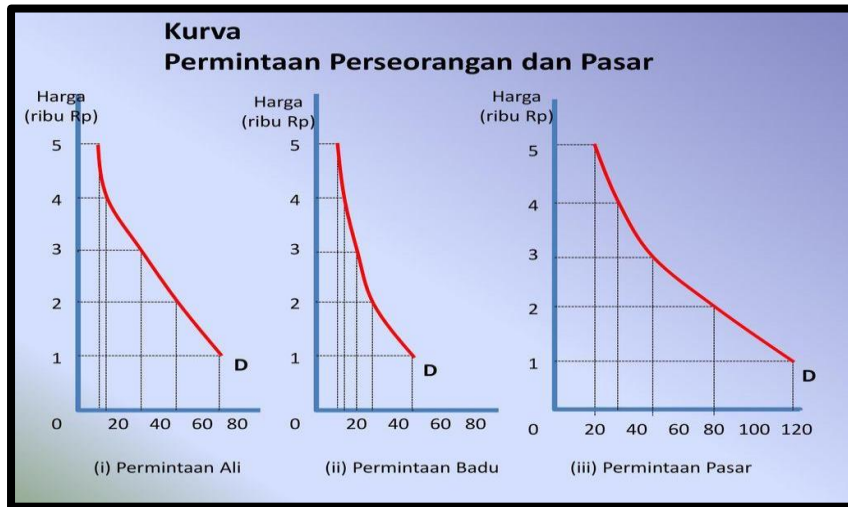
Seperti gambar 16 kenaikan pendapatan digambarkan dengan pergeseran kurva permintaan ke kanan. Namun pergeseran ini dapat juga diakibatkan baik karena kenaikan harga barang substitusi maupun turunnya harga barang komplemen. Atau mungkin diakibatkan perubahan beberapa variabel lainnya seperti musim, di mana kurva permintaan ski dan *snowboard* akan bergeser ke kanan bila salju turun lebat (Robert Pindyck, 2009).

d. Permintaan Perseorangan dan Permintaan Pasar

Permintaan pasar terdiri dari permintaan perseorangan dan permintaan yang dilakukan oleh semua orang. Hal ini dapat dilihat dalam tabel dibawah ini.

Tabel 5. Permintaan Pasar Terhadap Buku

Permintaan Terhadap Buku Tulis pada Berbagai Tingkat Harga		
Keadaan	Harga (rupiah)	Jumlah yang diminta (Unit)
P	5000	200
Q	4000	400
R	3000	600
S	2000	900
T	1000	1300



Jumlah suatu barang yang bersedia dibeli oleh seseorang atau individu ditentukan oleh beberapa faktor diantaranya seperti harga barang itu sendiri, harga barang lain yang mempunyai hubungan (substitusi, komplementer), pendapatan seseorang, selera, ramalan keadaan di masa yang akan datang dan sebagainya. Dengan asumsi *ceteris paribus*, contoh kasus daging sapi menunjukkan permintaan seseorang akan daging sapi. Fungsi permintaan tersebut menunjukkan hubungan antara harga dengan jumlah yang diminta.

Contoh lain: toko batik menjual baju batik merek tertentu dengan harga yang dipatok Rp. 30000,00 pada periode I, dan Rp.23000,00 pada periode II dengan masing-masing pembeli A, B, C, D, E membeli baju batik pada jumlah yang berbeda menurut kemampuan keuangan berbeda.

Bulan	Harga (P)	Pembeli (Q)					Jumlah
		A (Q1)	B (Q2)	C (Q3)	D (Q4)	E (Q5)	
I	30.000	5	7	2	3	10	27
II	23.000	15	12	8	10	20	65

Tentukan persamaan fungsi permintaan masing-masing untuk A, B,C,D,E.
 Tentukan persamaan permintaan untuk seluruh pembeli atau fungsi permintaan pasar! Buatlah kurva permintaan masing-masing pembeli dan seluruh pembeli!

Jawab:

Persamaan fungsi permintaan perorangan

Pembeli A melalui titik ordinta (5;30.000) dan II (15;23.000)

$$\frac{P - P_1}{P_2 - P_1} = \frac{Q - Q_1}{Q_2 - Q_1} \text{ sehingga: } \frac{P - 30.000}{23.000 - 30.000} = \frac{Q - 5}{15 - 5}$$

$$\frac{P - 30.000}{-7.000} = \frac{Q - 5}{10}$$

$$10P - 30.000 = -7.000Q + 35.000$$

$$10P = -7.000Q + 335.000$$

$$P = -7.000Q + 33.500$$

Atau:

$$P = 33.500 - 7.000Q$$

Pembeli B melalui titik ordinta I (7;30.000) dan II (12;23.000)

$$\frac{P - P_1}{P_2 - P_1} = \frac{Q - Q_1}{Q_2 - Q_1} \text{ sehingga: } \frac{P - 30.000}{23.000 - 30.000} = \frac{Q - 7}{12 - 7}$$

$$\frac{P - 30.000}{-7.000} = \frac{Q - 7}{5}$$

$$5P - 150.000 = -7.000Q + 49.000$$

$$5P = -7.000Q + 199.000$$

$$P = -1.400Q + 39.800$$

Atau:

$$P = 39.800 - 1.400Q$$

Pembeli C melalui titik ordinat I (2;30.000) dan II (8;23.000)

$$\frac{P - P_1}{P_2 - P_1} = \frac{Q - Q_1}{Q_2 - Q_1} \text{ sehingga: } \frac{P - 30.000}{23.000 - 30.000} = \frac{Q - 2}{8 - 2}$$

$$\frac{P - 30.000}{-7.000} = \frac{Q - 2}{6}$$

$$6P - 180.000 = -7.000Q + 14.000$$

$$6P = -7.000Q + 194.000$$

$$P = -1.666,7Q + 32.333,3$$

Atau:

$$P = 32.333,3 - 1.666,7Q$$

Pembeli D melalui titik ordinat I (3;30.000) dan II (10;23.000)

$$\frac{P - P_1}{P_2 - P_1} = \frac{Q - Q_1}{Q_1 - Q_2} \text{ sehingga: } \frac{P - 30.000}{23.000 - 30.000} = \frac{Q - 3}{10 - 3}$$

$$\frac{P - 30.000}{-7.000} = \frac{Q - 3}{7}$$

$$7P - 210.000 = -7.000Q + 21.000$$

$$7P = -7.000Q + 231.000$$

$$P = -1.000Q + 33.000$$

Atau:

$$P = 33.000 - 1.000Q$$

Pembeli E melalui titik ordinta I (10;30.000) dan II (20;23.000)

$$\frac{P - P_1}{P_2 - P_1} = \frac{Q - Q_1}{Q_2 - Q_1} \text{ sehingga: } \frac{P - 30.000}{23.000 - 30.000} = \frac{Q - 10}{20 - 10}$$

$$\frac{P - 30.000}{-7.000} = \frac{Q - 10}{10}$$

$$10P - 30.000 = -7.000Q + 70.000$$

$$10P = -7.000Q + 370.000$$

$$P = -7.000Q + 37.000$$

Atau:

$$P = 37.000 - 700Q$$

Persamaan fungsi permintaan untuk seluruh pembeli (A, B, C, D, dan E) atau fungsi permintaan pasar melalui titik ordinat I (27;30.000) dan II (65;23.000)

$$\frac{P - P_1}{P_2 - P_1} = \frac{Q - Q_1}{Q_2 - Q_1} \text{ sehingga: } \frac{P - 30.000}{23.000 - 30.000} = \frac{Q - 27}{65 - 27}$$

$$\frac{P - 30.000}{-7.000} = \frac{Q - 7}{38}$$

$$38P - 1.140.000 = -7.000Q + 189.000$$

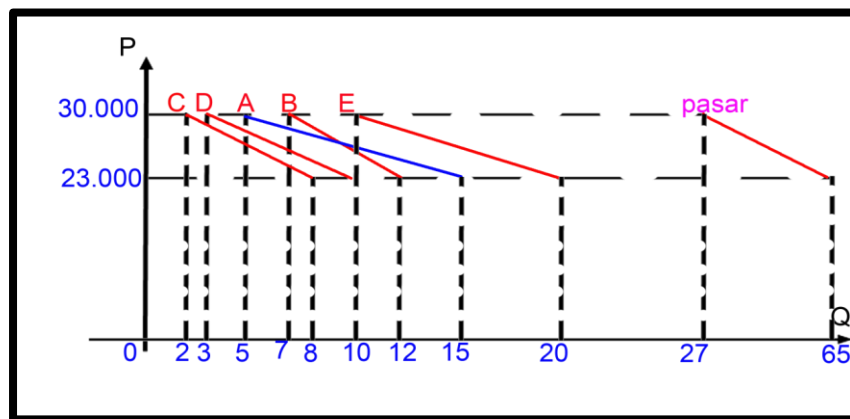
$$38P = -7.000Q + 1.329.000$$

$$P = -184,2Q + 34.973,68$$

Atau:

$$P = 34.973,68 - 184,2Q$$

Gambar kurva permintaan baik individu pembeli maupun seluruh pembeli (pasar)

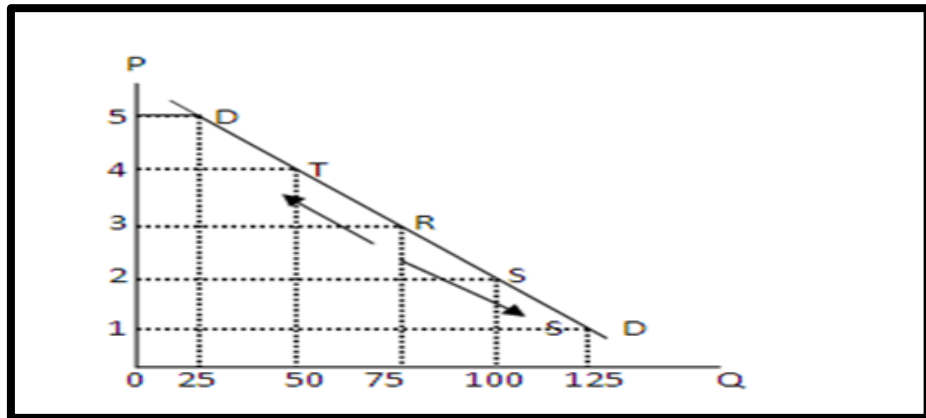


Gerakan Sepanjang Kurva Permintaan

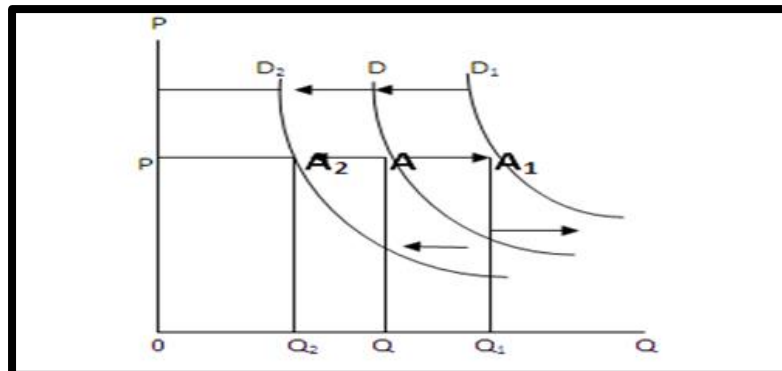
Gerakan ini disebabkan oleh perubahan harga produk dan pendapatan masyarakat sehingga menyebabkan kurva permintaan akan bergeser.

- 1) Harga Produk, yang menyebabkan perubahan harga produk yaitu: Jika harga produk barang dan jasa mengalami peningkatan, maka kurva permintaan akan bergeser ke kiri hal ini dikarenakan jumlah permintaan produk berkurang. Jika harga produk barang dan jasa mengalami penurunan maka kurva permintaan akan bergeser ke arah kanan dikarenakan jumlah permintaan produk bertambah. Gambar dibawah menunjukkan jika harga produk mengalami peningkatan dari harga 3000 menjadi 4000 maka kurva akan bergeser ke kiri yaitu pergeseran dari R ke T, hal ini dikarenakan jumlah permintaan produk akan berkurang yang disebabkan mahal nya harga maka jumlah yang diminta akan berkurang. Begitu juga dengan sebaliknya jika harga produk mengalami penurunan dari harga 3000 menjadi 2000 maka kurva permintaan akan

bergeser ke kanan yang menyebabkan jumlah permintaan akan bertambah. Sebagai contoh dapat dilihat pada gambar dibawah ini



- 2) Perubahan pendapatan masyarakat, yang menyebabkan perubahan kurva permintaan karena adanya perubahan pendapatan masyarakat yaitu: Jika pendapatan masyarakat mengalami peningkatan maka kurva permintaan akan bergeser ke arah kanan dikarenakan jumlah permintaan produk barang dan jasa bertambah. Jika pendapatan masyarakat mengalami penurunan, maka kurva permintaan akan bergeser ke arah kiri yang dikarenakan jumlah permintaan produk berkurang. Dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



C. LATIHAN SOAL/TUGAS

1. Terangkan hukum permintaan, sebutkan dan jelaskan faktor apa saja yang menentukan yang menentukan permintaan? Mengapa kurva permintaan berbentuk menurun?
2. Jelaskan pergerakan sepanjang kurva permintaan dan pergeseran kurva permintaan
3. Terangkan perbedaan antar permintaan perseorangan dan permintaan pasar.
Jika diketahui:

Periode	P/u	Q
I	20	20
II	10	80

Buatlah persamaan fungsi permintaan yang dan gambarkan.! Berikan penjelasannya

4. Terangkan mengenai pergeseran kurva permintaan yang disebabkan perubahan harga dan kuantitas (jumlah)!

D. DAFTAR PUSTAKA

- Mankiw, Gregory. (2014). Pengantar Ekonomi Mikro-Edisi Asia Vol 1. Jakrata: Salemba Empat.
- Rahardja, Pratama, Mandala Manurung. (2008). Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikroekonomi & Makroekonomi). Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Sukirno, Sadono. (2016). Mikro Ekonomi Teori Pengantar: Edisi Ketiga. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sukrino, Sadono. (2011). Pengantar Teori Ekonomi Mikro. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

PERTEMUAN 5

PENAWARAN DAN KESEIMBANGAN PASAR

A. TUJUAN PEMBELAJARAN

Tujuan pembelajaran dalam pertemuan kali ini yaitu

1. Memahami teori penawaran, fungsi Penawaran, Kurva Penawaran. Faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran.
2. Menghitung harga penawaran dan membuat kurva penawaran
3. Menghitung, membuat kurva, dan mampu membaca kurva Penawaran Perseorangan dan Penawaran Pasar.
4. Mengilustrasikan Efek faktor bukan harga terhadap penawaran.
5. Membuat gambar kurva yang menunjukkan perubahan gerakan sepanjang kurva penawaran dan pergeseran kurva penawaran.

B. URAIAN MATERI

Pengertian Penawaran (supply) menurut Rahardja dan manurung (2010:28) adalah Jumlah barang yang akan dijual pada berbagai harga dalam satu periode tertentu.

Berdasarkan jumlah barang yang ditawarkan yaitu:

1. Penawaran berdasarkan jumlah penjual
2. Penawaran Individu, adalah jumlah barang yang dijual oleh perseorangan.
3. Penawaran Kolektif/Penawaran Pasar
4. Penawaran dari keseluruhan para penjual yaitu seluruh penjual menawarkan berbagai macam barang yang dijual dipasar.
5. Penawaran berdasarkan kenyataan, merupakan sejumlah barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan/ produsen pada berbagai tingkat harga pada periode tertentu.

Macam-macam penawaran:

1. Penawaran Sub Marginal adalah penawaran yang dilakukan oleh penjual yang mampu menjual barang dagangan dibawah harga pasar.
2. Penawaran Marginal adalah penawaran yang dilakukan oleh penjual yang menjual barang dagangannya sama dengan harga pasar.

3. Penawaran Super Marginal adalah penawaran yang dilakukan oleh penjual yang menjual barang dagangannya diatas harga pasar
 4. Penawaran Individu adalah penawaran yang menjual barang dagangannya dilakukan oleh satu orang.
 5. Penawaran Pasar adalah penawaran yang dilakukan oleh banyak penjual.
- Berikut ini pemaparan materi atas penawaran dan keseimbangan pasar.

1. Hukum Penawaran

Hukum penawaran adalah semakin tinggi tingkat harga suatu barang, semakin banyak jumlah barang yang akan ditawarkan oleh para penjual sebaliknya makin rendah harga suatu barang semakin sedikit jumlah barang yang akan ditawarkan (Sadono sukirno 2016:86). Mengapa hukum penawaran demikian? Karena dengan asumsi faktor harga signifikan berpengaruh pada daya jangkau pasar untuk melakukan transaksi pembelian barang, sedang faktor lain selain harga diasumsikan tetaap atau *ceteris paribus*. Bagi produsen kelancaran transaksi terhadap tingkat keuntungan terjadi ketika harga barang mengalami kenaikan, ketika harga barang naik diharapkan perusahaan produsen mengalami keuntungan yang maksimal.

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penawaran

Beberapa faktor yang mempengaruhi penawaran yaitu:

- a. Harga Barang itu sendiri, pihak perusahaan/produsen selalu melihat pasar, melihat pada situasi dan kondisi atas pergerakan pasar, tidak terlepas juga terhadap permintaan. Adanya permintaan yang banyak terhadap harga barang maka akan mendorong pihak perusahaan untuk memproduksi lebih banyak. Seperti halnya dengan penawaran jika harga barang naik, maka ada kecendrungan pihak produsen atau pihak perusahaan untuk menambah jumlah produksinya sehingga menghasilkan output yang maksimal. Sebagai contoh pada saat tahun ajaran baru semua siswa membutuhkan buku tulis, peralatan sekolah, seragam, sepatu dan tas.
- b. Harga Barang lain yang terkait, barang substitusi dapat berpengaruh terhadap penawaran suatu barang, dimana barang yang terkait sebagai pengganti dari barang yang lainnya, contoh seragam sekolah bahannya ada yang dari bahan katun linen, bahan plat dan lainnya. Ketika harga bahan katun mahal maka sebagai pengganti adalah bahan plat yang harganya jauh

lebih murah. Jadi maksudnya ketika harga barang substitusi naik maka penawaran suatu barang akan bertambah begitu sebaliknya. Sedang untuk barang komplementer dapat dinyatakan bahwa ketika harga barang komplemen naik maka penawaran suatu barang berkurang begitu sebaliknya.

- c. Harga Faktor Produksi, kenaikan harga faktor produksi seperti tingkat upah lebih tinggi dari harga bahan baku mengakibatkan perusahaan memproduksi outputnya lebih sedikit dengan jumlah anggaran yang tetap. Kenaikan harga faktor produksi akan mengurangi laba perusahaan. Dengan Demikian tingkat laba yang didapat sudah tidak menarik lagi sehingga industri pindah keindustri lain.
- d. Biaya Produksi, kenaikan harga infut akan menyebabkan kenaikan biaya produksi dengan demikian biaya produksi meningkat dikarenakan kenaikan harga faktor produksi atau penyebab yang lain sehingga produsen akan mengurangi hasil produksinya sehingga penawaran barangpun berkurang.
- e. Teknologi Produksi, teknologi dapat menentukan banyaknya jumlah barang yang dapat ditawarkan. Kemajuan teknologi dapat mempertinggi produktivitas sehingga dapat menciptakan barang-barang baru yang berkualitas. Efek yang ditimbulkan dengan adanya teknologi yaitu produksi dapat ditambah dengan cepat dan biaya produksinya pun akan lebih murah sehingga perusahaan mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi.
- f. Pajak, pajak berpengaruh terhadap tinggi rendahnya harga. Pajak berpengaruh terhadap suatu produk. Jika harga barang tinggi permintaan akan berkurang sehingga penawaran akan produk menjadi berkurang.

3. Daftar Penawaran Dan Kurva Penawaran

Daftar penawaran adalah sejumlah produk yang akan ditawarkan oleh produsen pada tingkat harga tertentu. Daftar atau tabel penawaran ini sebagai dasar untuk dalam membuat kurva penawaran. Contoh dari daftar penawaran dibawah ini

Tabel 6. Daftar Penawaran Buku Tulis

Keadaan	Harga	Jumlah Barang
A	5000	900
B	4000	800

C	3000	600
D	2000	375
E	1000	100

Dari tabel diatas dapatlah dibuat kurva penawaran. Kurva penawaran menurut mankiw (2009:87) menyatakan bahwa garis menaik yang menghubungkan harga dengan jumlah penawaran suatu barang. Sedangkan menurut Sadono Sukirno (2016:86) kurva penawaran menunjukkan hubungan harga dan jumlah barang yang ditawarkan. Dapat dilihat pada gambar dibawah.



Gambar 17. Kurva penawaran buku tulis

Pada gambar 17 dapat dijelaskan apabila tingkat harga tinggi maka semakin banyak produsen menawarkan barangnya, dan apabila tingkat harga turun/rendah maka produsen akan sedikit menawarkan barangnya.

4. Fungsi Penawaran

Fungsi penawaran adalah sebagai fungsi yang menunjukkan hubungan antara harga dengan jumlah barang yang ditawarkan oleh produsen dalam jangka waktu tertentu. Fungsi penawaran digunakan dengan tujuan sebagai pemisalan dalam menganalisa dalam memproduksi barang. Hubungan antara harga dan jumlah barang yang ditawarkan dalam kurva bersipat positif dan berbanding lurus hal ini dikarenakan ketika harga naik maka barang yang akan ditawarkan bertambah banyak, tapi ketika harga turun barang yang ditawarkan sedikit. Rumus dari fungsi penawaran secara matematis adalah:

$$Q_s = -a + bP$$

Keterangan:

Q_s = kuantitas (jumlah) barang yang ditawarkan a = konstanta (berupa angka)

B = koefisien garis (*slope*) atau tingkat sensitivitas harga terhadap barang yang ditawarkan.

P = harga jual per unit.

Adapun syarat fungsi penawaran adalah:

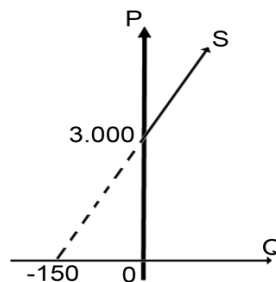
nilai a boleh positif atau negatif (+ / -)

nilai b harus positif (+)

Secara umum untuk kurva penawaran memiliki kemiringan yang positif, yang artinya apabila harga barang dan jasa naik/tinggi, jumlah barang yang akan ditawarkan oleh penjual akan bertambah, jika sebaliknya bila harga turun, maka jumlah barang dan jasa yang akan ditawarkan oleh penjual akan sedikit atau berkurang. Ada beberapa kasus, kemiringan kurva penawaran itu nol artinya berapapun jumlah akan ditawarkan walaupun harga konstan. Kasus yang lain adalah kemiringan kurva penawaran yang tidak terbatas, artinya penawarannya konstan berapapun harganya (Weber, 1999).

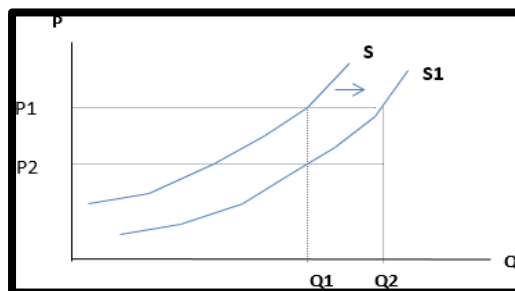
Contoh:

Jika harga beras Rp 5.000/kg, jumlah beras tersedia dalam satu hari sebanyak 100 kg. Jika harga beras naik Rp 6000/kg yang tersedia sebanyak 150 kg. Bagaimanakah persamaan fungsi penawarannya?



Pergeseran Kurva Penawaran

Jika harga barang naik, maka Jumlah barang yang ditawarkan oleh penjual akan bertambah, kurvanya bergeser kekanan. Jika harga barang turun maka barang yang ditawarkan oleh penjual akan berkurang maka kurvanya bergeser ke kiri.



Gambar 18. pergeseran kurva penawaran

Pada gambar 18, Semakin tinggi harga barang maka jumlah yang akan ditawarkan akan semakin banyak ini yang menyebabkan kurva penawaran memiliki kemiringan positif, contohnya produk yang memiliki harga tinggi memungkinkan perusahaan sudah berkembang dan sudah memperluas produksi dengan mempekerjakan buruh tambahan atau meminta pekerja untuk lembur. Dalam jangka panjang memungkinkan perusahaan untuk memperluas produksinya dengan perluasan pabrik- pabriknya. Dengan kenaikan harga, akan menarik perusahaan baru untuk masuk pasar, dan perusahaan-perusahaan baru ini menghadapi kendala biaya tinggi sehingga tidak dapat memasuki pasar dengan harga yang lebih rendah karena tidak ekonomis (Robert Pindyck, 2009). Kurva penawaran yang ditandai dengan S dalam gambar 18 menggambarkan nilai-nilai tertentu dari variabel-variabel ini. Suatu perubahan dari salah satu atau lebih nilai variabel akan mengakibatkan pergeseran dalam kurva penawaran tersebut. Cara lain untuk melihat efek dari harga bahan baku yang lebih rendah adalah dengan membayangkan jumlah barang yang diproduksi tetap pada titik Q_1 serta mempertanyakan berapa harga yang diminta perusahaan untuk memproduksi barang dalam jumlah tersebut. Karena biayanya lebih rendah, harga juga akan lebih rendah, yaitu P_2 , hal ini dapat saja terjadi terlepas dari berapa jumlah barang yang akan diproduksi, sehingga kurva penawaran akan bergeser kekanan.

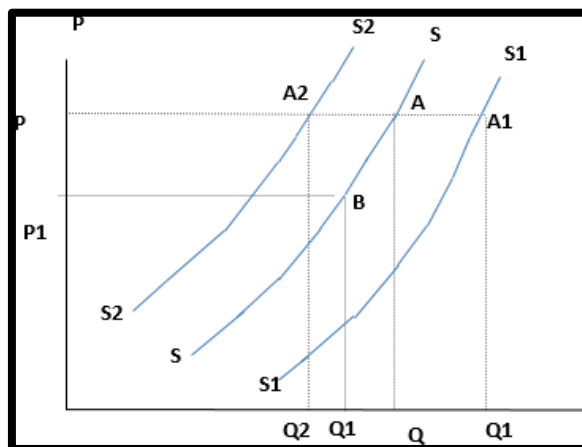
5. Pengaruh Faktor Bukan Harga Terhadap Penawaran

Faktor yang berpengaruh terhadap penawaran selain harga barang itu sendiri ada beberapa faktor lainnya seperti harga barang yang lainnya, biaya faktor produksi, teknologi, serta tujuan dari operasi perusahaan. Kemajuan teknologi cenderung menimbulkan kenaikan penawaran. Hal ini disebabkan karena ketika teknologi mengalami perkembangan atau maju secara tidak langsung akan menimbulkan produksi menjadi bertambah dengan lebih cepat dan biaya produksi akan menjadi murah sehingga keuntungan akan menjadi bertambah tinggi.

6. Gerakan Sepanjang Kurva Penawaran

Kurva penawaran akan bergerak diakibatkan karena harga dan jumlah produk. Pergerakan kurva penawaran terjadi sebagai akibat dari perubahan jumlah produk yang ditawarkan terhadap perubahan harga produk tersebut.

Pergerakan penawaran ini sejalan dengan hukum penawaran dimana ketika harga barang naik maka jumlah barang yang ditawarkan akan bertambah. Dengan kata lain ketika harga barang naik penjual akan lebih banyak menawarkan barangnya, hal ini untuk memperoleh keuntungan, sehingga titik pada kurva penawaran akan bergerak kekanan. Penjelasan gambar 5.5: Pada gambar 5.5 dimisalkan titik S sebagai penawaran, titik A sebagai penggambaran atas harga adalah P, titik Q adalah jumlah barang yang ditawarkan. Apabila harga mula-mula ditunjukkan dengan P dan ketika harga turun dari P ke P1 maka penurunan ini akan mengakibatkan terhadap berpindahnya terhadap jumlah barang yang ditawarkan dari titik A pindah ke titik B. Hal ini dimaksudkan bahwa jumlah yang ditawarkan sebanyak Q1. Perubahan ini menyebabkan gerakan sepanjang kurva penawaran. Begitu juga dengan pergeseran kurva S menjadi S1 akan menyebabkan jumlah yang ditawarkan bertambah dari Q menjadi Q2.



Gambar 15. Gerakan sepanjang kurva penawaran

7. Penentuan Harga Dan Jumlah Yang Diperjual Belikan

Pasar dapat dikatakan seimbang atau ekuilibrium apabila jumlah yang ditawarkan para penjual pada suatu harga tertentu sama dengan jumlah yang diminta oleh pembeli pada suatu harga tersebut. Ada tiga cara yang dilakukan agar pasar tetap seimbang yaitu:

- Menentukan keseimbangan dengan angka
- Menentukan keseimbangan dengan kurva penawaran dan pembelian
- Menentukan keseimbangan dengan cara matematik.
- Menentukan Keseimbangan Secara Angka

Keseimbangan secara angka yaitu suatu keadaan dimana jumlah barang yang diminta sama dengan jumlah barang yang ditawarkan oleh penjual pada

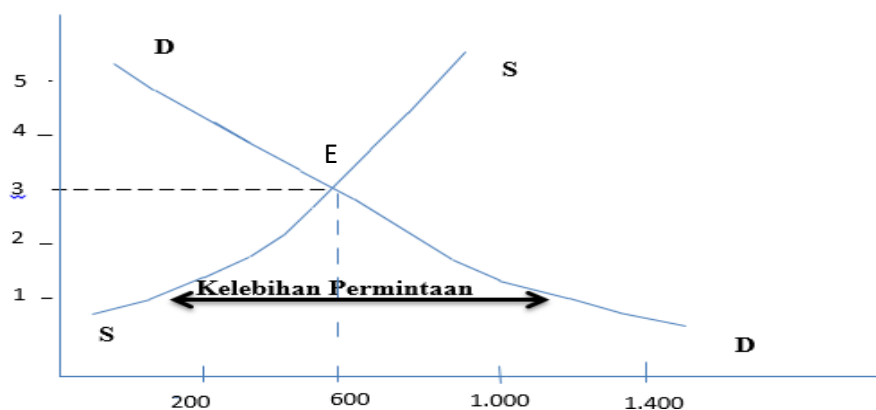
tingkat harga tertentu. Contoh permintaan dan penawaran buku tulis. Harga buku tulis di pasar adalah Rp 5000, Pada harga 5000 ini hanya sebanyak 200 buku tulis akan diminta oleh pembeli sedangkan penjual menawarkan 900 buah buku tulis. Akibatnya kelebihan penawaran. Kelebihan penawaran ini akan mendorong para penjual untuk menurunkan harga. Berlakunya keseimbangan jika harga buku tulis 3000 pada harga 3000 jumlah buku tulis yang diminta 600 buku tulis sama dengan jumlah yang ditawarkan sebanyak 600 buah buku tulis.

Tabel 7. Permintaan, Penawaran Buku tulis

Harga	Permintaan	Penawaran	Akibat
5000	200	900	Kelebihan
4000	400	800	Penawaran
3000	600	600	Keseimbangan
2000	900	375	Kelebihan
1000	1300	100	Permintaan

Dari uraian diatas bahwa syarat keseimbangan adalah jumlah yang diminta sama dengan jumlah yang ditawarkan pada kesepakatan harga tertentu. Dalam hal ini jumlah yang memenuhi syarat adalah 600 buah buku, dan angka tersebut meruakan jumlah buku yang diperjual belikan.

Menentukan Keseimbangan Secara Grafik



Gambar 20. Penentuan keseimbangan

Keseimbangan dapat dicapai apabila terjadinya perpotongan pada kurva permintaan dan kurva penawaran pada titik E.

Menentukan Keadaan Keseimbangan Secara Matematik

Tingkat keseimbangan secara matematik dapat diketahui dengan:

Persamaan Penawaran dan Persamaan Permintaan

Bentuk dari persamaan menurut sadono sukirno (2016: 92) adalah: Persamaan Permintaan :

Persamaan Penawaran:

$$Q_d = c - dP$$

$$-m + nP$$

Keterangan:

c = Angka tetap

c = jumlah barang yang diminta, jika harga nya 0 maka nilainya selalu positif.

d = nilainya selalu negatif ($-d$) kurva permintaannya bersifat condong dikarenakan kurva permintaan menurun dari kiri atas kekanan bawah.

m = Angka tetap

m = jumlah barang yang ditawarkan, jika harga 0 maka nilainya selalu negatif ($-m$).

n = kecondongan kurva penawaran. Nilai selalu positif, karena kurva penawaran naik dari kiri kekanan.

Q_d = jumlah yang diminta

Q_s = Jumlah Yang ditawarkan

P = Tingkat harga

Keseimbangan akan tercapai jika:

Atau

$$Q_d = Q_s$$

$$C - dP = -m + nP$$

Misalkan:

Jumlah Permintaan bibit durian $Q_d = 22000 - 2P$ Penawarannya $Q_s = -3000 + 3P$

Berapa harga bibit durian dan berapa jumlah yang diperjualbelikan Jawab:

$$Q_s = Q_d$$

$$-3000 + 3P = 22.000 - 2P$$

$$3P + 2P = 22000 + 3000$$

$$5P = 25000$$

$$P = 25000/5 \text{ ———}$$

$$P = 5000$$

Pada tingkat harga 5000, keseimbangan tercapai dimana keinginan pembeli untuk mendapatkan barang adalah sama dengan keinginan penjual dalam menawarkan barangnya. Bagaimana menentukan jumlah/ kuantitas yang diperjual belikan

$$\begin{aligned} Q_d &= 22000 - 2P \\ &= 22000 - 2(5000) \\ &= 12000 \end{aligned}$$

Sebanyak 12000 bibit vanili diperjualbelikan. Dengan menggunakan persamaan penawaran, nilai yang diperoleh:

$$\begin{aligned} Q_s &= -3000 + 3P \\ &= -3000 + 3(5000) \\ &= 15000 - 3000 \\ &= 12000 \end{aligned}$$

8. Perubahan Keseimbangan

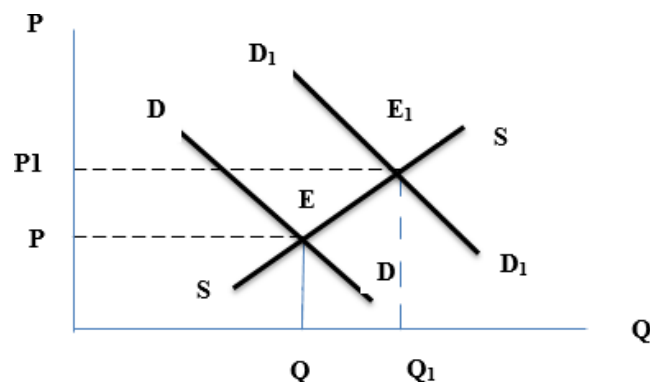
Perubahan keseimbangan disebabkan:

- Jika permintaan bertambah maka kurva permintaan akan bergeser kekanan.
- Jika permintaan berkurang maka kurva permintaan akan bergeser ke kiri
- Jika Penawaran bertambah maka kurva penawaran akan bergeser kekanan
- Jika penawaran berkurang kurva penawaran bergeser ke kiri.

9. Perubahan Permintaan Atau Penawaran

- Efek Pertambahan Permintaan

Perpindahan ini menunjukkan bahwa kenaikan permintaan menyebabkan harga naik dari P ke P_1 dan barang yang diperjualbelikan bertambah dari Q ke Q_1 .



Dapat disimpulkan disini kalau dilihat dari sisi penjual yang akan menawarkan barangnya yaitu penjual akan melihat situasi bahwa kalau pembelinya banyak yang meminta barang tersebut karena barang tersebut dibutuhkan maka penjual ada keinginan/ kecenderungan untuk menaikkan harga. Contoh: penjual menawarkan buku tulis dengan harga Rp 2000/buah, jumlah permintaan 30 unit, jika pembeli lebih banyak yang tertarik terhadap buku tersebut artinya apabila kuantitas meningkat sebanyak 40 unit, maka ada keinginan/kecenderungan dari penjual untuk menaikkan harga. Dapat dilihat dalam gambar dari E menjadi E1.

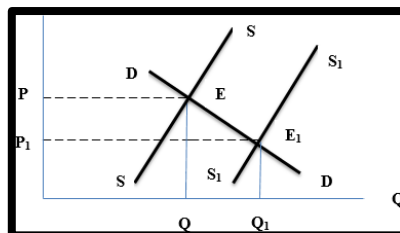
b. Efek Berkurangnya Permintaan

Jika jumlah permintaan kurang dan jumlah penawaran tetap maka harga akan turun, hal ini disebabkan oleh efek berkurangnya permintaan sehingga mengakibatkan pergeseran titik keseimbangan. Misal harga pensil 2000 jumlah permintaannya 30 jika jumlah permintaan berkurang menjadi 20 maka harga akan turun menjadi 1000.

c. Efek Pertambahan Penawaran

Titik keseimbangan akan bergeser bila disebabkan oleh bertambahnya jumlah penawaran. Dalam hal ini apabila kuantitas penawaran bertambah sementara jumlah permintaan tetap maka harga akan turun. Sebagai contoh harga barang 4000, jumlah yang akan ditawarkan 40 buah, Jika jumlah yang ditawarkan penjual 50 buah maka harga akan turun menjadi 3000, dikarenakan jumlah yang akan ditawarkan banyak sementara permintaan/ pembeli tetap maka harga menjadi turun.

Dalam gambar grafik 5.8 bahwa efek perubahan penawaran bertambah dari SS ke S1S1, dengan perubahan penawaran ini menyebabkan keadaan keseimbangan berubah dari E ke E1, dan harga juga turun dari P ke P1, jumlah yang diperjual belikan bertambah dari Q menjadi Q1



Gambar 21. Efek pertambahan Penawaran

d. Efek Berkurangnya Penawaran

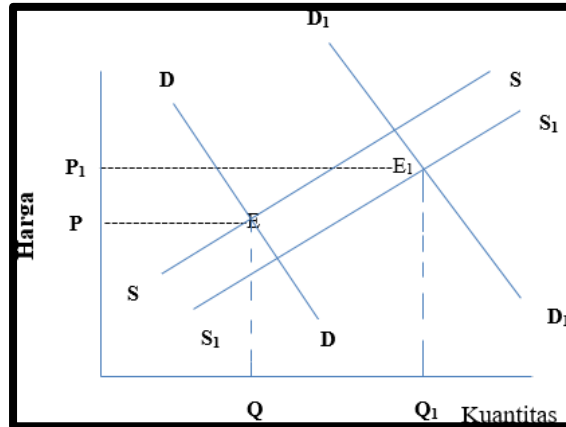
Efek ini juga menyebabkan pergeseran titik keseimbangan. Apabila jumlah barang yang ditawarkan berkurang/sedikit sedangkan jumlah permintaan barang tetap maka harga akan naik. Sebagai contoh apabila harga 4000, jika jumlah yang ditawarkan penjual 40, jika jumlah yang ditawarkan penjual 30 maka harga akan naik menjadi 5000. Dalam gambar 5.8 bergesernya kurva penawaran dari S_1S_1 ke SS mengakibatkan kurva penawaran berkurang, sehingga menyebabkan keadaan keseimbangan berubah dari E_1 berubah menjadi E , yang artinya harga naik dari P_1 menjadi P , dimana jumlah yang akan diperjualbelikan menjadi berkurang dari Q_1 menjadi Q . Berdasarkan contoh diatas maka dapat disimpulkan:

- 1) Turunnya harga akan menyebabkan kurva permintaan akan bergeser ke kiri, sehingga barang yang diperjualbelikan menjadi berkurang
- 2) Kenaikan harga akan membuat kurva bergeser ke kiri yang menyebabkan harga naik sehingga barang yang diperjual belikan menjadi berkurang.

10. Perubahan Serentak Permintaan Dan Penawaran

Kemungkinan ada perubahan kearah yang sama yaitu sama-sama mengalami kenaikan sama-sama mengalami penurunan. Akan tetapi bisa juga mengalami pertentangan seperti permintaan turun tetapi penawaran bertambah, atau penawaran turun, permintaan bertambah.

Hal ini akan menimbulkan efek yang berbeda terhadap perubahan harga dan jumlah barang yang diperjual belikan, contoh perubahan serentak pada permintaan dan penawaran bertambah, ketika permintaan dan penawaran ini mengalami penambahan.



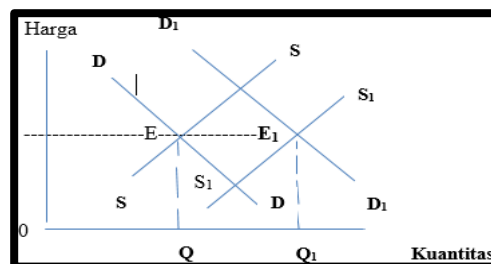
Gambar 22. Akibat Pergeseran Permintaan dan Penawaran Terhadap Keseimbangan

Keterangan:

- | | | | |
|----|--------------------------|--------|--------------------------------------|
| DD | = permintaan masyarakat | D1, D1 | = Peningkatan Permintaan |
| SS | = penawaran pada penjual | S1, S1 | = Peningkatan penawaran pada penjual |
| E | = keseimbangan | P | = Harga |
| Q | = Jumlah Barang | | |

Pada mulanya permintaan masyarakat terhadap sesuatu barang ditunjukkan oleh kurva DD, sedangkan penawaran barang itu oleh para penjual di tunjukkan oleh kurva SS. Dengan demikian pada mulanya keseimbangan dicapai di titik E. Berarti tingkat harga mencapai P dan jumlah barang yang diperjualbelikan adalah Q. Pada masa Dalam gambar dijelaskan bahwa tingkat perubahan permintaan adalah lebih besar dari tingkat perubahan penawaran. Perubahan ini mengakibatkan harga menjadi naik dari P menjad P1, dan jumlah barang yang diperjual belikan bertambah dari Q menjadi Q1. Hal ini memungkinkan:

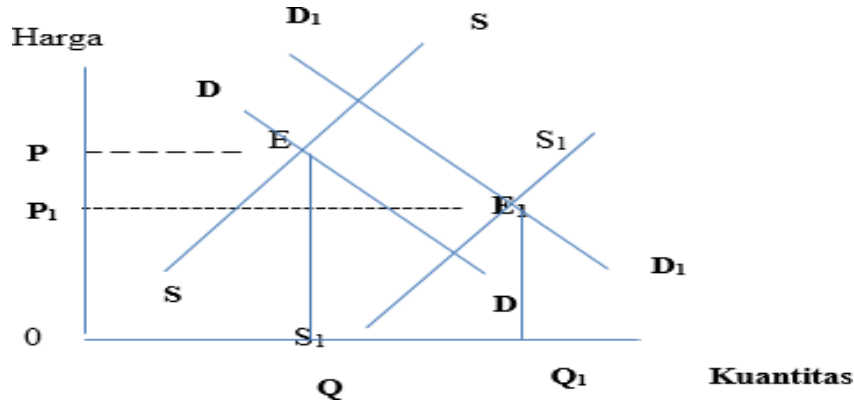
Tingkat harga tidak akan berubah apabila pertambahan permintaan sama dengan pertambahan penawaran. Harga akan turun atau merosot apabila pertambahan permintaan kurang dari pertambahan penawaran.



Gambar 23. Perubahan permintaan barang

Keterangan: Pada gambar diatas terlihat bahwa ketika pertambahan permintaan sama dengan pertambahan penawaran akibatnya harga akan tetap tidak mengalami perubahan ditunjukkan pada titik P.

Keterangan: Ketika terjadinya perubahan penawaran melebihi dari permintaan



maka harga akan turun dari P ke P1.

C. LATIHAN SOAL/TUGAS

1. Apa yang dimaksud dengan Penawaran dan hukum penawaran
2. Sebutkan dan jelaskan faktor yang menentukan penawaran, dan jelaskan kenapa kurva penawaran berbentuk dari kiri bawah kekanan atas?
3. Jelaskan dengan grafik pengaruh perubahan faktor bukan harga terhadap penawaran, dan apa yang terjadi pada kurva penawaran ketika terjadi perubahan pada harga barang itu sendiri.
4. Berikut ini tabel harga dan kuantitas:

Periode	P/u	Q
I	10	60
II	5	20

Buatah persamaan fungsi yang dapat dibuat dan digambarkan kurva untuk kondisi fungsi di atas.

D. DAFTAR PUSTAKA

Mankiw, Gregory. (2014). Pengantar Ekonomi Mikro-Edisi Asia Vol 1. Jakarta: Salemba Empat.

Rahardja, Pratama, Mandala Manurung. (2008). Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikroekonomi & Makroekonomi). Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

Sukirno, Sadono. (2016). Mikro Ekonomi Teori Pengantar: Edisi Ketiga. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Sukirno, Sadono. (2011). Pengantar Teori Ekonomi Mikro. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

PERTEMUAN 6

ELASTISITAS PERMINTAAN DAN PENAWARAN

A. TUJUAN PEMBELAJARAN

Setelah selesai mengikuti materi pertemuan 6, diharapkan mahasiswa mampu memahami, menjelaskan, menghitung serta membuat kurva elastisitas, baik elastisitas permintaan, penawaran, dan koefisien elastisitas.

B. URAIAN MATERI

1. Pengertian Elastisitas

Elastisitas merupakan suatu indeks yang menggambarkan hubungan kuantitatif antar variabel dependen dengan variabel independen. Elastisitas juga dapat digambarkan sebagai derajat kepekaan dari fungsi permintaan terhadap perubahan yang terjadi pada variabel-variabel yang mempengaruhinya.

Elastisitas sebagai ukuran seberapa besar para pembeli dan para penjual memberikan reaksi terhadap perubahan-perubahan yang terjadi di pasar. Pengaruh perubahan ini dilihat dari harga terhadap jumlah barang yang diminta atau yang ditawarkan. Konsep dari Elastisitas yaitu semakin tinggi elastisitas, semakin besar derajat kepekaan dari variabel-variabel tersebut. Rumus Elastisitas yaitu perbandingan antara perubahan jumlah barang yang diminta dan jumlah barang yang ditawarkan dihitung dalam prosentase. Sebab-sebab terjadinya perubahan terhadap barang yang diminta ataupun barang yang ditawarkan adalah:

- a. Harga pada barang itu sendiri
- b. Harga barang lainnya
- c. Pendapatan

2. Jenis Elastisitas

Elastisitas dapat dibagi menjadi 4 yaitu:

- a. Elastisitas Permintaan (E_d)
- b. Elastisitas Penawaran (E_s)
- c. Elastisitas Silang (E_c)
- d. Elastisitas Pendapatan (E_y)

Berikut ini pemaparan masing-masing jenis elastisitas:

a. Elastisitas Permintaan (Ed)

Permintaan merupakan hubungan antara harga dengan jumlah barang yang mau dibeli. Kurvanya permintaan dimulai dari kiri atas turun kekanan, menunjukkan bahwa reaksi konsumen terhadap perubahan harga dan jumlah yang akan dibeli. Sebagai contoh jika harga naik maka jumlah yang diminta akan turun atau berkurang sebaliknya apabila harga turun maka jumlah yang diminta akan bertambah/banyak. Hal ini akan menimbulkan reaksi bagi konsumen. Prilaku konsumen ada yang langsung bereaksi yang artinya peka terhadap perubahan harga dan ada pula konsumen yang tidak peka terhadap perubahan harga. Untuk reaksi yang ditimbulkan konsumen akan peka terhadap perubahan harga, dengan kenaikan yang sedikit saja konsumen sudah bereaksi bahwa jumlah yang dibeli akan mengalami penurunan, akan tetapi ada juga konsumen yang tidak peka terhadap perubahan harga, walaupun harga naik jumlah yang dibeli tidak akan berpengaruh. Hal ini dinyatakan dalam elastisitas harga.

1) Elastisitas Harga Permintaan (Ed)

Elastisitas harga permintaan adalah prosentase perubahan jumlah barang yang diminta sebagai akibat dari terjadinya perubahan harga itu sendiri. Hal ini menunjukkan bahwa bagaimana reaksi pembeli dalam jumlah yang akan dibeli. Saat terjadinya perubahan harga, konsumen peka terhadap perubahan harga hal ini disebut dengan permintaan elastis. Permintaan Elastis artinya ketika harga mengalami perubahan sedikit saja maka akan terjadinya perubahan jumlah barang yang diminta. Beda halnya dengan permintaan inelastis, pada permintaan inelastis, terjadi ketika konsumen kurang peka terhadap perubahan harga. Ketika ada kenaikan harga yang cukup besar, jumlah yang dibeli tidak akan berkurang.

2) Rumus Elastisitas Permintaan

Elastisitas permintaan adalah pengaruh dari perubahan harga terhadap perubahan besar kecilnya jumlah permintaan barang. Sedangkan Koefisien elastisitas adalah nilai perbandingan antara prosentase perubahan jumlah yang diminta dengan prosentase perubahan harga. Hasil perhitungan yang diperoleh dari koefisien elastisitas bernilai negatif, hal ini dikarenakan harga dan jumlah barang

yang diminta akan berbanding terbalik. Maksudnya kenaikan harga berakibat pada penurunan permintaan dan penurunan harga akan mengakibatkan kenaikan pada permintaan. Dalam menghitung koefisien elastisitas tanda negatif diabaikan. Rumusnya:

$$Ed = \frac{\text{Persentase Perubahan Jumlah Yang Diminta}}{\text{Persentase Perubahan Harga}}$$

Keterangan:

Ed : Elastisitas Harga Permintaan

ΔQ : Perubahan jumlah barang yang diminta

Q : Jumlah barang yang diminta

ΔP : Perubahan Harga

P : Harga

Contoh Soal Perhitungan:

Harga Pensil Rp 1000 perbuah, jumlah yang diminta 200 buah. Harga pensil naik menjadi Rp 1500 perbuah, jumlah yang diminta menjadi 100. Hitunglah elastisitas permintaan dan koefisien elastisitas permintaannya

Jawab:

$$P_1 = \text{Rp } 1000 \quad Q_1 = 200$$

$$P_2 = \text{Rp } 1120 \quad Q_2 = 180$$

$$Ed = \left(\frac{\frac{180 - 200}{200}}{\frac{1120 - 1000}{1000}} \right)$$

$$Ed = \left(\frac{-0,1}{0,12} \right)$$

$$Ed = -0,83$$

Nilai yang diperoleh negatif. Hal ini disebabkan karena harga dan jumlah barang yang diminta mengalami perubahan terbalik. Didalam menghitung koefisien elastisitas tanda negatif diabaikan. Jadi koefisien

elastisitas pensil 0,83 artinya perubahan harga 1 persen menimbulkan perubahan permintaan sebanyak 0,83. Jenis elastisitasnya termasuk permintaan in elastis dikarenakan angkanya kurang dari 1.

Elastisitas permintaan pensil tergolong permintaan in elastis karena kurang dari 1 maka dalam hal ini permintaan terhadap pensil tidak peka terhadap perubahan harga.

3) Menghitung Koefisien Elastisitas Permintaan

Ada dua cara untuk menghitung koefisien elastisitas permintaan

a) Elastisitas titik

Digunakan ketika kita ingin mengetahui elastisitas harga permintaan pada suatu titik tertentu. Perubahan pada harga dan jumlah barang yang diminta sedemikian kecil sehingga perhitungan ini dapat dikatakan tidak akurat apabila perubahan dua variabel sangat besar.

Rumusnya:

$$Ed = \left(\frac{\Delta Q}{\Delta P} \right) \cdot \left(\frac{P}{Q} \right)$$

$$Ed = \left(\frac{Q_2 - Q_1}{P_2 - P_1} \right) \cdot \left(\frac{P_1}{Q_1} \right)$$

Keterangan:

Ed = Koefisien elastisitas

Q1 = *Quantitas* yang diminta mula-mula

Q2 = *Quantitas* setelah ada perubahan harga

P1 = Harga mula-mula

P2 = Harga barang setelah ada perubahan

Nilai elastisitas akan selalu positif karena hasil perhitungan berharga mutlak.

Contoh Perhitunganya:

Harga semula Dasi Executif untuk 10 buah adalah Rp.1.500.000, harga mengalami kenaikan menjadi Rp. 2.000.000 untuk jumlah 6 buah Dasi.

Tentukan harga berdasarkan elastis titik.

Jawab:

$$Ed = \{(6 - 10) : (2.000.000 - 1.500.000)\} \times (1.500.000 : 10)$$

$$Ed = \{(-4) : (500.000)\} \times (150.000)$$

$$Ed = - 1,2$$

$E_d = 1,2$ (negatif dihilangkan)

$E_d > 1$ = Elastis

Kesimpulan:

- (1) Bahwa setiap perubahan 1 % dari naiknya harga dapat mengurangi Quantitas permintaan 1,2 %
- (2) Hasilnya bernilai negatif
- (3) $E_d = (-1,2)$ artinya ketika harga naik 1%, maka permintaan terhadap barang tersebut akan turun 1,2%.

b) Elastisitas Busur

Elastisitas ini digunakan jika kita ingin mengetahui nilai elastisitas pada dua titik tertentu dan perhitungan ini dipakai jika perubahan dua variable yang cukup besar.

Rumusnya:

$$E_d = \frac{Q_2 - Q_1}{P_2 - P_1} \times \frac{P_2 + P_1}{Q_2 + Q_1}$$

Contoh Perhitungan:

Harga semula Dasi Executif untuk 10 buah adalah Rp.1.500.000, harga mengalami kenaikan menjadi Rp. 2.000.000 untuk jumlah 6 buah Dasi.

Tentukan harga berdasarkan elastisitas dua titik.

Jawab:

$$P_1 = 1.500.000 \quad Q_1 = 10$$

$$P_2 = 2.000.000 \quad Q_2 = 6$$

$$E_d = \frac{Q_2 - Q_1}{P_2 - P_1} \times \frac{P_2 + P_1}{Q_2 + Q_1}$$

$$E_d = \{(6-10):(2.000.000-1.500.000)\} \times \{(2.000.000+1.500.000):(6+10)\}$$

$$E_d = \{(-4) : (500.000)\} \times \{(3.500.000) : (16)\}$$

$$E_d = |-1,75|$$

$$E_d = 1,75$$

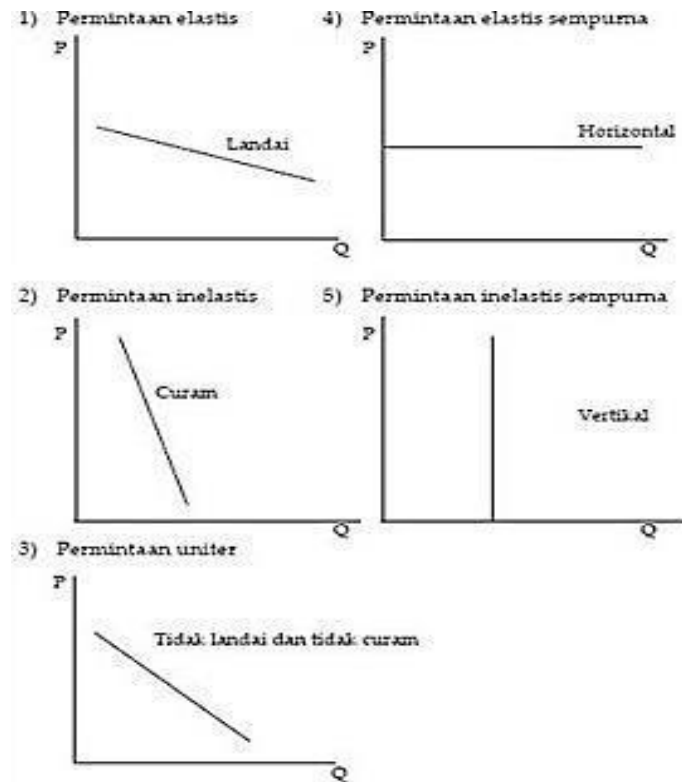
$E_d > 1$ Elastis

Kesimpulan:

Bahwa setiap perubahan 1 % dari kenaikan harga akan mengurangi jumlah barang diminta 1,75 %.

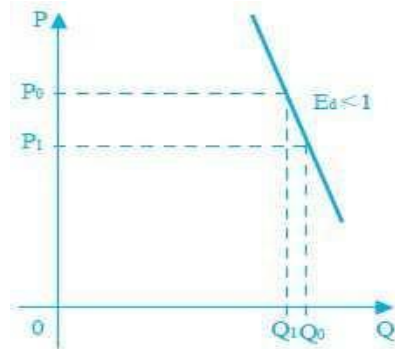
c) Jenis – Jenis Elastisitas Permintaan

No	Nilai Elastisitas Harga Permintaan	Kriteria
1	$E_d < 1$	In elastis
2	$E_d > 1$	Elastis
3	$E_d = 1$	Unitary
4	$E_d = 0$	In Elastis sempurna
5	$E_d \sim$	Elastis Sempurna

**Gambar 6.1: Jenis – Jenis Elastisitas permintaan**(1) Permintaan In elastis ($E_d < 1$)

Perubahan permintaan lebih kecil dari pada perubahan harga. Perubahan pada harga kurang begitu berpengaruh terhadap *quantitas* permintaan barang, misalnya kalau harga naik 10% maka permintaan akan turun sebesar 6%, contoh kebutuhan sembako pada beras. Contoh yang lain dapat ditemui dipasar tradisional, gula mengalami kenaikan dari Rp 6000/kg menjadi Rp7000/kg. Kenaikan harga mengakibatkan *quantitas* permintaan menjadi turun, dari 650/kg menjadi 700/kg. Perhitungannya:

$$\begin{aligned}
 E_d &= \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P}{Q} \\
 &= \frac{(650-700)}{(7.000-6.000)} \times \frac{6.000}{500} \\
 &= \frac{(-50)}{1.000} \times 12 \\
 &= -0,05 \times 12 = -0,6 \text{ ----- } E_d < 1
 \end{aligned}$$



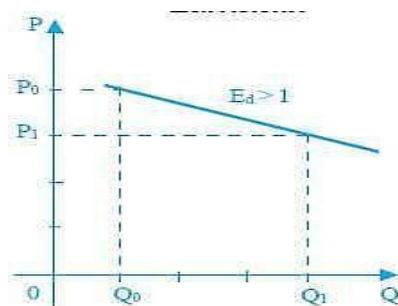
(2) Permintaan Elastis ($E_d > 1$)

Permintaan suatu barang dikatakan elastis ketika terjadinya perubahan harga suatu barang menyebabkan perubahan permintaan yang besar. Perubahan harga pengaruhnya cukup besar terhadap perubahan kuantitas barang yang diminta. Sebagai contoh: Bila harga turun 10% akan menyebabkan permintaan naik 20%.

Contoh yang lain:

Toko Sepatu menjual produknya dengan memberikan discount, Harganya yang semula Rp20.000 turun menjadi Rp15.000, turunnya harga mengakibatkan jumlah permintaan akan sepatu menjadi meningkat dari 1000 menjadi 4000. Perhitungan koefisien elastisitas:

$$\begin{aligned}
 E_d &= \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P}{Q} \\
 &= \frac{(4.000-1.000)}{(15.000-20.000)} \times \frac{20.000}{1.000} \\
 &= \frac{3.000}{(-5.000)} \times 20 = -12 \text{ ----- } E_d > 1
 \end{aligned}$$



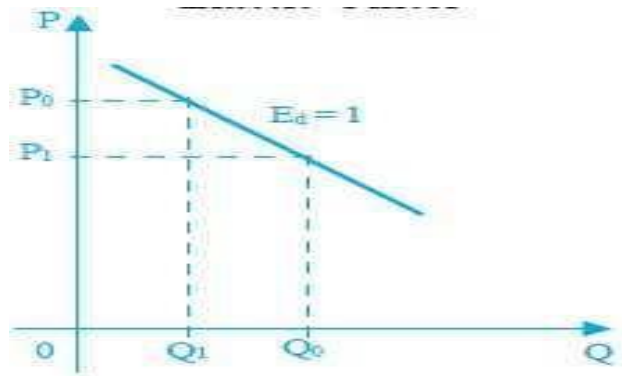
(3) Permintaan Elastis Uniter ($E_d = 1$)

Permintaan Elastisitas uniter terjadi ketika prosentase perubahan jumlah barang yang diminta sama dengan prosentase perubahan harganya, seperti kalau harga naik 10% permintaan barang turun 10% juga.

contoh:

Harga sebuah dvd player yang semula Rp700000, turun menjadi Rp 630000, sehingga permintaan terhadap produk dvd player menjadi naik dari 10000 menjadi 11.000. Jadi perhitungan koefisien elastisitasnya adalah:

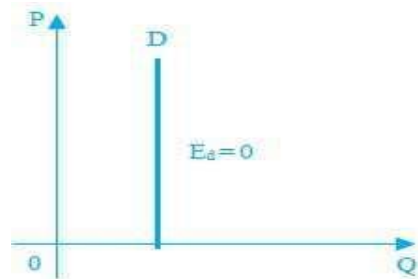
$$\begin{aligned}
 E_d &= \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P}{Q} \\
 &= \frac{(11.000 - 10.000)}{(630.000 - 700.000)} \times \frac{700.000}{10.000} \\
 &= \frac{1.000}{(-70.000)} \times 70 = -1 \text{ ----- } E_d = 1
 \end{aligned}$$



(4) Permintaan Inelastis Sempurna ($E_d = 0$)

Permintaan in elastis sempurna adalah permintaan ketika prosentase perubahan jumlah barang yang diminta adalah nol, artinya berapapun harga yang ditawarkan oleh penjual maka konsumen akan tetap membeli dalam jumlah yang dibutuhkan. Dapat disimpulkan bahwa konsumen membeli produk tidak lagi memperhatikan harga dikarenakan faktor kebutuhan.

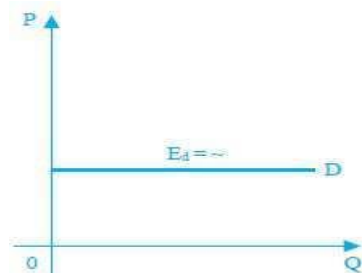
$$\begin{aligned}
 E_d &= \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P}{Q} \\
 &= \frac{0}{\sim} \times \frac{P}{Q} = \frac{0}{\sim} \text{-----} E_d = 0
 \end{aligned}$$



(5) Permintaan Elastis Sempurna ($E_d = \infty$)

Permintaan elastisitas sempurna adalah permintaan yang terjadi ketika prosentase perubahan jumlah barang yang diminta berubah tetapi prosentase perubahan harga tetap. Contoh: bumbu dapur.

$$\begin{aligned}
 E_d &= \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P}{Q} \\
 &= \frac{\sim}{0} \times \frac{P}{Q} \\
 &= \frac{\sim}{0} \text{-----} E_d = \text{tidak terhingga } (\sim)
 \end{aligned}$$



d) Faktor Yang Mempengaruhi Elastisitas Permintaan

- (1) Tingkat Kebutuhan
- (2) Tersedianya Barang pengganti semakin banyak
- (3) Prosentase pendapatan yang dapat
- (4) Jangka waktu analisis.
- (5) Tradisi
- (6) Mode
- (7) Perubahan harga dan barang yang diminta

b. Elastisitas Penawaran (E_s)

1) Pengertian Elastisitas Penawaran

Kurva penawaran digambarkan sebagai hubungan antara harga dengan jumlah yang akan dijual (Q_s). Jika pangsa pasar memiliki harga jual tinggi, maka para penjual akan menjual lebih banyak barang/produknya. Tapi jika harga jual rendah maka para penjual akan menjual barang dagangannya sedikit. Elastisitas penawaran merupakan kegiatan yang dilakukan dengan mengukur cepat lambatnya jumlah barang yang akan dijual disesuaikan dengan perubahan harga. Penawaran elastis terjadi ketika perubahan kenaikan harga segera diikuti dengan bertambahnya jumlah barang yang dapat dijual, tapi apabila sebaliknya jika kenaikan harga tidak dapat segera diatasi dengan bertambahnya jumlah barang yang akan dijual maka disebut sebagai penawaran inelastis. Elastisitas penawaran (E_s) yaitu prosentase perubahan jumlah barang yang ditawarkan akibat terjadinya perubahan harga itu sendiri.

Dapat disimpulkan bahwa elastisitas itu mengukur seberapa besar kepekaan atau reaksi konsumen terhadap perubahan harga. Hal-hal yang dapat mempengaruhi Elastisitas adalah:

- a) Barang pengganti (substitusi)
- b) Pendapatan perseorangan
- c) Penggunaan suatu barang

Konsumen dan produsen sangat sensitive terhadap perubahan harga. Ketika terjadinya perubahan harga baik harga naik maupun harga turun, akan mempengaruhi keputusan produsen dalam memproduksi. Elastisitas diartikan sebagai derajat kepekaan perubahan kuantitas barang yang ditawarkan yang disebabkan karena perubahan harga barang itu sendiri. Dengan pengertian lain dapat dijelaskan bahwa elastisitas penawaran sebagai perbandingan prosentase perubahan kuantitas barang yang ditawarkan dengan prosentase perubahan harga barang itu sendiri. Sebagai alat ukur dari elastisitas penawaran yaitu berupa angka. Angka ini disebut dengan koefisien elastisitas penawaran. Pengertian dari koefisien elastisitas penawaran adalah angka yang menunjukkan perbandingan antara perubahan jumlah barang yang ditawarkan dengan perubahan harga.

Rumusnya:

$$Ed = \frac{\text{Persentase Perubahan Jumlah Yang ditawarkan}}{\text{Persentase Perubahan Harga}}$$

$$Ed = \frac{\% \Delta Qs}{\% \Delta P} = \frac{\Delta Qs}{\Delta P} \times \frac{P}{Q}$$

Keterangan:

ΔQs : Perubahan jumlah yang ditawarkan

ΔP : Perubahan Harga

P : Harga awal

Q : Jumlah Penawaran awal

Es : Elastisitas penawaran

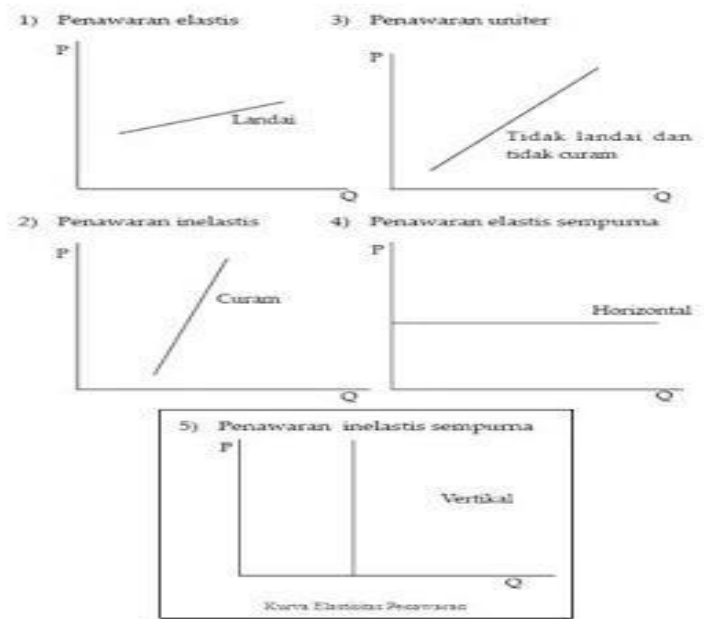
2) Elastisitas Penawaran Harga

Elastisitas penawaran harga akan menghubungkan variabel seperti suku bunga, upah, harga bahan baku serta harga barang lainnya. Untuk pembuatan barang, biasanya membutuhkan bahan baku. Untuk produksi, kenaikan bahan baku akan menyebabkan biaya produksi menjadi tinggi sehingga jumlah penawaran akan turun.

3) Jenis Elastisitas Penawaran

Elastisitas Penawaran dibedakan menjadi:

No	Nilai Elastisitas Harga Penawaran	Kriteria
1	$Es < 1$	Inelastis
2	$Es > 1$	Elastis
3	$Es = 1$	Unitary
4	$Es = 0$	In Elastis Sempurna
5	$Es \sim$	Elastis Sempurna



Gambar 24. Jenis-Jenis Elastisitas penawaran

a) Penawaran In Elastis ($E_s < 1$)

Penawaran ini terjadi ketika perubahan harga tidak berpengaruh terhadap jumlah barang yang ditawarkan. Dengan demikian maka prosentase perubahan jumlah yang ditawarkan relatif lebih kecil dibandingkan dengan prosentase harga ($\% \Delta Q_s < \% \Delta P$). Penawaran INELASTIS dapat dikatakan sebagai penawaran yang tidak peka terhadap perubahan harga. Sebagai contoh ketika harga naik 10% perubahan penawaran naik kurang dari 10%.

No	Harga/unit	Jumlah barang yang ditawarkan
1	400	30
2	800	35

Diketahui :

$$P_1 = 400$$

$$Q_1 = 30$$

$$P_2 = 800$$

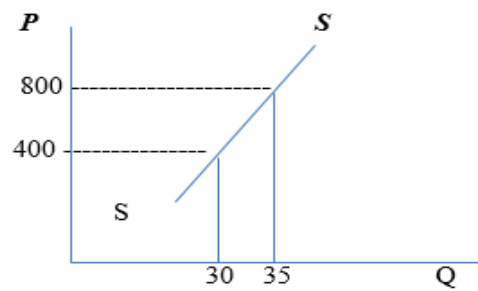
$$Q_2 = 35$$

$$\Delta P = 800 - 400 = 400$$

$$\Delta Q = 35 - 30 = 5$$

$$E_s = \frac{35}{400} \times \frac{400}{30}$$

$$= \frac{1}{6}$$



Kesimpulan:

$$E_s = \frac{1}{6}$$

Artinya ketika terjadi perubahan pada harga sebesar 1%, akan menyebabkan perubahan jumlah barang yang ditawarkan kurang dari 1%.

b) Penawaran Elastis ($E_s > 1$)

Penawaran ini dimaksudkan ketika terjadinya perubahan harga maka pengaruh terhadap jumlah barang yang akan ditawarkan cukup besar. Dengan kata lain ketika prosentase perubahan jumlah yang ditawarkan lebih besar dari prosentase perubahan harga, misal ketika harga turun 10%, maka jumlah barang yang ditawarkan akan mengalami penurunan lebih dari 10% dan ketika harga naik melebihi dari 10% maka jumlah yang ditawarkan akan naik melebihi dari 10% ($\% \Delta Q_d > \% \Delta P$) Penawaran ini dapat dikatakan sebagai penawaran yang peka terhadap harga ($E_s > 1$) contoh pada kehidupan sehari-hari. Pada barang hasil industri.

No	Harga /unit	Jumlah barang yang ditawarkan
1	40	50
2	45	75

Diketahui:

$$P_1 = 40$$

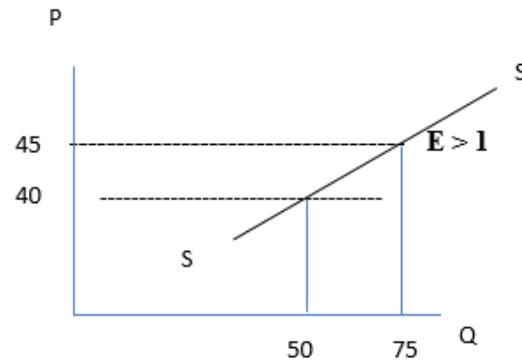
$$Q_1 = 50$$

$$P_2 = 45$$

$$Q_2 = 75$$

$$P = 45 - 40 = 5$$

$$\Delta Q = 75 - 50 = 25$$



Jawab

$$Es = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P_1}{Q_1}$$

$$Es = \frac{25}{5} \times \frac{40}{50}$$

$$Es = 4$$

c) Penawaran Elastis Uner (Es = 1)

Penawaran ini terjadi ketika perubahan harga yang ditawarkan sama dengan perubahan jumlah Penawaran artinya antara harga yang ditawarkan sebanding dengan jumlah yang ditawarkan. Misal kalau harga yang ditawarkan turun 10% maka jumlah yang ditawarkan juga akan turun 10% begitu juga sebaliknya. rumusnya $\% \Delta Qd = \% \Delta P$.

No	Harga/unit	Jumlah barang yang ditawarkan
1	100	100
2	110	110

Jawab:

Diketahui:

$$P_1 = 100$$

$$Q_1 = 100$$

$$P_2 = 110$$

$$Q_2 = 110$$

$$\Delta P = 110 - 100 = 10$$

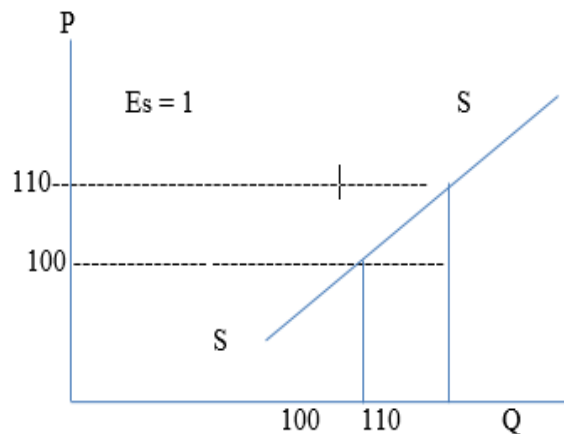
$$\Delta Q = 110 - 100 = 10$$

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

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

$$Es = 1$$

Gambar Kurvanya:



d) Penawaran Inelastis Sempurna ($E_s = 0$)

Penawaran ini terjadi ketika terjadinya perubahan harga jumlah yang ditawarkan tetap ($\Delta Q_s = 0$), dengan kata lain bahwa perubahan harga berapapun maka jumlah yang akan ditawarkan tetap. Misalkan jumlah kelapa pada musim kemarau, walaupun harganya tinggi maka jumlah yang ditawarkan tetap.

Harga perunit	Jumlah barang yg ditawarkan
500	20
1000	20

Diketahui:

$$P_1 = 500$$

$$Q_1 = 20$$

$$P_2 = 1000$$

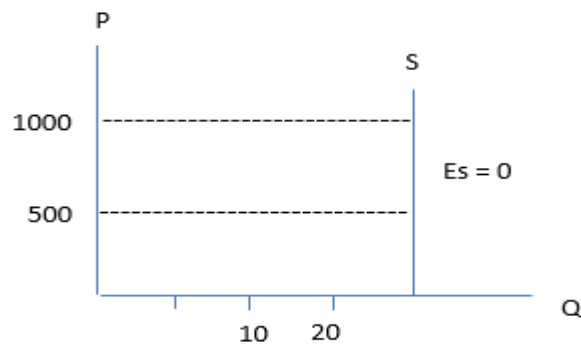
$$Q_2 = 20$$

$$\Delta P = 1000 - 500 = 500$$

$$\Delta Q = 20 - 20 = 0$$

Jawab

$$\begin{aligned}
 E_s &= \frac{\Delta Q_s}{\Delta P} \times \frac{P_1}{Q_1} \\
 &= \frac{0}{500} \times \frac{500}{20} \\
 &= 0
 \end{aligned}$$



d) Penawaran Elastis Sempurna ($E_s = \infty$)

Penawaran yang memiliki angka yang sama dan jumlahnya tak terhingga ($E_s = \infty$), bersifat elastis sempurna, maksudnya perubahan harga dengan jumlah yang kecil akan mengakibatkan pengaruh jumlah penawaran yang besar. Perhitungan koefisien elastisitasnya adalah:

$$\begin{aligned}
 E_s &= \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P}{Q} \\
 &= \frac{\infty}{0} \times \frac{P}{Q} \\
 &= \frac{\infty}{0} \text{ ----- } E_s = \text{tidak terhingga}
 \end{aligned}$$

No	Harga/unit	Jumlah barang yang ditawarkan
1	6000	100
2	6000	200

Diketahui:

$$P_1 = 6000$$

$$Q_1 = 100$$

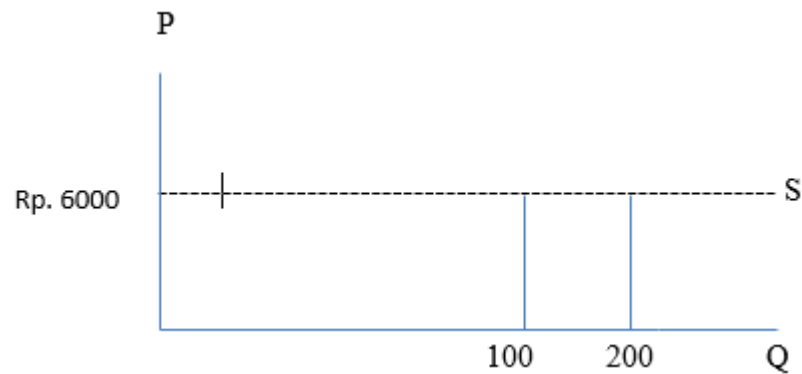
$$P_2 = 6000$$

$$Q_2 = 200$$

$$\Delta P = 6000 - 6000 = 0$$

$$\Delta Q = 100 - 200 = -$$

$$E_s = \frac{\infty}{0} \times \frac{6000}{100} = \infty$$



Kesimpulan:

$E_s \sim$ artinya pada harga Rp 6000 barang yang ditawarkan tidak terbatas.

Contoh Elastis Sempurna yang lain: ($E_s = \infty$)

Dengan harga BBM jenis pertamax sebesar Rp 8.900/liter, konsumen tetap akan membeli berapapun liter yang dibutuhkan.

4) Faktor Yang Mempengaruhi Elastisitas Penawaran

Ada dua faktor yang mempengaruhi elastisitas penawaran yaitu sifat dari biaya produksi dan jangka waktu penawaran dianalisa.

a) Sifat dari biaya produksi

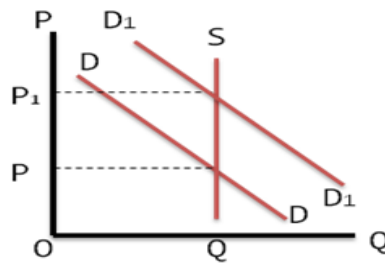
Penawaran bersifat elastis terjadi ketika biaya tambahan dalam proses produksi yang dikeluarkan tidak terlalu tinggi. Akan tetapi apabila penawaran yang bersifat tidak elastis terjadi ketika penawaran dilakukan dengan mengeluarkan biaya yang tinggi.

b) Jangka Waktu Analisis

Analisis Penawaran dibedakan menjadi tiga yaitu masa singkat, jangka pendek dan jangka panjang.

Pada gambar 6.3 menunjukkan jangka waktu dan elastisitas penawaran. (i) Masa sulit, (ii) jangka pendek, (iii) sebagai berikut:

(1) Masa singkat: Masa ini terjadi ketika jamgka waktu penawaran sudah ditentukan dimana para penjual tidak dapat menambah penawarannya. Disini penawaran bersifat tidak elastis sempurna.



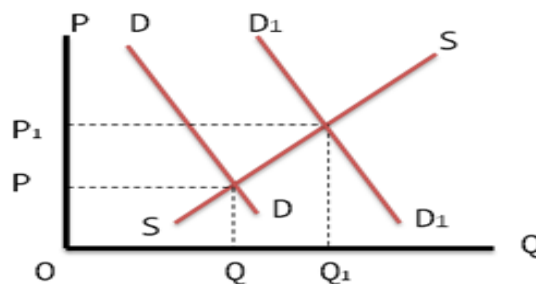
Gambar 25. Penawaran pada masa amat singkat

Keterangan:

Jumlah barang yang diperjual belikan adalah Q, apabila ada kenaikan permintaan dari DD ke D1D1 maka jumlah barang tidak dapat ditambah dan harga mengalami kenaikan dari P menjadi P1.

- (2) Jangka Pendek: Di dalam jangka pendek kapasitas alat-alat produksi yang ada tidak dapat ditambah. Tetapi setiap perusahaan masih dapat menaikkan produksi dengan kapasitas yang tersedia itu dengan cara menggunakan faktor-faktor produksi, termasuk barang modal, secara lebih intensif dengan cara memperpanjang jam kerja, memperbaiki manajemen produksi, menggunakan tenaga kerja lebih efektif. Usaha ini akan dapat menambah produksi barang yang ditawarkan, tetapi pertambahannya tidak terlalu besar.

Dalam keadaan seperti ini penawaran dapat elastis dapat juga inelastis tergantung jenis barang dan proses produksinya. Kalau memperbesar produksi menyebabkan biaya naik dengan cepat, maka penawaran (S) akan in elastis, tetapi jika biaya produksi tidak naik dengan pertambahan produksi maka penawaran (S) bersifat elastis. Hal ini dapat di tunjukkan dalam gambar kurva sebagai berikut:

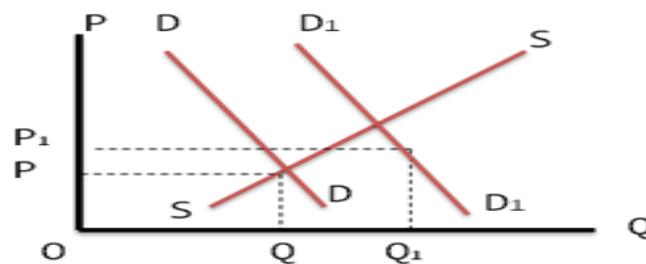


Gambar 26. Jangka Pendek

Keterangan:

Pada gambar 6.5 (ii), produksi dapat ditambah dari Q menjadi Q_1 sehingga jumlah permintaan naik dari DD menjadi D_1D_1

(1) Jangka Panjang: Yaitu jangka yang lama sehingga para produsen dapat menambah kapasitas produksi dan modal dengan tujuan memahami permintaan masyarakat. Dalam jangka panjang perkembangan produksi secara besar-besaran dapat menyebabkan harga menjadi turun, sehingga barang yang dulunya barang mewah menjadi barang biasa (contohnya radio, TV, kulkas) dan Oleh karenanya penawaran bersifat elastis, yaitu seperti yang ditunjukkan dalam kurva sebagai berikut:



Gambar 27. Jangka panjang

Keterangan:

Dapat dilihat bahwa barang yang di perjualbelikan bertambah sebesar QQ_1 karena permintaan bertambah dari DD Menjadi D_1D_1 . Pertambahan ini adalah jauh lebih besar dari pertambahan dalam jangka pendek.

c. Elastisitas Silang (E_c)

Elastisitas silang adalah prosentase perubahan permintaan dari barang x dibagi dengan persentase perubahan harga dari barang y . Tujuannya adalah untuk mengukur besarnya kepekaan permintaan suatu barang jika harga barang lain yang berubah, yaitu harga barang yang ada kaitannya dengan barang komplementer dan barang substitusi.

Elastisitas silang dapat menunjukkan hubungan 2 macam barang (komoditi) yang sifatnya;

- 1) Substitusi, dengan $E_c > 0$. □ daging sapi vs daging ayam.
- 2) Komplementer, dengan $E_c < 0$. □ bbm dg mobil

3) Barang yang tidak saling berhubungan (netral)

Ada 3 macam perubahan permintaan

1) Elastisitas silang positif

Naiknya harga barang A, akan menyebabkan peningkatan permintaan pada barang B. contoh: Kenaikan harga kopi, akan meningkatkan jumlah permintaan pada produk teh. Hal ini terjadi kepada barang substitusi.

2) Elastisitas silang negatif

Naiknya harga barang A, mengakibatkan turunnya permintaan pada barang B. Sebagai contoh: Ketika harga bensin naik maka permintaan akan kendaraan bermotor menjadi menurun. Hal ini disebabkan karena barang bersifat komplementer.

3) Elastisitas nol

Naiknya barang A tidak akan mengakibatkan perubahan permintaan terhadap barang B. Misalnya, kenaikan harga kopi tidak akan berpengaruh terhadap permintaan kendaraan bermotor.

Rumus perhitungannya

$$Exy = \frac{\% \text{Perubahan jumlah barang } x \text{ yang diminta}}{\% \text{Perubahan harga barang } Y}$$

$$\text{Atau: } Exy = \left(\frac{\Delta Qx}{\Delta Py} \right) \left(\frac{Py}{Qx} \right)$$

Contoh:

Permintaan harga gula pasir, gula jawa dan gula batu. Pada semester 1 dan semester II:

Barang	Semester I		Semester II	
	P/kg	q/kg	p/kg	q/kg
Gula pasir (P)	11.000	20.000	13.000	25.000
Gula jawa (J)	7.000	15.000	8.000	13.000
Gula batu (B)	8.000	7.000	10.000	4.000

Hitung elastisitas silang antara gula pasir, gula jawa dan gulabatu,

Jawab:

Tingkat elastisitas saling antara gula pasir (P) dan gula jawa (J)

$$Epj = \left(\frac{\Delta Qp}{\Delta Pj} \right) \left(\frac{Pj}{Qp} \right)$$

$$\Delta Qp = 25.000 - 20.000 = 5.000$$

$$\Delta Pj = 8.000 - 7.000 = 1.000$$

$$Pj = 7.000 \text{ dan } Qp = 20.000$$

Jadi:

$$E_{pj} = \left(\frac{\Delta Q_p}{\Delta P_j} \right) \left(\frac{P_j}{Q_p} \right) = \left(\frac{5.000}{1.000} \right) \left(\frac{7.000}{20.000} \right)$$

$$E_{pj} = (5)(0,35) = 1,75$$

Hasil $1,75 > 0$ artinya gula pasir dan gula jawa sebagai barang substitusi dimana ketika harga gula pasir mengalami kenaikan maka jumlah yang diminta akan mengalami penurunan, sehingga mereka akan berpindah ke gula jawa dan permintaan gula jawa akan semakin meningkat. Begitu sebaliknya ketika harga gula pasir turun, maka permintaan gulapasir akan meningkat, dan permintaan akan gula jawa mengalami penurunan.

a) Perhitungan elastisitas silang antara gula pasir (P) dan gula batu (B)

$$E_{pb} = \left(\frac{\Delta Q_p}{\Delta P_b} \right) \left(\frac{P_b}{Q_p} \right)$$

$$\Delta Q_p = 25.000 - 20.000 = 5.000$$

$$\Delta P_b = 10.000 - 8.000 = 2.000$$

$$P_b = 8.000 \text{ dan } Q_p = 20.000$$

Jadi:

$$E_{pb} = \left(\frac{\Delta Q_p}{\Delta P_b} \right) \left(\frac{P_b}{Q_p} \right)$$

$$E_{pb} = \left(\frac{5.000}{2.000} \right) \left(\frac{8.000}{20.000} \right) = (2,5)(0,4) = 1$$

Hasil $E_{pb} = 1 > 0$ artinya gulapasir dan gula batu sebagai barang substitusi.

b) Tingkat elastisitas silang antara gula jawa (J) dan gula batu (B)

$$E_{jb} = \left(\frac{\Delta Q_j}{\Delta P_b} \right) \left(\frac{P_b}{Q_j} \right)$$

$$\Delta Q_j = 13.000 - 15.000 = -2.000$$

$$\Delta P_b = 10.000 - 8.000 = 2.000$$

$$P_b = 8.000 \text{ dan } Q_j = 15.000$$

Jadi:

$$E_{jb} = \left(\frac{\Delta Q_j}{\Delta P_b} \right) \left(\frac{P_b}{Q_j} \right)$$

$$E_{jb} = \left(\frac{-2.000}{2.000} \right) \left(\frac{8.000}{15.000} \right)$$

$$E_{jb} = (-1)(0,533) = -0,533$$

$E_{jb} = -0,533 < 0$ artinya gula jawa dan gula batu bersifat komplementer, yaitu saling melengkapi. Misalkan harga gula jawa per kg naik, maka permintaan gula jawa dan gula batu akan turun.

Sebaliknya jika harga gula jawa turun, maka jumlah yang diminta gula jawa dan gula batu akan mengalami peningkatan.

d. Elastisitas Pendapatan (E_y)

Merupakan perubahan jumlah barang yang diminta sebagai akibat terjadinya perubahan pendapatan. Jumlah permintaan akan turun ketika pendapatan turun begitu juga sebaliknya ketika pendapatan meningkat maka permintaan akan produk akan meningkat.

Rumusnya:

$$E_y = \left(\frac{\Delta Q}{\Delta I} \right) \cdot \left(\frac{I}{Q} \right)$$

Keterangan:

ΔQ = Perubahan Jumlah/kuantitas

ΔI = Perubahan Pendapatan

I = Pendapatan

Q = Jumlah/ *Quantitas*

E_y = Elastisitas Pendapatan

Kriteria:

- 1) Jika $E_y > 1$ berlaku barang superior (mewah).
- 2) Jika $E_y < 0$ berlaku untuk barang inferior
- 3) Jika E_y berada diantara 0 dan 1 maka berlaku barang normal.

Contoh:

Pada saat pendapatan perbulannya sebesar Rp 1.000.000- Ika membeli pakaian sebanyak 4 kali sebulan. Ketika ada kenaikan pendapatan menjadi 1,500,000, ika membeli pakaian sebanyak 10 kali sebulan. Hitung elastisitas permintaan.

Jawab:

Diketahui:

$$\Delta Q = 10 - 4 = 6$$

$$\Delta I = 1.500.000 - 1.000.000 = 500.000$$

$$I = 1.000.000$$

$$Q = 4$$

$$E_y = \left(\frac{\Delta Q}{\Delta I} \right) \left(\frac{I}{Q} \right) \text{ sehingga : } E_y = \left(\frac{6}{500.000} \right) \left(\frac{1.000.000}{4} \right)$$

$$E_y = \left(\frac{6.000.000}{2.000.000} \right) = 3.$$

Contoh:

Tabel perhitungan elastisitas pendapatan berdasarkan pendapatan jumlah suatu komoditas tertentu.

Incoming per bln	ΔI	Jml.per bln	ΔQ	E_I	Kriteria
1.000.0000		4			
	500.000		6	3	Mewah
1.500.000		10			
	1.000.000		5	0,75	Normal
2.500.000		15			
	-500.000		-3	1	Mewah
2.000.000		12			
	100.000		2	3,33	Mewah
2.100.000		14			
	-300.0000		-4	2	Mewah
1.800.000		10			
	-100.000		-2	7,2	Mewah
1.700.000		8			

Perhitungan elastisitas pendapatan sebagai berikut:

- 1) $E_I = \left(\frac{6}{500.000} \right) \left(\frac{1.000.000}{4} \right)$ menjadi: $E_I = \frac{6.000.000}{2.000.000} = 3$
- 2) $E_I = \left(\frac{5}{1.000.000} \right) \left(\frac{1.500.000}{10} \right)$ menjadi: $E_I = \frac{7.500.000}{10.000.000} = 0,75$
- 3) $E_I = \left(\frac{-3}{-500.000} \right) \left(\frac{2.500.000}{15} \right)$ menjadi: $E_I = \frac{-7.500.000}{-7.500.000} = 1$
- 4) $E_I = \left(\frac{2}{100.000} \right) \left(\frac{2.000.000}{12} \right)$ menjadi: $E_I = \frac{4.000.000}{1.200.000} = 3,33$
- 5) $E_I = \left(\frac{-4}{-300.000} \right) \left(\frac{2.100.000}{14} \right)$ menjadi: $E_I = \frac{-8.400.000}{-4.200.000} = 2$
- 6) $E_I = \left(\frac{-4}{-100.000} \right) \left(\frac{1.800.000}{10} \right)$ menjadi: $E_I = \frac{-7.200.000}{-1.000.000} = 7,2$

C. LATIHAN SOAL/TUGAS

1. Beri penjelasan tentang elastisitas dan perubahan-perubahannya yang diakibatkan oleh harga dan kuantitas (Q)?
2. Apa saja yang memengaruhi elastisitas permintaan yang menyebabkan terjadinya perbedaan nilai-nilai elastisitas?
3. Jika diketahui $Q = -5P + 100$, gambarkan mengenai garis permintaan dan hitunglah berapa besar tingkat elastisitas permintaan karena harga?
4. Kapan dikatakan inelastis sempurna terjadi, berilah contoh perhitungannya?
5. Jika diketahui:

Triwulan	P rata-rata/unit
I	300
II	325
III	375
IV	400

Tentukan gambar dan tingkat elastisitas penawaran karena harga?

Jika harga daging sapi saat ini Rp 50.000/kg dengan persediaan sebanyak 1.000 kg. Ketika harga sedikit naik menjadi Rp 57.000/kg daging sapi yang disediakan sebanyak 1.200 kg. Hitunglah elastisitas penawaran karena harga dan gambar kurvanya!

D. DAFTAR PUSTAKA

- Mankiw, Gregory. (2014). Pengantar Ekonomi Mikro-Edisi Asia Vol 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Rahardja, Pratama, Mandala Manurung. (2008). Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikroekonomi & Makroekonomi). Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Sukirno, Sadono. (2016). Mikro Ekonomi Teori Pengantar: Edisi Ketiga. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sukirno, Sadono. (2011). Pengantar Teori Ekonomi Mikro. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

PERTEMUAN 7

TEORI TINGKAHLAKU KONSUMEN: TEORI NILAI GUNA

A. TUJUAN PEMBELAJARAN

Tujuan pembelajaran pada pertemuan ini yaitu sebagai berikut.

1. Mahasiswa/i dapat memahami teori *utility* (teori nilai guna) dan pemaksimalan UTILITY dan analisis kepuasan sama
2. Mahasiswa/i dapat memahami teori tingkah laku konsumen melalui pendekatan (indifferent curve) dan garis anggaran (budget line)
3. Mahasiswa/i dapat memahami cara mencapai kepuasan maksimum
4. Mahasiswa/i bisa memahami teori UTILITY dan teori permintaan
5. Mahasiswa/i bisa menganalisis paradoks nilai
6. Mahasiswa/i bisa menganalisis faktor-faktor yang mengubah keseimbangan konsumen
7. Mahasiswa/i dapat mengetahui efek perubahan harga dan efek perubahan pendapatan

B. URAIAN MATERI

Analisis dalam bab ini menjelaskan tentang teori tingkah laku konsumen, yaitu teori yang menerangkan alasan kenapa para konsumen mengkonsumsi atau membeli membeli barang lebih banyak (*quantity*) pada saat harga (*price*) yang lebih murah sebaliknya alasan para konsumen membatasi jumlah pembelian (*quantity*) saat harga (*price*) yang lebih mahal. Selain itu bab ini juga menjelaskan cara seorang konsumen dalam menentukan jumlah barang (*quantity*) dan kombinasi barang - barang yang dibeli dari *income* yang diperolehnya. Teori tingkah laku konsumen dapat dikelompokkan pada dua pendekatan yaitu:

1. Pendekatan (*utility*) kardinal / teori nilai subyektif: yaitu manfaat yang dirasakan konsumen yang dapat diukur secara kuantitatif atau dapat dinilai dengan nilai mata uang. Pendekatan ini mengukur pemaksimalan kepuasan sebuah barang berdasarkan pada berapa banyak uang yang dikorbankan untuk menambah pembelian per satu unit dari beberapa barang yang akan memberikan *marginal utility* yang besarnya sama. Tetapi nilai kepuasan ini tidak akan meningkat jika dikonsumsi terus menerus, nilai kepuasan akan mengalami penurunan setelah mencapai jumlah yang maksimum. Setelah melewati jumlah yang

maksimum / titik jenuh, tambahan mengkonsumsi produk akan mengurangi nilai marginal utility. Hal ini dalam Sukirno (2011) dikenal dengan hukum nilai kepuasan yang semakin menurun (*The Law of Diminishing Marginal Utility*).

2. Pendekatan (*utility*) ordinal / atau dikenal analisis kurva indeference: yaitu manfaat mengkonsumsi sebuah produk yang diperoleh konsumen yang tidak dapat dikalkulasikan dengan angka-angka atau tidak dapat dihitung. Hal ini muncul karena kepuasan konsumen tidak selalu bisa diukur dengan uang.

1. Persamaan Teori *Cardinal Utility* Dan Teori *Ordinal Utility*

Persamaan *cardinal utility* dan *ordinal utility* sama-sama menjelaskan cara konsumen mencapai pemaksimuman kepuasan (*maximum utility*) dengan mengkonsumsi sejumlah barang (*quantity*) tertentu yang harganya (*price*) tertentu pada *income*(*income*) tertentu.

2. Perbedaan Teori *Cardinal Utility* Dan Teori *Ordinal Utility*

Teori *kardinal utility* dalam Sukirno (2011) dinyatakan bahwa besarnya utility dapat dinyatakan dalam bilangan atau angka, sedangkan analisis ordinal besarnya utility tidak dapat dinyatakan dalam bilangan atau angka. Analisis kardinal menggunakan alat analisis *marginal utility*. Sedangkan analisis ordinal menggunakan alat analisis kurva kepuasan sama (*indifferent curve*).

3. Hipotesis Utama Teori Utility

Hipotesis utama teori utility berbunyi tambahan utility (*marginal utility*) yang dinikmati individu setelah mengkonsumsi suatu barang akan turun apabila orang tersebut terus menambah konsumsinya pada barang tersebut, bahkan *marginal utility* bisa menjadi minus jika konsumsi barang tersebut terus ditambah dan utility total (*total utility*) akan menjadi semakin sedikit. Pada hakikatnya hipotesis tersebut menjelaskan istilah titik jenuh / titik maksimum, dengan kata lain menambah secara terus-menerus jumlah unit barang yang dikonsumsi tidak akan selalu menghasilkan penambah nilai kepuasan (Sukirno, 2011).

4. Utility Total Dalam Angka Dan Grafik

Angka dan grafik bisa memperjelas hukum marginal utility, seperti contoh berikut:

- a. Pembahasan dalam angka teori nilai guna

Misalkan kepuasan dari memakan sejumlah jeruk si A dinyatakan dalam angka, pada tabel 7.1. Nilai kepuasan ditunjukkan total utility dan marginal utility.

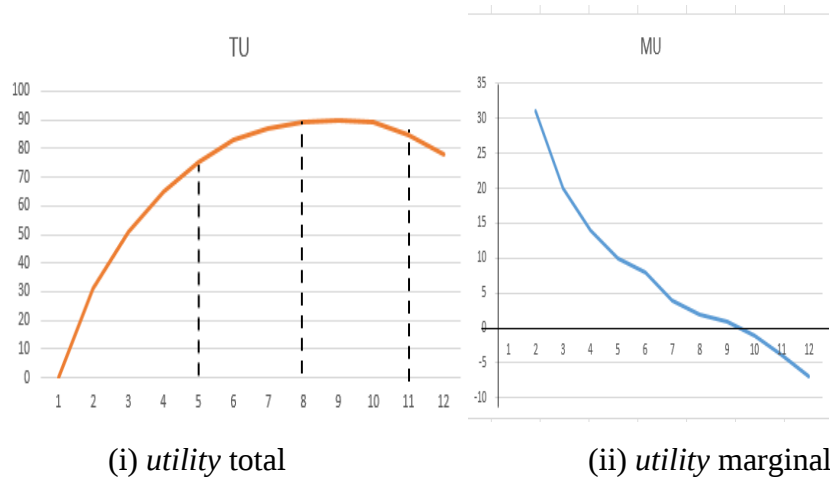
Tabel 8. Total utility dan marjinal utility dalam Angka

Jumlah buah jeruk yang dimakan (<i>quantity</i>)	Nilai guna total (<i>total utility</i>)	Nilai guna marjinal (<i>marginal utility</i>)
0	0	-
1	31	31
2	51	20
3	65	14
4	75	10
5	83	8
6	87	4
7	89	2
8	90	1
9	89	-1
10	85	-4
11	75	-10

Pada tabel diatas, kita akan bahas hukum tambahan kepuasan yang semakin menurun (*The Law of Diminishing Marginal Utility*), yaitu “tambahan nilai guna akan menjadi semakin menurun apabila konsumsi terus menerus ditambah. Contoh dalam tabel diatas menunjukkan sampai jeruk kedelapan peningkatan nilai guna marjinal (*marginal utility*) adalah positif, maka nilai guna total (*total utility*) secara terus menerus bertambah kepuasannya. Ketika memakan jeruk yang kesembilan maka nilai guna marjinal adalah negative” (Sukirno, 2011). Hal ini menunjukkan nilai kepuasan maksimum (*utility*) dari memakan jeruk cukup memakan delapan buah jeruk. Tambahan mengkonsumsi jeruk yang selanjutnya akan mengurangi nilai kepuasan. Dalam tabel 7.1 menunjukkan jika konsumen memakan buah jeruk sampai sembilan, sepuluh atau sebelas jeruk, maka kepuasan yang didapat dari konsumsi jeruk tersebut adalah lebih rendah dari pada kepuasan yang didapat dari memakan delapan buah jeruk (Sukirni 2011). Hal ini berarti bahwa lebih baik memakan delapan jeruk dari pada sebelas jeruk, karena kepuasan yang dinikmati dari memakan delapan jeruk adalah lebih besar. Penjelasan lebih lengkap dapat dilihat dalam Grafik 7.1. dibawah ini.

b. Pembahasan dalam grafik teori nilai guna

Gambar 28 dibawah menjelaskan sumbu vertikal menggambarkan *total utility* dan sumbu horizontal memperlihatkan jumlah barang yang digunakan (*quantity*). Grafik (ii) menunjukkan *marginal utility* yang diukur pada sumbu vertikal, dan unit barang yang dikonsumsi pada sumbu horizontal (Sukirno, 2011).



Gambar 28. Kurva utility total dan utility marginal

Kurva *total utility* (TU) bermula dari titik 0, yang berarti pada saat tidak mengonsumsi jeruk, maka total utility tidak ada. Saat mengonsumsi satu buah jeruk, maka total utility 31, dan begitu seterusnya. Pada mulanya kurva total utility adalah naik ke kanan atas, artinya jika jumlah konsumsi jeruk bertambah, maka total utility juga bertambah. Kurva total utility mulai menurun saat konsumsi jeruk lebih dari delapan buah. Kurva *marginal utility* (MU) turun ke kanan bawah. Gambar 7.1 menggambarkan hukum total utility yang semakin menurun. Kurva total utility memotong sumbu horizontal sesudah jumlah delapan buah jeruk. Artinya sesudah titik delapan total utility adalah negatif (Sukirno, 2011).

5. Pemaksimalan Nilai Guna

Setiap individu akan berusaha untuk memaksimalkan nilai kepuasan dari produk yang dikonsumsi. Untuk memaksimalkan kepuasan berarti harus memaksimalkan *utility* dari barang yang dikonsumsi. Hal ini menjadi dasar penting dalam teori ekonomi. Menurut Sukirno (2011) “apabila yang dikonsumsi hanya satu barang saja, maka tidak akan sulit untuk menentukan pada tingkat mana atau pada jumlah berapa nilai guna dari menikmati barang itu akan mencapai tingkat yang maksimum. Kata kuncinya adalah: tingkat kepuasan maksimum dicapai pada waktu nilai guna total mencapai tingkat maksimum (TU maksimum). Tetapi kalau barang yang digunakan jenisnya beragam dan lebih dari satu, cara untuk menentukan corak konsumsi dari barang-barang yang akan menciptakan nilai guna yang maksimum menjadi lebih rumit”.

a. Cara Memaksimumkan Nilai Guna

Hal penting yang perlu diperhatikan dalam menentukan komposisi dan jumlah barang, yang akan mewujudkan nilai guna yang maksimum pada konsumsi yang beragam dan lebih dari satu jenis barang adalah berdasarkan perbedaan harga-harga dari berbagai barang. Kalau harga barang adalah homogen, nilai guna barang akan mencapai tingkat yang maksimum apabila nilai guna marjinal dari setiap barang adalah sama (Sukirno, 2011).

b. Syarat Pemaksimuman Nilai Guna

Syarat yang harus dipenuhi dalam pemaksimuman *utility* adalah (Sukirno, 2011) "setiap rupiah yang dikeluarkan untuk membeli unit tambahan berbagai jenis barang akan memberikan nilai guna marginal yang sama besarnya". Untuk membuktikannya kita ilustrasikan dalam contoh berikut". Contoh soal cerita:

Soal kasus:

Banu akan membeli dua macam barang yaitu nasi goreng dan jus. Harga nasi goreng adalah 20.000 rupiah dan jus seharga 100.000 rupiah. Misalkan nilai tambah sepiring nasi goreng nilai guna marginal nya sebanyak 5, dan nilai tambah segelas jus nilai guna marginalnya sebanyak 50. Jika Banu memiliki 100.000 rupiah, barang apakah yang ia beli dengan uang tersebut?

Pembahasan:

Jika semua uang dibelikan nasi goreng, Banu tersebut dapat membeli 5 piring tambahan nasi goreng, nilai guna marginalnya adalah $5 \times 5 = 25$. Kalau uang itu digunakan untuk membeli jus, yang diperolehnya hanya segelas dan nilai guna marginal dari satu unit tambahan jus ini adalah 50. Berdasarkan contoh di atas dapat dikemukakan hipotesis berikut (Sukirno, 2011):

- 1) " Seseorang akan memaksimumkan nilai guna dari barang-barang yang dikonsumsi apabila perbandingan nilai guna marginal berbagai barang tersebut adalah sama dengan perbandingan harga barang-barang tersebut".
- 2) " Seseorang akan memaksimumkan nilai guna dari barang-barang yang dikonsumsi apabila nilai guna marginal untuk setiap rupiah yang dikeluarkan adalah sama untuk setiap barang yang dikonsumsi".

” Kedua hipotesis mengandung pengertian yang sama. Syarat pemaksimalan nilai guna seperti yang dinyatakan dalam poin (1) dan (2) dinyatakan secara rumus aljabar sebagai berikut” (Sukirno, 2011):

$$\frac{MU_{\text{barangA}}}{PA} = \frac{MU_{\text{barangB}}}{PB} = \frac{MU_{\text{barangC}}}{PC}$$

” Dalam persamaan diatas MU adalah nilai guna marginal dan PA, PB, dan PC berturut-turut adalah harga barang A, barang B, dan barang C.

MU (marginal utility) barang A = P (Harga) barang A, artinya kepuasan tertinggi yang dicapai seseorang bila ia mengkonsumsi barang A dengan harga tersebut (PA) adalah apabila marginal utiliti barang A sama dengan harga yang dibayarkan untuk barang A” (Sukirno, 2011).

6. Teori Utility Dan Teori Permintaan

Permintaan atas suatu barang bisa mengalami perubahan oleh karena dua faktor, yaitu efek perubahan harga barang tersebut dan efek perubahan pendapatan.

a. Efek Perubahan Harga

Perubahan harga suatu barang mengubah marginal utility per rupiah dari barang yang mengalami perubahan harga tersebut. “Misalkan harga barang A mengalami kenaikan, maka marginal utility per rupiah yang diwujudkan oleh barang A semakin turun. Sementara jika harga barang B tidak mengalami perubahan maka perbandingan di antara marginal utility barang A dan B dengan harganya PA dan PB adalah sebagai berikut “(Sukirno, 2011):

$$\frac{MU_{\text{barangA}}}{PA} < \frac{MU_{\text{barangB}}}{PB}$$

Dalam kasus ini, “utility akan menjadi bertambah besar dan kepuasan konsumen akan menjadi bertambah tinggi jika konsumen itu membeli barang B lebih banyak dan mengurangi barang A. Keadaan di atas menunjukkan bahwa jika harga naik, permintaan akan barang itu akan menjadi turun. Hal ini sesuai dengan hukum permintaan (Jika Pa naik maka Qd untuk barang A akan turun). Sebaliknya jika harga turun, maka marginal utility per rupiah barang tersebut akan menjadi lebih tinggi daripada marginal utility per rupiah dari barang-barang lainnya yang harganya tetap” (Sukirno, 2011).

“Misalkan harga barang A menjadi lebih murah, maka marginal utility per rupiah yang diwujudkan oleh barang A semakin banyak. Sementara jika

harga barang B tidak mengalami perubahan maka perbandingan di antara marginal utility barang A dan B dengan harganya P_A dan P_B adalah sebagai berikut” (Sukirno, 2011):

$$\frac{MU \text{ barang A}}{P_A} > \frac{MU \text{ barang B}}{P_B}$$

Dalam kasus ini, “utility akan menjadi bertambah banyak dan kepuasan konsumen akan menjadi bertambah tinggi jika konsumen itu membeli barang A lebih banyak dan mengurangi barang B. Keadaan di atas menunjukkan bahwa jika harga turun, permintaan terhadap barang tersebut akan menjadi semakin banyak” (Sukirno, 2011). Hal ini sesuai dengan hukum permintaan (Jika P_A turun maka Q_d untuk barang A akan banyak).

b. Efek Perubahan Pendapatan

Menurut Sukirno (2011):” Kalau income tidak mengalami perubahan maka kenaikan harga menyebabkan income riil menjadi semakin sedikit. Dengan perkataan lain, kemampuan membelanjakan income yang diterima untuk membeli barang-barang menjadi lebih sedikit dari sebelumnya. Penurunan harga suatu barang menyebabkan income riil bertambah, hal ini akan mendorong konsumen menambah jumlah barang yang dibelinya. Akibat dari perubahan harga pada income ini, disebut efek pendapatan”.

7. Paradoks Nilai

” Sebelum teori *utility* dikembangkan, ahli-ahli ekonomi mengalami kesulitan di dalam menerangkan perbedaan yang mencolok di antara harga air dan harga berlian. Air merupakan barang yang sangat berharga tetapi harganya murah. Sedangkan berlian bukanlah benda yang sangat penting tetapi harganya sangat mahal. Untuk menerangkan keadaan tersebut ada dua pendekatan yang bisa kita pahami, Yang pertama adalah alasan yang sudah lama disadari oleh ahli-ahli ekonomi, yaitu 1) masalah kelangkaan dan ketersediaan produk 2) perbedaan dalam biaya produksi. Air merupakan benda yang mudah didapat di berbagai tempat sehingga untuk memperolehnya tidak diperlukan biaya yang terlalu besar. Tetapi berbeda dengan berlian sebab berlian merupakan barang yang sangat sukar untuk diperoleh dan biaya untuk memproduksinya sangat tinggi. Maka alasan bahwa ketersediaan barangnya yang sangat langka dan biaya produksinya yang sangat mahal merupakan jawaban yang belum

memuaskan untuk menerangkan perbedaan harga yang sangat mencolok di antara air dan berlian” (Sukirno, 2011).

”Teori UTILITY memberi penjelasan yang lebih tepat mengenai sebabnya terdapat perbedaan yang sangat mencolok tersebut. Perbedaan tersebut disebabkan oleh UTILITYmarginal antara air dan berlian yang sangat berbeda. Oleh karena air sangat mudah diperoleh maka orang akan mengkonsumsi air pada tingkat dimana UTILITYmarginal air sangat murah. UTILITYmarginal air adalah begitu rendahnya sehingga orang baru mau menggunakan lebih banyak air apabila harganya sangat rendah sekali. UTILITYmarginal yang menentukan apakah suatu barang itu mempunyai harga yang tinggi atau rendah” (Sukirno, 2011).

C. LATIHAN SOAL/TUGAS

1. Jelaskan yang saudara pahami tentang perilaku konsumen? jelaskan berdasarkan teori yang sudah kita pelajari!
2. Jelaskan cara memaksimumkan kepuasan konsumen?
3. Jelaskan tentang paradoks nilai? jelaskan dan beri contohnya
4. Bagaimana mengkombinasikan konsumsi barang yang beragam jenis?
5. Misalkan kepuasan dari memakan sejumlah durian si Ani dinyatakan dalam angka, pada tabel berikut:

Tabel 9. Total utility dan marginal utility dalam angka

Banyak buah jeruk yang dikonsumsi (quantity)	total utility	marginal utility
0	0	-
1	21	
2	41	
3	55	
4	65	
5	83	
6	87	
7	100	
8	90	
9	89	
10	85	
11	90	

Berdasarkan tabel diatas tentukan:

- a. Nilai MU
- b. Buatlah grafik TU dan MU!
- c. Jika harga naik apa yang terjadi pada marginal utility jelaskan?

D. DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad. (2014). Ekonomi Mikro; Teori dan Aplikasi di Dunia Usaha. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Mankiw, Gregory. (2014). Pengantar Ekonomi Mikro-Edisi Asia. Jakarta: Salemba Empat.
- Rusmijati. (2017). Teori Ekonomi Mikro I. Yogyakarta: Graha Cendekia.
- Sukirno, Sadono. (2011). Pengantar Teori Ekonomi Mikro. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

PERTEMUAN 8

TEORI TINGKAHLAKU KONSUMEN:

ANALISIS KURVA KEPUASAN YANG SAMA

A. TUJUAN PEMBELAJARAN

Tujuan pembelajaran pada pertemuan ini yaitu sebagai berikut.

1. Mahasiswa mampu menjelaskan, menggambarkan kurva kepuasan yang sama, peta kepuasan yang sama.
2. Mampu menjelaskan dan membuat kurva Garis Anggaran Pengeluaran.
3. Mahasiswa mampu menyebutkan, menjelaskan dan membuat kurva syarat untuk mencapai kepuasan maksimum
4. Mahasiswa mampu menjelaskan Efek perubahan pendapatan dan harga
5. Mahasiswa mampu menjelaskan, menganalisa serta membuat kurva Efek penggantian dan efek Pendapatan
6. Mahasiswa mampu menjelaskan dan membuat atau membentuk kurva permintaan.

B. URAIAN MATERI

Teori nilai guna (*utility*) adalah teori yang awalnya menjelaskan perilaku seseorang dalam memilih barang yang akan dibeli dan dikonsumsi. Setiap individu akan berfikir secara rasional dalam memilih barang yang akan dibelinya sehingga bisa memaksimalkan kepuasan dari barang – barang yang dikonsumsi. Analisis teori nilai guna akan membahas tentang prinsip pemaksimalan kepuasan dan alasan seseorang dalam memilih berbagai barang kebutuhannya. Namun prinsip teori nilai guna memiliki kelemahan yaitu hanya menyatakan tingkat kepuasan secara angka.

Sukirno (2011) menuliskan “Menilai tingkat kepuasan dari angka dianggap kurang tepat oleh karena kepuasan adalah sesuatu hal yang tidak mudah diukur. Untuk menghindari kelemahan ini Sir John R. Hicks mengembangkan cara pendekatan baru untuk mewujudkan prinsip pemaksimalan kepuasan, terutama prinsip pemaksimalan kepuasan oleh seorang konsumen yang mempunyai pendapatan yang terbatas. Analisis ini dikenal sebagai Analisis Kurva Kepuasan

Sama. Konsumen akan mencapai kepuasan maksimum apabila garis anggaran pengeluaran bersinggungan dengan kurva kepuasan sama”.

1. Kurva Kepuasan Yang Sama

Kurva kepuasan yang sama menggambarkan konsumsi seseorang dengan catatan misalnya seorang pembeli hanya akan membeli dan menghabiskan dua jenis barang. Berikut akan diberikan contoh konsumsi untuk makanan dan buku. Faktor lain yang dianggap tetap (*ceteris paribus*) yaitu cita rasa masyarakat tetap dan konsumen bebas untuk menentukan jenis /jasa yang ingin di beli.

2. Kombinasi Barang Yang Mewujudkan Kepuasan Yang Sama

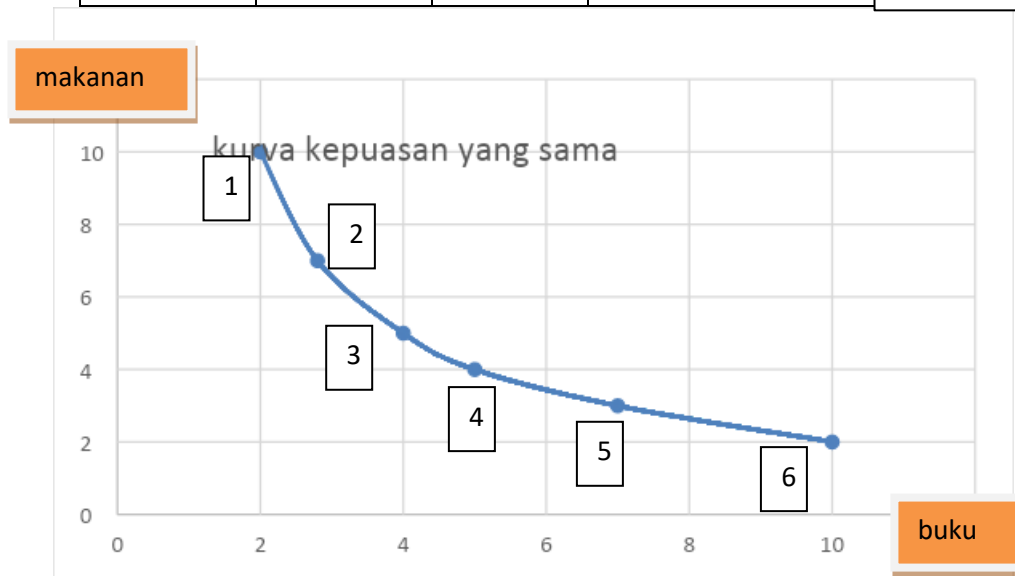
Pada tabel 8.1 ditunjukkan enam kombinasi makanan dan buku yang akan menghasilkan kepuasan yang sama kepada seorang kosumen. “Apakah kombinasi poin 1 dan 2 atau 3 atau 4 atau 5 atau 6 yang akan dikonsumsi, untuk konsumen tersebut memberikan kepuasan yang sama, dengan kata lain semua titik di sepanjang kurva memiliki nilai kepuasan yang sama. Artinya ialah kalau konsumen itu mengkonsumsi sebanyak 10 makanan dan 2 buku (kombinasi poin 1) maka kepuasan yang diperoleh dari melakukan konsumsi tidak berbeda dengan apabila ia mengkonsumsi 7 makanan dan 3 buku (kombinasi poin 2), atau 5 makanan dan 4 buku (kombinasi poin 3)” (Sukirno, 2011).

Kombinasi barang pada table 8.1 berikut dimana keadaan poin 1, 2, 3, 4, 5 dan 6, masing – masing menghasilkan kepuasan yang sama nilainya maka konsumen itu akan bersikap “*indifference*” yaitu bersikap cuek atau tidak ambil pusing dalam menentukan poin 1 atau 2 atau 3 dst (Sukirno, 2011).

Berdasarkan kombinasi kombinasi buku dan makanan pada poin 1, 2, 3, 4, 5 dan 6 yang ditunjukkan dalam Tabel 8.1, bisa digambarkan *kurva indifference* nya seperti yang ditunjukkan pada Gambar 8.1. *kurva indifference* dibuat dengan menggabungkan titik – titik pada poin 1, 2, 3, 4, 5 dan 6. Dengan demikian kurva kepuasan sama pada table 8.1 dapat diartikan yaitu kurva yang menggambarkan kombinasi kombinasi barang yang akan menghasikan kepuasan yang sama nilainya.

Tabel 10. Kombinasi Makanan dan buku yang memberikan kepuasan yang sama.

Kombinasi Barang	Makanan	Buku	Tingkat Penggantian Marjinal makanan dan Pakaian
1	10	2	$3/1 = 3.0$
2	7	3	
3	5	4	$2/1 = 2.0$
4	4	5	$1/1 = 1.0$
5	2.8	7	$1,2/1 = 0.6$
6	2	10	$0,8/3 = 0.27$



3. Tingkat Pergantian Marginal

Apabila konsumen mengganti kombinasi barang yang dikonsumsi dari kombinasi poin 1 menjadi kombinasi poin 2. Pergantian ini menaikan konsumsi buku dari dua buah menjadi tiga buah buku, dan kenaikan ini akan terjadi jika ada pengurangan konsumsi makanan dari sepuluh buah menjadi tujuh buah. Guna mempertahankan tingkat kepuasan yang sama, seorang konsumen apa bila menambah konsumsi sebuah barang harus menurunkan konsumsi barang yang lain. Dalam contoh diatas untuk bisa menambah pembelian sebuah buku lagi seorang konsumen harus mengurangi makanan sebanyak tiga porsi makanan.

Pergantian ini menunjukkan prinsip untuk bisa mempertahankan tingkat kepuasan yang diperoleh seseorang harus mengurangi konsumsi satu barang jika ingin menaikkan konsumsi satu barang lainnya. Dalam contoh diatas untuk bisa menambah membeli buku seseorang harus mengorbankan uang yang biasanya dibelikan makanan dalam hal ini mengurangi jumlah konsumsi makanannya. Pengorbanan yang diberikan seorang tersebut dinamakan tingkat penggantian marginal. Perubahan dari kombinasi poin 1 ke kombinasi poin 2 tingkat penggantian marginalnya sebesar tiga.

Berikutnya pada tingkat penggantian marginal apabila konsumen merubah konsumsinya dari kombinasi poin 2 ke kombinasi poin 3. Dapat disimpulkan bahwa untuk memperoleh satu unit lagi pakaian, maka sebanyak 2 unit makanan harus dikurangi, agar besarnya tingkat kepuasan tidak mengalami perubahan. Perubahan konsumsi dari kombinasi poin 2 ke kombinasi poin 3, tingkat penggantian marginalnya adalah 2.

Selanjutnya bagaimana tingkat penggantian marginal pada perubahan konsumsi yang berikutnya? Yaitu dari kombinasi poin 3 ke kombinasi poin 4, dari kombinasi poin 4 ke kombinasi poin 5, dan dari kombinasi poin 5 ke kombinasi poin 6. Nilainya tertera pada kolom terakhir di Tabel 8.1. Pada angka – angka ini terlihat tingkat penggantian marginal bertambah kecil. Tingkat penggantian marginal yang semakin kecil ini disebabkan oleh faktor sebagai berikut:

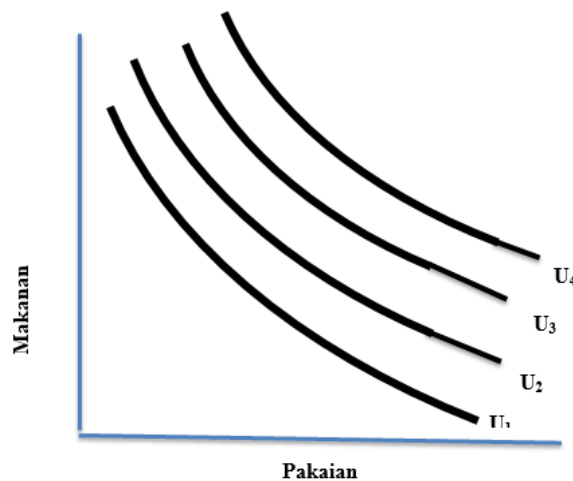
- a. “ Pada saat konsumen mempunyai suatu barang Y yang relatif banyak jumlahnya dan barang X yang relatif sedikit jumlahnya, diperlukan pengurangan konsumsi yang besar ke atas barang Y untuk memperoleh satu tambahan barang X ; akan tetapi
- b. Semakin banyak barang X yang telah diperoleh, semakin sedikit pengurangan konsumsi barang Y yang harus dilakukan untuk memperoleh satu barang X” (Sukirno 2011).

Bentuk kurva kepuasan yang sama cembung ketitik pusat 0,0 karena nilai penggantian marginal yang semakin kecil sehingga kurva kepuasan sama semakin kurang kemiringannya.

4. Peta Kurva Kepuasan Sama

“Peta kurva kepuasan yang sama seperti yang digambarkan dalam Gambar 29 adalah salah satu dari sekumpulan kurva kepuasan sama yang dapat dibuat. Kumpulan kurva kepuasan sama akan memberikan gambaran yang lebih

lengkap mengenai keinginan seorang konsumen untuk mengkombinasikan dua barang dan memberikan kepuasan yang maksimum kepadanya” (Sukirno, 2011). Gambar 29 melukiskan beberapa kurva kepuasan yang sama pada seorang konsumen yang mengkonsumsi makanan dan pakaian. Kurva U_2 menggambarkan dua kombinasi makanan dan pakaian yang terdapat dalam tabel 10 di atas



Gambar 29. Peta Kurva Kepuasan Yang Sama

“Setiap kurva kepuasan sama menggambarkan suatu tingkat kepuasan tertentu, dan kurva yang lebih tinggi menggambarkan tingkat kepuasan yang lebih besar dengan kurva yang dibawahnya. Dengan demikian kurva indifference U_1 , U_2 , U_3 dan U_4 masing-masing menggambarkan suatu tingkat kepuasan tertentu.

Tingkat kepuasan yang digambarkan oleh U_4 adalah lebih besar daripada kurva-kurva lainnya. Kurva indifference yang digambarkan oleh U_3 lebih besar daripada kurva indifference yang digambarkan oleh U_1 dan U_2 sedangkan kurva indifference yang digambarkan oleh U_2 adalah lebih besar daripada kurva indifference yang digambarkan oleh U_1 . Hal ini karena semakin jauh dari titik nol maka akan semakin banyak jumlah kombinasi barang barang yang bisa dibeli seorang konsumen” (Sukirno, 2011).

5. Garis Anggaran Pengeluaran

Kurva indifference adalah kurva yang menunjukkan keinginan konsumen untuk memperoleh kombinasi barang-barang agar kepuasan yang akan dinikmatinya dari mengkonsumsi barang-barang tersebut maksimal, namun semua kombinasi harus disesuaikan dengan kemampuan konsumen untuk membeli berbagai kombinasi barang-barang tersebut. Dalam kenyataannya konsumen tidak dapat memperoleh semua barang yang diinginkannya, konsumen dibatasi oleh pendapatan yang dapat dibelanjakan. Persoalan yang dihadapi oleh setiap konsumen adalah: “bagaimanakah membelanjakan pendapatan yang ada sehingga pengeluaran tersebut menciptakan kepuasan yang paling maksimum”. Kalau hanya menggunakan kurva kepuasan yang sama saja masalah ini tidak dapat dipecahkan, kita perlu juga menggambarkan garis anggaran pengeluaran Sukirno (2011).

“Garis anggaran pengeluaran menunjukkan berbagai kombinasi barang-barang yang dapat dibeli oleh sejumlah pendapatan tertentu. Sama halnya dengan menggambarkan kurva kepuasan sama, dalam menggambarkan garis anggaran pengeluaran kita misalkan bahwa konsumen akan membeli dua jenis barang saja” (Sukirno, 2011).

Contoh dalam angka dan grafik

Soal kasus:

“Misalkan seorang konsumen memiliki uang sebanyak Rp 90.000, uang itu akan dibelanjakan untuk membeli minuman dan makanan. Harga makanan adalah Rp 9.000 setiap unit. Harga minuman adalah Rp 6.000 setiap unit. berdasarkan kepada pemisalan ini, pada Tabel 8.2 ditunjukkan beberapa kombinasi makanan dan minuman yang dapat dibeli oleh konsumen tersebut sesuai dengan uang yang dimiliki” (Sukirno 2011).

Tabel 11. Kombinasi makanan dan minuman yang dapat dibeli konsumen

Kombinasi	Makanan (unit)	Minuman (unit)
1	15	0
2	12	2
3	9	4
4	6	6
5	3	8
6	0	10

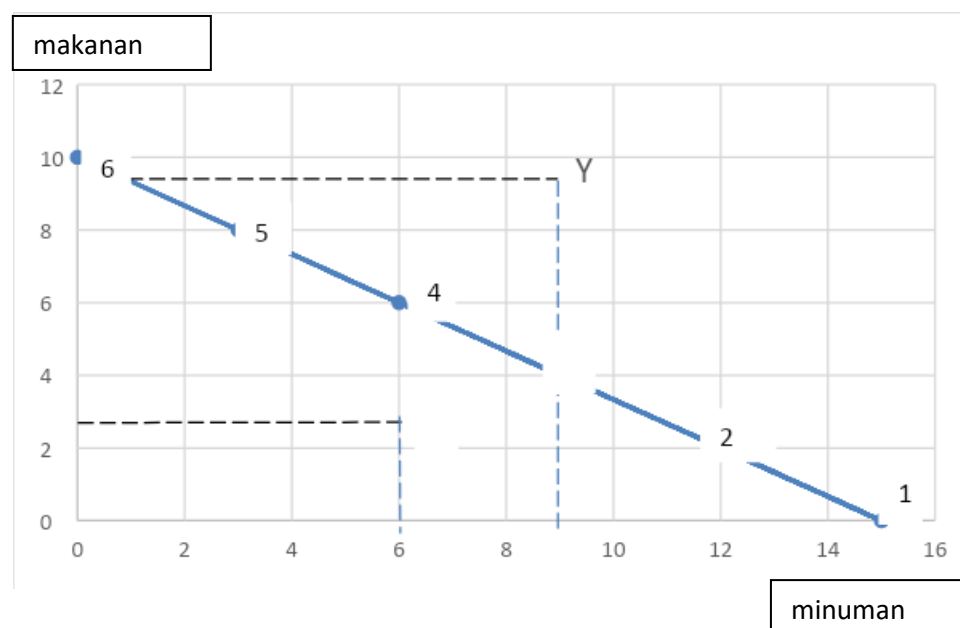
Pembahasan:

Seandainya jika konsumen tersebut membelanjakan seluruh uangnya untuk membeli makanan, maka makanan yang bisa dia dapat adalah Rp90.000: Rp 9.000 = 10 unit makanan. Kombinasi enam menggambarkan keadaan ini.

Kombinasi satu menggambarkan keadaan yang sebaliknya, jika konsumen tersebut membelanjakan seluruh uangnya untuk membeli minuman, maka minuman yang bisa dia dapat adalah Rp 90.000: Rp 6.000 = 15 unit minuman.

“Dalam kenyataannya, kedua-dua kombinasi tersebut, baik kombinasi satu dan enam tidak menjadi pilihan konsumen. Tidak mungkin konsumen hanya membeli makanan tanpa minuman, atau Tidak mungkin konsumen hanya membeli minuman tanpa makanan. Biasanya konsumen akan membeli makanan dan minuman, Sehingga kombinasi dua sampai lima adalah beberapa kombinasi makanan dan minuman yang lebih mungkin dipilih untuk pembelian dengan uang yang dimiliki konsumen” (Sukirno 2011).

“Berdasarkan data dalam Tabel 11 dapat dibuat garis anggaran pengeluaran seperti yang ditunjukkan pada Gambar 30 dibawah ini. Membuat garis anggaran pengeluaran dapat dilakukan dengan menghubungkan setiap titik titik pada garis tersebut. Titik titik ini adalah kombinasi makanan dan minuman yang dapat dibeli oleh konsumen berdasarkan income yang dimiliki konsumen yaitu sebesar Rp 90.000” (Sukirno 2011).



Gambar 30. Garis Anggaran Pengeluaran

“Titik satu sampai enam menunjukkan makanan dan minuman yang dapat dibeli dengan uang yang dimiliki. Namun jika titik Y yang berada diatas garis anggaran, menunjukkan kombinasi 10 unit pakaian dan 9 unit minuman, titik Y memperlihatkan kombinasi yang tidak dapat dibeli dengan uang yang dimiliki konsumen, karena uang yang tersedia tidak cukup. Karena harga makanan adalah Rp 9000 dan harga minuman adalah Rp 6000 maka kombinasi barang yang ditunjukkan oleh titik Y memerlukan uang sebanyak $(10 \times \text{Rp.9000} + 9 \times \text{Rp.6000}) = \text{Rp.144.000}$. Sedangkan konsumen tersebut hanya mempunyai uang sebanyak Rp 90.000, berarti diperlukan tambahan uang sebanyak Rp.54.000 lagi untuk membeli kombinasi Y” (Sukirno 2011).

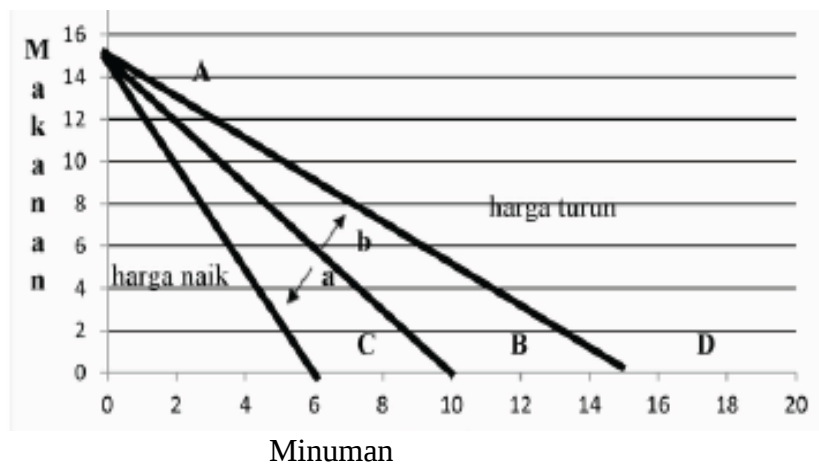
“Titik X adalah kombinasi barang yang dapat dibeli tetapi tidak mencapai kepuasan yang maksimum karena uang yang tersedia masih tersisa. Harga makanan sebesar Rp 9000 dan harga minuman adalah Rp 6000 maka kombinasi barang yang ditunjukkan oleh titik X memerlukan uang sebanyak $(3 \times \text{Rp.9000} + 6 \times \text{Rp.6000}) = \text{Rp.57.000}$. Sedangkan konsumen tersebut mempunyai uang sebanyak Rp 90.000, berarti ada kelebihan uang sebanyak Rp.33.000 lagi untuk membeli kombinasi makanan dan pakaian” (Sukirno 2011).

6. Efek Akibat Perubahan Harga Atau Pendapatan

a. Efek perubahan harga

“Perubahan garis anggaran bisa terjadi karena adanya perubahan harga. Seperti yang ditunjukkan pada Gambar 31 di Sukirno (2011) dimisalkan pendapatan konsumen adalah Rp.90.000, harga minuman Rp 6000 dan harga makanan Rp 9000. Maka pada permulaan garis anggaran pengeluaran adalah AB. Selanjutnya dimisalkan harga makanan naik menjadi Rp 15.000 sedangkan harga minuman tetap. Akibat dari perubahan ini, pendapatan sebanyak Rp 90.000 hanya dapat membeli 6 unit makanan. Berarti garis anggaran pengeluaran bergerak dari AB ke arah bawah seperti yang ditunjukkan oleh anak panah a, yaitu menjadi garis AC. Sekarang misalnya pula harga makanan turun menjadi Rp 6.000 yang menyebabkan pertambahan jumlah makanan yang dapat dibeli, yaitu menjadi 15 unit apabila semua pendapatan digunakan untuk membeli pakaian. Maka garis anggaran pengeluaran sekarang berubah naik ke panah b yaitu menjadi AD” (Sukirno 2011).

“Bagaimana bentuk perubahan terhadap garis anggaran pengeluaran apabila harga berubah menjadi proposional? Perubahan harga yang seperti itu menyebabkan perubahan yang sejajar, yaitu garis anggaran pengeluaran yang baru adalah sejajar dengan yang lama. Hal ini dapat dilihat pada gambar 31 Garis anggaran pengeluaran” (Sukirno 2011).



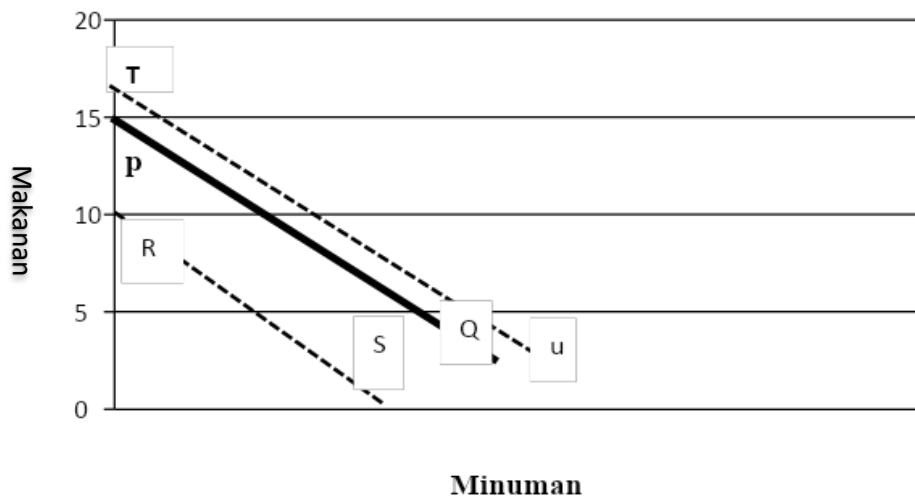
Gambar 31. Anggaran Pengeluaran apabila Harga berubah

b. Akibat Perubahan Pendapatan

“Gambar 32 menunjukkan akibat dari perubahan pendapatan konsumen sehingga kemampuannya untuk membeli makanan dan minuman berubah. Misalkan permulaan dalam gambaran tersebut adalah sama seperti Gambar 31, yaitu pendapatan adalah Rp.90.000, harga makanan adalah Rp.9.000, dan harga minuman adalah Rp.6.000. Maka pada permulaannya garis anggaran pengeluaran adalah PQ” (Sukirno 2011).

“Kalau harga tetap dan pendapatan menurun menjadi Rp 54.000, maka akibatnya dengan pendapatan Rp 54.000, hanya sebanyak 9 unit minuman atau 6 unit makanan yang dapat dibeli. Dengan demikian garis anggaran pengeluaran akan bergeser secara sejajar kekiri bawah yaitu seperti yang ditunjukkan oleh garis RS. Sebaliknya jika terjadi kenaikan pendapatan akan menyebabkan garis anggaran pengeluaran pindah kekanan atas. Sebagai contoh, misalkan pendapatan bertambah menjadi Rp 108.000 sedangkan harga makanan dan minuman tidak berubah. Pendapatan tersebut akan dapat membeli 18 unit minuman atau 12 unit makanan. Maka garis anggaran

pengeluaran pindah ke arah kanan atas, yaitu menjadi garis TU” (Sukirno 2011).



Gambar 32. Garis Anggaran Pengeluaran apabila pendapatan berubah

7. Syarat Untuk Mencapai Kepuasan Maksimum

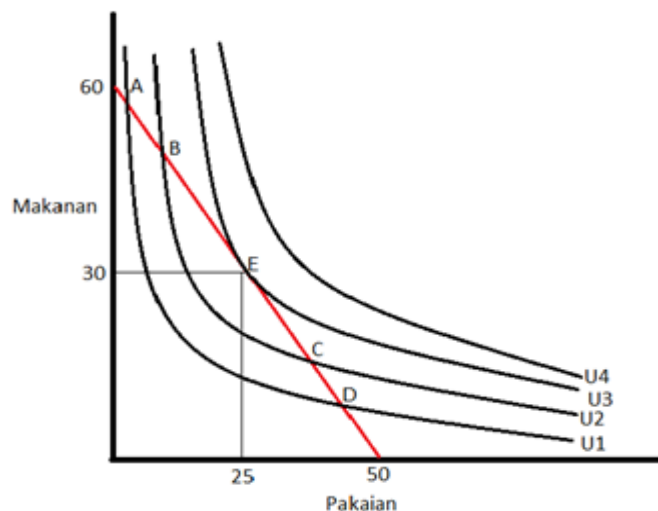
“Dengan diketahuinya selera konsumen yang ditunjukkan oleh kurva kepuasan sama, dan berbagai kombinasi barang yang mungkin dibeli konsumen yang ditunjukkan oleh garis anggaran pengeluaran, maka sekarang dapat dilukiskan keadaan dimana konsumen akan mencapai kepuasan yang maksimum dengan cara garis anggaran pengeluaran dan peta kepuasan yang sama (kurva indifference) konsumen digambarkan dalam suatu grafik dan ini dapat dilihat dalam Gambar 33” (Sukirno 2011).

“Dalam menggambarkan garis anggaran pengeluaran dimisalkan konsumen tersebut akan berbelanja sebanyak Rp150.000. Barang yang dikonsumsi adalah makanan dan pakaian dimana masing-masing barang tersebut adalah Rp 2500 dan Rp 3000. Garis anggaran pengeluaran yang dibuat berdasarkan kepada pemisalan ini memotong kurva kepuasan sama U_1 di A dan D memotong kurva kepuasan sama U_2 di B dan C dan menyinggung kurva kepuasan sama U_3 di E. Kurva kepuasan sama U_4 tidak dipotong atau disinggung sama sekali” (Sukirno, 2011).

“Keadaan bagaimanakah yang menyebabkan konsumen itu mencapai kepuasan yang maksimum? Sudah jelas bahwa kurva U_4 adalah memberi kepuasan yang lebih tinggi daripada Kurva kepuasan sama lainnya. Tetapi kurva

ini berada diatas garis anggaran pengeluaran. Dengan demikian kombinasi makanan dan pakaian yang ditunjukkannya tidak dapat dibeli oleh pendapatan yang tersedia. Jadi kurva U_4 menunjukkan tingkat kepuasan yang tidak dapat dijangkau oleh konsumen. Sekiranya konsumen ingin mengkonsumsi barang kombinasi seperti yang ditunjukan oleh titik A, B, C, atau D maka kepuasan belum mencapai tingkat yang maksimum.karena kalau konsumen itu bergerak sepanjang garis anggaran pengeluaran masih ada titik lain yang berada pada kurva kepuasan sama yang lebih tinggi” (Sukirno, 2011).

“Berdasarkan analisis ini dapatlah disimpulkan bahwa seorang konsumen akan mencapai kepuasan yang maksimum apabila mencapai titik dimana garis anggaran pengeluaran menyinggung kurva kepuasan sama” (Sukirno, 2011). Dapat dilihat dalam gambar 33 dibawah ini.



Gambar 33. Pemaksimum Kepuasan Konsumen

8. Efek Perubahan Pendapatan Dan Harga

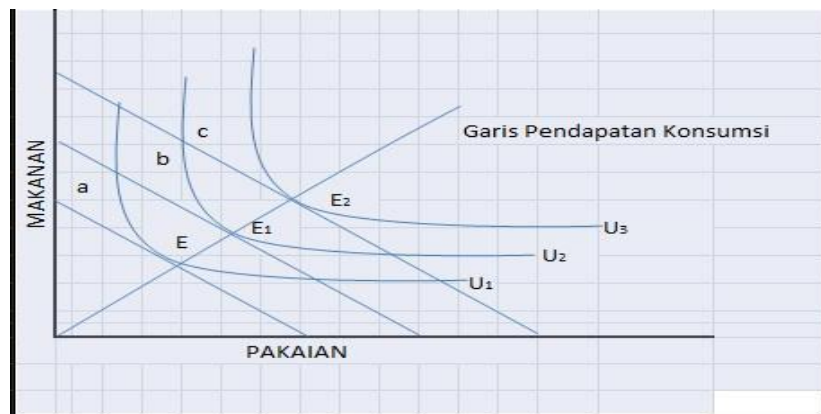
Apabila pendapatan mengalami perubahan, tentunya keseimbangan pemaksimuman kepuasan konsumen tersebut akan mengalami perubahan.

a. Garis Pendapatan Konsumsi

“Perubahan pendapatan yang telah diterangkan dapat memindahkan garis anggaran pengeluaran sejajar dengan yang asal. Pada setiap garis anggran pengeluaran akan terdapat satu kurva kepuasan sama yang menyinggung garis tersebut. Titik persinggungan tersebut adalah keseimbangan kemaksimuman kepuasan yang baru” (Sukirno, 2011).

Bagaimana keseimbangan-keseimbangan tersebut terwujud digambarkan oleh contoh Gambar 34.

“Pada waktu pendapatan adalah Y , garis anggaran pengeluaran adalah seperti ditunjukkan oleh garis A. Dengan demikian E adalah keseimbangan yang menggambarkan kemaksimuman kepuasan. Selanjutnya dimisalkan pendapatan naik ke Y , dan ini menyebabkan garis anggaran pengeluaran telah menjadi garis B. Keseimbangan yang baru adalah E_1 , pertambahan pendapatan lebih lanjut memindahkan keseimbangan, misalnya ke E_2 . Garis pendapatan-konsumsi adalah garis yang bermula dari titik O dan melalui titik keseimbangan E, E_1 , E_2 dan seterusnya” (Sukirno, 2011).



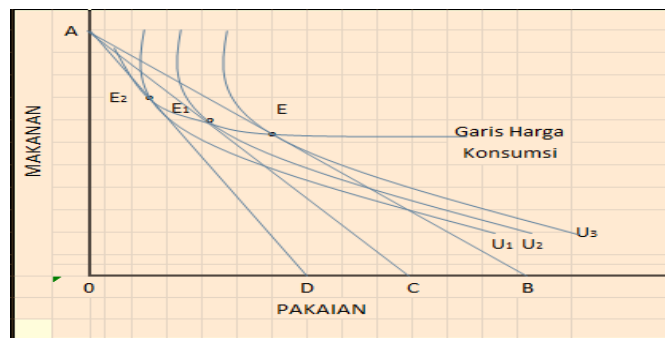
Gambar 34. Garis Pendapatan- Konsumsi

b. Garis Harga Konsumsi

“Perubahan harga akan merubah garis kecondongan garis anggaran pengeluaran. Dalam Gambar 35 dimisalkan pada mulanya garis anggaran pengeluaran adalah garis AB. Garis itu disinggung oleh kurva kepuasan sama U_3 di titik E yang menunjukkan kedudukan yang menciptakan kepuasan maksimum pada konsumen” (Sukirno 2011).

“Selanjutnya dimisalkan pendapatan tetap dan harga makana tetap, tetapi harga pakaian berubah, dimisalkan harga pakaian naik. Akibatnya garis anggaran pengeluaran pindah menjadi garis AC dan garis ini disinggung oleh kurva kepuasan sama U_2 di titik E yang menunjukkan kedudukan yang menciptakan kepuasan maksimum kepada konsumen. Harga pakaian dimisalkan naik kembali sehingga garis anggaran berubah menjadi seperti yang diinginkan oleh garis AD. Kurva kepuasan U_1 menyinggungnya di titik E_2 berarti titik ini adalah titik keseimbangan yang baru. Apabila titik E, E_1 , E_2 dan titik keseimbangan seperti ini dihubungkan

maka diperoleh kurva yang dinamakan garis harga-konsumsi” (Sukirno 2011).



Gambar 35. Garis Harga- Konsumsi

9. Efek Penggantian Dan Efek Pendapatan

“Ketika menjelaskan perkaitan antara teori nilai guna dan teori permintaan telah diuraikan bahwa hukum permintaan, yang menyatakan bahwa *ceteris paribus*, kalau harga naik permintaan berkurang atau sebaliknya kalau harga turun permintaan bertambah, dapat diditerangkan dengan analisis dua faktor yaitu efek penggantian dan efek pendapatan. Pada uraian diatas, pada hakikatnya dapat diterangkan bahwa penurunan harga akan menambah permintaan karena dua hak yaitu: 1) Konsumen lebih banyak mengkonsumsi barang itu dengan mengurangi konsumsi barang lain (*efek penggantian*), 2) Penurunan harga menambah pendapatan riil konsumen dan kenaikan pendapatan riil ini akan menambah konsumsi berbagai barang (*efek pendapatan*)” (Sukirno 2011).

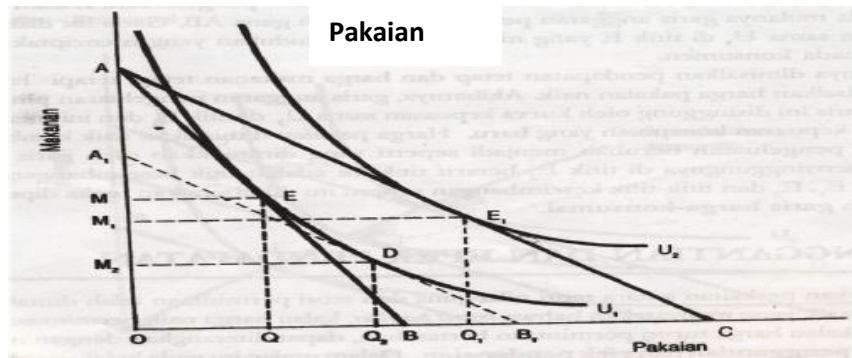
“Dengan menggunakan analisis kurva kepuasan sama, kedua faktor ini dapat dapat dipisahkan, yaitu dapat ditunjukkan bagian dari pertambahan permintaan yang disebabkan oleh efek penggantian dan bagian dari pertambahan permintaan yang disebabkan oleh efek pendapatan” (Sukirno 2011).

“Pada Gambar 36 pada mulanya dimaksimalkan garis anggaran pengeluaran adalah ditunjukkan oleh garis AB. Maka E adalah titik keseimbangan pada mulanya wujud. Keseimbangan ini ditunjukkan bahwa jumbla pakaian yang dikonsumsi adalah Q. Sehrusya dimaksimalkan harga pakaian turun dan penurunan ini mengakibatkan garis anggaran menunjukan bahwa jumlah pakain yang dikonsumsi telah menjadi tambah banyak, yaitu jumlah telh menjadi Q1. Kenaikan konsumsi pakaian dari Q menjadi Q1 disebabkan oleh efek penggantian maupun efek pendapatan” (Sukirno 2011).

“Untuk memisahkan efek penggantian dan efek pendapatan tersebut perlulah dilihat keadaan keseimbangan yang tidak dipengaruhi oleh efek pendapatan. keadaan seperti itu dapat dibuat dengan menentukan keadaan keseimbangan di mana pendapatan riil konsumen dianggap tetap. Pendapatan riil dianggap tidak mengalami perubahan apabila jumlah barang yang dibelinya memberi kepuasan yang sama seperti sebelum ada perubahan harga, yaitu kepuasan seperti yang ditunjukkan oleh kurva U_1 . Garis anggaran pengeluaran A_1B_1 sejajar dengan AC dan menyinggung kurva kepuasan sama U_1 (pada titik D). Maka garis A_1B_1 menggambarkan kombinasi yang dapat dibeli dengan pendapatan riil yang berlaku sebelum penurunan harga pakaian” (Sukirno 2011).

“Dapat dilihat dari Gambar 36 bahwa walaupun pendapatan riil dianggap tetap, namun keseimbangan untuk mencapai kepuasan maksimum telah pindah dari titik E ke titik D . Ini menggambarkan bahwa konsumsi pakaian menjadi bertambah besar Q_2Q_1 sedangkan konsumsi makanan berkurang dari M menjadi M_2 unit. Kenaikan konsumsi pakaian ini disebabkan oleh efek penggantian. Kenaikan konsumsi pakaian selebihnya yaitu sebesar Q_2Q_1 adalah disebabkan oleh efek pendapatan” (Sukirno, 2011).

“Telah diterangkan bahwa efek penggantian menyebabkan konsumen menambah konsumsi barang yang telah menjadi lebih murah dan mengurangi konsumsi barang lain. Sedangkan efek pendapatan, yaitu sebagai akibat dari kenaikan pendapatan riil, konsumsi kedua barang bertambah. Gambar 35 menggambarkan keadaan menjadi lebih jelas. Penggeseran keseimbangan dari titik E ke titik D (yang disebabkan oleh efek penggantian) akan menambah konsumsi pakaian tetapi mengurangi konsumsi makanan. Penggeseran keseimbangan selanjutnya yaitu titik D ke titik E_1 (yang disebabkan oleh efek pendapatan) akan menambah konsumsi pakaian (sebanyak Q_2Q_1) maupun makanan (sebanyak M_2M_1)” (Sukirno, 2011).



Gambar 36. Efek Penggantian dan Efek Pendapatan

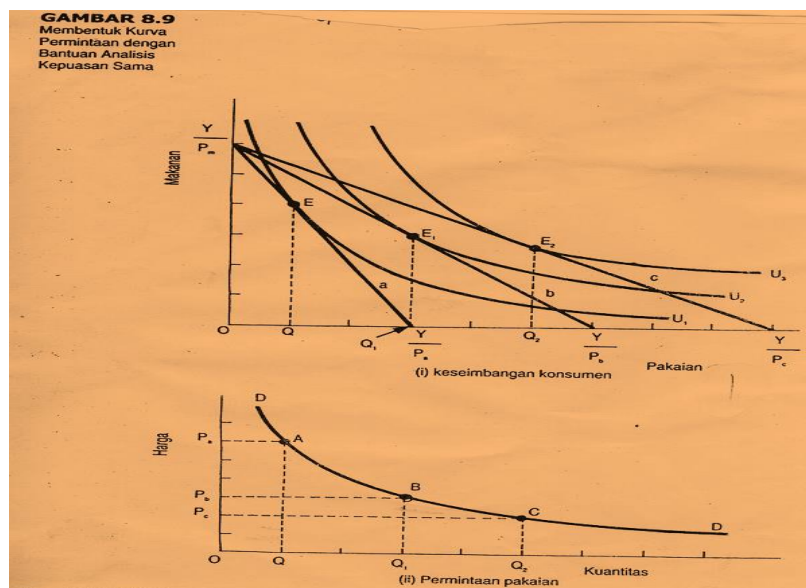
10. Membentuk Kurva Permintaan

“Hukum permintaan yang berbunyi jika harga turun maka jumlah barang yang diminta akan bertambah dan sebaliknya jika harga naik maka jumlah barang yang diminta akan berkurang dengan asumsi *ceteris paribus*. Hukum permintaan ini juga dapat diterangkan dengan menggunakan teori nilai guna. Selain dengan cara itu hukum permintaan konsumen dapat pula diterangkan dengan menggunakan analisis kurva indifferent (kurva kepuasan yang sama) seperti yang ditunjukkan Gambar 37” (Sukirno, 2011).

“Dalam pembuatan Gambar 37 dianggap pendapatan konsumen adalah tetap sebesar Y dan pada permulaannya harga makanan adalah P_m dan harga pakaian adalah P_a . Dengan demikian pada permulaannya garis a menggambarkan garis anggaran pengeluaran konsumen tersebut. Garis a menyinggung kurva kepuasan sama U_1 di titik E. Oleh karena itu jumlah pakaian yang dikonsumsi adalah Q unit. Seharusnya, misalnya pendapatan dan harga makanan yang tidak mengalami perubahan, tetapi harga pakaian menurun dan sekarang telah menjadi P_b . Dengan perubahan ini maka garis anggaran pengeluaran sekarang ditunjukkan oleh garis b. Ia disinggung kurva kepuasan sama U_2 di titik E1. Keseimbangan ini digambarkan bahwa pakaian yang dikonsumsi telah meningkat menjadi Q_1 unit. Misalnya penurunan lebih lanjut berlaku ke atas harga pakaian, yaitu sedang harganya adalah P_c . Penurunan harga ini penurunan harga ini memindahkan lagi garis anggaran pengeluaran yaitu sekarang ditunjukkan oleh garis c. Kurva U_3 disinggung oleh garis c di E2 yang menunjukkan bahwa konsumsi pakaian sekarang telah semakin bertambah dan menjadi Q_2 ” (Sukirno, 2011).

“Uraian yang baru saja dibuat ini menunjukkan bahwa perubahan harga pakaian mengakibatkan perubahan ke atas jumlah pakaian yang di beli oleh konsumsi. Dalam gambar 37 ditunjukan hubungan antara harga pakaian dan jumlah pakaian yang diminta. Titik A menggambarkan tentang kedudukan konsumen ketika belum berlaku perubahan harga, yaitu harga pakaian adalah P_a dan jumlah pakaian yang di minta adalah Q unit. Titik B menggambarkan keadaan ketika pakaian turun menjadi P_b dan pada harga tersebut jumlah pakaian yang diminta telah menjadi Q_1 ” (Sukirno, 2011).

“Keadaan terakhir, yaitu ketika harga pakaian telah menjadi P_c ditunjukan oleh titik C. Pada harga tersebut jumlah pakaian yang di minta adalah Q_2 . Kurva DD yang dibuat melalui ketiga titik di atas merupakan kurva permintaan” (Sukirno, 2011). Hal ini dapat dilihat digambar dibawah ini:



Gambar 37. Membentuk kurva permintaan dengan bantuan alat analisis kurva indifference

Contoh untuk mencari kepuasan maksimum

Dimisalkan “pendapatan (*income* = I) seorang PNS sebesar Rp 2.000.000,- pada bulan ini akan membelanjakan 30% dari pendapatannya untuk membeli barang X dengan harga beli per unit Rp 10.000 dan barang Y dengan harga beli per unit Rp 20.000. orang itu mempunyai asumsi bahwa kepuasan mengonsumsi kedua barang tersebut mempunyai fungsi $U = 2Q_xQ_y + 4Q_x$. Tentukan berapa barang X dan Y agar mencapai titik puncak kepuasan

maksimum atau keseimbangan konsumen dan gambar kurvanya?" Sukirno (2011).

Jawab:

Secara matematis keseimbangan konsumen dirumuskan sebagai berikut: $\frac{MU_x}{P_x} = \frac{MU_y}{P_y}$

Keterangan:

MU_x : *Marginal Untilty* untuk barang X

MU_y : *Marginal Untilty* untuk barang Y

P_x : harga beli per unit barang X

P_y : harga beli per unit barang Y

Jawab

Diketahui besar pendapatan yang dibelanjakan adalah $30\% \times \text{Rp } 2.000.000 = \text{Rp } 600.000$.

Persamaan fungsi pendapatan untuk berbelanja adalah

$I = P_x Q_x + P_y Q_y$ berarti: $600.000 = 10.000 Q_x + 20.000 Q_y$.

Persamaan fungsi kepuasan maksimum (*total utility* = U):

$U = 2Q_x Q_y + 4Q_x$

$MU_x = \frac{dU}{dQ_x} = 2Q_y + 4$ dan $MU_x = \frac{dU}{dQ_x} = 2Q_x$

$\frac{MU_x}{P_x} = \frac{MU_y}{P_y}$ sehingga: $\frac{2Q_y + 4}{10.000} = \frac{2Q_x}{20.000}$

$40.000 Q_y + 80.000 = 20.000 Q_x$

$Q_x = 2Q_y + 4$

Mencapai nilai Q_x melalui fungsi pendapatan:

$600.000 = 10.000 Q_x + 20.000 Q_y$

$600.000 = 10.000(2Q_y + 4) + 20.000 Q_y$

$600.000 = 20.000 Q_y + 40.000 + 20.000 Q_y$

$600.000 = 40.000 Q_y + 40.000$

$Q_y = 16$

Jadi nilai Q_x adalah: $Q_x = 2Q_y + 4$

$Q_x = 2(16) + 4$

$Q_x = 36$

Besar total kepuasan maksimum adalah: $U = 2Q_x Q_y + 4Q_x$

$U = 2(36)(16) + 4(36)$

$$U = 1.296$$

Menggambar kurva pendapatan sebagai berikut:

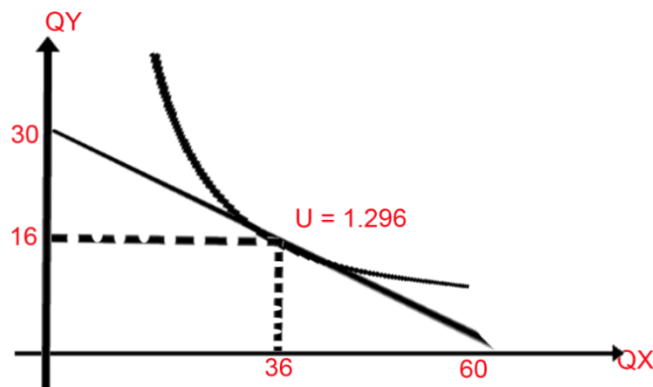
$$600.000 = 10.000Q_x + 20.000Q_y$$

Saat $Q_x = 0$, maka $600.000 = 10.000 (0) + 20.000Q_y$

$$Q_y = \frac{600.000}{20.000} = 30$$

Saat $Q_y = 0$, maka $600.000 = 10.000Q_x + 20.000 (0)$

$$Q_x = \frac{600.000}{10.000} = 60$$



Berarti dengan pendapatan yang dibelanjakan Rp 600.000,- mencapai kepuasan maksimum jika dibelanjakan barang X sebanyak 36 unit dan barang Y sebanyak 16 unit dengan harga masing-masing Rp 10.000 dan Rp 20.000 per unit.

C. LATIHAN SOAL/TUGAS

1. Jelaskan apa yang saudara ketahui tentang garis anggaran dan bagaimana menghubungkan permintaan dengan teori nilai guna dan kurva indifference?
2. Apa perbedaan antara efek penggantian dengan efek pendapatan? Gambarkan kurvanya.
3. Misalkan Pendapatan konsumen adalah Rp. 6.000.000,- pendapatannya akan digunakan untuk membeli buku seharga Rp 15.000, membeli baju seharga Rp 40.000. Tentukan berapa jumlah buku dan baju, agar mencapai kepuasan maksimum atau titik keseimbangan konsumen dan gambarkan kurvanya.

D. DAFTAR PUSTAKA

Akhmad. (2014). Ekonomi Mikro; Teori dan Aplikasi di Dunia Usaha. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.

Mankiw, Gregory. (2014). Pengantar Ekonomi Mikro-Edisi Asia. Jakarta: Salemba Empat.

Rusmijati. (2017). Teori Ekonomi Mikro I. Yogyakarta: Graha Cendekia.

Sukirno, Sadono. (2011). Pengantar Teori Ekonomi Mikro. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

PERTEMUAN 9

TEORI PRODUKSI DAN KEGIATAN PERUSAHAAN

A. TUJUAN PEMBELAJARAN

Tujuan pembelajaran pada pertemuan ini yaitu sebagai berikut.

1. Mahasiswa/i mampu menjelaskan bentuk-bentuk organisasi perusahaan,
2. Mahasiswa/i mampu menjelaskan, menganalisa perusahaan ditinjau dari sudut teori ekonomi.
3. Mahasiswa/i mampu menjelaskan fungsi produksi.
4. Mahasiswa/i mampu menjelaskan, menganalisa teori produksi dengan satu faktor berubah.
5. Mahasiswa/i mampu menjelaskan teori produksi dengan dua faktor berubah.

B. URAIAN MATERI

Produksi biasanya dilakukan oleh organisasi perusahaan. Barang dan jasa ekonomi mulai dari yang rumit seperti kendaraan hingga yang sederhana seperti pulpen, sebagian besar dihasilkan oleh berbagai perusahaan yang berbentuk perusahaan perseroan atau oleh perusahaan besar. Sehingga kita harus mempelajari tentang organisasi dan apa fungsi perusahaan dalam sebuah perekonomian untuk bisa memahami perekonomian pasar.

Faktor pemicu adanya organisasi produksi sebuah perusahaan bisa berasal dari dua yaitu, faktor pertama adalah produksi yang jumlahnya massal dan ekonomis. Menurut Sukirno (2011) “produksi yang efisien membutuhkan pabrik dan mesin serta jalur perakitan khusus, selain itu juga membutuhkan pembagian pekerjaan menjadi sejumlah kegiatan kecil”.

Faktor kedua adalah menambah ketersediaan sumber daya untuk menghasilkan produksi dalam jumlah besar. “Pada perekonomian kapitalis, sebagian besar dana atau modal untuk kegiatan produksi berasal dari laba perusahaan atau dari pinjaman pasar uang. Pada dasarnya produksi yang dibiayai oleh swasta sebetulnya sulit untuk dipertimbangkan, jika perusahaan tidak mampu menghasilkan banyak dana setiap tahunnya untuk pendirian proyek baru. faktor ketiga yang harus dilakukan oleh perusahaan adalah pengorganisasian produksi” (Sukirno, 2011).

Kegiatan perusahaan dalam menghasilkan produksi dan melakukan pemasaran barang atau jasanya, memerlukan analisa dari berbagai kegiatan yaitu dari cara memproduksinya, cara memperoleh biaya dalam menghasilkan barang-

barang/jasa. Untuk dapat mencapai laba yang maksimum, pengusaha perlu memperhatikan, perlu melihat dan membandingkan barang-barang yang diproduksi dan membandingkan barang tersebut kepada kompetitornya.

Bentuk-bentuk organisasi perusahaan dapat dibedakan menjadi (Sukirno,2011):

1. Perusahaan perseorangan. contoh: penjual sate, toko kelontong dan lain-lain). Keuntungannya adalah pemiliknya memiliki kebebasan yang tidak terbatas. Perusahaan Perkongsian atau Firma. Perusahaan ini dimiliki oleh beberapa orang, yang menjalankan perusahaannya dengan bersepakat untuk bersama-sama menjalankan usaha dan membagi keuntungan sesuai perjanjian yang disepakati bersama. Firma harus dijalankan bersama – sama, biasanya kalau satu orang keluar maka firma akan bubar.
2. Perseroan Terbatas. Kelebihan PT dapat mengumpulkan modal dengan cara mengeluarkan saham-saham dan menjualnya kepada masyarakat. Perusahaan Milik Negara. Perusahaan negara di Indonesia disebut dengan BUMN. Sifat pengelolaannya mirip seperti perseoran terbatas. Perbedaannya BUMN ada pada saham-saham usaha yang menguasai hajat hidup orang banyak atau hampir keseluruhan warga Negara karena merupakan milik pemerintah suatu Negara.
3. Perusahaan Koperasi. Perusahaan yang didirikan bukan semata-mata untuk mencari keuntungan pemasukan, tetapi untuk melindungi kepentingan para anggotanya. Terdapat tiga jenis yaitu koperasi konsumsi, produksi dan kredit yang semuanya disesuaikan dengan kepentingan anggotanya” (Sukirno, 2011).

Berikut ini pemaparan materi dalam kajian teori produksi dan kegiatan perusahaan.

1. Perusahaan Ditinjau Dari Sudut Teori Ekonomi

“Teori ekonomi melihat berbagai jenis perusahaan sebagai unit-unit badan usaha yang mempunyai satu tujuan yang sama, yaitu untuk mencapai keuntungan yang maksimum. Untuk tujuan itu, perusahaan menjalankan usaha yang sama yaitu mengatur penggunaan faktor produksi dengan efisien sehingga usaha memaksimalkan keuntungan dapat dicapai” (Sukirno, 2011).

Tujuan Perusahaan Adalah Memaksimalkan Keuntungan

“Untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan akan melakukan kegiatan produksi sampai pada tingkat di mana keuntungan mereka mencapai jumlah yang maksimum. Keuntungan akan diperoleh jika hasil penjualan lebih besar dari

biaya produksi dan kerugian akan dialami jika hasil penjualan kurang dari biaya produksi” Sukirno (2011).

“Keuntungan yang diperoleh akan dipengaruhi oleh faktor produksi dan tingkat produksi. Hubungan antara hal-hal yang mempengaruhi ini disebut dengan fungsi produksi. Faktor produksi dapat dibedakan dalam empat golongan, yaitu tenaga kerja (*labour*), sumberdaya alam (*resources*), modal (*capital*), teknologi (*technology*) dan keahlian kewirausahaan (*entrepreneur*). Dalam analisis teori ekonomi, akan misalkan faktor lain yang tidak diamati berada pada jumlah yang tetap, atau tidak berubah. Jumlah produksi yang dianalisis hanya dengan hubungannya terhadap jumlah tenaga kerja yang berubah-ubah. Memang kemudian dalam analisa teori ekonomi, dapat dibedakan menjadi dua bagian, yaitu jangka waktu pendek dan jangka waktu panjang. Jangka pendek bila sebagian dari faktor produksi dianggap tetap jumlahnya. Jangka panjang jika semua faktor produksi dapat mengalami perubahan” Sukirno (2011).

2. Fungsi Produksi

Gabungan teknologi yang akan dipakai oleh suatu perusahaan khususnya manufacture digambarkan dalam fungsi produksi. Fungsi produksi ini menggambarkan keadaan bagaimana metode produksi yang digunakan oleh perusahaan secara efisien dan efektif. Secara teknisnya bagaimana metode produksi yang digunakan perusahaan seperti pemilihan kuantitas dan bahan baku, penggunaan mesin, waktu dalam proses produksi, jumlah tenaga kerja. Sukirno (2011) “Metode produksi yang efisien merupakan hal yang sangat diharapkan oleh produsen. Secara umum, fungsi produksi menunjukkan bahwa jumlah barang produksi tergantung pada jumlah faktor produksi yang digunakan”. Fungsi produksi dinyatakan dalam bentuk persamaan fungsi berikut:

$Q = (K, L, R, T)$ dalam Sukirno (2011)

Q = Output

K = Kapital atau modal

L = Labour atau tenaga kerja

R = Resource atau sumber daya

T = Teknologi

Besar kecilnya tingkat produksi suatu produk, jika dilihat berdasarkan persamaan fungsi produksi dipengaruhi oleh jumlah modal, jumlah SDM, jumlah

SDA, dan teknologi yang dipakai. Semakin banyak jumlah yang akan produksi tentu semakin banyak dibutuhkan faktor produksi. Ini yang dikenal dengan *variable cost*. Tetap untuk *fixed cost*, jumlah produksi yang dihasilkan akan berbeda oleh berapapun faktor produksi, karena faktor produksi yang dianggap tetap. Faktor produksi tetap contohnya: modal, mesin, peralatanya serta bangunan perusahaan. Sedangkan faktor produksi yang mengalami perubahan adalah SDM dan bahan baku.

Analisis teori produksi pada ilmu ekonomi dibedakan berdasarkan dua kategori berikut:

a. Teori produksi dengan satu faktor berubah

Dalam analisis ini dimisalkan bahwa faktor-faktor produksi lain dianggap tetap jumlahnya, yaitu modal, teknologi dan tanah, jumlahnya dianggap tidak mengalami perubahan. Ini merupakan teori produksi yang sederhana menggambarkan tentang hubungan diantara tingkat produksi suatu barang dengan jumlah tenaga kerja yang digunakan untuk menghasilkan berbagai tingkat pada produksi barang tersebut.

b. Teori produksi dengan dua faktor berubah

Dalam analisis yang berikut dimisalkan terdapat dua jenis faktor produksi yang dapat diubah jumlahnya. kita misalkan yang dapat diubah adalah tenaga kerja dan modal. Misalkan pula bahwa kedua faktor produksi yang dapat berubah ini dapat ditukar-tukarkan penggunaannya yaitu SDM dan modal dapat saling menggantikan.

3. Hukum Hasil Lebih Yang Semakin Berkurang

Hukum hasil lebih yang semakin berkurang menyatakan bahwa: “apabila faktor produksi yang dapat diubah jumlahnya terus menerus ditambah sebanyak satu unit, pada mulanya produksi total akan semakin banyak pertambahannya, tetapi sesudah mencapai suatu tingkat tertentu produksi tambahan akan semakin berkurang dan akhirnya mencapai nilai negatif”. Sifat pertambahan produksi seperti ini menyebabkan pertambahan produksi total semakin lambat dan akhirnya akan mencapai tingkat yang maksimum. Setelah mencapai tingkat yang maksimum jika produksi masih terus ditambah bukan keuntungan yang diperoleh tetapi malah hasil keuntungan bisa minus. Dengan demikian pada hakikat nya hukum hasil lebih yang semakin berkurang menyatakan bahwa hubungan

diantara tingkat produksi dan jumlah tenaga kerja yang digunakan dapat dibedakan dalam tiga tahap, yaitu” Sukirno (2011):

- Tahap Pertama: Produksi total mengalami pertambahan yang semakin cepat
- Tahap Kedua: Produksi total mengalami pertambahan yang semakin lambat
- Tahap Ketiga: Produksi total semakin lama semakin berkurang.

Contoh Pembahasan dalam Tabel dan Grafik

Pada Tabel. 9.1 dibawah dikemukakan suatu kasus mengenai produksi suatu barang pertanian pada sebidang tanah yang jumlahnya tetap, tetapi jumlah tenaga kerjanya berubah-ubah. “Dalam gambaran itu ditunjukkan bahwa produksi total yang ditunjukkan dalam kolom (3) mengalami pertambahan yang semakin cepat apabila tenaga kerja ditambah dari satu orang menjadi dua orang, dan dua orang menjadi tiga orang. Maka dalam keadaan ini kegiatan memproduksi mencapai tahap pertama. Dalam tahap ini setiap tambahan tenaga kerja menghasilkan tambahan produksi yang lebih besar dari yang dicapai pekerja sebelumnya. Marginal produksi dengan dua orang pekerja lebih besar dari pada satu orang pekerja. Dan Marginal produksi dengan tiga orang pekerja lebih besar dari pada dua orang pekerja. Dalam analisis ekonomi keadaan itu dinamakan produksi marjinal pekerja yang semakin bertambah” (Sukirno, 2011).

Tabel 12. Hubungan Jumlah Tenaga Kerja dan Jumlah Produksi

Tanah (Hektar)	TenagaKerja (orang)	TP (unit)	MP	AP	Tahap
1	1	150	150	150	Pertama
1	2	400	250	200	
1	3	810	410	270	
1	4	1080	270	270	Kedua
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	Ketiga
1	10	1300	-140	130	

Pada dalam baris ke 4 yaitu “apabila tenaga kerja ditambah dari tiga orang menjadi empat orang, dari empat orang menjadi lima orang dan selanjutnya

sampai ke tujuh orang, produksi total tetap bertambah, tetapi jumlah pertambahan produksi marginalnya semakin lama semakin sedikit. Maka dalam keadaan ini produksi mencapai tahap kedua, yaitu keadaan dimana produksi marjinal semakin berkurang. Maksudnya, setiap pertambahan pekerja akan menghasilkan tambahan produksi kurang daripada tambahan produksi pekerja sebelumnya” (Sukirno, 2011).

“Pada tahap ke tiga, pertambahan tenaga kerja tidak akan menambah produksi total, dan produksi total malah berkurang. Pada waktu tenaga kerja bertambah dari tujuh orang menjadi delapan orang, produksi total masih mengalami peningkatan, yaitu sebanyak 15 unit. Akan tetapi apabila satu lagi tenaga kerja ditambah dari 8 pekerja menjadi 9 pekerja, produksi totalnya menurun. Produksi total berkurang lebih lanjut apabila tenaga kerja menjadi 10 orang” (Sukirno, 2011). Hal ini dalam keseharian sering kita jumpai dimana untuk meningkatkan produksi tidak perlu menambah jumlah pekerja terus menerus. Menambah pekerja terus terusan malah menghasikan nilai tambahan produksi yang semakin menurun” (Sukirno, 2011).

4. Total Produksi, Produksi Rata-Rata Dan Marjinal Produksi

Total produksi adalah keseluruhan jumlah produksi yang dihasilkan oleh setiap sumberdaya yang digunakan untuk memproduksi produksi. Produksi total pada Tabel 9.1 ditunjukkan pada kolom 3.

Produksi Marjinal adalah penambahan produksi karena penambahan satu sumberdaya yang digunakan misalnya menambah jumlah modal atau menambah tenaga kerja. Produksi marginal pada Tabel 9.1 ditunjukkan pada kolom 4.

Produksi rata-rata adalah satuan produksi yang dihasilkan oleh satu pekerja, atau dengan kata lain berapa penambahan produksi jika ditambah satu tenaga kerja. Produksi rata-rata pada Tabel 9.1 ditunjukkan pada kolom 5.

Apabila ΔL adalah pertambahan dari tenaga kerja yang digunakan untuk memproduksi, ΔTP adalah pertambahan total produksi, maka marginal produksi (MP) dapat dihitung dengan rumus dibawah ini

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

Sebagai contoh perhitungan pada Tabel 9.1, perhatikan keadaan yang berlaku pada tahap 1 yaitu apabila :

- a. Tenaga kerja bertambah dari satu orang menjadi dua orang

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

$$= \frac{400-150}{2-1} = \frac{250}{1} = 250$$

Pada kondisi ini produksi meningkat dari 150 menjadi 400 yaitu bertambah sebesar 250 unit. Maka marginal produksi adalah 250.

- b. Tenaga kerja bertambah dari dua orang menjadi tiga orang

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

$$= \frac{810-400}{3-2} = \frac{410}{1} = 410$$

Pada kondisi ini produksi meningkat dari 400 ke 810 artinya bertambah sebesar 410 unit. Maka marginal produksi adalah 410.

Tahap kedua marginal produksi menunjukkan jumlah yang semakin menurun. Hal ini menunjukkan hukum hasil lebih yang semakin berkurang mulai terjadi pada permulaan tahap kedua. Lihat perhitungan berdasarkan Tabel 9.1 berikut:

- a. Tenaga kerja dari empat orang ditambah menjadi lima orang.

Maka produksi marginal sebesar:

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

$$= \frac{1290-1080}{5-4} = \frac{210}{1} = 210$$

Pada kondisi ini produksi dari 1080 hanya meningkat menjadi 1290 yaitu bertambah sebesar 210 unit, sehingga marginal produksi sama dengan 210. Pada kondisi ini marginal produksi bertambah tetapi tidak banyak seperti tahap satu.

- b. Tenaga kerja bertambah dari lima orang menjadi enam orang

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

$$= \frac{1440-1290}{6-5} = \frac{150}{1} = 150$$

Pada kondisi ini produksi meningkat dari 1290 ke 1440 artinya bertambah sebanyak 150 unit, sehingga marginal produksi hanya meningkat 150.

Kondisi pada tahap kedua ini marginal produksi akan selalu menurun, dari 210 menjadi 150. Penurunan ini akan terjadi terus jika jumlah tenaga kerja terus ditambah menjadi delapan orang.

Pada tahap ketiga produksi marginal adalah negatif. Hal ini bisa dilihat pada perhitungan berdasarkan Tabel 9.1 berikut: Tenaga kerja bertambah dari sembilan orang menjadi sepuluh orang.

Maka produksi marginal adalah:

$$\begin{aligned} MP &= \frac{\Delta TP}{\Delta L} \\ &= \frac{1300-1440}{10-9} = \frac{-140}{1} = -140 \end{aligned}$$

Pada kondisi ini produksi hanya berkurang dari 1440 menjadi 1300 yaitu berkurang sebanyak 140 unit. Maka produksi marginal adalah negative 140. Pada tahap ketiga ini produksi marginal negatif.

Produksi rata-rata, yaitu produksi rata-rata yang dihasilkan oleh setiap pekerja. Kondisi ini ditunjukkan pada kolom lima produksi rata-rata. Jika total produksi dilambangkan dengan TP, banyaknya SDM dilambangkan dengan L, sehingga rata-rata produksi (AP) dapat dicari menggunakan rumus berikut:

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

Sebagai contoh perhitungan pada Tabel 9.1, perhatikan keadaan yang berlaku pada kondisi yaitu apabila :

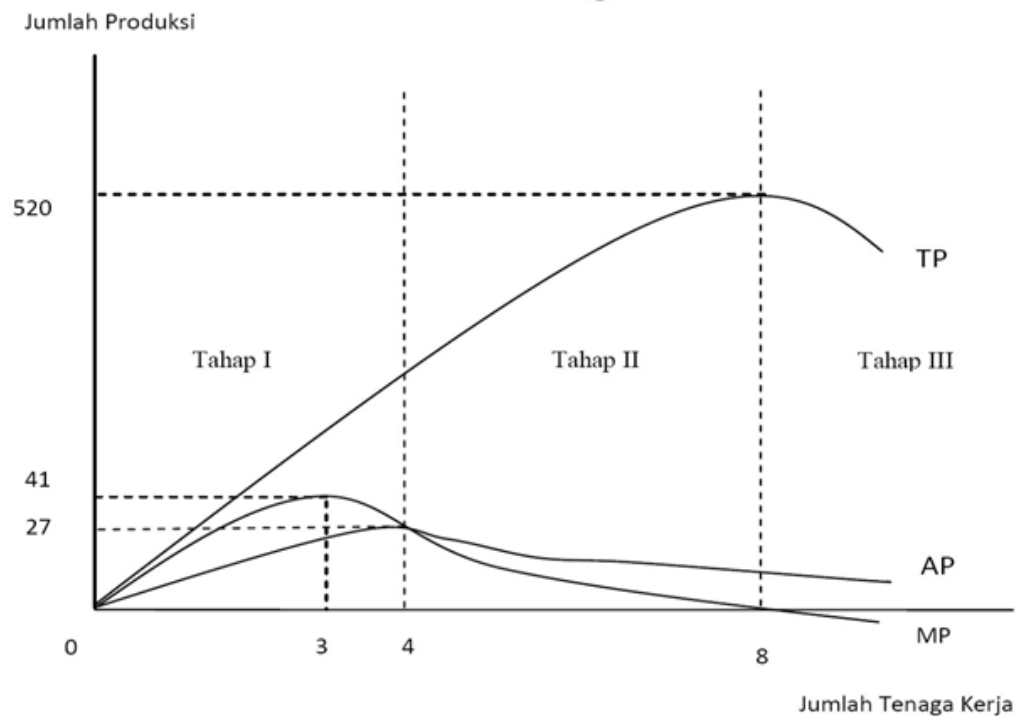
- a. SDM yang dipakai dua orang

$$\begin{aligned} AP &= \frac{TP}{L} \\ &= \frac{400}{2} = 200 \end{aligned}$$

- b. SDM yang dipakai tiga orang

$$\begin{aligned} AP &= \frac{TP}{L} \\ &= \frac{810}{3} = 270 \end{aligned}$$

“Angka-angka dalam kolom lima menunjukkan bahwa pada tahap pertama jumlah produksi rata- rata semakin bertambah besar. Apabila dua pekerja saja digunakan, produksi rata- rata hanya 200. Produksi rata- rata mencapai jumlah yang paling tinggi pada waktu jumlah tenaga kerja tiga dan empat, yaitu pada permulaan tahap kedua atau pada batas tahap pertama dan tahap kedua. Jumlah produksi rata- rata ini yang paling tinggi adalah 270. Sesudah tahap ini produksi rata- rata semakin lama semakin kecil jumlahnya” (Sukirno, 2011).



Gambar 38. Kurva produksi total, Produksi rata-rata dan Produksi Marginal

Kurva TP adalah kurva produksi total yang didapat dari penjumlahan hasil produksi dari sejumlah tenaga kerja dan faktor produksi lain yang digunakan untuk menghasilkan produksi tersebut. “Bentuk kurva total produksi (TP) cekung keatas apabila tenaga kerja yang digunakan masih sedikit yaitu kurang dari 3. Ini berarti tenaga kerja adalah masih kekurangan kalau dibandingkan dengan faktor produksi lain. Dalam keadaan yang seperti itu produksi marginal bertambah tinggi, dan sifat ini dapat dilihat pada kurva marginal produksi (MP) yaitu kurva produksi marginal yang semakin naik katas” (Sukirno, 2011).

“Setelah menggunakan empat orang tenaga kerja, pertambahan tenaga kerja selanjutnya tidak akan menambah produksi total secepat seperti sebelumnya. Keadaan ini digambarkan oleh (i) kurva produksi marginal (kurva MP) yang menurun, dan (ii) kurva produksi total (kurva TP) yang mulai berbentuk cembung ke atas” (Sukirno, 2011).

“Sebelum tenaga kerja yang digunakan melebihi 4, produksi marginal adalah lebih tinggi daripada produksi rata-rata. Maka kurva produksi rata-rata, yaitu kurva AP, akan bergerak ke atas atau horizontal. Keadaan ini menggambarkan bahwa produksi rata-rata bertambah tinggi atau tetap. Pada waktu 4 tenaga kerja digunakan kurva produksi marginal memotong kurva produksi rata-rata. Sesudah perpotongan tersebut kurva produksi rata-rata

menurun kebawah yang menggambarkan bahwa produksi rata-rata semakin merosot. Perpotongan diantara kurva MP dan kurva AP menggambarkan permulaan pada tahap kedua. Pada keadaan ini produksi rata-rata mencapai tingkat yang paling tinggi” (Sukirno, 2011).

“Tahap ketiga dimulai pada waktu Sembilan orang tenaga kerja digunakan. Pada tingkat tersebut kurva MP memotong sumbu datar dan sesudahnya kurva tersebut berada dibawah sumbu datar. Keadaan ini menggambarkan bahwa produksi marginal mencapai angka yang negatif. Kurva produksi total mulai menurun pada tingkat ini, yang menggambarkan bahwa produksi total semakin berkurang apabila lebih banyak tenaga kerja yang digunakan. Keadaan dalam tahap ketiga ini menunjukkan bahwa tenaga kerja yang digunakan adalah jauh melebihi daripada yang diperlukan untuk menjalankan kegiatan produksi tersebut secara efisien” (Sukirno, 2011).

Teori Produksi Dengan Dua Faktor Berubah

“Dalam analisis yang berikut dimisalkan terdapat dua jenis faktor produksi yang dapat diubah jumlahnya. Kita misalkan yang dapat diubah adalah tenaga kerja dan modal. Misalkan pula bahwa kedua faktor produksi yang dapat berubah ini dapat ditukar-tukarkan penggunaannya; Yaitu Tenaga kerja dapat menggantikan modal atau sebaliknya. Apabila dimisalkan pula harga tenaga kerja dan pembayaran per unit kepada faktor modal diketahui, analisis tentang bagaimana perusahaan akan meminimumkan biaya dalam usahanya untuk mencapai suatu tingkat produksi” (Sukirno, 2011).

5. Kurva Produksi Sama (Isoquant)

Kurva produksi sama adalah kurva yang menunjukkan gabungan SDM dan modal yang akan menghasilkan satu tingkat produksi tertentu.

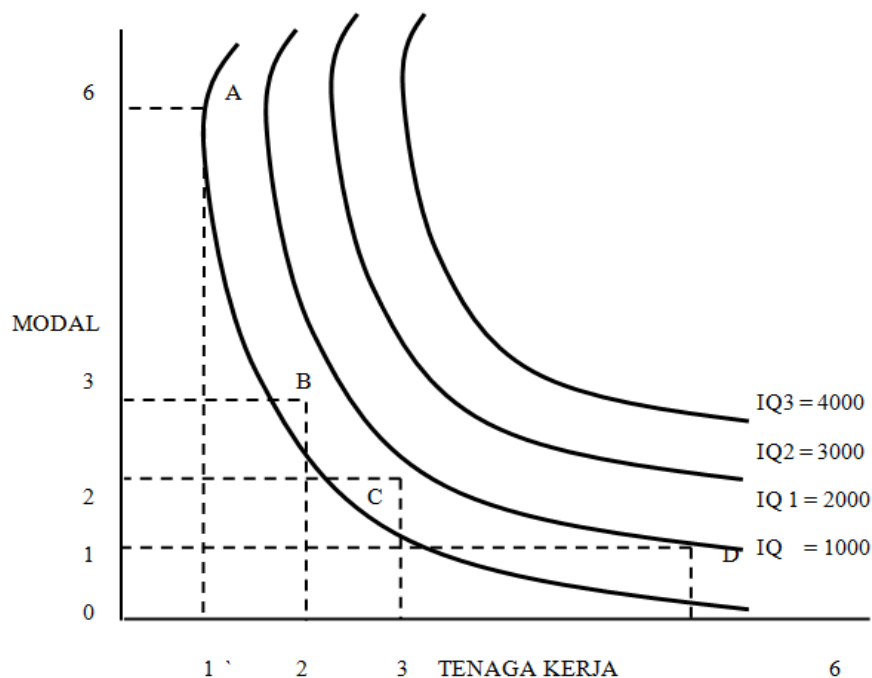
“Isoquant menunjukkan kombinasi-kombinasi alternatif antara input modal (K) dengan tenaga kerja (L) yang dapat digunakan untuk memproduksi suatu tingkat output tertentu. Penggambaran kombinasi dari beberapa alternatif tersebut pada suatu kurva yang disebut kurva *isoquant*, di mana kurva *isoquant* memiliki ciri-ciri sebagai berikut”(Sukirno, 2011):

- a. Mempunyai koefisien garis negatif.
- b. Garis cenderung cembung
- c. Antara garis *isoquant* satu dengan *isoquant* lain tidak saling berpotongan.

- d. Kurva *isoquant* yang jauh dari titik *origin* (pusat) menunjukkan jumlah *output* yang semakin banyak.

Contoh dapat dilihat dalam tabel dibawah ini digambarkan empat gabungan tenaga kerja dan modal yang akan menghasilkan produksi sebanyak 1000 unit.

NO	GABUNGAN	TENAGA KERJA(UNIT)	MODAL(UNIT)
1	A	1	6
2	B	2	3
3	C	3	2
4	D	6	1



Gambar 39. Kurva Produksi Sama

“Gabungan A menunjukkan bahwa 1 unit tenaga kerja dan 6 unit modal dapat menghasilkan produksi yang diinginkan tersebut. Gabungan B menunjukkan bahwa yang diperlukan adalah dua unit tenaga kerja dan 3 unit modal. Gabungan C menunjukkan yang diperlukan adalah 3 unit tenaga kerja dan 2 unit modal. Akhirnya gabungan D menunjukkan bahwa yang diperlukan adalah 6 unit tenaga kerja dan 1 unit modal” (Sukirno, 2011).

Kurva IQ pada Gambar 39 menunjukkan gabungan SDM dan modal yang ada pada Tabel 9.2. Kurva tersebut dinamakan Kurva produksi yang sama atau

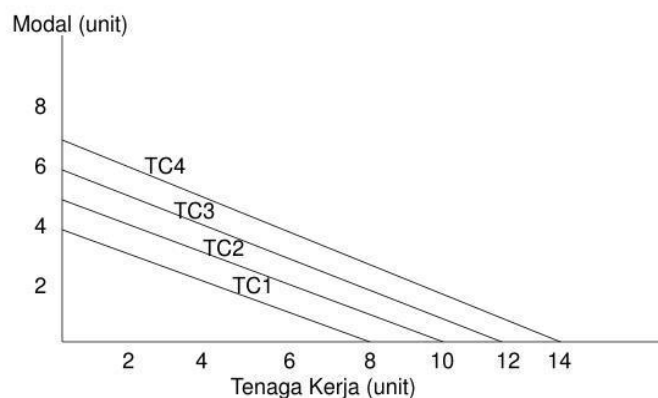
“*isoquant*, yang menggambarkan gabungan tenaga kerja dan modal yang akan menghasilkan satu tingkat produksi tertentu. Dijelaskan bahwa tingkat produksi tersebut adalah 1000 unit. Disamping itu didapati kurva IQ1, IQ2 dan IQ3 yang terletak diantara IQ. Ketiga kurva lain tersebut menggambarkan tingkat produksi yang berbeda-beda, yaitu berturut-turut sebanyak 2000 unit, 3000 unit dan 4000 unit dengan kesimpulan semakin jauh letak kurva IQ dari titik pusat koordinat (0,0) maka, semakin tinggi tingkat produksi yang ditunjukkannya. Hal ini karena jumlah barang yang bisa diproduksi menjadi lebih banyak” (Sukirno, 2011).

6. Garis Biaya Sama (Isocost)

Meminimumkan biaya produksi adalah sebuah keharusan dalam sebuah perusahaan agar mencapai efisiensi dan efektivitas produksi. “Untuk meminimumkan biaya produksi perlu dibuat garis biaya sama (*isocost*). Data yang diperlukan untuk membuat Garis Biaya Sama adalah sebagai berikut” (Sukirno, 2011).

- Harga faktor-faktor produksi yang digunakan
- Jumlah uang yang tersedia untuk membeli faktor-faktor produksi

Kurva Isocost



” Berdasarkan contoh, upah tenaga kerja adalah Rp. 10.000 dan biaya modal per unit adalah Rp. 20.000; sedangkan jumlah uang yang tersedia adalah Rp. 80.000. Garis TC dalam gambar menunjukan gabungan-gabungan tenaga

kerja dan modal yang dapat diperoleh dengan menggunakan Rp. 80.000” (Sukirno, 2011).

“apabila uang Rp. 80.000 dengan upah tenaga kerja dan biaya modal per unit adalah seperti yang dimisalkan diatas digunakan untuk memperoleh modal saja akan memperoleh $80000/20000= 4$ unit” (Sukirno, 2011).

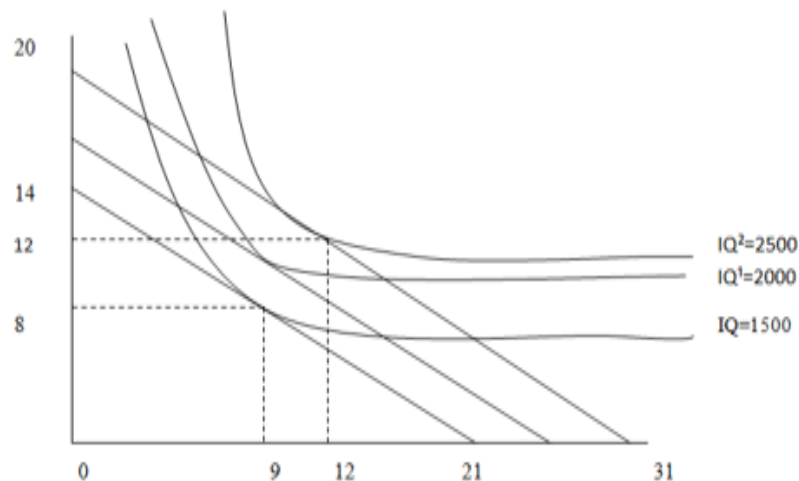
“apabila uang Rp. 80.000 dengan upah tenaga kerja dan biaya modal per unit adalah seperti yang dimisalkan diatas digunakan untuk membiayai tenaga kerja saja akan memperoleh $80.000/10.000= 8$ unit” (Sukirno, 2011).

“Seterusnya titik A pada TC menunjukkan dan ssebanyak Rp. 80000 dapat digunakan untuk memperoleh 2 unit modal dan 4 pekerja. Garis biaya sama yang lain yaitu TC1, TC2, da TC3. garis-garis itu menunjukkan garis biaya sama apabila jumlah uang yang tersedia adalah Rp. 100000, Rp. 120000 dan 140000” (Sukirno, 2011).

7. Memaksimumkan Dan Meminimumkan Produksi

a. Memaksimumkan produksi

“Dalam membicarakan persoalan yang dinyatakan dalam memaksimumkan produksi, kita misalkan biaya yang dibelanjakan untuk membeli per unit modal adalah Rp. 15.000, upah tenaga kerja adalah Rp. 10.000, dan biaya yang disediakan oleh produsen adalah Rp. 300.000. Dengan uang sebanyak Rp.300.000 sekiranya produsen dapat membeli satu jenis faktor produksi saja memperoleh 20 unit modal atau 30 tenaga kerja. Garis biaya sama TC3 menggambarkan gabungan tenaga kerja dan modal yang dapat diperoleh dengan menggunakan uang yang tersedia. Persoalannya sekarang, manakah gabungan yang akan dapat menghasilkan produksi yang paling maksimum? Terdapat 5 titik yang terletak pada berbagai kurva produksi sama yang merupakan titik perpotongan atau titik persinggungan. dengan garis TC2 yaitu A, B, C, D dan E. Dari kelima titik ini, titik E terletak di kurva produksi sama yang paling tinggi, yaitu kurva produksi sama pada tingkat produksi sebanyak 2.500 unit. Ini berarti gabungan yang diwujudkan oleh titik E akan memaksimumkan jumlah produksi yang dapat dibiayai oleh uang sebanyak Rp. 300000. Gabungan tersebut terdiri dari 12 unit modal dan 12 tenaga kerja” (Sukirno, 2011).



Gambar 40. meminimumkan biaya atau memaksimumkan keuntungan

b. Meminimumkan Biaya

“Untuk dapat membuat analisis mengenai persoalan dalam meminimumkan biaya perlu dibuat pemisalan mengenai tingkat produksi yang akan dicapai. Misalkan produsen ingin memproduksi sebanyak 1.500 unit. Pada Gambar 40 keinginan ini digambarkan oleh kurva produksi sama IQ. Dapat dilihat bahwa kurva itu dipotong atau disinggung oleh garis-garis biaya sama di 5 titik, yaitu titik A, B, Q, R dan P. titik-titik ini menggambarkan gabungan-gabungan tenaga kerja dan modal yang dapat digunakan untuk menghasilkan produksi sebanyak yang diinginkan. Dari gabungan-gabungan tersebut, yang akan menghabiskan biaya yang paling sedikit dan paling minimum adalah gabungan yang ditunjukan oleh titik yang terletak pada garis biaya sama yang paling rendah. Titik P adalah pada garis biaya sama yaitu yang menyinggung kurva produksi sama IQ yang paling rendah, yaitu garis TC. Dengan demikian titik ini menggambarkan gabungan tenaga kerja dan modal yang akan membutuhkan biaya yang paling minimum untuk menghasilkan 1500 unit. Faktor produksi itu terdiri dari sembilan tenaga kerja dan delapan unit modal, dan biaya yang dikeluarkan adalah Rp. 210.000” (Sukirno, 2011).

C. LATIHAN SOAL/TUGAS

1. Tunjukkan keterkaitan fungsi produksi dengan *marginal productivity (MP)* untuk modal dan tenaga kerja dan jelaskan keterkaitan tersebut?
2. Apa yang dimaksud kurva isoquant, beri contoh beberapa kurva *isoquant* terhadap kebutuhan modal dan tenaga kerja?
3. Gambarkan dan jelaskan garis biaya sama dan kurva produksi sama dalam satu grafik.

D. DAFTAR PUSTAKA

- Basuki, Agus Tri dan Prawoto, Nano. (2014). Pengantar Teori Ekonomi. Yogyakarta: Mitra Pustaka Mandiri (MATAN).
- Mankiw, Gregory. (2014). Pengantar Ekonomi Mikro-Edisi Asia. Jakarta: Salemba Empat.
- Samuelson, Paul A. 1980. *Economics*. Eleventh Edition. Mc-Graw-Hill Book Company. New York.
- Sangadji, M., Djayastra, K., & Hanoeboen, R.A. (2015). Pengantar Mikro Ekonomi. Surabaya: R.A. De Rozarie.
- Sari, S., Priatna, W. B., & Burhanuddin, B. (2017). Pengaruh Aktivitas Wanita Wirausaha Terhadap Pertumbuhan Usaha Olahan Kentang di Kabupaten Kerinci, Jambi. *Jurnal Agribisnis Indonesia (Journal of Indonesian Agribusiness)*, 3(1), 39-54. <https://doi.org/10.29244/jai.2015.3.1.39-54>.
- Sukirno, Sadono. (2011). Pengantar Teori Ekonomi Mikro. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

PERTEMUAN 10

TEORI BIAYA PRODUKSI

A. TUJUAN PEMBELAJARAN

Tujuan pembelajaran pada pertemuan ini yaitu sebagai berikut.

1. Mahasiswa mampu menghitung biaya produksi dalam jangka pendek
2. Mahasiswa mampu membuat tabel, menggambar kan, menjelaskan serta menganalisa kurva biaya jangka pendek, dan kurva biaya jangka panjang
3. Mahasiswa mampu menganalisa skala kegiatan produksi berdasarkan skala ekonomi dan tidak ekonomi, serta dapat memahami dan membaca kurvanya.

B. URAIAN MATERI

Semua pengeluaran yang dilakukan dan uang yang dikorbankan oleh perusahaan untuk memperoleh faktor-faktor produksi, bahan baku dan bahan mentah yang akan digunakan untuk menghasilkan barang-barang yang di produksi oleh perusahaan disebut biaya produksi. Biaya Produksi dapat juga dikatakan sebagai Sukirno (2011) “beban yang harus ditanggung oleh produsen untuk menghasilkan suatu produksi. Biaya produksi juga berfungsi sebagai ukuran untuk menentukan harga pokok barang. Input yang digunakan untuk memproduksi output tersebut sering disebut biaya *opportunity*”.

Opportunity cost merupakan biaya suatu faktor produksi yang harus dikorbankan untuk menghasilkan output dalam suatu produksi. Contoh dengan memilih kuliah dari pada bekerja setelah tamat SMA *opportunity cost* adalah biaya yang harus kita keluarkan untuk membayar uang kuliah dan cost yang hilang dari pendapatan jika kita bekerja.

Biaya produksi dapat meliputi unsur-unsur sebagai berikut (Sukirno 2011): “bahan baku atau bahan dasar termasuk bahan setengah jadi, bahan-bahan pembantu atau penolong, upah tenaga kerja dari tenaga kerja kuli hingga direktur, penyusutan peralatan produksi, uang modal, sewa, biaya penunjang seperti (biaya angkut, biaya administrasi, pemeliharaan, biaya listrik, biaya keamanan dan asuransi), biaya pemasaran seperti biaya iklan dan pajak”.

Biaya produksi dapat dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Biaya Eksplisit

Semua biaya yang tampak nyata dikeluarkan dalam memperoleh suatu faktor produksi atau semua input yang dibeli untuk memproduksi di sebut biaya produksi. “Pembayarannya berupa uang untuk mendapatkan faktor-faktor produksi dan bahan mentah yang dibutuhkan perusahaan. Contoh: biaya tenaga kerja, sewa gedung” (Sukirno, 2011).

2. Biaya Implisit

“Biaya implisit disebut juga *imputed cost* (ongkos tersembunyi), yaitu semua taksiran biaya atas faktor produksi yang dimiliki sendiri oleh perusahaan dan ikut digunakan dalam proses produksi yang dimiliki oleh perusahaan” (Sukirno, 2011). Contoh: Penggunaan gudang dari bagian rumah sendiri, biaya tenaga kerja orang dalam keluarga yang ikut membantu usaha, seperti istri atau anaknya.

Berikut pemaparan materi tentang pembahasan teori biaya produksi yaitu sebagai berikut.

1. Produksi, Produktivitas, Dan Biaya

Dalam menghasilkan sejumlah barang dan jasa, keputusan tingkat produksi senantiasa berkaitan dengan tingkat produktivitas faktor – faktor produksi yang digunakan. “Produktivitas yang tinggi menyebabkan tingkat produksi yang sama dapat dicapai dengan biaya yang lebih rendah. Dengan kata lain, produktivitas dan biaya mempunyai hubungan terbalik. Jika produktivitas makin tinggi, biaya produksi akan semakin rendah. Begitu juga sebaliknya. Perilaku biaya juga berhubungan dengan periode produksi. Dalam jangka pendek ada faktor produksi tetap yang menimbulkan biaya tetap, yaitu biaya produksi yang besarnya tidak tergantung pada tingkat produksi. Dalam jangka panjang, karena semua faktor produksi tidak dapat diprediksi sehingga biayanya kebanyakan bersifat *variable cost*. Artinya, besarnya biaya produksi dapat disesuaikan dengan tingkat produksi” (Sukirno, 2011).

“Dalam jangka panjang perusahaan akan lebih mudah meningkatkan produktivitas dibandingkan dalam jangka pendek. Itu sebabnya ada perusahaan yang mampu menekan biaya produksi, sehingga setiap tahun biaya produksi per unit makin rendah. Pola pergerakan biaya rata-rata ini berkaitan dengan karakter fungsi produksi jangka panjang” (Sukirno, 2011).

2. Biaya Produksi Jangka Pendek

“Biaya produksi jangka pendek adalah jangka waktu dimana perusahaan telah dapat menambah faktor-faktor produksi yang digunakan dalam proses produksi. Biaya produksi jangka pendek ditinjau dari hubungannya dengan produksi, dapat dibagi menjadi 2 yaitu” (Sukirno, 2011):

a. Dalam hubungannya dengan tujuan biaya

1) Biaya Langsung (*Direct Cost*)

Biaya Langsung merupakan: “biaya-biaya yang dapat di lihat secara langsung pada suatu proses tertentu ataupun output tertentu. Sebagai contoh adalah biaya bahan baku langsung dan tenaga kerja yang dibutuhkan oleh perusahaan. Begitu juga dengan *supervise*, listrik, dan biaya *overhead* lainnya yang dapat langsung ditelusuri pada departemen tertentu” (Sukirno 2011).

2) Biaya Tidak Langsung (*Indirect Cost*)

Biaya Tidak Langsung merupakan: “biaya-biaya yang tidak dapat dilihat secara langsung pada suatu proses tertentu atau output tertentu, misalnya biaya lampu penerangan dan *Air Conditioning* pada suatu fasilitas” (Sukirno 2011).

b. Dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan

1) Biaya Tetap Total (*Total Fixed Cost / TFC*)

Biaya tetap total adalah: “biaya yang tetap harus dikeluarkan walaupun perusahaan tidak berproduksi. Biaya tetap merupakan biaya setiap unit waktu untuk pembelian input tetap. Misalnya: gaji pegawai, biaya pembuatan gedung, pembelian mesin-mesin, sewa tanah dan lain-lain. Biaya tetap dapat dihitung sama seperti biaya variabel, yaitu dari penurunan rumus menghitung biaya total. Penurunan rumus tersebut, adalah:

$$TC = FC + VC$$

$$FC = TC - VC$$

Keterangan:

TC = Biaya Total (*Total Cost*)

FC = Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

VC = Biaya Variabel (*Variable Cost*)” (Sukirno 2011).

“Biaya yang besarnya tidak berubah seiring dengan berubahnya jumlah produksi disebut biaya tetap / *fixed cost* (FC). Berapapun jumlah produksi apakah mengalami kenaikan atau penurunan, maka jumlah biaya / cost (C) yang dikeluarkan adalah tetap”, Sukirno (2011).

2) Biaya Variabel Total (*Total Variable Cost / TVC*)

“Biaya yang dikeluarkan apabila memproduksi dan besar kecilnya tergantung pada banyak sedikitnya barang yang diproduksi disebut biaya Variabel Total. Semakin banyak barang yang diproduksi biaya variabelnya semakin besar, begitu juga sebaliknya. Biaya variabel total dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$TVC = TC - FC$$

Keterangan:

TVC = Total Biaya Variabel (*Total Variabel Cost*)

TC = Biaya Total (*Total Cost*)

FC = Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

Biaya variabel (TVC) besarnya berubah searah dengan berubahnya jumlah produksi sehingga kurva TVC ini mengarah ke kanan atas” (Sukirno, 2011).

3) Biaya Total (*Total Cost / TC*)

“Jumlah keseluruhan biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan yang terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel disebut biaya total (TC). Dengan kata lain, Biaya produksi total atau biaya total didapat dari menjumlahkan biaya tetap total (TFC) dan biaya berubah total (TVC)” (Sukirno, 2011).

Biaya total dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$TC = TFC + TVC$$

Keterangan:

TC = Biaya Total (*Total Cost*)

TFC = Total Biaya Tetap (*Total Fixed Cost*)

TVC = Total Biaya Variabel (*Total Variabel Cost*)

“Biaya Total (TC) adalah penjumlahan biaya tetap dan biaya variabel. Kurva TC memiliki bentuk yang persis sama dengan bentuk kurva Biaya Variabel (TVC), serta antara keduanya terpisah oleh suatu jarak vertikal yang selalu sama” (Sukirno, 2011).

4) Biaya Tetap Rata-Rata (*Average Fixed Cost / AFC*)

“Biaya Tetap Rata-Rata adalah hasil bagi antara biaya tetap total dan jumlah barang yang dihasilkan. Rumus” (Sukirno, 2011):

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

Keterangan:

AFC = Biaya Tetap Rata-rata (Average Fixed Cost)

TFC = Biaya Tetap Total (Total Fixed Cost)

Q = Kuantitas (Quantity)

5) Biaya Variabel Rata-Rata (*Average Variable Cost / AVC*)

“Biaya variabel rata-rata adalah biaya variable satuan unit produksi.

Rumusnya (Sukirno, 2011):

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

Keterangan:

AVC = Biaya Variabel Rata-rata (Average Variable Cost)

TVC = Biaya Variabel Total

Q = Kuantitas

6) Biaya Total Rata-Rata (*Average Cost / ATC*)

“Average Cost adalah biaya total rata-rata yang dapat dihitung dari Total Cost dibagi banyaknya jumlah barang tertentu (Q). Nilainya dihitung menggunakan rumus di bawah ini” (Sukirno, 2011) :

$$ATC = \frac{TC}{Q} \quad \text{atau} \quad ATC = \frac{TVC + TFC}{Q}$$

$$ATC = AVC + AFC$$

Keterangan:

ATC = Biaya Total Rata-rata (Average Total Cost)

AVC = Biaya Variabel Rata-rata (Average Variable Cost)

AFC = Biaya Tetap Rata-rata (Average Fixed Cost)

TVC = Biaya Variabel Total

TFC = Biaya Tetap Total (Total Fixed Cost)

TC = Total Biaya (Total Cost)

Q = Kuantitas

7) Biaya Marjinal (MC)

Biaya marjinal adalah “kenaikan biaya produksi yang dikeluarkan untuk menambah produksi sebanyak satu unit. Dengan demikian, biaya marjinal dapat dicari dengan menggunakan rumus):

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

“MC_n adalah biaya marjinal produksi ke-n, TC_n adalah biaya total pada waktu jumlah produksi adalah n, dan TC_{n-1} adalah biaya total pada waktu jumlah produksi adalah n-1” Sukirno (2011).

“Apabila rumus seperti yang telah diterangkan sebelum ini tidak dapat digunakan, rumus yang akan digunakan untuk menghitung biaya marjinal adalah”, Sukirno (2011):

$$MC_n = \frac{\Delta TC}{\Delta Q}$$

Tabel 13. Biaya Produksi dalam Jangka Pendek (Ribuan Rupiah)

Q	TFC	TVC	TC	AFC	AVC	ATC	Mc
0	25	0	25				
1	25	10	35	25.00	10	30	10
2	25	18	43	12.50	9.00	21.50	8
3	25	21	46	8.33	7.00	15.33	7
4	25	27	52	6.25	6.75	13.00	6
5	25	32	57	5.00	6.40	11.40	5
6	25	39	64	4.17	6.50	10.67	7
7	25	49	74	3.57	7.00	10.57	10
8	25	60	85	3.13	7.50	10.63	11
9	25	72	97	2.78	8.00	10.78	12
10	25	86	111	2.50	8.60	11.10	14

Penjelasan :

a) Total Cost (TC)

Pada tabel diketahui bahwa pada Q (output) = 1, TFC nya adalah 25 dan TVC nya adalah 5, sehingga diketahui Total Cost adalah 30 dengan rumus

$$TC = TFC + TVC$$

$$TC = 25 + 5 = 30$$

b) Average fixed Cost (AVC)

Berapakah AFC, ketika Q(output) = 4, jika diambil data dari tabel:

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

$$AFC = \frac{25}{4} = 6.25$$

c) Average Variable Cost (AVC)

Pada tabel diatas diketahui bahwa pada Q(output) = 6 membutuhkan Variable Cost (TVC) = 39, berapa AVC ?

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

$$AVC = \frac{39}{6} = 6.50$$

d) Average Total Cost (ATC)

Pada tabel diatas diketahui bahwa pada Q (output) = 7 memiliki AFC = 3.57 dan TVC = 7.00 brp ATC nya ?

$$ATC = AFC + ATC$$

$$ATC = 3.57 + 7.00 = 10.57$$

e) Marjinal Cost (MC)

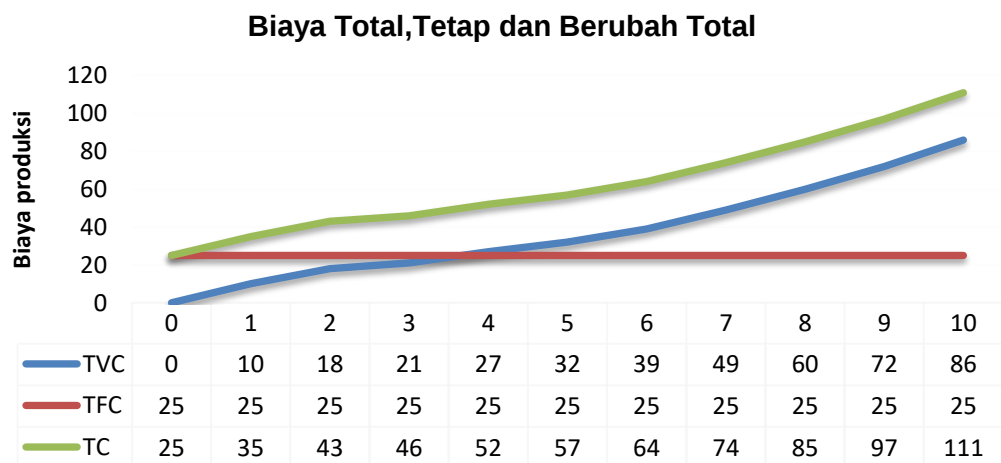
Pada tabel diatas diketahui bahwa pada Q(output) = 7 memiliki TC = 74 dan pada Q(output) = 8 memiliki TC = 85 berapakah Marjinal cost pada perubahan Q=7 ke Q=8 ?

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

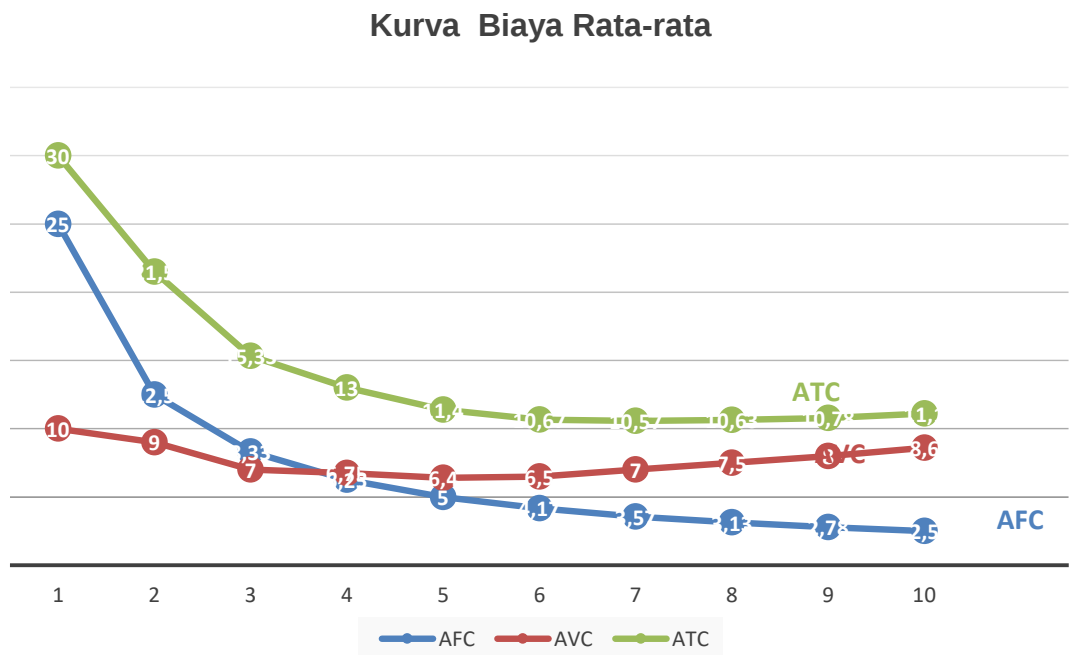
$$MC = 85 - 74 = 11$$

Bentuk Kurva Biaya Jangka Pendek

Berdasarkan data biaya produksi yang terdapat dalam tabel 1, dapat digambarkan berbagai kurva biaya produksi.



Gambar 41. Biaya Total, Biaya Tetap, dan Biaya Berubah Total



Gambar 42. Biaya Tetap Rata-Rata, Biaya Berubah Rata-rata dan Biaya Total Rata-rata

3. Kurva Biaya Rata-Rata

“Kurva AVC, kurva ATC dan kurva MC mendekati huruf U. Bentuk kurva yang seperti itu mencerminkan bahwa kegiatan produksi dipengaruhi oleh hukum hasil lebih yang semakin berkurang, yaitu pada waktu produksi masih sangat rendah, pertambahan sejumlah biaya produksi (*total cost*) akan menyebabkan pertambahan yang besar terhadap jumlah produksi (*quantity*), tetapi apabila produksi telah menjadi semakin banyak, sejumlah tertentu biaya produksi akan menimbulkan pertambahan produksi yang semakin sedikit. kurva-kurva AVC, ATC, dan MC menurun, dan pada waktu jumlah produksi sudah semakin meningkat kurva AVC, AC dan MC arahnya akan menaik” (Sukirno, 2011).

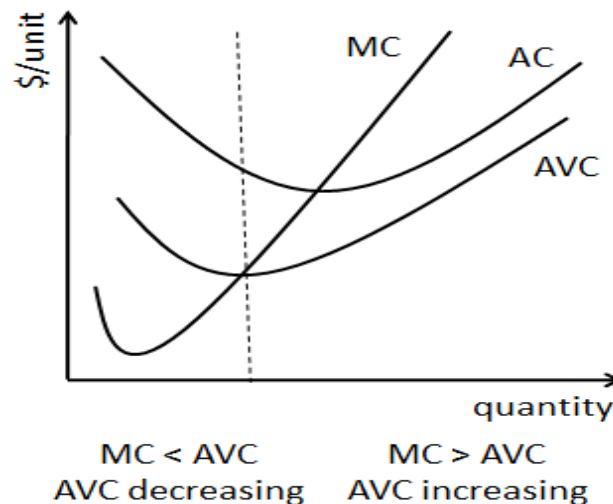
4. Hubungan Kurva Mc Dengan Avc Dan Atc

Hal yang harus diingat “dalam menggambarkan kurva-kurva biaya rata-rata adalah Kurva AVC dan ATC dipotong oleh kurva MC pada titik terendah dari masing– masing kurva tersebut. Hal tersebut harus dibuat agar tidak menyalahi hukum matematik” Sukirno 2011.

Adapun hubungan kurva ini menunjukkan bahwa:

- Saat $MC < AVC$, maka nilai AVC menurun (berarti kalau kurva MC di bawah kurva AVC , maka kurva AVC sedang menurun)
- Saat $MC > AVC$, maka nilai AVC akan semakin besar (berarti kalau kurva MC di atas kurva AVC , maka kurva AVC sedang menaik).

Dua kondisi ini dapat dilihat pada Gambar berikut ini:



Gambar 43. Hubungan antara MC dengan AVC dan ATC

5. Biaya Produksi Jangka Panjang

“Perusahaan dapat menambah semua faktor produksi atau input yang akan digunakan dalam jangka panjang. Oleh karena itu, biaya produksi tidak perlu lagi dibedakan dengan biaya tetap dan biaya berubah. Dalam jangka panjang semua biaya adalah variabel” (Sukirno, 2011). Biaya yang relevan dalam jangka panjang adalah biaya total (*total cost*), biaya variabel (*variable cost*), biaya rata-rata (*average cost*) dan biaya marjinal (*marginal cost*). Perubahan biaya total (*total cost*) sama dengan perubahan biaya variabel (*variable cost*) dan sama dengan biaya marjinal (*marginal cost*).

6. Cara Meminimumkan Biaya Dalam Jangka Panjang

Dalam jangka panjang perusahaan dapat memperluas kapasitas produksinya. Perusahaan harus menentukan besarnya kapasitas pabrik (*plan size*) yang akan meminimumkan biaya produksi. Kapasitas pabrik dalam analisis ekonomi dapat digambarkan dari kurva biaya rata-rata (AC). Sehingga analisis mengenai bagaimana produsen menganalisis kegiatan produksinya dalam usaha meminimumkan biaya dapat dilakukan dengan memperhatikan kurva AC untuk kapasitas yang beragam.

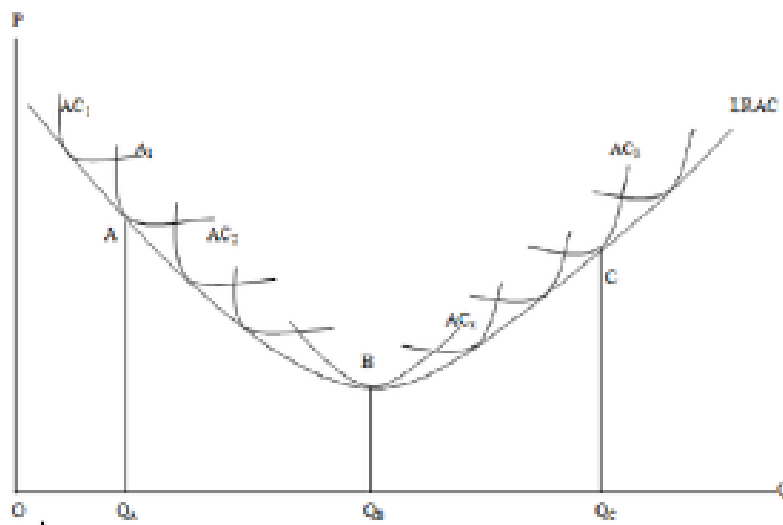
Contoh kasus:

Soal

“Terdapat tiga kapasitas pabrik yang dapat digunakan oleh pengusaha. Dalam contoh tersebut pengusaha mempunyai tiga pilihan dalam menggunakan alat-alat produksi yaitu:

- Kapasitas 1, biaya produksi yang akan dikeluarkan untuk menggunakan masing-masing kapasitas adalah seperti yang ditunjukkan oleh AC_1
- Kapasitas 2, biaya produksi yang akan dikeluarkan untuk menggunakan masing-masing kapasitas adalah seperti yang ditunjukkan oleh AC_2
- Kapasitas 3, biaya produksi yang akan dikeluarkan untuk menggunakan masing-masing kapasitas adalah seperti yang ditunjukkan oleh AC_3 ” (Sukirno, 2011).

Diskusikan kapasitas mana yang akan dipilih produsen? Dan jelaskan faktor apa yang menentukan pilihan tersebut?



Gambar 44. Kurva biaya total rata-rata jangka panjang (LRAC)

Pembahasan

“Faktor yang akan menentukan kapasitas produksi yang digunakan yaitu tingkat produksi yang akan dicapai serta sifat dari pilihan kapasitas pabrik yang tersedia” (Sukirno, 2011).

“Apabila perusahaan ingin mencapai produksi 100 unit, maka lebih baik menggunakan kapasitas 1 (lihat titik A), Kalau yang digunakan adalah kapasitas 2

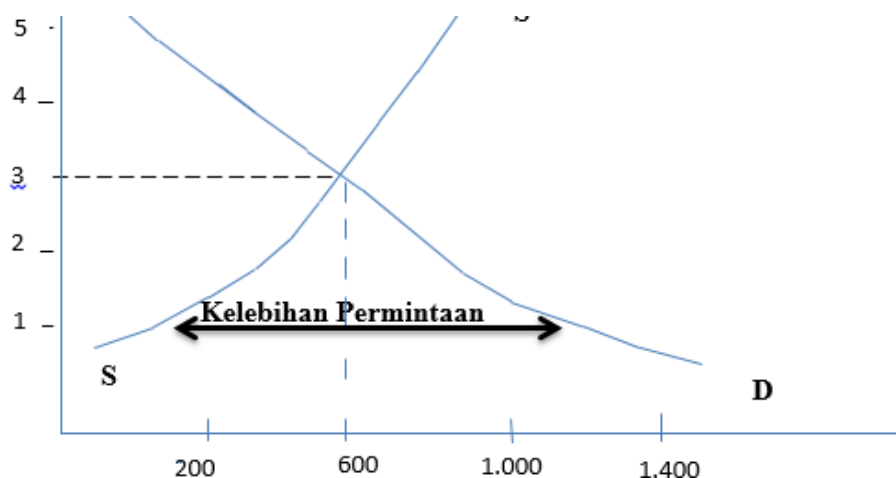
saat ingin mencapai produksi 100, maka biaya produksinya lebih tinggi (lihat titik B). Kapasitas 1 adalah kapasitas yang paling efisien karena akan meminimumkan biaya produksi, untuk produksi dibawah 130 unit. Untuk produksi diantara 130 sampai 240 unit, kapasitas 2 adalah yang paling efisien, karena biaya produksi adalah paling minimum dengan menggunakan kapasitas tersebut. Untuk produksi 160 unit seperti terlihat pada gambar maka akan terlihat diatas AC yang berarti dengan menggunakan Kapasitas 1 biaya akan lebih tinggi dari pada menggunakan kapasitas 2. Untuk produksi yang melebihi 240 unit, misalnya 275 unit, kapasitas 3 adalah yang harus digunakan produsen. Dari contoh ini dapat dapat disimpulkan bahwa peminimuman biaya jangka panjang tergantung kepada dua faktor yaitu:

- Tingkat produksi yang ingin dicapai
- Sifat dari pilihan kapasitas pabrik yang tersedia” (Sukirno, 2011).

7. Biaya Rata-Rata Jangka Panjang (Long-Run Average Cost/ Lrac)

Apabila perusahaan dapat selalu merubah kapasitas produksinya, maka biaya rata-rata yang paling minimum untuk berbagai tingkat produksi dapat dilihat di sepanjang kurva biaya total rata-rata jangka panjang atau *long run average cost* (LRAC).

“Dalam jangka panjang kurva AC tidak terhingga banyaknya Kurva LRAC dibentuk dari kurva-kurva AC yang banyak sekali. Maka kurva LRAC adalah suatu kurva yang berupa garis lengkung atau berbentuk huruf U” (Sukirno, 2011). Kurva LRAC merupakan kurva yang *menyinggung* kurva AC yang tak terhingga banyaknya tersebut, seperti Gambar 45 berikut:



Gambar 45. Kurva biaya total rata-rata jangka panjang (LRAC)

Dalam jangka panjang, titik-titik persinggungan kurva LRAC dengan sejumlah kurva AC tersebut merupakan "*biaya produksi minimum/optimum*". Jadi LRAC tersebut menggambarkan "*biaya minimum*" perusahaan dalam jangka panjang. Kurva LRAC, sering disebut kurva amplop (*envelope curve*), karena biaya rata-rata jangka panjang itu mengamplopi kurva-kurva biaya jangka pendek yang dipilihnya" (Sukirno, 2011).

"Untuk kurva-kurva AC yang terletak disebelah kiri (atas) kurva AC_x, disinggung oleh kurva LRAC dititik kiri atas dari titik terendah kurva AC yang bersangkutan. Sedang untuk kurva-kurva AC yang terletak disebelah kanan kurva AC_x, akan disinggung oleh kurva LRAC pada titik kanan atas dari titik terendah kurva AC yang bersangkutan" (Sukirno 2011).

"Jika kurva AC bentuknya seperti huruf U, karena dipengaruhi oleh hukum tambahan hasil yang semakin berkurang (*Law of diminishing return*). Tetapi kalau kurva LRAC yang bentuknya seperti huruf U yang melebar bagian atasnya atau seperti kuali" (Sukirno, 2011). Hal ini karena disebabkan oleh faktor-faktor yang disebut "*economies of scale (skala ekonomis)*" dan "*diseconomies of scale (skala tidak ekonomis)*".

8. Economies Of Scale (Skala Ekonomis)

Apabila pertambahan produk suatu perusahaan dapat mengakibatkan biaya produksi rata-rata menurun atau semakin kecil dalam suatu kegiatan berproduksi dikatakan perusahaan ini bersifat *economies of scale*. "Apabila kita bergerak sepanjang kurva LRAC dari kiri sampai pada titik A, berarti kita telah menaikkan atau memperbesar kapasitas produksi untuk meningkatkan volume produksi. Dengan semakin besarnya volume produksi, maka biaya produksinya per unit semakin menurun, sehingga kegiatan produksi perusahaan akan menjadi lebih efisien" (Sukirno, 2011).

"Pada daerah sebelum titik terendah kurva LRAC, atau output sebelum mencapai Q₂ disebut *economies of scale* atau disebut juga *increasing return to scale* yaitu keadaan dimana akan didapatkan biaya rata-rata yang lebih rendah kalau diproduksi output lebih banyak. Beberapa faktor penting yang menyebabkan *economies of scale, yaitu*" (Sukirno, 2011).

- a. Spesialisasi (*division of labor*). Dengan semakin besarnya output yang harus dihasilkan maka perusahaan harus memperbesar kapasitas produksinya. Dalam perusahaan yang besar ini, setiap pekerja harus mengerjakan pekerjaan

tertentu saja dan ini akan menambah keterampilan mereka dan membuat biaya lebih efisien.

- b. Pengurangan harga bahan mentah dan kebutuhan produksi lainnya. Hal ini bisa terjadi karena makin tinggi produksi, makin banyak bahan-bahan mentah dan peralatan produksi yang digunakan. Keadaan ini menyebabkan biaya per unit akan menjadi semakin murah. Faktor lain adanya para pekerja yang semakin ahli di bidang masing – masing juga bisa membuat perusahaan lebih efisien dalam hal biaya produksi.
- c. Adanya *by products* yang mungkin bisa dihasilkan. Di dalam perusahaan adakalanya terdapat bahan-bahan yang terbuang (*waste*). Tetapi kalau perusahaan memiliki barang - barang sisa yang cukup banyak, barang sisa ini dapat diproses menjadi barang yang diproduksi secara sampingan. Kegiatan yang baru ini akan menurunkan biaya per unit dari keseluruhan operasi perusahaan. Dengan adanya *by products* ini, diharapkan penghasilan perusahaan akan bertambah yang selanjutnya akan dapat menurunkan biaya.
- d. “Mendorong perkembangan usaha lain, kalau suatu perusahaan telah menjadi sangat besar, timbul permintaan yang cukup ekonomis untuk mengembangkan kegiatan di bidang usaha lain yang menghasilkan barang-barang atau fasilitas yang dibutuhkan perusahaan besar tersebut. Di samping itu perusahaan – perusahaan yang menyediakan jasa-jasa kepada perusahaan tersebut akan berkembang. Berbagai perkembangan ini akan mengurangi biaya per unit” (Sukirno, 2011).

9. Skala Ekonomi Dan Tidak Ekonomi

Bentuk kurva LRAC dan AC hampir mirip bentuknya yaitu sama - sama membentuk huruf U, bedanya hanya bentuk AC jauh lebih mirif U, sedangkan LRAC lebih berbentuk kuadrat (Sukirno, 2011).

“AC berbentuk huruf U disebabkan karena sebagai akibat pengaruh hukum hasil lebih yang semakin berkurang. Kurva LRAC mempunyai bentuk huruf U atau lebih tepat berbentuk kuadrat disebabkan oleh faktor-faktor yang dinamakan oleh ahli-ahli ekonomi sebagai skala ekonomi (*Economic of scale*) dan skala tidak ekonomi (*Diseconomies of scale*)” (Sukirno, 2011).

10. Skala Tidak Ekonomi

“Perusahaan yang terus-menerus membesar biasanya berarti jumlah tenaga kerja yang digunakan meliputi beribu-ribu orang, dan mempunyai pabrik dan cabang di berbagai tempat. Sebagai akibatnya kegiatan dan organisasi perusahaan itu sudah menjadi sangat kompleks. Kompleksitas ini bisa membentuk skala tidak ekonomi bagi sebuah perusahaan, hal ini terutama disebabkan oleh organisasi perusahaan yang sudah menjadi sangat besar sekali sehingga menimbulkan kerumitan di dalam mengatur dan memimpinnya. Tidak mungkin lagi perusahaan itu dipimpin oleh seorang manajer saja. Dan jika dipimpin oleh dua atau tiga atasan, hal ini mengakibatkan pengambilan keputusan dan kebijakan perusahaan yang sangat kaku dan memakan waktu yang lama untuk merumuskannya. Karena harus butuh waktu untuk menyatukan dua atau tiga kepala pimpinan. Keadaan ini mengurangi efisiensi kegiatan perusahaan, dan menyebabkan biaya produksi rata-rata semakain tinggi” (Sukirno, 2011).

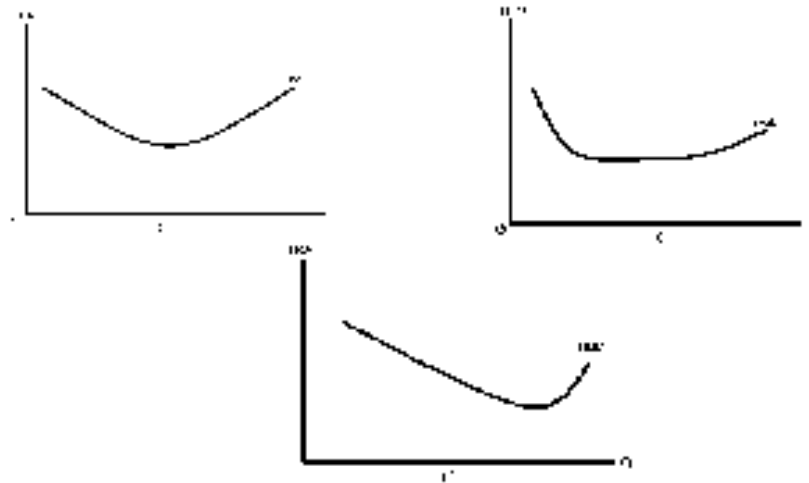
11. Beberapa Bentuk Kurva Lrac

Kondisi “skala ekonomi (*Economic of scale*) dan skala tidak ekonomi (*Diseconomies of scale*) menyebabkan pentingnya menentukan jumlah perusahaan di dalam sesuatu industri. Keadaan ini juga akan mempengaruhi bentuk kurva biaya total rata-rata jangka panjang yang dihadapi setiap perusahaan. Secara kasar dapat dibedakan tiga bentuk dari LRAC, yaitu seperti yang ditunjukkan dalam Gambar”. 10.6 (Sukirno, 2011).

“Dalam grafik (i) kurva LRAC sangat cepat penurunannya, tetapi ia sangat cepat pula mengalami kenaikan. Ini berarti kenaikan produksi yang sedikit saja telah menimbulkan skala ekonomi yang sangat menguntungkan (yaitu biaya produksi rata-rata sangat cepat pengurangannya), tetapi pada tingkat produksi yang relatif rendah, skala tidak ekonomi sudah mulai wujud. Industri yang LRACnya berbentuk demikian pada umumnya terdiri dari banyak perusahaan, dan masing-masing perusahaan tersebut berukuran kecil dan sangat elastis” (Sukirno, 2011).

“Dalam grafik (ii) juga pada permulaannya skala ekonomi sangat menguntungkan tetapi hal ini juga tidak berlangsung lama. Akan tetapi kondisi ini diikuti oleh kuva LRAC yang datar yang berarti pada tahap permulaan skala tidak ekonomi belum lagi menguasai kegiatan perusahaan. Baru pada tingkat produksi yang tinggi skala tidak ekonomi mulai berlaku. Industri yang mempunyai kurva

LRAC yang berbentuk demikian terdiri dari beberapa perusahaan besar dan beberapa perusahaan yang kecil. Jadi besarnya perusahaan-perusahaan dalam industri tersebut tidak seragam dan jumlah perusahaan masih relatif besar” (Sukirno, 2011).



Gambar 46. Tiga bentuk dari LRAC

“Grafik (iii) terjadi apabila kurva LRAC terjadi pada industry yang biasanya terdiri dari perusahaan-perusahaan yang sangat besar ukurannya dan jumlah perusahaan dalam industri tersebut relatif sedikit. Hanya beberapa perusahaan terdapat dalam sesuatu industri. Industri adalah bersifat sedemikian karena skala ekonomi tetap wujud sehingga ke jumlah produksi yang sangat banyak dan dapat menguasai pasaran” (Sukirno, 2011).

C. LATIHAN SOAL/TUGAS

1. Jelaskan Pengertian dan cara menghitung berbagai jenis biaya produksi sebagai berikut:
 - a. *Total cost*
 - b. *Average variabel cost*
 - c. *Fixed cost*
 - d. *Average total cost*
 - e. *Total variabel cost*
 - f. *Marginal cost*
2. Jelaskan cara terbentuknya kurva average total cost dalam jangka panjang.
3. Jawablah soal dibawah ini berdasarkan tabel berikut ini:

Q	TFC	TVC	TC	AFC	AVC	ATC	Mc
0	50	0					
1	50	10					
2	50	18					
3	50	21					
4	50	27					
5	50	32					
6	50	39					
7	50	49					
8	50	60					
9	50	72					
10	50	86					

4. Hitunglah:

- TC
- AFC
- AVC
- ATC
- MK
- Gambarkan kurva by jangka pendek
- Gambarkan By kurva Rata-rata.

D. DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad. (2014). Ekonomi Mikro; Teori dan Aplikasi di Dunia Usaha. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Hartono J. 2004. Teori Ekonomi Mikro: Analisis Matematis. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Mankiw, Gregory. (2014). Pengantar Ekonomi Mikro-Edisi Asia. Jakarta: Salemba Empat.
- Sari, S., Priatna, W. B., & Burhanuddin, B. (2017). Pengaruh Aktivitas Wanita Wirausaha Terhadap Pertumbuhan Usaha Olahan Kentang di Kabupaten Kerinci, Jambi. Jurnal Agribisnis Indonesia (Journal of Indonesian Agribusiness), 3(1), 39-54. <https://doi.org/10.29244/jai.2015.3.1.39-54>.
- Sukirno, Sadono. (2011). Pengantar Teori Ekonomi Mikro. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

PERTEMUAN 11

PASAR PERSAINGAN SEMPURNA

A. TUJUAN PEMBELAJARAN

Sesudah mempelajari materi ini diharapkan Mahasiswa dapat memahami dan menjelaskan kembali mengenai:

1. Menjelaskan Definisi Pasar dan Pasar Persaingan Sempurna.
2. Menjelaskan Karakteristik Pasar Persaingan Sempurna.
3. Memahami Pemaksimum Keuntungan Jangka Pendek.
4. Menghitung dan Membuat Kurva Biaya Marginal
5. Membuat dan Membaca Kurva serta Menganalisis Kurva Kegiatan Operasi Perusahaan dan Industri dalam Jangka Panjang
6. Menjelaskan Kelebihan dan Kelemahan Pasar Persaingan Sempurna.

B. URAIAN MATERI

1. Definisi Pasar dan Pasar Persaingan Sempurna

a. Definisi Pasar

Pasar merupakan tempat bertemunya antar konsumen dengan produsen yang memiliki kepentingan yang sama untuk bertransaksi jual beli pada suatu tempat tertentu. Dengan definisi tersebut pasar memiliki banyak fungsi bagi para pelaku ekonomi, yaitu konsumen, produsen dan pemerintah. Seperti yang sudah dijelaskan dalam bab sebelumnya dimana mekanisme pasar memiliki beberapa kelebihan salah satunya dapat memberikan banyak informasi yang dibutuhkan baik konsumen, produsen maupun pemerintah.

Pasar memiliki peranan yang sangat strategis bagi pelaku bisnis (produsen) dan masyarakat secara keseluruhan. Dengan adanya pasar sehingga dapat memediasi hubungan antara pelaku ekonomi satu dengan yang lainnya, maka tidak mungkin suatu bisnis dapat bertahan hidup tanpa adanya peran serta pasar didalamnya. Pasar adalah tempat para produsen bersaing merebut konsumen dalam rangka mencapai tujuan usahanya. Di samping itu, pasar mempunyai berbagai bentuk struktur yang mempunyai hukumnya sendiri-sendiri, sehingga berpengaruh dan menentukan tinggi rendahnya harga yang akan terjadi. Begitupun di sisi konsumen, pasar

adalah sumber informasi tentang pilihan yang dapat anda buat. Karena itu, konsumen juga tertarik dengan situasi pasar barang dan jasa yang mereka butuhkan. Dalam hal luas atau cakupan, pasar juga dapat diklasifikasikan sebagai pasar domestik, pasar ekspor atau pasar luar negeri. Oleh karena itu, memahami pasar ini sangat penting untuk menganalisis fenomena ekonomi baik bagi para pelaku maupun pembuat keputusan di sektor ekonomi bisnis dan publik.

b. Definisi Pasar persaingan Sempurna

Dari definisi pasar sebelumnya maka dapat kita membuat suatu penjelasan baru tentang apa itu pasar persaingan sempurna. Pasar jenis ini merupakan pasar yang dimanatidak terdapat pelaku ekonomi (konsumen/Produsen) yang mempunyai kekuasaan pasar terhadap harga atas suatu produk yang bersifat sejenis. Pembeli ataupun penjual tidak mempunyai daya untuk merubah harga pasar. Mereka hanya bertindak sebagai pengambil harga yang disepakati berdasarkan kekuatan tawar menawar harga antara konsumen dengan produsen. Dalam pasar yang sangat kompetitif, jumlah perusahaan sangat besar, dan kapasitas masing-masing perusahaan dianggap tidak signifikan.

Berikut terdapat ciri-ciri sehingga dapat dikatakan pasar kompetitif, yaitu:

- 1) Seluruh perusahaan dalam pasar menghasilkan barang yang memiliki sifat sejenis (*homogenitas product*). Maksud dari barang yang bersifat homogeny adalah suatu produk yang dapat memberitingkat utilitas kepada masyarakat sebagai konsumen tanpa perlu mengetahui kepada penjual yang mana mereka membeli barang tersebut.
- 2) Penjual dan pembelimempunyai informasi yang lengkap dan sempurna Informasi tentang harga produk dan aplikasi yang dijual sehingga pelanggan tidak dapat melacak harga penjualan yang bervariasi menurut perusahaan.
- 3) Hasil produk dari sebuah perusahaan relative sedikit dibanding hasil pasar (*small relatively output*). Total produksi masing-masing perusahaan dianggap relatif kurang dari total produksi semua perusahaan di industri.
- 4) Produsen harus mempertimbangkan harga pasar (sebagai penerima harga) kepada pelanggan. Artinya, penjual di pasar tidak bisa menetapkan atau mengubah harga pasar. Perusahaan menjual

produknya sesuai dengan harga pemasok karena perusahaan tidak dapat mempengaruhi harga pasar.

- 5) Semua perusahaan dapat dengan mudah memasuki pasar atau sebaliknya (bebas masuk dan keluar). Dalam pasar yang sangat kompetitif, faktor mobilitas tidak terbatas dan tidak ada biaya pemindahan faktor produksi. Ketika sebuah perusahaan merugi dan ingin meninggalkan industrinya, langkah ini mudah dilakukan. Di sisi lain, hal ini mudah dilakukan jika ada produsen yang ingin bekerja di sektor tersebut.

2. Permintaan Dan Hasil Penjualan

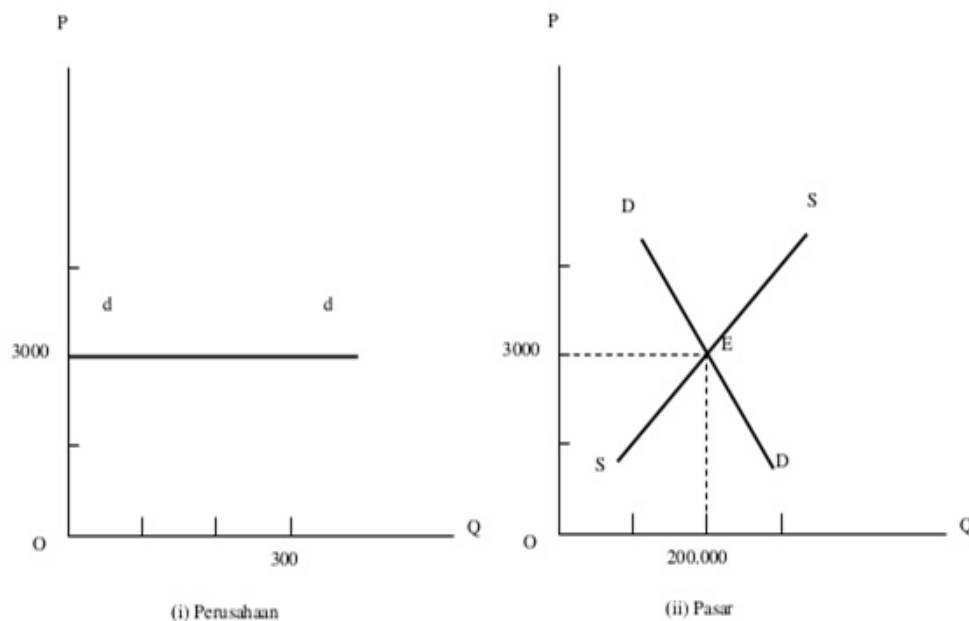
Untuk dapat mencapai keuntungan maksimum maka cara yang dapat dilakukan:

- a. Seluruh biaya-biaya yang berhubungan dengan kegiatan produksi perusahaan.
- b. Penjualan dari hasil produksi barang/ jasa perusahaan tersebut.

Biaya produksi dapat dikeluarkan oleh perusahaan secara bersamaan, hal ini dapat terlihat dari (pasar kompetitif, pasar monopoli, pasar persaingan monopolistic dan pasar oligopoli).

3. Permintaan Pasar dan Perusahaan

Berdasarkan karakteristik yang sudah dijelaskan diatas dimana perusahaan tidak dapat menetapkan harga atas barang yang diproduksi dan dijual dikarekan produksi yang dihasilkan hanya sebagian kecil dari jumlah yang diperdagangkan dipasar. setiap perusahaan tidak memiliki wewenang untuk menentukan harga, karena produsen hanya menerima harga tetap Ini berarti bahwa terlepas dari jumlah barang yang diproduksi dan dijual oleh produsen mereka tidak bisa mengubah harga yang ditetapkan di pasar karena jumlah yang diproduksi hanya sebagian kecil dari jumlah yang dipasarkan di pasar. Sifat permintaan dapat digambarkan dalam gambar dibawah ini:



Gambar 47. Permintaan yang dihadapi perusahaan dan pasar

Gambar 47 (i) menunjukkan permintaan dan penawaran barang yang diproduksi oleh perusahaan dalam persaingan sempurna. Bahwa harga yang disepakati adalah Rp3.000 dan jumlah barang yang ditukar adalah 200.000. Kurva permintaan DD adalah garis yang sejajar dengan sumbu tanggal dan harga yang disepakati adalah Rp3.000.

Pada Gambar 47 (ii), kurva DD DD adalah garis paralel di sana dan harga yang disepakati adalah Rp3.000. DD adalah kurva elastis sempurna karena dua alasan, pertama: konsumen membeli dari perusahaan lain dan kedua: karena produksi perusahaan terutama dilakukan di pasar, perusahaan dapat menjual semua produksi seharga Rp 3.000 pada Gambar 1 (i) diperdagangkan di pasar. Karena perusahaan dapat menjual semua produksinya, tidak ada alasan untuk menurunkan harga jual barang.

4. Penjualan Marjinal, Penjualan Rata-Rata Dan Penjualan Total

a. Hasil Penjualan Rata-rata

Kurva permintaan riil menunjukkan jumlah produk yang dibutuhkan pada tingkat harga yang berbeda. Ini menganalisis aktivitas perusahaan dan juga menunjukkan hasil tujuh penjualan yang dilakukan oleh produsen di berbagai tingkat produksi. Rata-rata omset perusahaan di pasar yang sangat kompetitif ditunjukkan pada Gambar 11.2. Hasil penjualan rata-rata (AR)

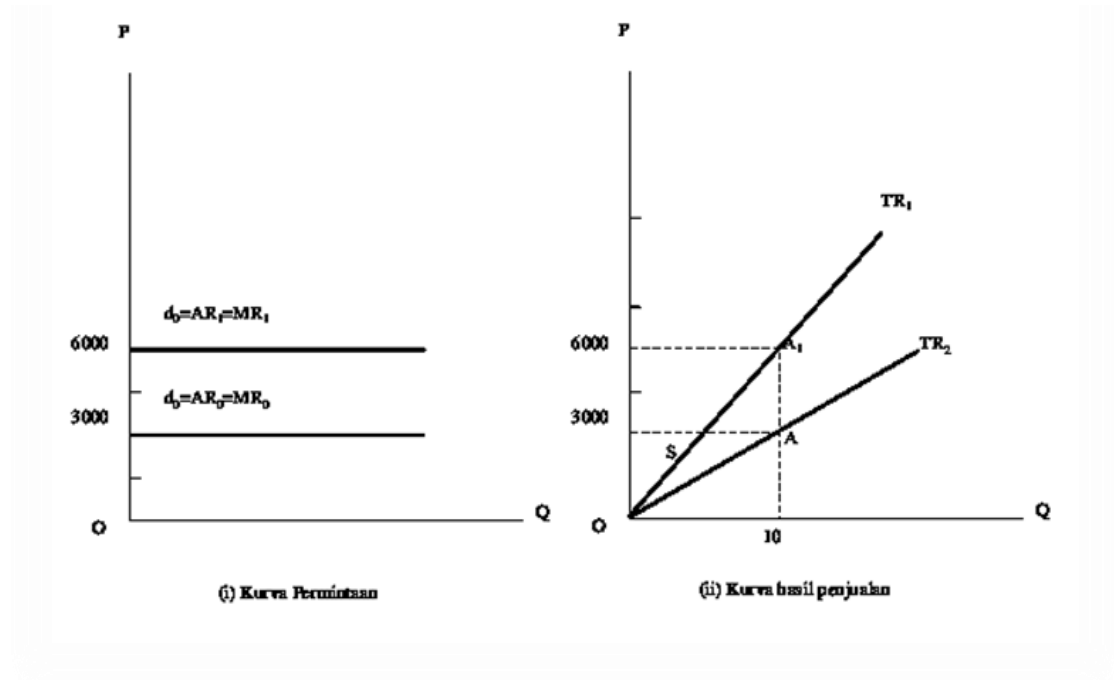
ditunjukkan pada Gambar 11.2. Harga barang yang diproduksi perusahaan adalah Rp3.000, jadi $d_0 = AR_0 = MR_0$ merupakan kurva permintaan perusahaan. Oleh karena itu, kurva ini merupakan kurva hasil rata-rata penjualan pada harga Rp3.000 (dan dinyatakan sebagai AR_0). Jika harga barang yang dijual oleh perusahaan adalah Rp6.000 maka kurva $d_1 = AR_1 = MR_1$ adalah kurva permintaan, dan juga kurva hasil rata-rata untuk dijual dengan harga Rp 6000.

b. Hasil Penjualan Marjinal

Ini adalah pernyataan yang mengacu pada biaya penjualan yang sangat penting ketika mendefinisikan harga dan informasi produksi perusahaan (MR, yaitu laba bersih), hasil penjualan tambahan yang diterima perusahaan. Barang dijual untuk unit lain. Misalnya, jika harganya Rp. 3000, - dan kemudian menambahkan bagian tambahan dari produk yang akan meningkatkan penjualan sekitar Rp. 3 - juga. Pada Gambar 11.2 (i), kurva $d_0 = AR_0 = MR_0$ menunjukkan kesamaan ini dengan biaya Rp3.000, dan kurva $d_1 = AR_1 = MR_1$ menunjukkan kesamaan ini dengan biaya Rp6.000

c. Hasil Penjualan Total

Total omset yang diterima bisnis untuk penjualan barang yang dihasilkannya disebut omset total (yaitu, kata "omset total"). Dikatakan bahwa, dalam lingkungan yang kompetitif, harga tidak berubah terlepas dari jumlah barang yang dijual oleh suatu perusahaan. Oleh karena itu, kurva penjualan total (TR) adalah garis lurus yang dimulai dari titik O. Pada Gambar 2 (ii), garis TR_0 adalah kurva penjualan total pada Rp. 3000, dan TR_1 adalah kurva dari total hasil penjualan saat harga produk naik menjadi Rp. 6000. Sebagai contoh, poin A menunjukkan bahwa menjual 10 unit seharga 3.000 rupee menghasilkan total penjualan perusahaan hingga 6.000 rupee, seperti yang ditunjukkan pada Gambar di bawah ini.



Gambar 48. Hasil Pejualan Rata-rata, Penjualan Marjinal dan Penjualan Total

5. Keuntungan Jangka Pendek yang Maksimal

a. Ketetapan Untuk Mencapai Keuntungan Yang Maksimal

Dalam analisis jangka pendek, laba maksimum bisnis dapat dijelaskan dalam dua cara:

- 1) Membuat perbandingan hasil penjualan keseluruhan dengan biaya keseluruhan yang dikeluarkan perusahaan.
- 2) Menunjukkan keadaan hasil penjualan tambahan sama nilainya dengan biaya tambahan.

Cara yang pertama keuntungan dapat ditentukan dengan menghitung dan membandingkan hasil penjualan total dengan biaya total, keuntungan akan diperoleh jika hasil penjualan total lebih besar dibandingkan dengan biaya total. Keuntungan dapat dikatakan maksimum jika selisih yang diperoleh dalam kondisi yang terjadi pada perusahaan juga yang paling maksimum.

Opsi kedua adalah menggunakan pendekatan nilai penjualan tambahan (MR) dengan biaya tambahan (MC), yang dapat ditampilkan menggunakan kurva. Perpotongan dua kurva sama dengan $MR = MC$. Jika sebuah perusahaan meningkatkan produksinya jika melebihi biaya marjinal (MC) $MR > MC$, yaitu, pendapatan marjinal (MR), ia meningkatkan laba. Dalam hal

ini, peningkatan produksi dan penjualan meningkatkan laba. Jika tidak, jika $MR < MC$ mengurangi laba dalam produksi dan penjualan, laba maksimum dapat diperoleh dalam kondisi di mana $MR = MC$.

Tabel 14. Jumlah Produksi dan Biaya Produksi

Jumlah Produksi (1)	Fix Cost (2)	Variabel Cost (3)	Total Cost (4) 2+3	Marginal Cost (5) MC = $MC_n - MC_{n-1}$	Average Fix Cost (6) 4:1	Average Variabel Cost (7) 3:1	Average Cost (8) 4:1
0	100	0	100	-	-	-	-
1	100	100	200	100	100	100	200
2	100	180	280	80	50	90	140
3	100	240	340	60	33.3	80	113.3
4	100	280	380	40	25	70	95
5	100	300	400	20	20	60	80
6	100	380	480	80	17.7	63.3	80
7	100	530	630	150	14.3	75.7	90
8	100	780	880	250	12.5	97.5	110
9	100	1160	1260	380	11.1	128.9	140
10	100	1700	1800	540	10	170	180

Karakteristik dari jenis biaya yang berbeda adalah:

- 1) Biaya berubah sepenuhnya dan mulai perlahan pada awalnya, tetapi setelah tingkat produksi tertentu peningkatannya menjadi lebih cepat dan lebih cepat.
- 2) Total biaya adalah total biaya perubahan.
- 3) Biaya Tetap Rata-rata berkurang.
- 4) Perubahan biaya Biaya rata-rata dan biaya marginal adalah sama. Dengan jumlah produksi yang rendah, ketiga jenis biaya ini berkurang dengan meningkatnya produksi, tetapi dengan produksi yang lebih tinggi, biaya ini lebih tinggi ketika produksi meningkat. Berdasarkan karakteristik ini, proses untuk tiga jenis biaya berbentuk U

Jumlah Produksi dan Hasil Penjualan

Keterkaitan diantara total produksi dengan penjualan, hasil penjualan rata-rata dan hasil penjualan marginal ditunjukkan dalam tabel dibawah ini.

Tabel 15. Jumlah Produksi dan Tingkat Penjualan (dalam ribuan rupiah)

Jumlah produksi (Q)	Harga (P)	Hasil Penjualan Total (TR = P x Q)	Hasil penjualan total rata-rata (AR)	Hasil penjualan marginal (MR)
-1	-2	-3	-4	-5
0	150	–	–	–
1	150	150	150	150
2	150	300	150	150
3	150	450	150	150
4	150	600	150	150
5	150	750	150	150
6	150	900	150	150
7	150	1050	150	150
8	150	1200	150	150
9	150	1350	150	150
10	150	1500	150	150

Data dan informasi yang dijelaskan adalah sebagai berikut:

- 1) Angka yang ada pada kolom (1) menunjukkan jumlah produksi yang dapat dihasilkan.
- 2) Angka yang ditunjukkan pada kolom (2) adalah tingkat harga atas produk yang diproduksi. Harga satuan ditetapkan pada Rp 150.000 karena produsen berada dalam pasar persaingan sempurna.
- 3) Angka yang ditunjukkan Kolom (3) adalah hasil total penjualan yang akan diterima oleh produsen pada berbagai tingkat produksi. Anda dapat menghitung total hasil penjualan di kolom

$$TR = P \times Q$$
- 4) Angka yang ada di kolom (4) menunjukkan *Average Revenue* (AR). Dijelaskan bahwa dalam persaingan sempurna, harga tetap meskipun volume produksi direalisasikan.
- 5) Angka yang ada di kolom (5) menggambarkan hasil penjualan marginal, yaitu hasil penjualan tambahan, yang disebabkan oleh penambahan unit barang yang dijual. Karena harga tetap, hasil penjualan marginal sesuai dengan tingkat harga.

6. Menghitung Keuntungan Yang Maksimal

Ada dua cara untuk menentukan tingkat hasil maksimalisasi keuntungan: (i) menggunakan total biaya dan pendekatan pengembalian total dan (ii) menggunakan pendekatan pengembalian marjinal.

a. Penjualan Total, Biaya Total dan Keuntungan

Metode ini adalah cara termudah untuk menentukan tingkat output, yang akan memaksimalkan manfaatnya. Untuk menentukan situasi, Anda perlu melakukan hal berikut:

- 1) Membandingkan hasil penjualan total dan biaya total pada setiap tingkat produksi,
- 2) Menentukan tingkat produksi di mana hasil penjualan total melebihi biaya total pada jumlah yang paling maksimum.

Perhatikan tabel di bawah ini:

Kolom (2) menunjukkan hasil penjualan, kolom (3) menunjukkan biaya produksi. Keuntungan yang diperoleh dalam berbagai tahapan produksi ditunjukkan pada kolom (4) yang dihitung dengan menggunakan rumus laba = total penjualan - total biaya produksi.

Tabel 16. Hasil Penjualan, Biaya produksi, dan Keuntungan Maksimum

Produksi (1)	Hasil Penjualan (2)	Biaya Produksi (3)	Keuntungan (4)
0	-	100	-100
1	150	200	-50
2	300	280	20
3	450	340	110
4	600	380	220
5	750	400	350
6	900	480	420
7	1050	630	420
8	1200	880	320
9	1350	1260	90
10	1500	1800	-300

Dengan melakukan perhitungan rumus di atas dihasilkan bahwa hasil perhitungan yang diperoleh menunjukkan keuntungan maksimum dicapai apabila perusahaan melakukan produksi sebanyak 6 atau 7 unit.

7. Penjualan Marginal, Biaya Marginal dan Keuntungan

Tabel 17. Penjualan Marginal dan Jumlah Keuntungan (ribu rupiah)

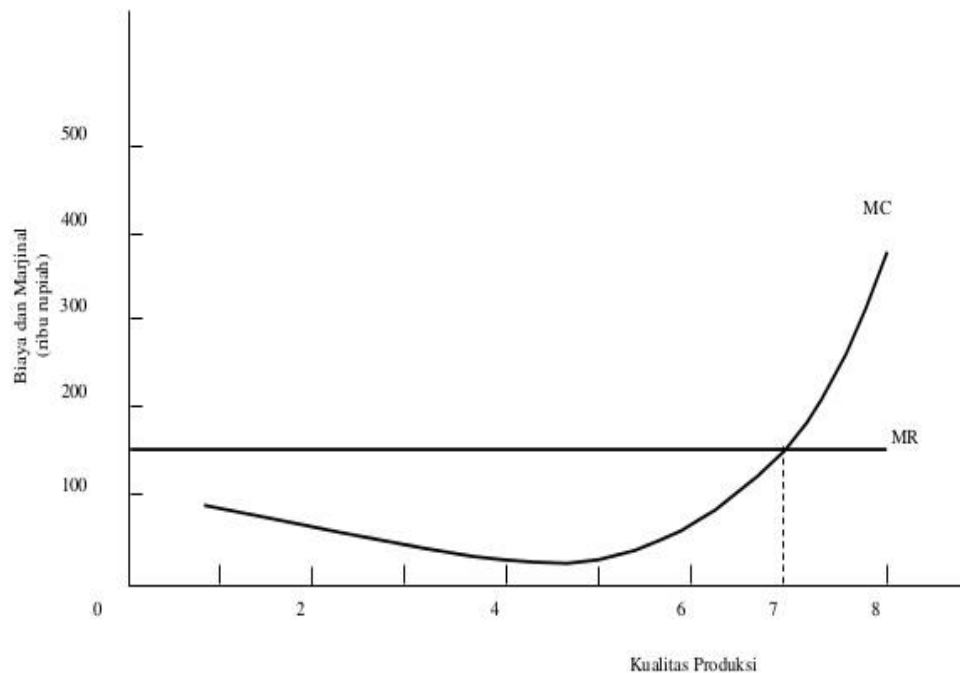
Jumlah Produksi	Marginal Revenue (MR)	Marginal Cost (MC)	Tambahan Keuntungan	Jumlah Keuntungan
0	-	-	-	-
1	150	100	50	50
2	150	80	70	120
3	150	60	90	210
4	150	40	110	320
5	150	20	130	450
6	150	80	70	520
7	150	150	0	520
8	150	250	-100	420
9	150	380	-230	190
10	150	540	-390	-200

Catatan Nilai ini masih mengandung tingkat biaya tetap Rp 100.000.

Kolom (4), yang menunjukkan penambahan (penurunan) laba produksi ditambah satu unit, dihitung dengan rumus berikut:

Laba Tambahan = Kepatuhan Umum yang Diperpanjang - Beban Biaya
 Kolom (5) adalah laba "kotor", yaitu tidak mengendalikan harga yang ditanggungkan. Misalnya, laba dihasilkan jika produksi empat unit: Rp 320 ribu (lihat tabel 11.4) - rubel. Seratus ribu = R.P. 220 rb. Pendapatan yang lebih tinggi dicapai dengan produksi enam atau tujuh unit.

Keuntungan maksimum adalah: Rp. 250.000 (Lihat tabel 11.4) - gosok. 100 .000(Tarif tetap) = Rp 420K Nilai kinerja maksimum ini sesuai dengan nilai yang dihitung untuk metode pertama. Ketentuan berikut ini berlaku: $MC = MR$. Berikut ini selalu ditunjukkan: perusahaan akan menghasilkan tujuh buah di tingkat produksi dengan $MC = MR$. Kesamaan $MC = MR$ penting dalam menentukan keadaan "keseimbangan bisnis" yang meningkatkan laba. Di bawah ini Anda akan menemukan kurva MC dan MR dan menentukan tingkat output memaksimalkan keuntungan. Bagan ini didasarkan pada data dari MC Somiglianz = MR penting untuk menentukan keadaan "keseimbangan bisnis" yang memaksimalkan laba.



Gambar 49. Menentukan Tingkat Produksi yang Memaksimumkan Keuntungan

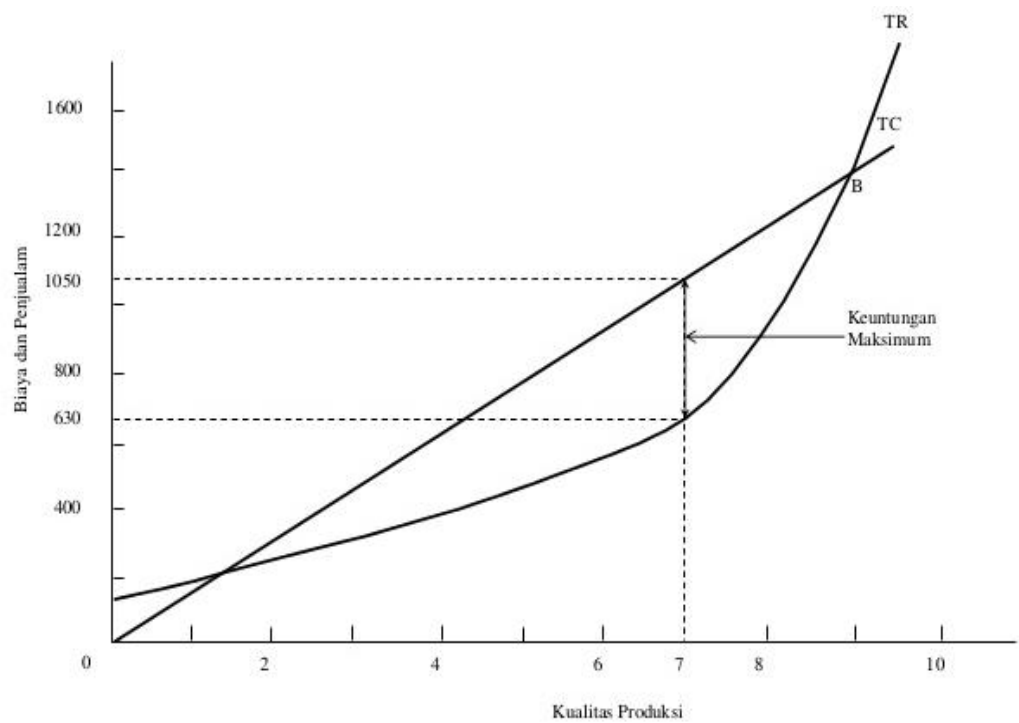
8. Grafik Keuntungan Maksimal Jangka Pendek

Ada dua cara untuk melihat grafik maksimalisasi keuntungan perusahaan:

- Grafik yang menggambarkan total biaya dan hasil penjualan
- Dengan grafik yang menggambarkan biaya marjinal dan hasil penjualan marjinal.

9. Pendekatan Biaya Total Hasil Penjualan Total

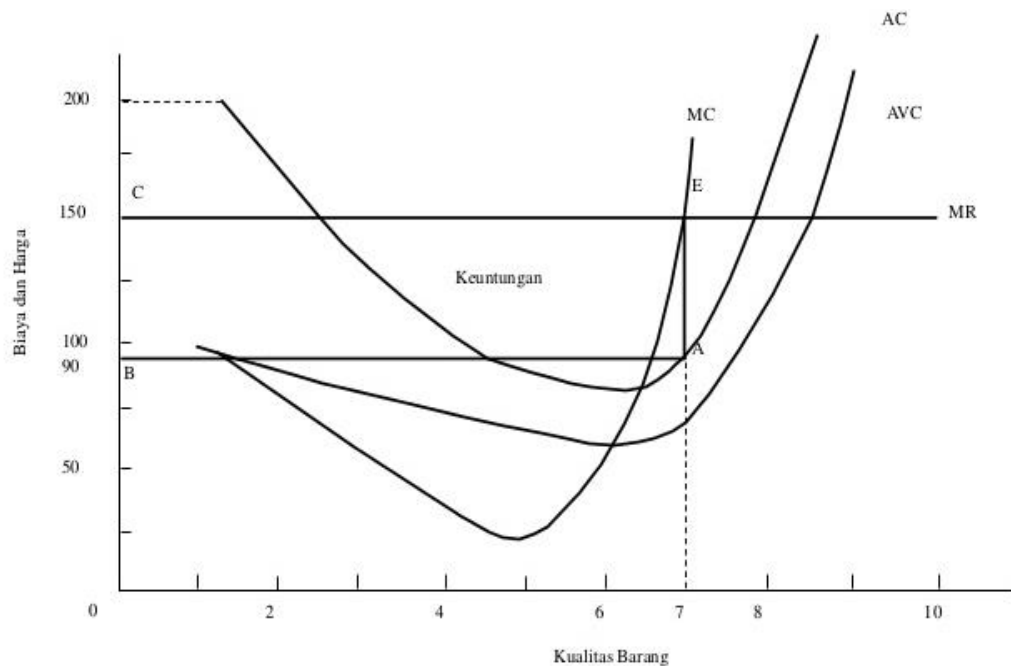
Kurva TC (Biaya Total) dan TR (Pendapatan Total) dibuat dari gambar pada Tabel 11.1 dan 11.2. Kurva TC dimulai dari atas kurva TR dan melanjutkan aktivitas sekitar 2 unit. Tingkat TC yang tinggi yang membungkuk di atas kurva TR menunjukkan bahwa perusahaan telah kehilangan uang. Karena volume produksi antara 2 dan 9 unit, kurva TC akan berada di bawah kurva TR, yang menunjukkan bahwa perusahaan menghasilkan laba.



Gambar 50. Menentukan Keuntungan Maksimum Dengan Kurva Biaya Dan Penjualan Total

Ketika garis lurus ditarik antara TC dan TR, akan terbentuk garis panjang dengan tujuh bagian yang mewakili keuntungan maksimum. Ketika volume produksi mencapai sepuluh unit atau lebih, kurva TC terletak di belakang kurva TR, yang berarti perusahaan kehilangan profitabilitas. Korelasi kurva TC dengan kurva TR dikenal sebagai break-even point, yang menjelaskan total biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan, serta produk hasil penjualan. uang yang dia hasilkan. Titik tumpang tindih bekerja pada dua bagian yaitu pada titik A dan titik B.

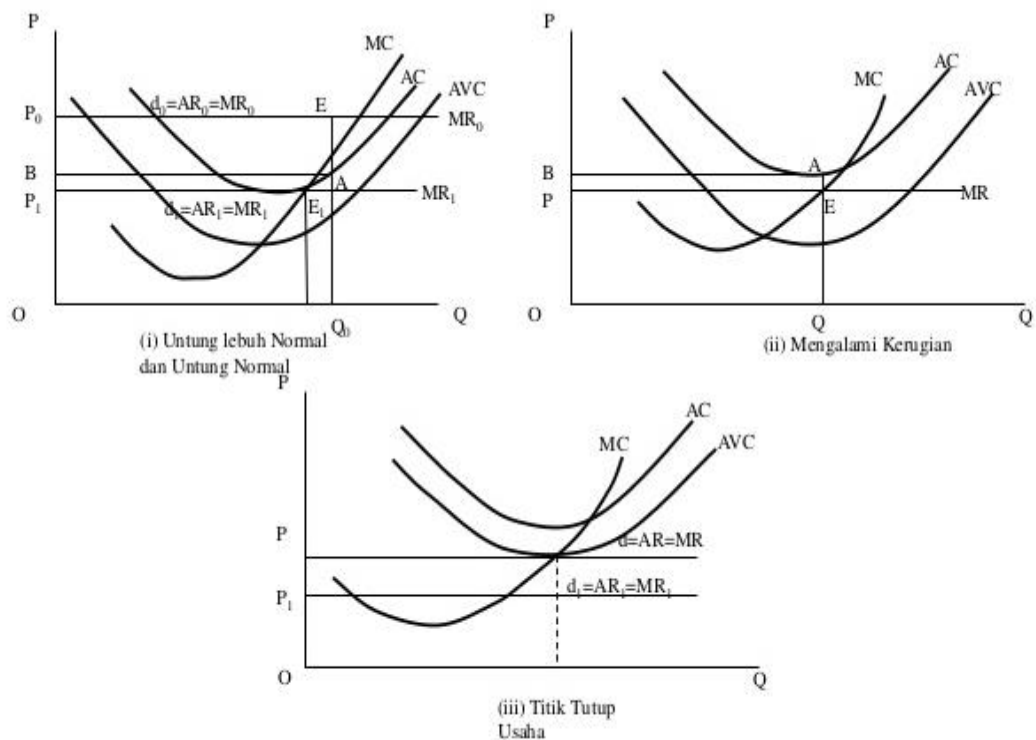
10. Pendekatan Biaya Marginal-Hasil Penjualan Marginal



Gambar 51. Mengagambarkan keuntungan Maksimum dengan Kurva Biaya dan Penjualan Marginal

Aktivitas perusahaan menghasilkan keuntungan maksimum jika produksi dilakukan dengan $MC = MR$. Dengan demikian, perusahaan merealisasikan laba maksimal jika produksinya 7 unit. Meskipun setiap bisnis berusaha untuk memaksimalkan keuntungan, itu bukan berarti bahwa setiap bisnis selalu mendapat manfaat dari kegiatan operasionalnya. Dalam jangka pendek, struktur laba rugi perusahaan menawarkan empat opsi:

- Mendapatkan Keuntungan diatas target perusahaan
- Berada pada Kondisi Titik impas (*Break Event Point*)
- Dalam Kondisi rugi namun masih dapat membayar biaya variabel
- Kondisi rugi dan menutup usaha.
- Kondisi Titik Impas Atau Lebih



Gambar 52. Tiga Kondisi Kemungkinan Keuntungan Perusahaan

Penjelasan:

- 1) Pada gambar 6 (i) Perusahaan mendapat keuntungan normal apabila harga lebih tinggi dari biaya paling rata-rata paling minimum. Apabila Harga adalah P_0 , Perusahaan akan mendapat luar biasa. Keuntungan ini dapat dicapai pada waktu jumlah produksi Q_0 dan besarnya keuntungan luar biasa tersebut adalah $AEP_0 B$. Keuntungan seperti ini akan berlaku dalam jangka pendek. Dalam jangka panjang adanya keuntungan tersebut akan menarik masuknya perusahaan-perusahaan baru. Maka penawaran barang akan bertambah dan ini mengakibatkan penurunan harga sehingga akhirnya keuntungan luar biasa tersebut tidak wujud lagi.
- 2) Gambar 6 (ii) menunjukkan keadaan dimana perusahaan mengalami kerugian tetapi masih dapat beroperasi dimana harga lebih rendah dari biaya total rata-rata. Dalam keadaan seperti ini perusahaan akan meneruskan usahanya, karena kalau tidak ia akan mengalami kerugian yang lebih besar lagi yaitu sebanyak biaya tetap yang dikeluarkannya. Dalam meneruskan kegiatannya perusahaan akan menghasilkan

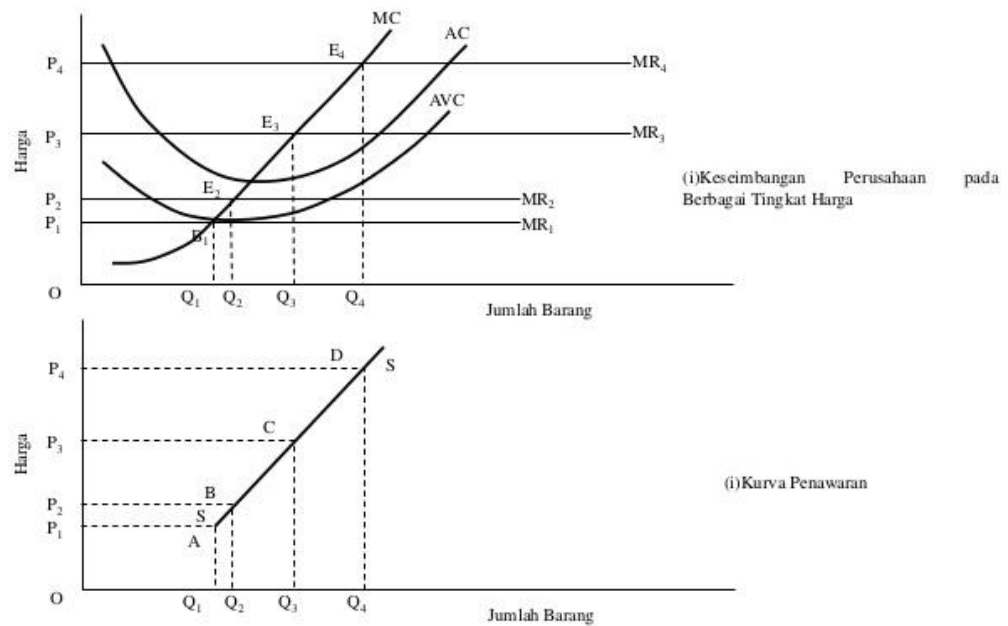
produksi sampai kepada tingkat dimana $MC=MR$. Kesamaan diantara MC dan MR dicapai titik E . Dengan demikian produksi yang harus dicapai supaya kerugiannya minimum adalah Q . Biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan sebanyak $OQAB$ dan hasil penjualannya adalah sebanyak $OQEP$, ini berarti kerugian minimum yang ditanggung perusahaan sebesar $PEAB$.

- 3) Gambar 6 (iii) Menunjukkan keadaan Perusahaan menutup usahanya. Dalam grafik ditunjukkan bahwa garis $d=AR=MR$ menyinggung kurva AVC dan garis $d_1=AR_1=MR_1$ berada dibawah AVC . Apabila perusahaan menghadapi kondisi seperti ini maka sebaiknya perusahaan mengambil langkah untuk menutup usaha, sekalipun perusahaan menghasilkan barang, perusahaan sama sekali tidak memperoleh pendapatan. Pendapatan dikeluarkan hanya menutupi biaya tetap yang telah dikeluarkan. Dalam jangka pendek perusahaan tidak bisa langsung membubarkan kegiatannya, karena dalam situasi seperti ini perusahaan tidak dapat menjual harta yang dimiliki. Dengan demikian perusahaan baru dalam tahap menghentikan kegiatan produksinya atau “menutup perusahaannya atau “*shutdown*” dan belum pada tingkat membubarkan perusahaan atau meninggalkan industry tersebut.

11. Biaya Marginal

a. Biaya Marginal Dan Kurva Penawaran

Kurva supply adalah kurva yang menunjukkan hubungan antara biaya suatu barang dan jumlah barang yang dikirim. Pembahasan ini menjelaskan bahwa pihak perusahaan di pasar yang kompetitif adalah strategi perdagangan perusahaan itu karena memengaruhi kurva AVC .

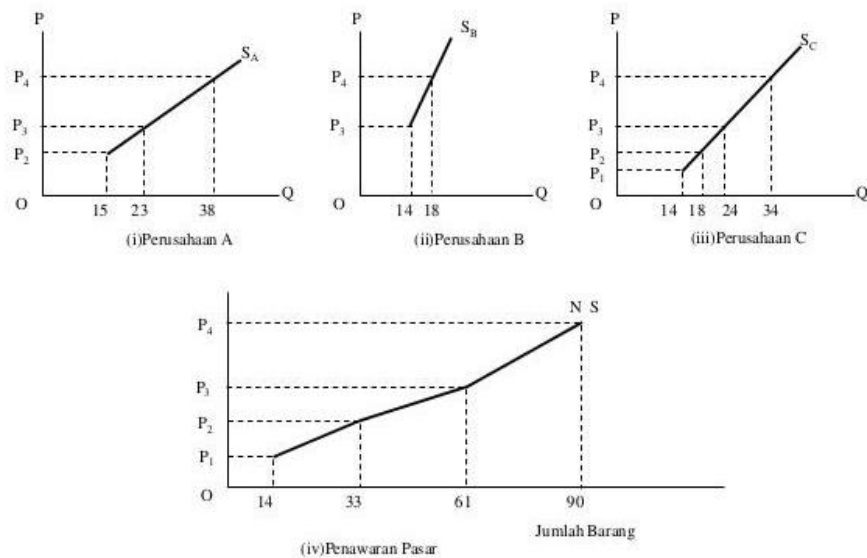


Gambar 53. Membentuk Kurva Penawaran Perusahaan

Penjelasan Kurva;

- 1) Gambar 7 (i) menunjukkan harga dengan harga berbeda. Jika perusahaan tidak mau tutup, itu akan terus berinovasi. Untuk meminimalkan kerugian, perusahaan akan memproduksi jika $MC = MR$. Keadaan ini dapat mencapai titik E1. Pada harga P1, perusahaan akan memproduksi barang hingga ukuran Q. Jika harga menjadi P2, perusahaan akan menyesuaikan fase produksinya dengan perubahan ini. Untuk mengurangi kerugian, perusahaan dibuat dalam kasus $MC = MR$. Pada harga P2, tersedia di level E2, perusahaan akan memproduksi hingga T2. Pada saat harga P3 dan P4, perusahaan telah menghasilkan keuntungan luar biasa. Jadi, jika dengan biaya P3 $MC = MR$ E3 mencapai dan harga P4 mencapai E4 dan dengan demikian meningkatkan laba harga P3, perusahaan akan menghasilkan Q3 yang cukup dan dengan biaya P4, perusahaan akan menghasilkan Q4 persis.
- 2) Dalam Gambar 7 (ii), titik A menunjukkan kondisi yang ditunjukkan oleh E bahwa perusahaan akan memproduksi dan menjual sebanyak T1 pada harga P1. Poin B, C, D menunjukkan kondisi yang dijelaskan oleh E2, E3 dan E4. Kurva SS, diwakili oleh titik A, B, C dan D, adalah kurva penawaran perusahaan.

b. Kurva Penawaran dalam Industri



Gambar 54. Kurva Penawaran Perusahaan dan Industri

Penjelasan:

Pada gambar 8 dimisalkan menunjukkan kondisi dalam pasar persaingan sempurna pada suatu industri, terdapat 3 perusahaan yaitu: Perusahaan A, B, C. masing-masing perusahaan memiliki kurva penawaran.

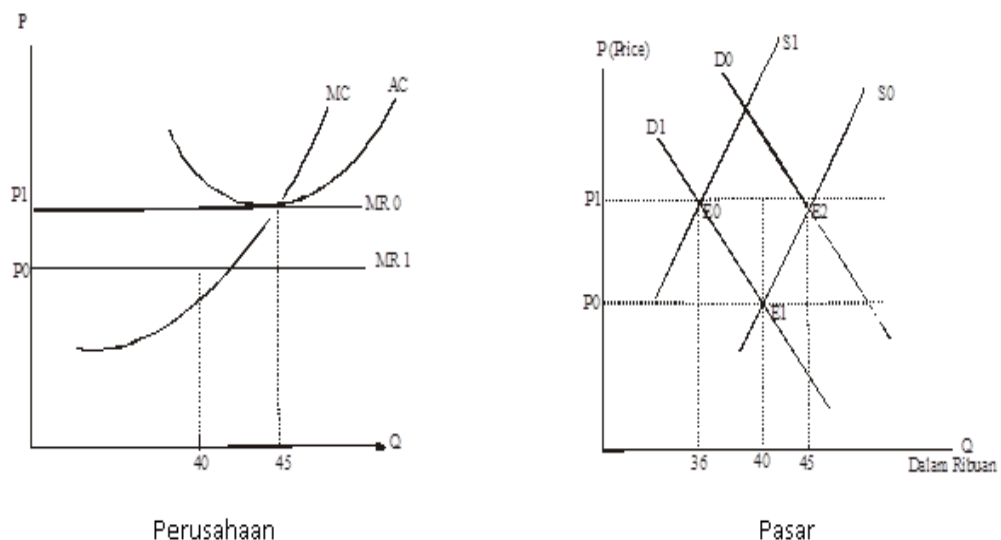
Pada saat harga sebesar P_1 hanya perusahaan C yang akan menghasilkan produksi dan melakukan penawaran barang sebanyak 14 unit, hal ini digambarkan pada (iv) pada titik K. Harga P_2 , perusahaan A dan C akan melakukan penawaran barang dipasar sebanyak 33 unit. (15 unit diproduksi oleh perusahaan A dan 18 unit di produksi oleh perusahaan C. Keadaan ini ditunjukkan oleh titik L (gambar iv). Ketika harga sebesar P_3 dan P_4 ketiga perusahaan akan melakukan penawaran barang kepasar. Total penawaran barang pada harga P_3 adalah 61 unit ($23 + 14 + 24$) digambarkan oleh titik M, sedangkan total penawaran pada harga P_4 adalah 90 unit ($38 + 18 + 34$) dan digambarkan oleh titik N. Dengan menghubungkan titik K, L, M, N pada grafik maka akan terbentuk kurva SS yang menunjukkan tingkat penawaran industri atau penawaran barang yang berlaku dipasar persaingan sempurna yang terdiri dari gabungan penawaran ketiga perusahaan tersebut.

12. Operasi Perusahaan Dan Industri Dalam Jangka Panjang

Seiring waktu, bisnis dan industri dapat membuat perubahan drastis dalam waktu dekat. Perusahaan dapat menambahkan produk produksi jangka pendek. Ini bisa berarti bahwa masyarakat tidak lagi memiliki harga tetap, tetapi perubahan harga secara menyeluruh. Jika perusahaan tidak dapat mentolerir perubahan harga, maka perusahaan tidak akan menutup dan terlibat dalam operasi manufaktur. Perubahan lain dapat dilakukan seiring waktu dengan meningkatnya biaya tenaga kerja dan teknologi. Dan harga penuh itu meningkat. Perubahan ini mempengaruhi biaya produksi semua perusahaan. Mengingat kemungkinan adanya kesepakatan tersebut, situasi di perusahaan dan industri akan berubah, dua hal perlu diperhatikan:

- a. Kondisi yang tercapai jika permintaan naik
- b. Kondisi yang tercapai jika permintaan turun

- a. Perubahan Karena Adanya Kenaikan Permintaan



Gambar 55. Penyesuaian akibat kenaikan Permintaan

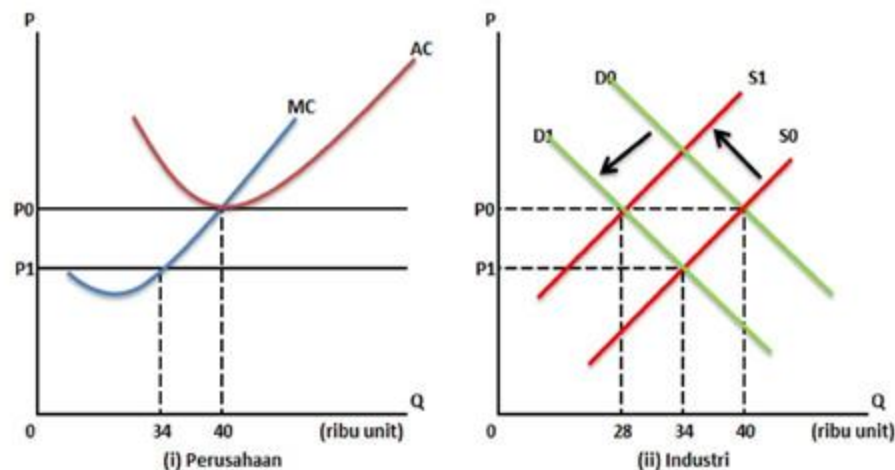
Penjelasan:

- 1) Gambar 11.9 (i) Ini bergantung pada penutupan perusahaan baru di industri. Entri baru perusahaan dilakukan sehingga penawarannya S1, dan harganya juga P0. Jika volume penjualan mencapai 60.000, dan

perusahaan mulai menghasilkan 40 persen, itu berarti perusahaan di industri itu lima belas persen.

- 2) Gambar 11.9 (ii) menggambarkan penawaran dan permintaan di industri (pasar), misalnya di seribu cabang usaha, kebutuhan awal di pasar adalah D_0 , dan jumlah barang yang terjual 40 unit. Karena terdapat seribu perusahaan dan setiap pabrik memiliki nilai wajar, maka setiap pabrik memproduksi 40 saham. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memperoleh laba normal sebesar P_0 . Misalkan permintaan meningkat dari D_0 ke D_1 , yang meningkatkan harga menjadi P_1 dan meningkatkan pangsa pasar yang tersedia menjadi 48.000. Jadi, perusahaan memproduksi 48 unit.

b. Perubahan Yang Diakibatkan Penurunan Permintaan



Gambar 56. Grafik Perubahan Akibat Penurunan Permintaan

Ketika pasar dikonversi dari D_0 menjadi D_1 , perubahan ini mengurangi harga dari P_0 ke P_1 , yang pada gilirannya mengurangi volume barang yang dijual dari 40.000 menjadi 34.000 unit. Karena itu, setiap perusahaan memproduksi 34 unit. Harga baru (P_1) lebih rendah dari harga minimum rata-rata, sehingga setiap bisnis menderita kerugian. Menghadapi situasi ini, beberapa perusahaan telah menghentikan operasinya. Kuantitas yang ditawarkan lebih tinggi dan lebih rendah, dan kemudian secara bertahap kenaikan harga, yang pada gilirannya berasal dari kurva ini. Sementara setiap perusahaan kembali menghasilkan 40 unit. Oleh karena itu, jumlah perusahaan telah menurun dari 1000 menjadi $28.000 / 40 = 700$ perusahaan.

13. Keuntungan Jangka Panjang

Dalam jangka panjang, perusahaan tidak dapat menghasilkan keuntungan luar biasa (lebih dari biasanya). Keuntungan terbaik menarik perusahaan baru di sektor ini. Jika perusahaan menderita kerugian, ini adalah kondisi sementara. Kerugian mendorong beberapa perusahaan untuk keluar dari sektor ini, menunjukkan bahwa perusahaan penuh biasanya menerima manfaat jangka panjang yang sederhana.

14. Kurva Penawaran Industri Dalam Jangka Panjang

Perubahan jangka panjang dalam biaya produksi mempengaruhi kurva penawaran. Bergantung pada sifat perubahan jangka panjang dalam biaya produksi, kurva penawaran sektor ini dapat dibagi menjadi tiga jenis dalam pasar yang sepenuhnya kompetitif.

- a. Biaya jangka panjang yang tidak berubah
- b. Biaya jangka panjang yang semakin meningkat
- c. Biaya jangka panjang yang semakin menurun

15. Kelebihan dan Kelemahan Pasar Persaingan Sempurna

- a. Kelebihan Pasar Persaingan Sempurna

Pasar yang kompetitif memiliki banyak keunggulan dibandingkan pasar lainnya.

- b. Efisiensi Pasar Persaingan Sempurna

Sebelum kita mendefinisikan keuntungan dari pasar yang sangat kompetitif dalam hal:

- 1) Efisiensi Produktif: Untuk mencapai konsep ini, ada dua hal yang harus dipenuhi. Pertama, biaya yang tersedia di setiap tahap produksi minimal. Berbagai macam bahan dapat digunakan untuk membuat produk. Semakin banyak merger semakin murah biayanya. Persyaratan ini harus dipenuhi di semua tahap pengembangan. Syarat lainnya: setiap komponen harus menghasilkan produk dengan harga menengah dan bawah, yaitu pada saat kurva AC mencapai titik terendahnya. Setelah industri mencapai negara ini, sektor manufaktur harus mencapai tingkat produksi yang lebih tinggi dan biaya produksi yang lebih rendah.
- 2) Efisiensi Alokatif: Untuk melihat apakah konsep ini dapat dilakukan, perlu dicek apakah alokasi modal untuk kegiatan usaha / produk sudah

mencapai tingkat yang tinggi. Alokasi sumber daya memungkinkan mencapai kinerja maksimum jika kondisi berikut terpenuhi: Harga setiap produk sama dengan biaya marginal, Artinya produksi harus kontinyu agar semua perusahaan dapat memenuhi syarat dimana $\text{cost} = \text{biaya marginal}$. Dengan cara ini, produksi berbagai jenis produk dalam perekonomian akan meningkatkan kesejahteraan penduduk. Dalam pasar yang sangat kompetitif, dua jenis kondisi dapat dijelaskan di atas. Ia juga mengatakan bahwa perusahaan akan mendapatkan keuntungan dari persaingan penuh dalam jangka panjang dan akan mendapatkan keuntungan yang baik jika mulai menjual. Mengenai pengertian produksi yang baik, kegiatan produksi selalu tersedia bagi perusahaan dalam persaingan langsung.

Dijelaskan juga bahwa dalam persaingan sempurna $\text{harga} = \text{hasil penjualan marjinal}$. Dan untuk memaksimalkan keuntungan, situasinya adalah: $\text{hasil penjualan marjinal} = \text{biaya marjinal}$. Jadi, dari waktu ke waktu, kondisi berikut berlaku: $\text{harga} = \text{tepi penjualan} = \text{harga rata-rata}$. Kesamaan ini menunjukkan bahwa pasar kompetitif yang lengkap juga menemukan potensi distribusi. Berdasarkan fakta bahwa desain produk dan kemampuan distribusi tersedia di pasar yang sangat kompetitif.

c. Kebebasan bertindak dan memilih

Semua kompetisi menghambat pertumbuhan konsolidasi kekuasaan di subsektor. Secara umum, orang percaya bahwa pertemuan semacam itu membatasi kebebasan memilih dan memilih profesi. Selain itu, pilihan konsumen terbatas.

Di pasar bebas, tidak ada yang memiliki kekuatan untuk menentukan harga, jumlah produksi dan jenis barang yang diproduksi. Juga, efisiensi dalam menentukan bagaimana menggunakan faktor-faktor produksi menentukan alokasi. Tidak ada yang memiliki kekuatan untuk menentukan gaya atribusi. Selain itu, dengan kebebasan untuk memproduksi berbagai jenis barang, masyarakat mungkin memiliki pilihan barang dan jasa yang lebih besar yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhannya. Dan orang-orang memiliki kebebasan penuh dalam pilihan yang mereka buat menggunakan faktor-faktor produksi yang mereka miliki.

d. Kelemahan Pasar Persaingan Sempurna

Dari beberapa penjelasan mengenai kelebihan dari pasar persaingan sempurna berikut beberapa kelemahannya antara lain:

1) Persaingan Sempurna Tidak mendorong Inovasi

Pada persaingan sempurna, teknologi dapat dengan mudah ditiru oleh perusahaan lain. Akibatnya, bisnis tidak dapat menikmati manfaat abadi dari pengembangan teknologi baru dan teknologi manufaktur. Karena alasan ini, laba jangka panjang hanyalah laba normal, karena walaupun sebuah bisnis dapat meningkatkan efisiensi dan menurunkan biaya pada awalnya, bisnis lain dapat melakukannya dalam waktu singkat. Inkohistensi keunggulan pengembangan teknologi ini menentukan bahwa perusahaan tidak tertarik dalam mengimplementasikan perkembangan dan inovasi teknologi.

Selain alasan yang disebutkan di atas, sekelompok ekonom percaya bahwa kemajuan teknologi di pasar persaingan sempurna terbatas, karena perusahaan kecil tidak dapat mengajukan permohonan untuk pengembangan teknologi yang lebih maju. Jajak pendapat ini seringkali sangat mahal dan tidak dapat didukung oleh usaha kecil.

2) Persaingan Sempurna Memungkinkan Menimbulkan Biaya Sosial

Di dalam menilai efisiensi perusahaan yang diperhatikan adalah cara perusahaan itu menggunakan sumber-sumber daya. Ditinjau dari sudut pandangan perusahaan, penggunaannya mungkin sangat efisien. Akan tetapi, ditinjau dari sudut kepentingan masyarakat, adakalanya merugikan.

3) Membatasi Pilihan Konsumen

Karena barang yang dihasilkan perusahaan-perusahaan adalah 100 persen sama, konsumen mempunyai pilihan yang terbatas untuk menentukan barang yang akan dikonsumsi.

4) Biaya-Biaya Dalam Pasar Persaingan Sempurna Lebih Tinggi

Didalam mengatakan biaya produksi dalam pasar persaingan sempurna adalah paling minimum, tersirat (yang tidak dinyatakan) premis bahwa biaya produksi tidak berbeda. Premis ini tidak selalu benar. Perusahaan-perusahaan dalam bentuk pasar lainnya mungkin dapat mengurangi biaya produksi sebagai akibat menikmati skala ekonomi, perkembangan teknologi dan inovasi

5) Memungkinkan Distribusi Pendapatan Tidak Merata

Suatu corak distribusi pendapatan tertentu menimbulkan suatu pola permintaan tertentu dalam masyarakat. Pola permintaan tersebut akan menentukan bentuk pengalokasian sumber-sumber daya. Ini berarti distribusi pendapatan menentukan bagaimana bentuk dari penggunaan sumber-sumber daya yang efisien. Kalau distribusi pendapatan tidak merata maka penggunaan sumber-sumber daya (yang dialokasikan secara efisien) akan lebih banyak digunakan untuk kepentingan golongan kaya.

C. LATIHAN SOAL/TUGAS

1. Suatu perusahaan dalam persaingan sempurna mengeluarkan biaya (biaya tetap) sebanyak Rp 10.000. Biaya berubah total pada berbagai tingkat produksi adalah seperti yang ditunjukkan dalam tabel berikut:

Jumlah Produksi	Jumlah Penjualan	Biaya BerubahTotal
0	0	40.000
1	20	60.000
2	40	70.000
3	60	75.000
4	80	78.000
5	100	85.000
6	120	95.000
7	140	110.000
8	160	135.000
9	180	165.000
10	200	200.000

- a. Hitunglah biaya total, biaya rata-rata, dan biaya marjinal
 - b. Harga pasar barang adalah 90.000. Hitunglah hasil penjualan total pada berbagai tingkat produksi
 - c. Tunjukkan keseimbangan yang dicapai perusahaan tersebut dengan grafik. Berapakah jumlah produksi yang dijualnya.
2. Dalam suatu perusahaan yang berada dipasar persaingan sempurna, hasil penjualan total dan biaya total pada berbagai tingkat produksi adalah seperti ditunjukkan dalam tabel dibawah ini (nilai –nilai dalam ribuan rupiah). (catatan apabila produksi adalah nol, biaya total adalah Rp 40000 maka biaya tetap total adalah 40000

Jumlah Produksi	Biaya Berubah	Biaya Total	Biaya Marginal
0	0		
1	20.000		
2	40.000		
3	60.000		
4	80.000		
5	100.000		
6	120.000		
7	140.000		
8	160.000		
9	180.000		
10	200.000		

- Hitunglah biaya total dan biaya marginal. Jika Harga barang tersebut adalah sebesar Rp 15.000 hitunglah hasil penjualan total dan hasil penjualan marjinal!
 - Jelaskan pada tingkat produksi seberapa perusahaan dapat beroperasi dengan memperoleh keuntungan. Tingkat produksi yang manakah dapat memberikan keuntungan maksimum? Mengapa? Hitung jumlah Keuntungan yang diterima
 - Gambarkan keadaan keseimbangan perusahaan secara grafik.
- Jelaskan dengan kurva perubahan akibat kenaikan permintaan.
 - Apa yang dilakukan perusahaan supaya perusahaan tetap bertahan dan tidak menutup usahanya, bagaimana cara kinerja perusahaan supaya dapat memaksimalkan keuntungan jelaskan dengan kurva penawaran.

D. DAFTAR PUSTAKA

- Mankiw, Gregory. (2014). Pengantar Ekonomi Mikro-Edisi Asia Vol 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Rahardja, Pratama, Mandala Manurung. (2008). Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikroekonomi & Makroekonomi). Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Sukirno, Sadono. (2016). Mikro Ekonomi Teori Pengantar: Edisi Ketiga. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sukirno, Sadono. (2011). Pengantar Teori Ekonomi Mikro. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

PERTEMUAN 12

MONOPOLI

A. TUJUAN PEMBELAJARAN

Selesai membaca dan mempelajari materi ini, mahasiswa diharapkan dapat:

1. Mendefinisikan Pasar Monopoli
2. Menghitung Biaya Dan Penjualan Dalam Kasus Pasar Monopoli.
3. Ciri-Ciri Dari Pasar Monopoli Dan Indikator-Indikator Penyebab Terjadinya Monopoli
4. Menunukan Keadaan Dalam Mencapai Pemaksimum Keuntungan Dalam Pasar Monopoli
5. Monopoli Dan Kurva Penawaran
6. Monopoli Dan Diskriminasi Harga

B. URAIAN MATERI

1. Definisi Pasar Monopoli

Struktur dari pasar monopoli merupakan pasar yang bertolak belakang dengan pasar persaingan sempurna adalah struktur pasar monopoli. Pasar monopoli adalah struktur pasar hanya ada satu penjual, tidak ada perusahaan yang memproduksi substitusi produk yang mirip (*close substitute*), dan terdapat hambatan masuk (*barriers to entry*) ke pasar.

Adapun Ciri-ciri pasar monopoli dijelaskan sebagai berikut:

a. Terdapat Satu Penjual.

Disebabkan hanya ada satu penjual sehingga pembeli tidak memiliki pilihan lain. Dalam pembahasan ini pembeli hanya menerima ketentuan jual beli yang ditentukan penjual,

b. Tidak terdapat barang substitusi yang sama.

Misalnya listrik. Listrik tidak menggantikan hal-hal lain. Ada agen, tetapi propertinya berbeda, seperti lampu lalu lintas. Lampu oli tidak dapat menggantikan fungsi daya TV, logam, dan sebagainya.

c. Adanya hambatan didalam pasar.

Hambatan bagi perusahaan yang ingin masuk ke pasar monopoli berikutnya adalah hambatan berupa Undang-undang, Teknologi yang canggih dan modern dan modal yang besar.

- d. Dapat mempengaruhi harga (price setter).

Disebabkan perusahaan dapat mengendalikan tingkat produksinya maka perusahaan dapat bertindak sebagai penentu harga.

- e. Promosi Iklan kurang diperlukan.

Iklan menjadi kurang dibutuhkan dalam pemasaran disebabkan tanpa adanya iklan konsumen sudah tentu mencari dan membeli barang yang dijual oleh perusahaan monopoli. Iklan digunakan sebatas menjaga hubungan baik dengan para stakeholdernya.

2. Indikator-indikator Penyebab Terbentuknya Monopoli

Ada tiga indikator dapat menimbulkan terciptanya pasar (perusahaan) monopoli. Antara lain:

- a. Memiliki Sumber Daya Yang Unik

Struktur monopoli penting adalah kepemilikan satu sumber daya yang bukan milik orang atau perusahaan lain. Contoh nyata dari ini adalah "suara emas" dari seorang penyanyi terkenal atau kemampuan luar biasa dari seorang pemain sepak bola untuk bermain. Mereka pintar sendiri, dan mereka perlu membayar lebih dari biasanya jika orang ingin menikmatinya. Dalam perekonomian, dikatakan melakukan sistem monopoli jika sesuatu perusahaan menguasai seluruh atau sebagian besar bahan mentah yang tersedia.

Saat ini adalah contoh perusahaan yang masih memiliki real estate seperti permata De Beers Company di Afrika Selatan. Hampir semua penambangan batu permata di dunia adalah milik perusahaan-perusahaan ini. Pada awal abad terakhir, Standard Oil Company di Amerika Serikat mengendalikan hampir semua sumber daya minyak negara.

Sampai Perang Dunia Kedua, Perusahaan Aluminium Amerika juga memiliki kekuatan monopoli. Pada saat itu, hampir semua cadangan bauksit, yang merupakan bahan baku untuk produksi aluminium, milik perusahaan. Oleh karena itu, Perusahaan Aluminium Amerika dapat menghasilkan barang tanpa persaingan. Perusahaan air minum di kota adalah contoh lain dari kekuatan monopoli dengan sumber daya yang unik.

- b. Mencapai Skala Ekonomi

Perkembangan teknologi semakin cepat. Keadaan teknologi paling lazim di berbagai bagian ekonomi, sehingga produksi yang baik dapat dicapai jika ukuran produksi cukup besar dan mencakup semua persyaratan pasar. Ini

berarti bahwa jika tingkat produksi tinggi, perusahaan baru akan mendapat manfaat dari penutupan ekonomi yang tinggi.

Ketika suatu perusahaan mencapai suatu kondisi di mana biaya produksi mencapai minimum, total produksi hampir sama dengan permintaan yang diamati di pasar. Oleh karena itu, sebagai akibat dari skala ekonomi seperti itu, perusahaan dapat mengurangi harga produk mereka jika produksinya lebih tinggi. Harga sangat rendah pada jumlah produksi yang sangat tinggi sehingga perusahaan baru tidak akan mampu bersaing dengan perusahaan berkembang pertama. Situasi ini mencapai pasar monopoli.

Salah satu sektor yang skala ekonominya seperti dijelaskan di atas adalah perusahaan yang menyebut dirinya monopoli alami. Monopoli alami biasanya ditemukan di perusahaan utilitas (perusahaan utilitas), seperti perusahaan listrik, perusahaan air minum, perusahaan telepon dan perusahaan kereta api. Dalam beberapa jenis skala ekonomi lain, tidak ada monopoli, tetapi satu atau lebih perusahaan menghasilkan jumlah barang yang hampir sama dengan yang ada di pasar. Perusahaan baja, industri minyak dan otomotif adalah contoh dari industri ini

3. Kekuasaan Monopoli Yang Diperoleh Melalui Peraturan Pemerintah

Tindakan banyak masyarakat termasuk peraturan pemerintah yang mengatur norma-norma penghasilan listrik lebih rendah daripada Anda. Ini adalah sebagai berikut:

a. Peraturan Hak Cipta (*copyrights*)

Perkembangan ekonomi yang pesat disebabkan oleh perkembangan teknologi. Teknologi membutuhkan waktu bertahun-tahun untuk berkembang dan mahal. Oleh karena itu, proses dan biaya pengembangan teknologi tidak akan terjangkau oleh perusahaan jika hasil operasi bisnisnya dapat dengan mudah direproduksi atau ditiru oleh perusahaan lain. Jika tidak ada aturan yang melarang penyalinan, perusahaan tidak perlu membuat produk yang berkualitas karena akan segera ditiru oleh perusahaan lain. Akibatnya, kemajuan teknologi akan sulit dan sebaliknya pertumbuhan ekonomi akan melambat. Agar perusahaan dapat mengembangkan teknologi untuk menciptakan aset baru untuk kepentingan perusahaan, pemerintah harus mengeluarkan dan menghukum plagiarisme. Langkah-langkah seperti ini

dilakukan dengan memberikan paten kepada perusahaan yang mengembangkan produk baru.

Hak kekayaan intelektual juga merupakan hak paten, ini adalah janji hukum untuk mencegah penipuan. Akibatnya, hak cipta adalah yang tertinggi untuk penulis lagu dan penulis lagu. Sehubungan dengan hak cipta ini, hanya penulis atau penulis lagu dari lagu ini yang memiliki hak untuk merekam dan merekam buku.

- b. Hak usaha eksklusif (*exclusive franchise*) yang diberikan oleh pemerintah kepada para perusahaan jasa umum.

Ketika perusahaan memperoleh skala keuangan hanya setelah mencapai tingkat produksi yang sangat tinggi, kepentingan publik dimaksimalkan. Perusahaan memiliki kemampuan untuk mencapai skala ekonomis dengan tetap mempertahankannya. Untuk membuat. Pemerintah harus mengambil dua langkah:

- a. Menyerahkan hak monopoli kepada suatu perusahaan dalam suatu aktifitas tertentu,
- b. Menetapkan harga rendah terhadap barang/jasa yang diproduksi. Contoh perusahaan seperti ini adalah perusahaan air minum, penerbangan dan angkutan kereta api.

Jika tidak adanya hak eksklusif untuk melakukan bisnis monopoli, akan ada hambatan di tingkat ekonomi tertinggi. Akibatnya, setiap perusahaan menetapkan harga / tarif tinggi untuk barang / jasa yang dihasilkannya. Keadaan seperti ini merugikan masyarakat karena mereka harus membayar harga tinggi untuk produksi perusahaan. Hak eksklusif yang menjamin keberadaan perusahaan di pasar tidak menjamin bahwa harga lebih rendah. Meskipun perusahaan dapat mengambil keuntungan dari skala ekonomi yang mengarah ke biaya produksi yang sangat rendah, tidak pasti apakah perusahaan akan menjual produknya dengan harga lebih rendah. Untuk mencegah perusahaan mengambil langkah-langkah ini, pemerintah menghapuskan hak monopoli dan harga jual barang / jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

4. Pemaksimum Keuntungan Dalam Pasar Monopoli

Ketika mengevaluasi penentuan keuntungan maksimum, manfaatnya digunakan dalam monopoli dua arah, yaitu. Dengan metode ini, angka dapat ditampilkan secara grafis. Prinsip penentuan maksimum disepakati untuk masing-masing. Dua langkah tersebut adalah:

- a. Menghitung selisih antara nilai dari hasil penjualan total dengan biaya total
- b. Membandingkan nilai dari Biaya marginal dan hasil penjualan marginal.

Sebelum melakukannya, mari kita menganalisis rasio harga / kuantitas dari produk yang ditawarkan / diproduksi dan efek dari jenis hubungan pada total harga pembelian.

- a. Produksi, Harga dan Penjualan

Karena hanya satu perusahaan di pasar monopoli. Oleh sebab itu, permintaan dalam industri juga merupakan permintaan untuk produk-produk perusahaan monopoli. Sifat umum permintaan barang telah dijelaskan: semakin tinggi harga barang, semakin rendah kuantitas yang dipesan. Properti ini menghasilkan penurunan kurva permintaan produk dari kiri atas ke kanan bawah. Permintaan untuk produksi monopoli tidak menyimpang dari sifat ini. Ini berarti perusahaan monopoli dapat memperoleh harga jual tinggi ketika produksi rendah dan harga jual lebih rendah ketika produksi lebih tinggi. Ketika menjelaskan persaingan sempurna, permintaan elastis sempurna dijelaskan (yaitu kurva permintaan untuk roda datar) dan, sesuai dengan persyaratan produksi, perusahaan menjual perubahan, Harga, Perganda, perubahan, Peraha, dan diterjemahkan menjadi $price = pendapatan\ penjualan\ marjinal$ - yaitu, $P = Mr$. Pesanan monopoli berbeda dari pesanan perusahaan dalam persaingan sempurna. Sebagai hasil dari monopoli, seperti yang dijelaskan di bawah ini, harga selalu lebih tinggi dan hasil dari penjualan lintas batas

Contoh angka:

Contoh hipotesis yang lebih baik dari ini ditunjukkan pada Tabel 12.1 untuk dapat semakin paham sifat hubungan antara jumlah produksi, harga, total hasil penjualan dan hasil penjualan marjinal. Berdasarkan jenis permintaan produksi monopolistik, sebagaimana dijelaskan dalam Tabel 12.1 di atas, terlihat bahwa semakin besar jumlah produksi (lihat kolom 1), semakin rendah harga barang (lihat kolom 2). Kolom (3) dan (4) menunjukkan bagaimana efek dari kondisi diatas menyebabkan hasil penjualan total dan marjinal. Seperti yang kita ketahui, hasil total faktur adalah jumlah produksi x harga, oleh karena itu, nilai dihasilkan dari konversi angka pada kolom (1) menjadi angka pada kolom

(2). Menurut definisi hasil penjualan marjinal, yaitu, hasil penjualan lebih total ketika penjualan meningkat satu, data dalam kolom (4) diperoleh dengan menggunakan persamaan $TR_0 - TR_{n-1}$. Misalnya, TR_1 (TR pada saat total produksi adalah 1) Rp. 18.000, sedangkan $TR_2 =$ Rp. 32.000. Oleh karena itu, MR disebabkan oleh peningkatan produksi 2 unit Rp. 32.000 Rp 18.000 = Rp. 14.000. Angka-angka pada kolom (4) dihitung dengan cara ini Total penjualan menyebabkan Kolom 3 meningkat hingga produksi penjualan Total Kolom 5 terus meningkat, tetapi peningkatannya meningkat (kuantitas). Anda dapat melihat nilai peningkatan hasil penjualan di kolom 4. Dari jumlah total penjualan dalam kolom (3) dapat muncul. Hingga produksi 5 unit penjualan terus meningkat, tetapi peningkatan level (kuantitas) menurun. Nilai kenaikan dalam total penjualan ditambahkan pada kolom (4). Setelah Unit 5, peningkatan lebih lanjut dalam penurunan produksi menghasilkan total penjualan, yang berarti bahwa hasil penjualan marjinal (atau total hasil penjualan) negatif.

Tabel 18. Produksi, Harga dan Hasil Penjualan (Ribu Rupiah)

Produksi (1)	Harga (2)	Hasil penjualan Total (3)	Hasil Penjualan Marjinal (4)
0	20	10	-
1	18	18	18
2	16	32	14
3	14	42	10
4	12	48	6
5	10	50	2
6	8	48	-2
7	6	42	-6
8	4	32	-10
9	2	18	-14
10	0	0	-18

Kesimpulan:

Berdasarkan data yang disajikan dalam tabel diatas, dua kesimpulan penting dapat dibuat, seperti ditunjukkan di bawah ini. Jika harga barang menurun dengan meningkatnya produksi, maka:

- Hasil penjualan keseluruhan akan meningkat, yang disebabkan oleh meningkatnya produksi. Setelah mencapai tingkat produksi tertentu, kenaikannya akan menjadi negatif.

- b. Secara umum, penjualan dengan nilai di bawah margin. Ketika harga jual hanya unit produktif marjinal = harga.

b. Memaksimumkan Keuntungan dengan Contoh Angka

Sifat dari biaya produksi yang ditimbulkan oleh pasar monopoli dalam analisis jangka pendek tidak memiliki perbedaan dari sifat biaya produksi jangka pendek yang dijelaskan dalam pasar persaingan sempurna. Hal di atas hanya menjelaskan sifat permintaan, harga, produk penjualan umum, dan produk. penjualan marjinal monopoli. Oleh karena itu, sekarang informasi yang cukup dapat dikumpulkan untuk menjelaskan prinsip penentuan tingkat produksi yang memaksimalkan keuntungan perusahaan monopoli. Ini akan dijelaskan melalui dua pendekatan menggunakan contoh numerik. Jumlah sampel yang disebutkan diberikan dalam tabel 2 dan 3.

c. Analisis dengan Pendekatan Hasil Penjualan Total - Biaya Total

Pada pendekatan ini dijelaskan pada Tabel 2. yang membandingkan total hasil penjualan dengan total biaya. Perbandingan ini memungkinkan untuk menentukan keuntungan atau kerugian yang dicapai pada berbagai tingkat produksi. Data hipotetis diperoleh dengan menggunakan contoh-contoh berikut:

- a. Jumlah total *fix cost* adalah 4000. Jika perusahaan tidak beroperasi sesuai dengan contoh ini, itu berarti total produksi adalah 0 dan total biaya 4.000 rupiah
- b. Produksi 4 unit pendapatan legal, yang menyebabkan penurunan pendapatan, belum valid. Ini berarti bahwa biaya marjinal berkurang ketika produksi ditambahkan. Situasi ini diilustrasikan oleh peningkatan biaya umum, yang menurun.
- c. Setelah produksi mencapai sebanyak 4 unit, hukum pengurangan hasil berlaku. Akibatnya, biaya marjinal meningkat sebagai akibat dari peningkatan total biaya, yang meningkat dengan perunit produksi tambahan.

Tabel 19. Hasil Penjualan, Biaya Produksi dan Keuntungan

Produksi (1)	Harga (2)	Hasil penjualan total (3)	Biaya total (4)	Keuntungan (5)
0	20	0	4	-
1	18	18	16	2
2	16	32	26	8
3	14	42	34	8
4	12	48	40	8
5	10	50	46	4
6	8	48	54	-6
7	6	42	64	-22
8	4	32	76	-44
9	2	18	90	-72
10	0	0	106	-106

Dengan informasi tentang total penjualan dan total biaya yang dibahas di atas, sekarang dimungkinkan untuk menentukan produktivitas maksimum untuk memaksimalkan efisiensi. Lihatlah informasi pada kolom (5). Data dihitung menggunakan rumus berikut:

Laba = Penjualan total – Biaya Total Kolom (5) menunjukkan bahwa laba maksimum dari produksi adalah 3 atau 4 poin dan total laba adalah Rp8000. Namun, dalam analisis umum, kita dapat mengatakan bahwa monopoli memberikan 4 poin untuk laba maksimum. Karena informasi ini dijelaskan pada bab terakhir, informasi ini diulangi dengan strategi kemenangan menggunakan metode berikut: $MC = MR$.

d. Pendekatan Hasil Penjualan Marjinal – Biaya Marjinal

Tabel 20. Menentukan Keuntungan dengan Pendekatan $MC=MR$

(Ribu Rupiah)

Jumlah produksi (1)	Harga penjualan marginal (2)	Tambahan biaya ($MC=TC_2 - TC_1$) (3)	Tambahan keuntungan (4)	Jumlah keuntungan / kerugian (5)
0	-	4	-	-4
1	18	$16-4=12$	6	2
2	14	$26-16=10$	4	6
3	10	$34-26=8$	2	8
4	6	$40-34=6$	0	8
5	2	$46-40=6$	-4	4
6	-2	$54-46=8$	-10	-6
7	-6	$64-54=12$	-16	-22
8	-10	$76-64=12$	-22	-44
9	14	$90-76=14$	-28	-72
10	-18	$106-90=16$	-34	-106

Data pada pemasaran kolom (2) berasal dari data yang sama pada kolom (4) dari Tabel 1. Data pada kolom (3) dipantau menggunakan rumus $MC = TC_2 - TC_1$ sebagai berikut. Data harga penuh (TC) disajikan pada Tabel 12.2, kolom (4). Bergantung pada data di kolom (2), (3) dan (4), beberapa keuntungan dapat dihitung pada setiap tahap produksi. Jika perusahaan tidak memproduksi barang tersebut maka harga perusahaan adalah Rs 4.000 termasuk jumlah tetap yang mempengaruhi keuntungan. Oleh karena itu, data pada ayat (3) dihitung sebagai “pendapatan marjinal”.

Berdasarkan data pada kolom (4) dari (5), nilai laba ditentukan pada tingkat produksi yang berbeda. Data pada kolom (3) jelas menunjukkan bahwa laba maksimal dicapai dengan produksi 3 atau 4 unit. Namun, analisis mengklaim bahwa perusahaan akan menghasilkan 4 unit untuk memaksimalkan keuntungan, karena pada tingkat produksi ini $MC = MR$, yang masing-masing bernilai Rp6.000.

5. Monopoli dan Kurva Penawaran

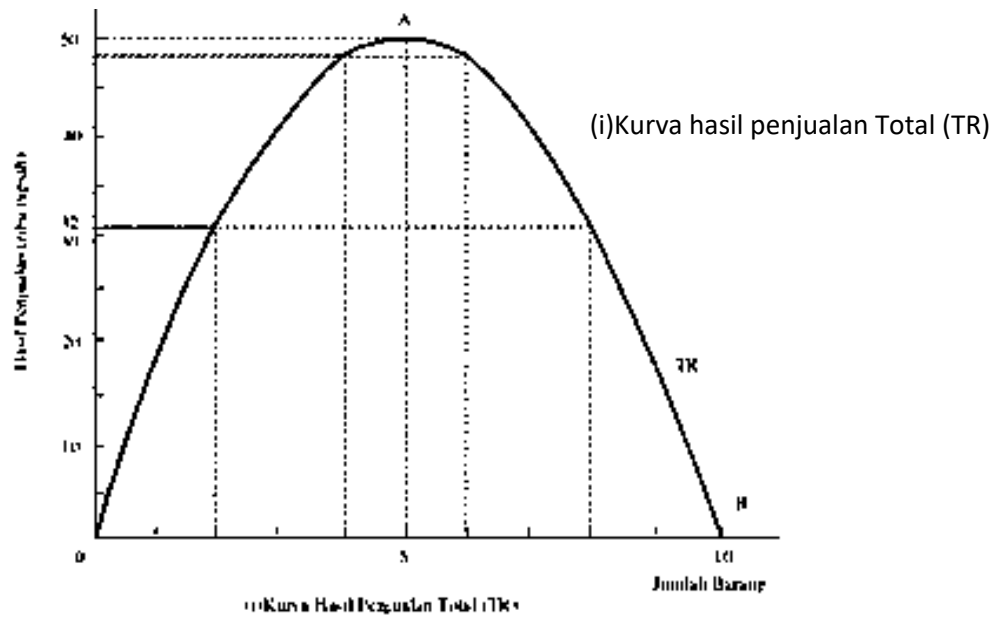
a. Pemaksimum Keuntungan Secara Grafik

Penentuan produksi yang akan memaksimumkan untung dapat dilakukan dengan dua cara:

- 1) Pendekatan hasil penjualan – biaya total.
- 2) Pendekatan biaya marginal – hasil penjualan marjinal.

Hal ini dapat dilihat dari ciri perkaitan diantara kurva permintaan ($D=AR$), kurva hasil penjualan total (TR) dan kurva hasil penjualan marjinal (MR)

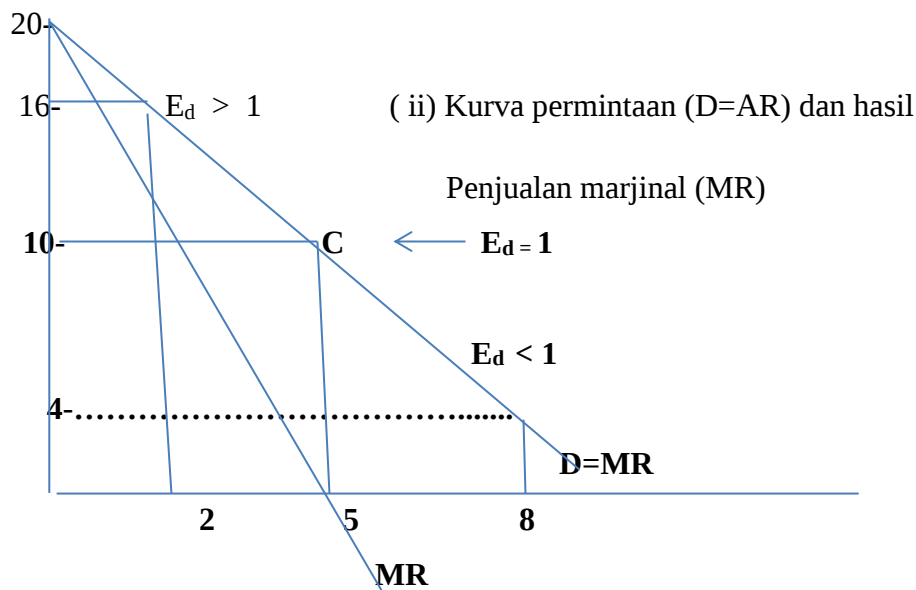
Analisa ini dapat dilihat dalam gambar dibawah ini



Gambar 57. Kurva hasil penjualan total, rata-rata dan marginal

Penjelasan:

Kurva hasil penjualan total (TR), kurva hasil penjualan rata-rata ($D=AR$) dan kurva hasil penjualan marginal (MR) dalam gambar 12.1, menyatakan bahwa jumlah produksi terdapat sebanyak 5 unit, hasil penjualan total semakin mengalami kenaikan, dan kenaikannya tersebut adalah pada tingkat yang semakin menurun, dapat dilihat dalam gambar bahwa dengan jumlah produksi mencapai 6 unit maka hasil penjualan totalnya semakin berkurang dan pada waktu jumlah produksi 10 unit maka hasil penjualan total adalah nol.



Gambar 58. Kurva permintaan penjualan marginal

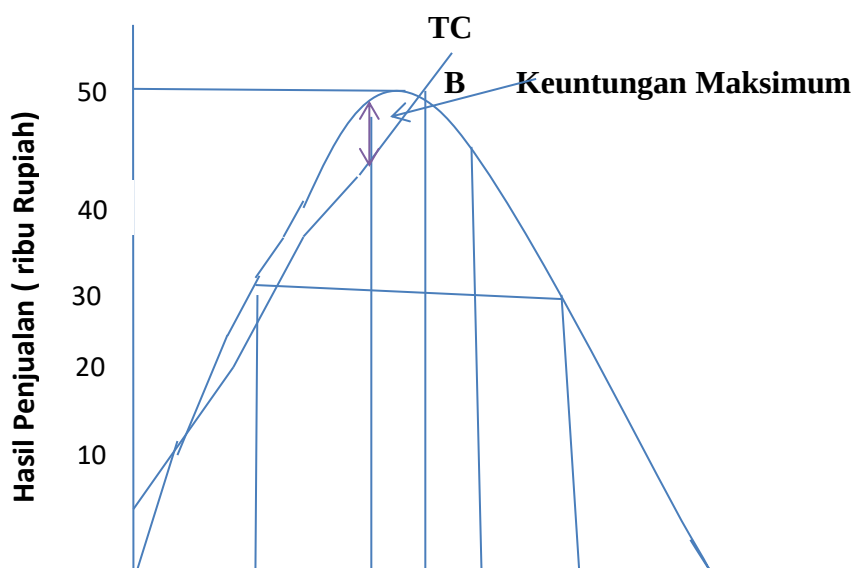
Pada gambar 1 seperti huruf U terbalik, kurva TR akan selalu berbentuk seperti itu pada keadaan dimana kurva permintaan DD adalah seperti yang digambarkan bahwa kalau harga semakin rendah maka jumlah yang diminta semakin banyak, hal ini menyatakan bahwa sepanjang kurva permintaan berlaku sifat yaitu:

- 1) Jika elastisitas permintaan < 1 maka menurunkan harga akan mengurangi hasil penjualan.
- 2) Jika Elastisitas permintaan > 1 maka menurunkan harga akan menaikkan hasil penjualan.

Mengacu kepada kedua sifat tersebut maka sifat hubungan diantara kurva permintaan DD dan kurva TR pada gambar 12.1 maka dapat ditarik kesimpulan:

- 1) Dikarenakan OA menggambarkan hasil penjualan yang semakin bertambah pada harga yang semakin menurun, maka bagian kurva permintaan DD yang terletak dibagian atas titik C (lihat grafik (ii)) mempunyai elastisitas permintaan > 1 .
- 2) Dikarenakan AB (lihat gambar 12.1 (i)) menggambarkan hasil penjualan total yang terus berkurang pada harga yang semakin menurun, maka bagian kurva permintaan yang terletak di bagian yang lebih kebawah dari titik C mempunyai elastisitas permintaan < 1 .
- 3) Pada titik C elastisitas permintaan adalah satu atau uniter.

b. Menentukan Keuntungan Maksimal



2 4 5 6 8 10 **Jumlah barang**

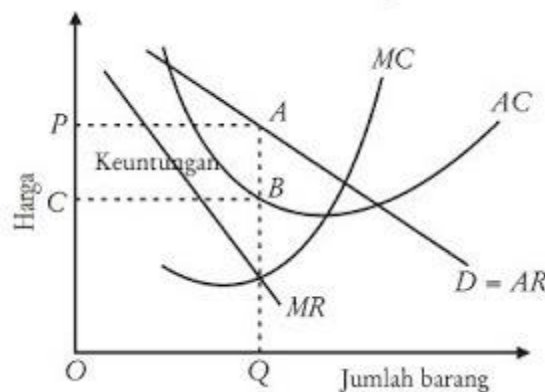
Gambar 59. Penjualan total , Biaya total dan keuntungan

Penjelasan Gambar:

Dalam gambar 2 keuntungan maksimum perusahaan ditentukan dengan menggunakan bantuan kurva hasil penjualan total dan biaya total.

Kurva TR menggambarkan hasil penjualan total dan kurva TC menggambarkan kurva biaya total. Apabila Kurva TC berada diatas kurva TR maka keadaan ini berarti biaya total melebihi hasil penjualan total yang artinya kedudukan yang merugikan perusahaan. Keuntungan hanya dapat dinikmati apabila $TR - TC > 0$, dan ini berlaku diantara titik A dan B. Tingkat produksi yang akan memaksimalkan keuntungan adalah 4 unit.

Gambar 3 di bawah ini menunjukkan cara mencapai posisi untuk meningkatkan laba dengan menggunakan pengembalian modal ($MR = MC$). Isa AC, MC, $D = AR$, MR. Margin keuntungan dapat ditentukan dari tahap manufaktur dimana negara $MR = MC$ adalah MR dan MC masing-masing termasuk dalam standar satuan produksi. Semua biaya transaksi OP k OK = OPAK. Nilai total OC k OK = OCBK, sehingga keuntungan maksimal tercermin pada field PABC. Hal tersebut dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 60. Hasil Penjualan marjinal, biaya marjinal, dan keuntungan maksimum

c. Kemungkinan Monopoli Mendapat Untung Yang Berlebihan

Banyak anggapan bahwa dalam monopoli pastinya mendapat keuntungan besar, hal tersebut merupakan fenomena penting dalam monopoli.

Asumsi ini tidak pasti karena ada juga empat peluang kemungkinan dalam waktu dekat, serta pasar yang penuh persaingan. Adapun keempat kemungkinan tersebut adalah:

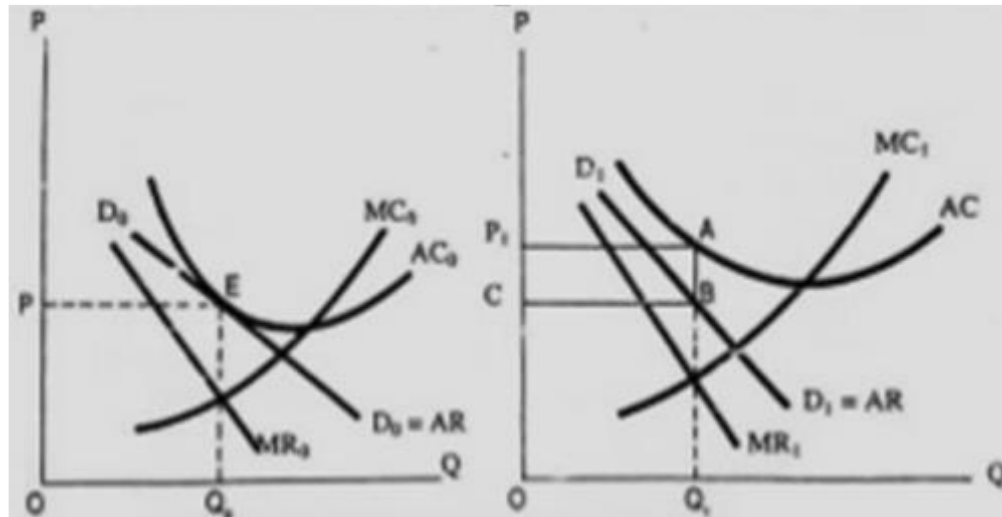
- 1) Menerima Untung diatas target perusahaan,
- 2) Berada pada kondisi titik impas (Break Event Point),
- 3) Kondisi Rugi namun masih dapat membayar kembali biaya tetap
- 4) Mengalami kerugian dan tutup.

Pada gambar 4 menunjukkan konsisi monopolis tidak memberikan keuntungan tetapi juga tidak menderita kerugian dalam arti mendapat untung normal, dimana hasil penjual sama dengan biaya totalnya. Keadaan seperti ini akan berlaku apabila kurva biaya total menyinggung kurva permintaan pada tingkat produksi dimana hasil penjualan marjinal = biaya marjinal.

Dalam gambar 4(a) kurva AC menyinggung kurva $DD = AR$. Dititik singgung E tepat diatasnya berpotongan pada kurva MR dan MC, apabila hal ini terjadi maka sebaiknya perusahaan monopolis menghasilkan produksi sebanyak Q, dan hanya pada keadaan seperti ini perusahaan dapat menikmati keuntungan normal. Dalam keadaan lain apabila jumlah produksinya berbeda dari Q maka perusahaan akan mengalami kerugian.

Gambar 4 (b) menggambarkan keadaan dimana monopolis menderita kerugian. Kerugian yang paling maksimal, apabila perusahaan monopolis memproduksi dalam jumlah Q_1 karena pada tingkat produksi tersebut $MR = MC$. Biaya total yang dikeluarkan adalah $OQ_1 \times OP_1$.

Dengan demikian kerugian yang diderita oleh perusahaan monopolis adalah $P_1 ABC$. Kerugian yang dimaksud merupakan kerugian yang paling minimum. Apabila perusahaan monopolis memproduksi lebih tinggi atau lebih rendah dari Q_1 , Maka kerugian yang dialami tentu akan lebih besar lagi.



Gambar 61. Monopoli yang memperoleh keuntungan normal dan kerugian

6. Monopoli Dan Diskriminasi Harga

Terkadang monopoli dapat menjual produknya di dua pasar yang sangat berbeda (misalnya, di pasar domestik dan asing). Biasanya jenis pertanyaan pada dua merek sangat berbeda. Untuk memaksimalkan keuntungan, diterapkan kebijakan penetapan harga mayoritas yang memonopoli.

a. Syarat – Syarat Diskriminasi Harga

Tidak semua perusahaan monopoli dapat melakukan diskriminasi harga. Diskriminasi harga hanya berlaku dalam kasus-kasus tertentu. Berikut adalah beberapa situasi yang bisa dihadapi bisnis dan dapat menerapkan diskriminasi harga:

1) Barang tidak dapat di pindahkan dari satu pasar ke pasar lain.

Langkah-langkah diskriminasi harga tidak berfungsi ketika barang dapat dikirim dari pasar yang lebih murah ke yang lebih mahal. Dari pasar yang lebih murah, barang-barang tersebut kembali dijual di pasar yang paling mahal, dan perusahaan tidak dapat lagi menjual barang yang diberikan ke pasar ini.

2) Sifat barang atau jasa itu memungkinkan dilakukan diskriminasi harga.

Beberapa produk atau layanan dapat dengan mudah dijual dengan harga berbeda. Barang-barang ini biasanya ditawarkan dalam bentuk layanan pribadi, seperti layanan dokter, pengacara, penata rambut, dll. Mereka dapat

menetapkan tarif mereka sesuai dengan kelayakan kredit pelanggan, menerapkan tarif tinggi dan tinggi dan mengurangi orang miskin.

- 3) Sifat permintaan dan elastisitas permintaan di masing-masing pasar haruslah sangat berbeda.

Jika permintaan dan elastisitas sangat mirip di kedua pasar, manfaatnya tidak datang dari politik. Diskriminasi harga umumnya digunakan ketika elastisitas permintaan sangat berbeda di setiap pasar. Jika permintaan tidak elastis, harga ditetapkan pada tingkat yang relatif tinggi, sedangkan di pasar di mana permintaan lebih elastis, harga ditetapkan pada tingkat rendah. Dengan cara ini Anda dapat meningkatkan penjualan dan memaksimalkan keuntungan Anda.

- 4) Kebijakan diskriminasi harga tidak memerlukan biaya yang melebihi tambahan keuntungan yang diperoleh tersebut.

Dalam melakukan kebijakan diskriminasi harga adakalanya membutuhkan biaya transfer. Biaya transfer harus dikeluarkan. Jika ini terjadi setelah diterapkan oleh dua daerah berbeda, biaya transportasi barang harus berasal dari Eject. Dan jika ini dilakukan di wilayah yang sama, biaya dapat dikeluarkan dalam bentuk iklan. Jika biaya yang dikeluarkan lebih tinggi dari jumlah tambahan yang timbul dari harga total, maka manajemen anggaran tidak memberikan manfaat apa pun.

- 5) Produsen dapat mengeksploiter beberapa sika tidak rasional konsumen.

Ini terjadi, misalnya, dengan penjualan produk yang sama, tetapi dengan kemasan yang berbeda, merek, merek, dan kampanye iklan. Hal ini memungkinkan produsen untuk menjual produk-produk berkualitas tinggi kepada konsumen kaya dan sisanya - kepada kelompok orang lain. Pilihan lain adalah menjual barang yang sama dengan harga berbeda di area bisnis yang berbeda. Di toko kaya, harga lebih mahal daripada orang miskin

b. Contoh-Contoh Kebijakan Diskriminasi Harga

- 1) Kebijakan diskriminasi harga oleh perusahaan monopoli pemerintah. Misalnya, perusahaan listrik negara (PLN) menetapkan tarif berbeda untuk konsumsi listrik rumah tangga dan listrik perusahaan.
- 2) Kebijakan diskriminasi harga oleh jasa-jasa profesional. Para ahli, dokter umum, pengacara dan guru swasta adalah beberapa profesional yang sering membuat perbedaan dalam hal nilai untuk layanan

yang mereka berikan. Sebagai aturan, mereka memiliki tingkat yang fleksibel. Mereka menghitung tingkat rendah untuk orang-orang yang relatif cacat, tetapi tingkat meningkat untuk orang kaya.

3) Kebijakan diskriminasi harga di pasar internasional.

Dalam hal ini, perusahaan membedakan antara harga domestik dan internasional. Harga penjualan di luar negeri umumnya lebih rendah karena ada banyak pesaing di pasar internasional. Untuk meningkatkan persaingan, perusahaan harus menurunkan harga ke tingkat serendah mungkin.

c. Campur Tangan Pemerintah

Salah satu cara yang dapat dilakukan pemerintah adalah mencoba menetapkan biaya permintaan yang wajar dan jumlah penawaran yang dapat memenuhi dengan menetapkan harga pada tingkat saat harga = biaya rata-rata pada harga saat ini ($P = AC$), maka harga harus tercapai. Contohnya adalah kasus monopoli alami Pertamina di pasar LPG. Pertamina memiliki monopoli alami karena tidak ada operator ekonomi lain yang ingin memasuki pasar dan menjadi pesaing, karena investasi awal dianggap sangat besar. Dalam hal ini, Pertamina memiliki keuntungan memiliki sektor hulu yang lebih kuat karena hak eksklusif yang diberikan oleh negara di masa lalu, sedangkan untuk perusahaan lain yang ingin bersaing, infrastruktur harus dibangun di hulu dan, tentu saja, biaya mereka sangat besar.

7. Kelebihan Dan Kelemahan Monopoli

a. Kelebihan Pasar Monopoli

Keuntungan penjual cukup tinggi, untuk produk yang mengendalikan kehidupan masyarakat, biasanya dikendalikan oleh pemerintah. Ini menguntungkan konsumen karena penjual tidak dapat menentukan harga sesuka hati. Mampu mengakumulasi laba super normal dalam jangka panjang. Menghasilkan output yang besar melalui peningkatan efisiensi. Mampu meningkatkan investasi ekonomi. Meningkatkan kesehatan masyarakat melalui pengaturan harga dua tingkat (two tier pricing).

b. Kelemahan Pasar Monopoli

Pembeli tidak punya pilihan selain membeli produk, keuntungan hanya didasarkan pada satu perusahaan, eksploitasi pembeli dilakukan. Kehilangan atau kerusakan perlindungan konsumen. Penggunaan kekuatan secara paksa oleh konsumen dan pekerja. Penurunan ekonomi makro Memburuknya situasi ekonomi dunia.

C. LATIHAN SOAL/TUGAS

1. Apakah faktor-faktor yang menjadi penghambat bagi perusahaan lain yang ingin masuk ke dalam struktur pasar monopoli?
2. Sebutkan dan jelaskan secara terperinci syarat-syarat yang diperlukan dalam melakukan diskriminasi harga?

D. DAFTAR PUSTAKA

- Mankiw, Gregory. (2014). Pengantar Ekonomi Mikro-Edisi Asia Vol 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Rahardja, Pratama, Mandala Manurung. (2008). Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikroekonomi & Makroekonomi). Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Sukirno, Sadono. (2016). Mikro Ekonomi Teori Pengantar: Edisi Ketiga. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sukirno, Sadono. (2011). Pengantar Teori Ekonomi Mikro. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

PERTEMUAN 13

PERSAINGAN MONOPOLISTIS

A. TUJUAN PEMBELAJARAN

Adapun tujuan pembelajaran yang akan dicapai sebagai berikut.

1. Mahasiswa mampu menjelaskan pengertian pasar monopolistis
2. Mahasiswa mampu menjelaskan cirri-ciri persaingan monopolistis
3. Mahasiswa mampu menjelaskan keseimbangan pasar dalam persaingan monopolistis
4. Mahasiswa mampu menjelaskan penilaian keatas persaingan monopolistis
5. Mahasiswa mampu menjelaskan persaingan bukan harga
6. Mahasiswa mampu menjelaskan kebaikan dan keburukan pengiklanan

B. URAIAN MATERI

1. Pengertian Pasar Monopolistis

Melakukan promosi melalui iklan adalah kegiatan utama untuk memastikan kelangsungan hidup perusahaan. Promosi penjualan tidak diperlukan dalam persaingan dan monopoli yang adil. Untuk kompetisi penuh, setiap perusahaan membuat iklan untuk produk yang sama dan tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Karena itu, tidak diperlukan iklan. Juga, monopoli iklan tidak harus menjadi satu-satunya barang di pasar. Monopoli harus mengiklankan perusahaan pesaing karena mereka menghasilkan berbagai jenis produk.

2. Karakteristik dari Pasar Monopolistik

Pasar monopolistik adalah struktur pasar yang memiliki ciri-ciri gabungan dari dua jenis pasar ekstrem, yaitu pasar kompetitif /persaingan sempurna dan monopoli. Karena itu, karakteristiknya meliputi ketidakpastian pasar monopoli dan karakteristik pasar persaingan sempurna. Pasar untuk persaingan monopolistik dapat diartikan sebagai suatu jenis pasar di mana banyak produsen yang memproduksi barang dengan karakteristik yang berbeda (produk yang berbeda). Karakteristik pasar monopoli kompetitif dijelaskan di bawah ini.

a. Adanya Berbagai Macam Penjual

Ada begitu banyak tipe penjual di pasar monopoli kompetitif, tetapi tidak pernah sebanyak di pasar persaingan sempurna. Jika sudah ada puluhan

perusahaan di pasar, mungkin sudah ada pasar monopoli yang kompetitif. Tidak satu pun dari perusahaan-perusahaan ini jauh melebihi perusahaan lain. Perusahaan monopolistic di pasar relatif memiliki ukuran yang hampir sama. Ini berarti bahwa produksi suatu perusahaan relatif rendah dibandingkan dengan total produksi untuk seluruh pasar.

b. Produk Bersifat Berbeda Jenis

Membedakan antara pasar monopoli kompetitif dan persaingan sempurna. Seperti dijelaskan di atas, produksi beberapa perusahaan dalam persaingan sempurna serupa. Oleh karena itu, sulit untuk membedakan apa produksi dua perusahaan dan apa produksi perusahaan lain. Produksi dalam pasar monopoli kompetitif dibedakan (produk terdiferensiasi) dan secara fisik mudah dibedakan antara produksi satu perusahaan dan produksi perusahaan lain. Selain perbedaan dalam bentuk fisik produk, ada juga perbedaan dalam kemasan, perbedaan dalam bentuk "layanan purna jual" perusahaan dan perbedaan dalam cara mereka membayar produk yang mereka hasilkan. beli Karena perbedaan ini, produk yang diproduksi oleh perusahaan di pasar monopoli kompetitif tidak sempurna menggantikan produk yang diproduksi oleh perusahaan lain. Mereka hanya pengganti dekat atau pengganti dekat. Perbedaan dalam jenis barang yang diproduksi adalah sumber kekuatan monopoli, meskipun lemah, yang menjadi milik perusahaan di pasar monopoli yang sangat kompetitif.

c. Perusahaan Mempunyai Sedikit Kekuasaan Mempengaruhi Harga

Kekuatan pasar kompetitif dari monopoli dapat digunakan untuk menaikkan harga yang sesuai untuk oligopoli dan monopoli. Kekuatan untuk mempengaruhi harga perusahaan monopoli bergantung pada kualitas produk yang mereka buat, yaitu mereka memiliki tingkat atau produk tunggal yang berbeda. Perbedaannya adalah konsumen memilih, yaitu mereka tidak menginginkan produk dan produk yang berbeda yang tidak sama dengan perusahaan lain. Memiliki pekerjaan yang bagus adalah ide yang bagus, tetapi memiliki pekerjaan yang bagus adalah ide yang bagus. Ketika perusahaan menurunkan harga, tidak mudah menjual semua produk yang mereka buat. Di pasar konsumen, sederet produk dapat digunakan sebagai sumber informasi.

d. Masuk ke dalam Industri Lebih Mudah

Perusahaan yang akan melakukan bisnis di pasar kompetitif monopolistik tidak akan mengalami kesulitan besar. Rintangan yang mereka hadapi tidak

seberat dalam oligopoli dan monopoli. tetapi jaminannya tidak sesederhana di pasar yang bersaing sempurna. Beberapa faktor penyebabnya. Pertama-tama, modal yang dibutuhkan relatif tinggi dibandingkan dengan mendirikan bisnis di pasar yang sangat kompetitif. Yang kedua adalah bahwa perusahaan harus menghasilkan produk dengan gaya yang berbeda dengan produk yang sudah ada di pasar dan memasarkan produk untuk mendapatkan langganan. Konsekuensinya, bisnis baru harus secara praktis mencoba menghasilkan produk yang menarik daripada yang ada di pasar dan harus meyakinkan konsumen akan kualitas produk yang baik.

e. Kompetisi Pemasaran Penjualan Sangat Aktif

Harga tidaklah menjadi penentu utama dari ukuran pasar korporasi di pasar monopoli. Sesuatu yang bisa dijual perusahaan pada tingkat harga yang relative lebih tinggi, perusahaan lain mungkin memiliki harga produk yang rendah, tetapi tidak banyak pelanggan yang menarik. Situasi ini dikarenakan sifat barang yang mereka produksi. Untuk mempengaruhi selera pembeli, pengusaha berpartisipasi dalam kompetisi tanpa harga. Kompetisi ini meliputi, antara lain, meningkatkan kualitas dan desain produk, melakukan kegiatan iklan berkelanjutan, menciptakan kondisi penjualan yang menarik, dll.

3. Keseimbangan Dalam Pasar Persaingan Monopolitis

Jenis persaingan individu yang dijelaskan di bagian sebelumnya penting untuk pendekatan sukarela yang dihadapi perusahaan dalam kompetisi individu. Kurva yang diinginkan dari perusahaan yang bersaing secara monopolistik jauh lebih kuat daripada yang independen, tetapi gaya tersebut tidak mencapai kekuatan yang cukup, yaitu kurva yang diinginkan mirip dengan bidang sumbu, hahaha. Nyatanya, kurva yang diperlukan untuk berbagai produk dalam persaingan monopoli (jauh lebih sederhana daripada di bawah). Kurva permintaan ini berarti: (i) Ketika perusahaan menaikkan harganya, jumlah barang yang dijual berkurang dan dipalsukan secara signifikan. (ii) Ketika perusahaan menurunkan harga, jumlah barang yang dijual.

Meskipun apa yang diperlukan dalam perselisihan kompetitif tidak lengkap, ancaman persaingan (MR) tidak konsisten dengan persyaratan. Dalam kompetisi monopolistik, kurva MR sama dengan kurva kontrol, artinya kurva lebih kecil dari kurva yang diperlukan.

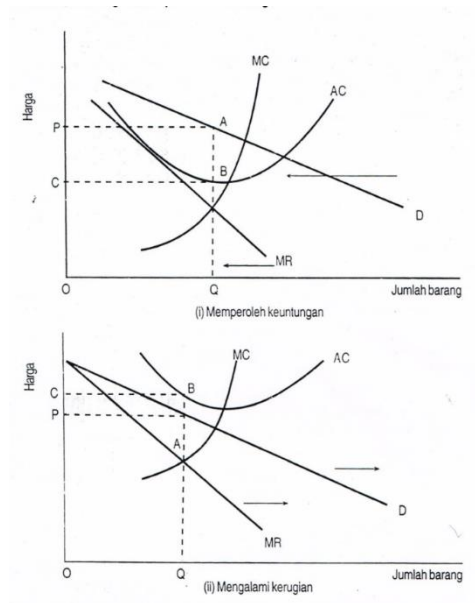
4. Keseimbangan Jangka Pendek

Karena permintaan melambat dan karena itu penurunan MR tidak sesuai dengan permintaan, hubungan perusahaan yang dicapai di pasar yang kompetitif adalah pada saat yang sama. Keadaan ini berhubungan dengan keragaman permintaan pasar secara keseluruhan, tetapi dalam persaingan monopolistik, permintaan sebelum perusahaan merupakan bagian dari permintaan pasar secara keseluruhan.

Dua kondisi yang ditunjukkan pada Gambar 1 dari perusahaan monopolistik pada Gambar (i) adalah kondisi di mana perusahaan menghasilkan laba. Keuntungan maksimum dicapai ketika produsen menghasilkan produk pada level di mana kondisi $MC = MR$ tercapai. Oleh karena itu, laba maksimum dicapai ketika kuantitas produksi adalah Q dan pada tingkat produksi ini tingkat harga P . Kuadrat PABC menunjukkan kuantitas laba maksimum yang dicapai perusahaan monopoli. Gambar (ii) menunjukkan situasi dimana produsen menerima rugi. Kerugian dapat diminimalkan jika kondisi Marginal Cost (MC) = Marginal Revenue (MR) tercapai. Ini berarti bahwa perusahaan harus mencapai tingkat produksi sejauh Q , pada tingkat produksi ini harganya mencapai P . Jumlah kerugian yang diterima ditunjukkan oleh kotak PABC. Sekalipun menerima rugi, perusahaan akan terus bekerja selama sales yang didapat lebih besar dari biaya berubah (atau harga melebihi AVC).

5. Keseimbangan Jangka Panjang

Laba di atas rata-rata digambarkan pada Gambar 13.1 (i) akan memancing perusahaan lain untuk memasuki sektor ini. Tidak ada hambatan bagi perusahaan baru dalam persaingan monopolistik. Laba yang lebih tinggi dari biasanya menyebabkan peningkatan perusahaan di pasar. Akibatnya, semakin kecil permintaan untuk setiap bisnis pada tingkat harga yang berbeda. Artinya bahwa ketika perusahaan baru bergabung, kurva permintaan DD (dan, tentu saja, kurva penjualan marjinal MR) bergeser ke kiri, seperti yang digambarkan oleh panah pada Gambar 13.1 (i). Masuknya bisnis baru dan pergeseran kurva DD dan MR ke kiri terus berlanjut, sehingga bisnis hanya memperoleh laba normal. Seperti halnya perusahaan dalam pasar persaingan sempurna, setiap perusahaan dalam persaingan monopolistik akan memperoleh laba jangka panjang yang normal.

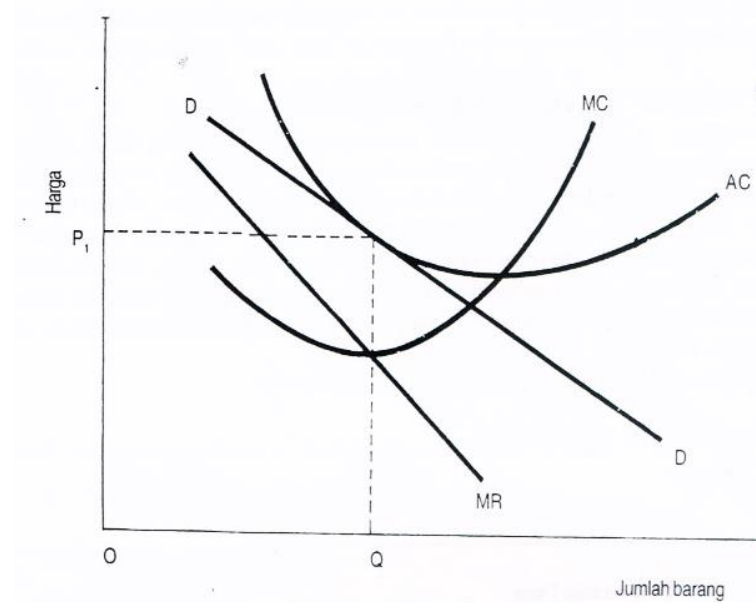


Gambar 62. Keseimbangan Perusahaan dalam Pasar Monopolistik Untuk Analisis Jangka Pendek

Gambar 62 menunjukkan neraca perusahaan monopolistik jangka panjang. Produksi sama dengan Q , dan pada jumlah produksi ini harga yang berlaku adalah sebesar P . Dapat dilihat bahwa P sama dengan biaya rata-rata, yang artinya perusahaan hanya menghasilkan keuntungan normal.

Model aktivitas bisnis monopolistik dalam memperoleh laba normal berbeda dari model aktivitas bisnis persaingan sempurna, yang juga menghasilkan laba normal. Perbedaannya adalah sebagai berikut:

- Harga dan biaya produksi di pasar persaingan monopolitis lebih tinggi.
- Proses produksi di pasar yang sangat kompetitif tidak mencapai tingkat yang sempurna (ke titik di mana harga produksi terlalu rendah).



Gambar 63. Keseimbangan Perusahaan Persaingan Monopolistik dalam Analisis Jangka Panjang

Seperti dalam situasi yang ditunjukkan pada Gambar 62 (i), keseimbangan yang ditunjukkan pada Gambar 62 (ii) tidak akan mungkin dalam jangka panjang. Perusahaan yang menderita kerugian tidak akan terus beroperasi, tetapi akan meninggalkan sektor ini. Oleh karena itu, jumlah perusahaan di pasar menurun. Akibatnya, permintaan yang dihadapi setiap perusahaan lebih besar dalam jangka panjang daripada sebelumnya. Grafik menunjukkan peningkatan permintaan dalam bentuk perubahan dalam kurva permintaan dan kurva penjualan di sebelah kanan. Pada akhirnya, kurva DD dan MR pada Gambar 62 (ii) bergerak ke kanan, yaitu, H. Dalam arah yang ditunjukkan oleh panah. Perubahan ini terus membantu perusahaan menghasilkan laba normal, seperti yang ditunjukkan pada Gambar 63, karena tidak lagi menderita kerugian. Perusahaan tidak akan meninggalkan sektor ini, tetapi bahkan kurangnya keuntungan di atas normal tidak akan menarik perusahaan baru. Dalam jangka panjang, ini berarti bahwa saldo perusahaan ditunjukkan pada Gambar 63.

6. Penilaian Terhadap Pesaingan Monopolistik

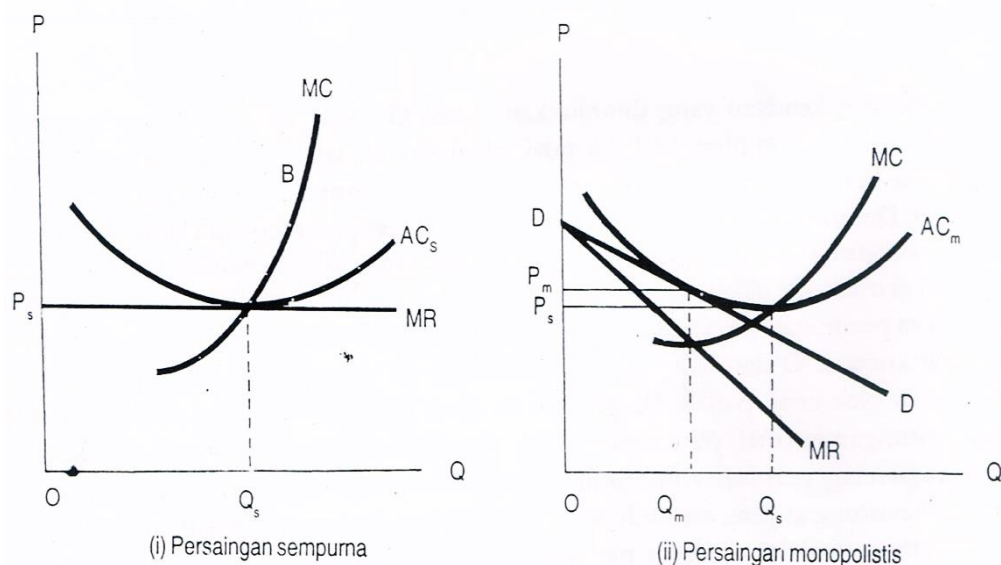
Bagian tinjauan ini hanya menyajikan analisis risiko dalam penggunaan sumber daya, promosi, kemajuan teknologi dan inovasi. Salah satu fungsi dari

sektor swasta adalah untuk mempromosikan pemasaran. Keuntungan dan kerugian dari aspek-aspek ini akan dijelaskan di bagian berikut.

a. Efisiensi Menggunakan Sumber Daya

Menilai efektivitas pasar kompetitif dalam alokasi sumber daya, perbandingan dibuat dengan efisiensi perusahaan di pasar yang sepenuhnya kompetitif. Perbandingan ditunjukkan pada Gambar 13.3, yang menunjukkan neraca perusahaan dalam lingkungan yang kompetitif (grafik i) dan neraca perusahaan dalam kompetisi monopolistik (grafik ii). Kedua kesimpulan tersebut jauh: dalam perbandingan ini, biaya produksi adalah sama untuk perusahaan yang kompetitif dan monopolistik. Oleh karena itu $AC_s = AC_m$ dan $MC_s = MC_m$. Keadaan dalam gambar 3(i) menunjukkan bahwa:

- 1) Biaya produksi setiap unit pada tingkat yang paling minimum, biaya per unit adalah P_s .



Gambar 64. Efisiensi Penggunaan Sumber-sumber Daya

- 2) Tingkat Harga di pasar adalah P_s .
- 3) Jumlah produksi adalah Q_s .

Sedangkan konsisi dalam gambar 13.3 (ii) menunjukkan bahwa:

- 1) Satuan Biaya satuan perusahaan independen lebih tinggi daripada harga satuan rendah. Harga Porsi P_m .
- 2) Level Tingkat harga pasar P_m .

3) Semua produksi adalah Q_m .

Kesimpulan utama dapat ditarik dari perbandingan ini:

Sementara persaingan sempurna dan perusahaan monopolistik umumnya menguntungkan, perusahaan monopoli memiliki unit produksi besar dan jumlah produksi kecil (yang berarti kapasitas produksi kurang optimal).

Hasil sebelumnya menunjukkan bahwa perusahaan yang sepenuhnya kompetitif menggunakan sumber daya lebih efisien daripada perusahaan monopolistik. Dari sudut pandang efisiensi produksi (seperti dijelaskan dalam Bab 11, jika biaya unit produksi minimal) dan dari sudut pandang efisiensi penjualan (jika harganya sama dengan biaya marjinal), perusahaan dalam persaingan sempurna lebih efisien daripada perusahaan dalam persaingan monopolistik.

b. Efisiensi Dan Keanekaragaman Hasil Produksi

Dalam analisis sebelumnya dijelaskan bahwa produk yang diproduksi oleh perusahaan dengan monopoli kompetitif memiliki gaya yang berbeda, yaitu mereka berbeda dalam hal kualitas produk, pengemasan dan layanan pasca pengiriman. Perbedaan-perbedaan ini berarti bahwa konsumen membuat keputusan yang baik yang dapat mereka buat dalam pasar persaingan sempurna. Sebagaimana dijelaskan, pilihan yang lebih baik ini dapat dilihat sebagai kompensasi untuk penggunaan sumber daya yang kurang efisien.

Jadi masalahnya adalah: apa yang baik untuk komunitas? Apakah produk diproduksi dengan benar untuk dijual dengan harga tinggi? Atau apakah harganya sedikit lebih murah tetapi dapatkah orang melihat bahwa barang akan dimakan dengan memilih jenis barang tertentu? Ini adalah pertanyaan peraturan, di mana jawabannya sebagian besar didasarkan pada pentingnya kalender lokal. Jika Anda menginginkan harga yang lebih rendah, kekurangan opsi tidak dianggap buruk. Sekali lagi, harga tinggi bagi mereka bukan masalah besar jika orang membutuhkan pilihan produk untuk dapat membuat pilihan yang tepat.

c. Perkembangan Teknologi Dan Inovasi

Berapa lama lagi persaingan dan teknologi akan memengaruhi persaingan? Secara umum, para ekonom mengklaim bahwa pasar kompetitif menawarkan terlalu banyak insentif untuk mempromosikan teknologi.

Manajemen terbatas didasarkan pada kenyataan bahwa perusahaan hanya menghasilkan laba normal dalam jangka panjang. Keuntungan yang lebih baik dari biasanya dapat segera mengarah ke kegiatan pengembangan teknologi. Namun, momentumnya lemah karena perusahaan mengakui bahwa mereka adalah manfaat dari pengembangan teknologi dan inovasi yang tidak dapat bertahan lama. Margin laba sering mendorong perusahaan lain untuk memasuki sektor ini, dan ini akan terus menghasilkan lebih banyak laba yang hilang. Akibatnya, manfaat pengembangan teknologi dan keberlanjutan tidak lagi diakui seiring waktu.

d. Distribusi Pendapatan

Persaingan monopolistik menghasilkan pola distribusi pendapatan yang cocok dengan pola yang digunakan dalam pasar kompetitif, yaitu H. Distribusi pendapatan seimbang karena tidak ada surplus laba dalam jangka panjang, sehingga pengusaha dan pemilik tidak menerima surplus pendapatan. Selain itu, ada banyak perusahaan di pasar, yang berarti bahwa laba normal dibagikan kepada sejumlah besar pemegang saham dan pengusaha. Berdasarkan tren ini, para ahli ekonomi berpendapat bahwa pasar kompetitif monopolistik mengarah pada pola distribusi pendapatan yang lebih adil.

e. Kompetisi Bukan-Harga

Persaingan non-tarif, pada kenyataannya, melibatkan upaya oleh perusahaan tanpa perubahan harga untuk menarik lebih banyak konsumen ke produk yang mereka hasilkan. Padahal, upaya menciptakan persaingan tanpa kompetisi bertujuan menggeser kebutuhan akan hak ke hak. Interpretasi ini menyiratkan bahwa untuk setiap pendapatan dan setiap kesempatan kerja, jumlah sumber daya yang dibutuhkan meningkat. Persaingan tanpa harga dapat dibagi menjadi dua jenis:

- 1) Diferensiasi produk, yaitu penciptaan produk yang serupa tetapi berbeda gayanya dibandingkan dengan perusahaan lain. Iklan dan berbagai jenis kampanye pemasaran.
- 2) Dalam persaingan monopolistik dan oligopolistik, persaingan tanpa harga sangat kuat. Dalam dua pasar yang dijelaskan di atas, seseorang berbicara tentang persaingan total dan monopoli, persaingan tanpa harga tidak terlalu penting. Untuk satu hal, alasannya tidak sulit untuk ditemukan, terutama karena perusahaan monopoli tidak memiliki pesaing. Dalam persaingan

penuh, tidak ada persaingan tanpa harga karena produk yang diproduksi oleh perusahaan adalah sama atau serupa dan konsumen tidak dapat membedakan antara produksi satu perusahaan dan perusahaan lain. Perusahaan Oleh karena itu, tidak masuk akal dalam perusahaan untuk mendapatkan lebih banyak pelanggan melalui persaingan bebas. Pelanggan tidak akan dapat mengetahui produk mana yang dibuat oleh perusahaan untuk bersaing untuk harga yang kompetitif.

f. Keanekaragaman Hasil Produksi

Setiap perusahaan dalam lingkungan persaingan monopoli akan mencoba untuk memproduksi produk dengan sifat khusus yang dapat dengan jelas dibedakan dari produk perusahaan lain. Oleh karena itu, sebagian besar produk yang dibuat dalam kisaran yang berbeda dalam gaya, kualitas, desain, gaya dan warna akan ditampilkan di pasar. Ragam produk merupakan ciri khas pasar yang kompetitif yang tidak sepenuhnya kompetitif. Sebagaimana dijelaskan, dalam pasar yang sangat kompetitif, produk yang diproduksi dan diperdagangkan adalah sama. Memiliki sejumlah besar produk di pasar, kapitalis membawa manfaat bagi perusahaan dan pelanggannya.

Kepada setiap perusahaan, barang yang berbeda-beda sifatnya tersebut akan menjadi daya penarik khusus ke atas barang yang diproduksikannya. Segolongan konsumen tertentu akan lebih suka membeli barangnya (walaupun harganya lebih mahal) kalau dibandingkn dengan barang-barang yag sejenis yang dihasilkan produsen-produsen lain. Dengan demikian diferensiasi produksi dapat menciptakan suatu bentuk kekuasaan monopoli. Dengan mengasikkan suatu barang tertentu yang berbedadari barang lainnya, perusahaan menciptakan suatu penghambat kepada perusahaan-perusahaan lain untuk menarik para langganannya. Diferensiasi produksi memungkinkan seorang produsen dalam pasar monopolistis untuk tetap menjual produksinya (tetapi jumlahnya semakin sedikit) apabila ia menaikkan harga. Tetapi sebaliknya, produsen itu dapat menarik sebagian dari langganan perusahaan-perusahaan lain, sekiranya ia menrunkan harga penjualan barangnya.

Kepada para konsumen, barang yang sejenis tetapi berbeda corak tersebut menimbulkan suatu keuntungan pula, yaitu pilihan mereka untuk membeli sesuatu barang menjadi lebih beraneka ragam. Ini memungkinkan mereka memilih barang yang benar-benar sesuai dengan keinginannya. Seperti

telah disinggung sebelum ini, ahli-ahli ekonomi banyak yang memandang pilihan yang beraneka ragam itu sebagai suatu kompensasi terhadap ketidakefisienan persaingan monopolistik di dalam menggunakan sumber-sumber daya.

7. Pemasaran Menggunakan Iklan

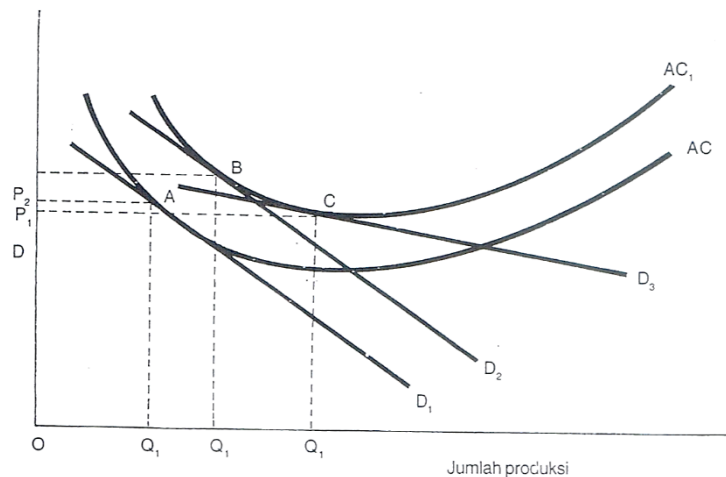
Di perusahaan modern, proses mempersiapkan dan memproduksi iklan merupakan bagian integral dari upaya untuk mengiklankan produk mereka. Biaya iklan perusahaan yang mengandung sejumlah besar data kadang-kadang menyebabkan peningkatan yang signifikan dalam biaya produksi. Organisasi yang menjalankan kegiatan iklan mencapai satu atau kombinasi dari tiga tujuan berikut:

- a. Memberikan informasi produk. Jenis iklan ini digunakan untuk menginformasikan pelanggan tentang produk. Ini bisa menjadi sesuatu yang sudah ada sejak lama atau sesuatu yang baru saja dilakukan. Iklan semacam itu disebut informasi pemasaran.
- b. Menekankan Kualitas Produk. Iklan semacam itu dilakukan untuk menjelaskan jenis produk kepada pelanggan. Beberapa pasar perlu berkembang untuk meningkatkan pengalaman konsumen produk ini di pasar. Iklan semacam itu dikenal sebagai iklan iklan. Tanpa iklan semacam itu, konsumen dapat mengubah perilakunya dan berlangganan perusahaan lain yang membuat produk serupa yang biasanya diiklankan.
- c. Menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Beriklan untuk memberi tahu bisnis tentang kegiatan yang dilakukannya. Publisitas untuk hasil produksinya tidak digarisbawahi. Pengumuman ini juga dibuat untuk menghindari larangan iklan pemerintah (seperti iklan rokok). Dari ketiga jenis iklan, perusahaan menetapkan jenis iklan pertama dan kedua di pasar yang kompetitif dan monopolistik. Jenis iklan pertama paling sering digunakan ketika bisnis memperkenalkan lini produk baru. Meskipun jenis iklan kedua digunakan untuk mempertahankan posisinya di pasar.

8. Iklan Dan Biaya Produksi

Apakah ada insentif untuk menambah atau mengurangi biaya per unit? Keduanya dapat digunakan dan bergantung pada perubahan permintaan sebagai akibat dari iklan. Jika produksi terlalu cepat, biaya produksi akan berkurang. Namun, peluang ini tidak hanya berguna tetapi juga berarti bahwa iklan, sebagai

suatu peraturan, mengarah pada peningkatan biaya produksi. Perbedaan pendapat tentang pengaruh iklan terhadap biaya produksi dan biaya produksi dapat dijelaskan oleh Gambar 59. Biaya rata-rata jangka panjang dari suatu perusahaan monopolistik sebelum melakukan kegiatan pengiklanan adalah AC . Permintaan keatas barang yang di produksi oleh perusahaan itu adalah D_1 .



Gambar 65. Pengaruh Iklan ke Atas Biaya Produksi, Harga dan Tingkat Produksi

Oleh karena itu, keseimbangan jangka panjang dari monopolistik tercapai pada titik A, dan keseimbangan ini menunjukkan bahwa harga pasar mencapai P_1 dan jumlah barang yang akan diproduksi oleh perusahaan monopoli sama dengan Q_1 .

Jika perusahaan mengiklankan biaya produksi, mereka akan lebih tinggi, yang tercermin dalam peningkatan kurva biaya rata-rata dari AC ke AC_1 . Pada saat yang sama, kegiatan promosi penjualan melalui iklan menyebabkan peningkatan permintaan untuk produk-produk perusahaan. Jika permintaan meningkat dari D_1 ke D_2 , saldo jangka panjang saat ini ditunjukkan oleh poin B. Jadi, iklan meningkatkan jumlah barang yang dijual dari K_1 ke K_2 , tetapi iklan meningkatkan harga dari P_1 ke P_2 . Berdasarkan kondisi yang baru saja dijelaskan, sekelompok ekonom percaya bahwa iklan adalah kerugian karena meningkatkan biaya produksi tanpa mengubah bentuk, berat, dan kualitas produk.

Sekelompok ekonom tidak setuju dengan kesimpulan di atas dan mengonfirmasi bahwa iklan sangat berguna karena menurunkan biaya produksi. Promosi penjualan mengarah pada pergeseran permintaan dari D_1 ke D_3 , jadi titik C menawarkan keseimbangan jangka panjang antara perusahaan monopoli dan

periklanan. Ini berarti bahwa iklan meningkatkan penjualan secara signifikan. dari K1 ke K3. Peningkatan tajam dalam penjualan ini mengarah pada pengurangan biaya unit produksi dan memungkinkan perusahaan untuk menjual barang-barang mereka dengan harga yang lebih rendah dari harga ketika tidak ada iklan (P1) yang tersedia. Harga jual saat ini adalah P3.

Mengekspresikan pendapat yang menjelaskan baik buruknya iklan, untuk menilai berapa banyak iklan yang dibuat untuk masyarakat. Jelas bahwa iklan berkualitas baik, tetapi kelemahannya juga dapat ditunjukkan dengan mudah. Untuk memaksimalkan efek positif dari iklan, konsekuensi negatif harus dihindari. Beberapa langkah penting untuk ini:

- a. Beriklan terutama harus berupaya memberikan informasi yang jujur dan jujur tentang produk yang dijual.
- b. Undang-undang perlu diperkenalkan untuk memantau fakta bahwa perusahaan memproduksi iklan yang lebih sopan.
- c. Tindakan pengiklanan harus diatur untuk mencegah perusahaan baru memasuki sektor ini.

C. LATIHAN SOAL/ TUGAS

1. Jelaskan dengan bantuan kurva kemungkinan yang terjadi pada keadaan keseimbangan suatu perusahaan dalam pasar monopolistik dalam jangka pendek!
2. Terdapat suatu pernyataan bahwa pasar monopolistik pada setiap perusahaan hanya mendapat kondisi titik impas dalam analisis jangka panjang. Setujukah anda dengan pernyataan tersebut? Terangkan!
3. Bandingkan efisiensi pemakaian sumber-sumber daya ekonomis oleh suatu perusahaan dalam pasar monopolistik dengan suatu perusahaan dalam persaingan sempurna.
4. Buatlah suatu perbandingan keseimbangan jangka panjang perusahaan-perusahaan dalam pasar kompetitif dan pasar monopolistik. Lalu apakah kesimpulan dari perbandingan tersebut berkaitan dengan tingkat produksi, biaya produksi, keuntungan dan efisiensi operasinya?

D. DAFTAR PUSTAKA

- Mankiw, Gregory. (2014). Pengantar Ekonomi Mikro-Edisi Asia Vol 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Rahardja, Pratama, Mandala Manurung. (2008). Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikroekonomi & Makroekonomi). Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Sukirno, Sadono. (2016). Mikro Ekonomi Teori Pengantar: Edisi Ketiga. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sukirno, Sadono. (2011). Pengantar Teori Ekonomi Mikro. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

PERTEMUAN 14

OLIGOPOLI

A. TUJUAN PEMBELAJARAN

Tujuan dari pembelajaran yang ada dicapai adalah sebagai berikut:

1. Mahasiswa diharapkan mampu mendefinisikan pasar oligopoli
2. Mahasiswa diharapkan mampu menjelaskan ciri-ciri pasar oligopoli
3. Mahasiswa mampu menjelaskan penentuan harga dan produksi pada pasar oligopoly tanpa kesepakatan
4. Mahasiswa mampu menjelaskan hambatan masuk kedalam pasar oligopoli
5. Mahasiswa mampu menjelaskan penilaian dari pasar oligopoli

B. URAIAN MATERI

1. Definisi Pasar Oligopoli

Terkadang pasar oligopoly hanya terdiri dari dua perusahaan/ produsen, pasar jenis ini disebut duopoly. Deskripsi hubungan antara pengusaha/produsen di pasar oligopoly lebih rumit dari deskripsi hubungan pengusaha/ produsen di pasar lain. Faktanya, tidak ada keseragaman dalam karakteristik berbagai sektor pasar oligopolistik. Perilaku suatu perusahaan sangat berbeda ketika hanya ada tiga perusahaan di pasar dan lima belas di pasar. Selain itu, perilaku perusahaan akan berbeda jika perusahaan setuju untuk menandatangani perjanjian pangsa pasar dengan mana perjanjian tersebut tidak ada.

Akibatnya, beberapa yang lain menghasilkan barang yang identik (identik). Namun, ada perusahaan dalam oligopoli yang memproduksi barang dengan gaya yang berbeda. Karena jumlah perusahaan yang sangat terbatas, kegiatan masing-masing perusahaan sangat bergantung pada kegiatan perusahaan lain di sektor yang sama. Saat bertindak, setiap perusahaan pertama-tama harus mengambil pertimbangan dan mencurigai reaksi perusahaan lain terhadap tindakan yang akan dilaksanakan.

Karena perbedaan, seperti yang baru saja kita katakan, tidak mungkin untuk melakukan analisis umum yang menjelaskan keseimbangan perusahaan di pasar oligopoli. Setidaknya, perlu untuk membedakan antara dua perubahan pasar yang mungkin ada di pasar oligopoli, yaitu, pasar oligopoli di mana

perusahaan menyepakati tindakan bersama untuk menentukan harga dan tingkat produksi dan oligopoli di mana Perusahaan tidak mengadakan perjanjian.

2. Karakteristik Pasar Oligopoli

Pasar oligopoli mencakup sekelompok kecil perusahaan. Secara umum industri pasar oligopoli terlihat seperti ini: kebanyakan perusahaan besar menyesuaikan ukuran pasar oligopoli, misalnya 70-80% dari total volume produksi atau penjualan, ada juga perusahaan yang lebih kecil. Beberapa perusahaan (yang mengatur) terbaik sangat direkomendasikan oleh satu perusahaan karena keputusan dan tindakan satu orang mempengaruhi orang lain. Dalam melakukannya, setiap perusahaan dengan cermat memeriksa perubahan harga, desain, metode produksi yang murah, dan banyak lagi. Karena teknologi saat ini, terdapat banyak pasar oligopolistik di negara industri. Teknologi modern hanya menghasilkan buah jika produksi massal mencapai tingkat yang sangat tinggi. Situasi ini dapat menstabilkan jumlah perusahaan yang beroperasi di sektor ini. Selain faktor penting ini, pasar oligopoli memiliki banyak kegunaan lain. Peristiwa ini dijelaskan dalam uraian berikut.

a. Menghasilkan barang standar maupun barang berbeda corak.

Terkadang perusahaan memproduksi produknya di pasar oligopoli. Pasar oligopolistik didominasi oleh bahan baku seperti minyak bumi, besi dan aluminium, serta bahan baku seperti semen. dan bahan bangunan. Jenis produk yang berbeda. Ini biasanya produk terbaru. Contoh pasar oligopolistik yang menghasilkan produk akhir adalah industri otomotif dan pengangkutan, industri tembakau, serta industri pakaian dan sabun.

b. Memiliki kekuasaan dalam menentukan Harga terkadang kuat terkadang lemah

Salah satu dari dua opsi ini tergantung pada bentuk kemitraan bisnis di pasar oligopoli. Tanpa kerja sama, harga akan terbatas. Dalam hal perjanjian pengurangan harga, itu akan menarik lebih banyak pelanggan dalam waktu singkat. Perusahaan yang kehilangan pelanggan mengambil tindakan balasan dengan menurunkan harga lebih lanjut, dan akhirnya perusahaan yang pada awalnya kehilangan harga akan kehilangan langganannya. Namun, jika perusahaan pemasaran menetapkan aturan, menetapkan harga, harga bisa stabil pada tingkat yang sesuai. Dalam hal ini, mereka menetapkan harga yang sangat tinggi, yang sesuai dengan harga monopoli.

c. Secara Umum Perusahaan Oligopoli Perlu Melakukan Promosi Lewat Iklan.

Pemasaran berkelanjutan sangat dibutuhkan bagi perusahaan oligopoli yang memproduksi produk dengan karakteristik berbeda. Biaya iklan cenderung lebih tinggi untuk bisnis. Pengalaman pemasaran periklanan memiliki dua tujuan, yaitu untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Oligopolis yang memproduksi barang-barang biasa memiliki biaya iklan terendah. Pemasaran terutama digunakan untuk menjaga hubungan baik dengan masyarakat.

3. Menentukan Jumlah Produksi Tanpa Ada Kesepakatan

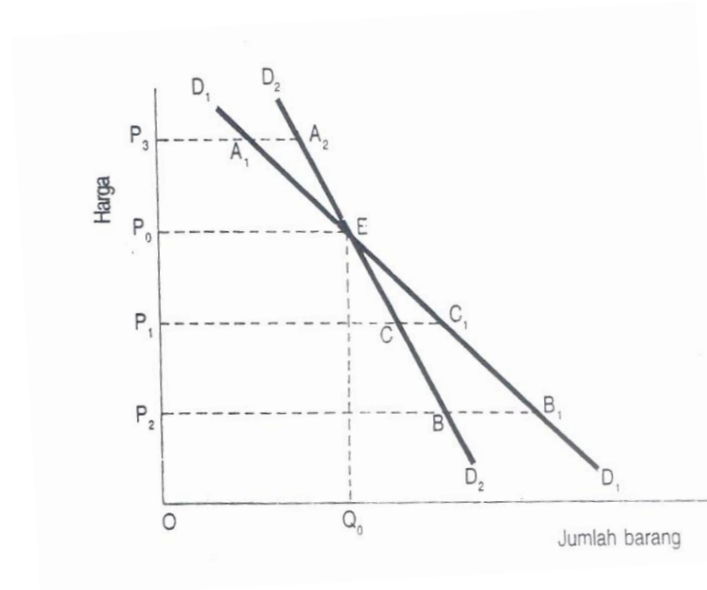
Untuk memaksimalkan manfaat dari masyarakat oligopolistik, kita harus mempertimbangkan tujuan ini dan masyarakat belum mencapai kesepakatan. Selama analisis, penting untuk dipahami bahwa, karena sangat kecil, setiap perusahaan di pasar terkait erat dan tertarik, meskipun tidak ada kesepakatan. Dengan kata lain, tindakan berlebihan atau balas dendam pada satu perusahaan atas perusahaan lain memiliki konsekuensi nyata.

a. Kurva Permintaan Patah (Kinked Demand Curve)

Berdasarkan tren yang dijelaskan di atas, misalnya, dalam menanggapi perubahan lain, permintaan perusahaan oligopolistik dapat dijelaskan jika perusahaan tidak mengadakan perjanjian, jika perusahaan oligopolistik mengubah harga produk. Dalam Gambar 1, ini adalah kurva permintaan untuk oligopolis, yang disejajarkan persis seperti yang ditunjukkan.

b. Keseimbangan Asal

Misalnya, kurva D1D1 pada Gambar 1 menggambarkan permintaan yang dialami penghuni Aligo ketika perusahaan pertama mengubah harga tetapi perusahaan lain tidak mengubah harga. D2D2 Curve membutuhkan profesional Aligo jika, misalnya, perusahaan lain mengambil langkah yang sama setelah mengubah harga penyewa Aligo. Misalnya, nilai pasar awalnya 0. Selanjutnya, jumlah permintaan diberikan pada poin e. Artinya, banyaknya adalah Q_0 .



Gambar 66. Kurva Permintaan dalam Oligopoli

c. Efek Menurunnya Harga

Karena perusahaan di pasar oligopoli mengurangi harga jual menjadi P , permintaan lebih banyak diperlukan untuk meningkat. Jika perusahaan lain tidak terlibat dalam menurunkan harga, permintaan akan meningkat ke level yang ditunjukkan pada paragraf C1. Peningkatan signifikan ini disebabkan oleh dua faktor: (i) langganan perusahaan lain yang memproduksi barang serupa membeli barang dengan harga lebih rendah, dan (ii) kelompok konsumen membatalkan penggunaan produk baru. dan kemudian meningkatkan penggunaan produk diskon. Untuk perusahaan pertama, yang juga mengurangi harga, permintaan tumbuh hanya ke tingkat yang ditunjukkan dalam paragraf C. Peningkatan permintaan yang relatif sederhana ini disebabkan oleh kenyataan bahwa ini tidak terjadi pada bagian (i) di atas. Peningkatan permintaan hanya dapat dicapai dalam keadaan yang ditentukan dalam bagian (ii). Hal yang sama berlaku jika harga terus turun ke P_2 . Tanpa reaksi dari perusahaan lain, permintaan akan naik ke level yang ditentukan dalam paragraf B1. Jika perusahaan lain menurunkan harga, kenaikan permintaan akan mencapai tingkat yang ditentukan dalam paragraf B.

d. Efek Peningkatan Harga

Kami juga melihat situasi yang berlawanan, yaitu bahwa masyarakat oligopolistik menaikkan harga untuk P_3 . Jika beberapa perusahaan tidak

mengubah harga dan terus menjual pada tingkat P_0 , perusahaan menaikkan harga akan kehilangan banyak catatan. Pada biaya P_3 , jumlah barang yang dapat dijual ditunjukkan pada catatan A1. Akibatnya, jika perusahaan lain menaikkan harga, perusahaan yang berniat kenaikan harga tidak akan kehilangan registrasi dan, dengan demikian, akan dapat menjual produk mereka pada tingkat yang dijelaskan dalam paragraf A.

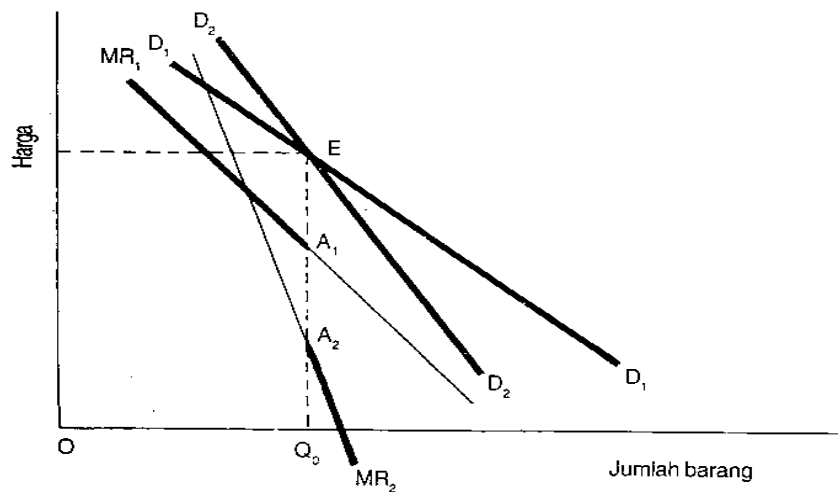
e. Kurva Permintaan Terpatah

Sekarang muncul pertanyaan: mengapa perusahaan sangat membutuhkan Oligopoliya? Kita dapat mengatakan bahwa perusahaan tidak ingin menambah pendaftaran dan menantikan pendaftaran baru. Ketika perusahaan Eclipse mengubah harga jualnya, perilaku perusahaan lain mengatakan: beberapa perusahaan menaikkan harga sehingga harga tidak berubah, seperti halnya bagian mereka dalam catatan. C 14.1 dan 14.2

Jika kurva kurva D_1ED_2 adalah permintaan untuk iklan yang disajikan oleh perusahaan di pasar alligoplastic, seperti apa kurva kurva itu? Karakteristik karakteristik merek pelanggan ditunjukkan pada Gambar 14.2 Counter MR1 adalah perguruan tinggi perdagangan jika kurva permintaan D_1D_1 dan MR2 adalah perguruan tinggi perdagangan. Titik A1 c) dan titik dingin MR 2 (hilirA2)

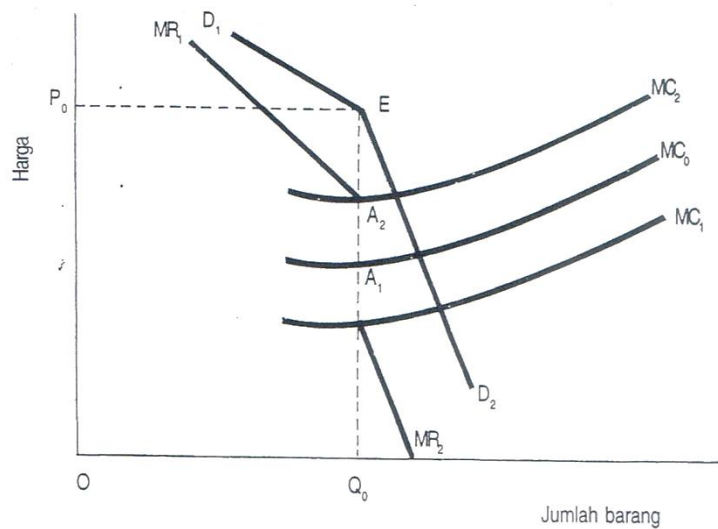
f. Memaksimumkan Keuntungan Perusahaan

Situasi saat kurva permintaan untuk bisnis adalah kurvapatahdan kurva penjualan marjinal adalah kurvapatah perpotongan antara kurva MR1 ke A1 dan Kurva A2 ke MR2, seperti yang ditunjukkan pada Gambar 2, bagaimana pengaruh maksimalisasi laba dipengaruhi? Jawaban untuk masalah ini dapat ditampilkan menggunakan Gambar 3.



Gambar 67. Kurva MR dalam oligopoli

Misalkan pada awalnya biaya marjinal adalah MC_0 . Untuk memaksimalkan keuntungan $MC_0 = MR$, maka berdasarkan keadaan dalam gambar 14.3 keuntungan paling tinggi dicapai apabila dengan harga P_0 dan jumlah produksi sebesar Q_0 . Apabila terjadi perubahan ke atas biaya produksi, bagaimanakah kedudukan keseimbangan akan dipengaruhinya? Dicontohkan biaya produksi naik sehingga menyebabkan kurvabiaya marjinalnya menjadi seperti yang ditunjukkan oleh MC_2 . Dari keadaan gambar 14.3 dapat dilihat bahwa keuntungan yang paling tinggi masih akan tetap dicapai oleh perusahaan itu pada ketika harga adalah P_0 dan jumlah barang yang diproduksi adalah Q_0 . Hal tersebut terjadi setelah kurva biaya marjinal berada di atas MC_2 atau di bawah C_1 , keseimbangan paling maksmla, keuntungan yang dinyatakan pada gambar tersebut tidak akan mengalami perubahan. Oleh karena itu, selama kurva biaya marjinal memotong MR diantara titik A_1 dan A_2 , harga dan jumlah produksi perusahaan tidak akan mengalami perubahan.



Gambar 68. Keseimbangan perusahaan dalam oligopoly

Atas dasar analisis di atas, dapat disimpulkan bahwa pasar oligopoli, tingkat harga yang sulit, sulit untuk diubah karena perusahaan tidak membuat kontrak di antara mereka. Ini cenderung tetap pada harga aslinya.

4. Bentuk-Bentuk Hambatan Kemasukan Oligopoli

Ukuran pasar yang kecil adalah bukti bahwa sangat sulit bagi perusahaan baru untuk memasuki pasar oligopolistik. Faktor-faktor kunci yang mengarah pada masuknya pasar oligopolistik adalah::

a. Skala Ekonomi

Skala Ekonomi perusahaan menarik ketika mereka memasuki sektor ini. Jika perusahaan oligopolis mampu memenuhi kondisi ekonomi untuk memaksimalkan produksi, maka produksi yang lebih tinggi akan menurunkan biaya produksi. Dengan meningkatnya permintaan pasar, perusahaan-perusahaan di sektor ini memiliki peluang yang lebih baik untuk memenuhi permintaan karena mereka dapat meningkatkan kapasitas produksi sambil menurunkan biaya produksi. Semakin banyak penjualan yang dilakukan perusahaan-perusahaan ini, semakin baik operasi mereka. Ini membuatnya jauh lebih sulit bagi perusahaan baru untuk masuk karena pasar saham pernah menjadi bagian dari perusahaan yang ada dan biaya unit produksi lebih tinggi dari itu perusahaan lama.

b. Biaya Produksi yang Berbeda

Unit biaya produksi karena perbedaan kondisi produksi (jumlah) tercantum di atas. Selain itu, biaya produksi mungkin berbeda untuk tingkat produksi yang sama. Secara umum, biaya unit produksi harus meningkat di luar biaya perusahaan lama pada setiap tahap produksi. Dengan kata lain, colokan AC (total biaya) perusahaan baru lebih baik daripada AC kapasitas tertinggi dari perusahaan lama. Karena itu, perusahaan baru tidak bisa menjual produknya lebih murah perusahaan lama. Ini mencegah perusahaan baru masuk. Ada banyak faktor yang menimbulkan perbedaan biaya produksi tersebut, antara lain adalah:

- 1) Perusahaan yang sudah lama beroperasi bisa mengurangi biaya produksi berdasarkan pengetahuan luas tentang kegiatan produksi yang diperoleh dari pengalaman sebelumnya. Para karyawan lebih memiliki pengalaman di dalam menyelesaikan pekerjaan mereka, dan ini meningkatkan produktivitas karyawan, yang selanjutnya memungkinkan adanya penurunan biaya produksi.
- 2) Perusahaan lama sudah memiliki kepercayaan dari pihak bank dan pemasok bahan baku, yang dapat memberikan kredit pinjaman dengan lebih mudah dan harga murah pada bahan baku.

c. Hasil Produksi yang Memiliki Keistimewaan

Keistimewaan produk yang dibuat oleh perusahaan lama adalah sumber lain yang dapat menghambat penciptaan perusahaan baru. Karakteristik ini dapat dibedakan dalam berbagai bentuk. Pertama, artikel tersebut sudah dikenal (pengenalan produk) dan publik telah menunjukkan kepercayaan dan apresiasi yang besar untuk artikel ini. Karena tidak mungkin menawarkan produk lain yang jauh lebih baik daripada produk yang dikenal publik, akan sulit bagi bisnis baru untuk bertahan di pasar.

Fitur lain adalah bahwa produk yang sangat kompleks (kompleksitas produk) yang mencakup sejumlah komponen yang mendorong produktivitas dan peningkatan. Ini termasuk mobil, TV, lemari es dan banyak lagi. Kompleksitas produk tidak menarik bagi semua pemilik perusahaan yang berbasis di sektor ini. Pengusaha juga perlu tahu cara menghasilkan produk bernilai rendah di pasar.

Faktor lain yang dapat dimiliki perusahaan di pasar oligopoly adalah memiliki banyak kesamaan. Jika dia adalah pembuat rokok, rokok yang

dibuatnya memiliki berbagai jenis dan ukuran, sehingga dia dapat memiliki produk seperti rokok dan rokok buatan yang diinginkan orang, dan rasanya berbeda. Produsen peralatan mandi, deterjen, minuman botol panas, dan pembuat mobil adalah contoh lain dari perusahaan yang sering menghasilkan produk yang unik dan menarik. Pasar karenanya mencakup banyak orang dan karenanya mempersulit perusahaan baru untuk memasuki pasar.

5. Penilaian kepada Pasar Oligopoli

Dalam menilai kelebihan pasar oligopoli, tiga aspek lingkungan bisnis di pasar oligopoli dipertimbangkan, yaitu:

a. Efisiensi Penggunaan Sumber-Sumber Daya

Materi sebelumnya sudah menekankan penggunaan sumber daya yang efisien diperoleh ketika Biaya Marginal sama dengan harga. Dan dalam bisnis yang memaksimalkan keuntungan, biaya marjinal sama dengan pendapatan marjinal. Akibatnya, penggunaan sumber daya yang efisien hanya tercapai jika tingkat harga sesuai dengan biaya rata-rata terendah (ditunjukkan oleh titik terendah pada kurva rotasi). Secara umum, situasi ini tidak tercapai oleh perusahaan oligopolistik. Karena persyaratan efisiensi, perusahaan oligopolistik tidak menggunakan sumber daya secara efisien.

Dalam industri di mana ekonomi akan terus mendapat manfaat dari tingkat kinerja tinggi, lebih baik bagi organisasi untuk dipimpin oleh lebih banyak perusahaan daripada kebanyakan perusahaan. di pasar. persaingan sempurna. Jika bisnis dijalankan di lebih dari satu perusahaan, masing-masing perusahaan hanya menghasilkan tingkat produksi yang rendah dan tidak dapat mengambil keuntungan dari skala ekonomi yang dapat dihasilkannya. Oleh karena itu, biaya produksi per unit lebih tinggi daripada ekonomi mampu.

b. Berkembangnya Teknologi Dan Inovasi

Pasar oligopoli adalah struktur pasar yang menawarkan insentif paling besar untuk pengembangan dan inovasi teknologi. Dua alasan penting dapat digunakan untuk mendukung pandangan ini: (i) keberadaan laba di atas rata-rata dan (ii) penekanan pada persaingan harga akan berdampak negatif pada posisi perusahaan di sektor ini. . Seperti di pasar monopoli, perusahaan akan mendapat manfaat terbesar dari pasar oligopoli. Keuntungan ini bisa didapat karena masuknya bisnis baru sangat sulit diimplementasikan. Dengan cara ini, laba jangka pendek yang lebih normal dapat dipertahankan dalam jangka

panjang. Akibatnya, oligopoli memiliki sumber daya keuangan yang dapat mendanai penelitian yang dibutuhkan untuk pengembangan dan inovasi teknologi.

Selain itu, keinginan untuk terus mengembangkan teknologi dan terus memperbarui juga dikarenakan oleh perusahaan, yang tidak dapat menekankan upaya untuk menarik pelanggan dengan harga yang kompetitif, yaitu menarik pelanggan dengan mengubah harga penjualan. Langkah ini akan mengarah pada "perang harga" yang pada akhirnya akan merugikan masyarakat itu sendiri. Akibatnya, upaya untuk mendapatkan lebih banyak langganan dikelola lebih kompetitif daripada berdasarkan harga. Salah satunya adalah pengembangan berkelanjutan dari barang-barang yang diproduksi sehingga mereka masih memiliki beberapa properti. Untuk dapat mencapai ini, perusahaan harus terus mencoba mengembangkan teknologi kegiatannya dan membuat inovasi yang diperlukan.

c. Tingkat Keuntungan Perusahaan

Meskipun ada persaingan di pasar oligopoli, situasi persaingan tidak lebih luas dibandingkan pasar persaingan sempurna dan di pasar monopoli kompetitif. Persaingan datang terutama dari perusahaan yang sudah ada di sektor ini. Dan dengan kemungkinan kesepakatan, persaingan dapat minimalisir. Persaingan terbatas ini memungkinkan perusahaan untuk menang di atas normal.

Bagi konsumen, kemampuan untuk mengurangi persaingan dan menghasilkan laba normal memiliki dua efek negatif. Pertama, harga barang lebih mahal daripada kompetisi yang lebih luas. Kedua, kuantitas barang yang bisa digunakan tidak seimbang dengan yang tersedia di pasar. Kelemahan ini menyebabkan pemerintah untuk mengawasi kegiatan perusahaan-perusahaan oligopolistik. Di Amerika Serikat, misalnya, beberapa peraturan telah diberlakukan sejak akhir abad terakhir yang pada dasarnya ditujukan untuk melarang penciptaan bisnis yang akan mengendalikan harga dan produksi. Aturan-aturan ini dimaksudkan untuk menjamin persaingan yang adil antara berbagai perusahaan di pasar oligopoli.

C. TUGAS LATIHAN / SOAL

1. Berikan penjelasan mengenai perusahaan yang melakukan kesepakatan memiliki bentuk kurva permintaan terpatrah? Apakah akibat dari kurva permintaan yang demikian kepada penentuan pemaksimalan keuntungan perusahaan?
2. Berikan penjelasan mengenai hambatan bagi perusahaan yang ingin bergabung dalam struktur pasar oligopoly!
3. Jika dilihat dari sudut efiseinsi terhadap penggunaan sumber-sumber daya dan inovasi, berikanlah penilaian mengenai kelebihan dan kelemahan dari struktur pasar oligopoly!
4. Keterkaitan di antara harga dan jumlah permintaan yang dihadapi suatu perusahaan oligopoli adalah seperti yang ditunjukkan oleh angka-angka berikut:

Harga (rupiah)	Jumlah permintaan (unit)
6000	100
5000	200
4000	250
3000	300
2000	350
1000	400

- a. Hitunglah hasil penjualan pada setiap tingkat harga!
- b. Hitunglah hasil penjualan marjinal pada setiap tingkat harga!
- c. Setelah anda hitung maka gambarkan kurva hasil penjualan (TR) dan hasil penjualan marjinal (MR) perusahaan tersebut!
- d. Jika perusahaan-perusahaan lain yang melakukan kesepakatan dan kerjasama menetapkan harga produksinya sebesar Rp 5000. Apakah syaratnya agar perusahaan tersebut mencapai keuntungan maksimum pada harga tersebut?

D. DAFTAR PUSTAKA

- Mankiw, Gregory. (2014). Pengantar Ekonomi Mikro-Edisi Asia Vol 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Rahardja, Pratama, Mandala Manurung. (2008). Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikroekonomi & Makroekonomi). Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Sukirno, Sadono. (2016). Mikro Ekonomi Teori Pengantar: Edisi Ketiga. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sukirno, Sadono. (2011). Pengantar Teori Ekonomi Mikro. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad. (2014). *Ekonomi Mikro; Teori dan Aplikasi di Dunia Usaha*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Basuki, Agus Tri dan Prawoto, Nano. (2014). *Pengantar Teori Ekonomi*. Yogyakarta: Mitra Pustaka Mandiri (MATAN).
- Hartono J. 2004. *Teori Ekonomi Mikro: Analisis Matematis*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Mankiw, Gregory. (2014). *Pengantar Ekonomi Mikro-Edisi Asia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rahardja, Pratama, Mandala Manurung. (2008). *Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikroekonomi & Makroekonomi)*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Rusmijati. (2017). *Teori Ekonomi Mikro I*. Yogyakarta: Graha Cendekia.
- Samuelson, Paul A. 1980. *Economics*. Eleventh Edition. Mc-Graw-Hill Book Company. New York.
- Sangadji, M., Djayastra, K., & Hanoebon, R.A. (2015). *Pengantar Mikro Ekonomi*. Surabaya: R.A. De Rozarie.
- Sari, S., Priatna, W. B., & Burhanuddin, B. (2017). Pengaruh Aktivitas Wanita Wirausaha Terhadap Pertumbuhan Usaha Olahan Kentang di Kabupaten Kerinci, Jambi. *Jurnal Agribisnis Indonesia (Journal of Indonesian Agribusiness)*, 3(1), 39-54. <https://doi.org/10.29244/jai.2015.3.1.39-54>.
- Sukirno, Sadono. (2016). *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*: Edisi Ketiga. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sukirno, Sadono. (2011). *Pengantar Teori Ekonomi Mikro*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

GLOSARIUM

- A

Average Cost (Biaya rata-rata): rata-rata biaya total yang dikeluarkan oleh perusahaan baik tetap maupun variable

Average Fixed Cost (Biaya tetap rata-rata): rata-rata biaya tetap sehubungan dengan produksi per unit barang oleh perusahaan

Average Variable Cost (Biaya berubah rata-rata) : rata-rata biaya berubah yang dikeluarkan sebanyak produksi perunit barang oleh perusahaan

- B

Barang homogen : barang seragam/sama

Barriers To Entry adalah kondisi yang menjadi hambatan untuk masuk dalam pasar monopoli

Breakevent Point (Titik Piling Pokok) : tingkat pendapatan perorangan, keluarga, atau masyarakat dimana seluruhnya habis utk barang-barang konsumsi

Budget line (garis anggaran) : batasan kemampuan konsumen secara umum

- C

Ceteris Paribus : suatu asumsi dasar dalam ilmu ekonomi yang berarti faktor lain dianggap tetap.

Common Resources Sumber daya milik bersama adalah barang yang tidak ekskludabel, namun rival

Constant Return to Scale : adalah bahwa penambahan factor produksi akan proposional dengan penambahan produksi yang diperoleh.

Copyrights (hak cipta) : Hak eksklusif bagi pencipta atau penerima hak untuk mengumumkan atau memperbanyak ciptaannya atau memberi izin untuk itu dengan tidak mengurangi pembatasan-pembatasan menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku.

- D

Decreasing Return To Scale : adalah bahwa proporsi dari penambahan factor produksi melebihi proposi pertambahan produksi.

Differentiated Product (Diferensiasi produk): usaha untuk membedakan produk yang dihasilkan dihasilkan oleh perusahaan untuk memberikan daya tarik langsung maupun tidak langsung kpd konsumen

Diseconomies of scale: adalah kondisi dimana biaya rata-rata per unit dalam periode tertentu semakin meningkat bila jumlah hasil produksi terus ditingkatkan.

Diskriminasi harga: perbedaan harga untuk pasar dan barang yang sama

- E

Economies of Scale : adalah fenomena turunnya biaya produksi per unit dari suatu perusahaan yang terjadi bersama meningkatnya jumlah produksi.

Eksplisit : segala biaya yang dikeluarkan dalam rangka mendapatkan faktor-faktor produksi

Equilibrium Competitif : penyeimbang penawaran dan permintaan dlm perekonomian atau pasar yg bersaing sempurna karena penjual dan pembeli kompetitif sempurna tidak mempunyai daya untuk mempengaruhi pasar

Exclusive Franchise (Hak usaha eksklusif) : adalah hak yang semata-mata diperuntukan bagi pemegangnya sehingga tidak ada pihak lain yang boleh memanfaatkan hak tersebut tanpa izin pemegangnya.

Expense (Ongkos) : pengeluaran yang dilakukan untuk manfaat yang telah kita dapat saat ini/ yang lalu

- I

Implicit Cost : semua biaya taksiran yang dimiliki oleh faktor produksi apabila digunakan

Income Consumption Curve : kombinasi produk yang dikonsumsi untuk memberikan kepuasan maksimum kpd konsumen pada berbagai tingkat pendapatan

Increasing return to Scale : adalah bahwa proposi dari penambahan faktor produksi akan menghasilkan pertambahan produksi yang lebih besar.

Invisible hands : adalah metafora yang dipakai oleh Adam Smith untuk menyebut manfaat sosial yang tak terduga berkat tindakan individu.

Isocost (Garis Biaya Sama) : biaya yang dikeluarkan produsen

Isoquant (Garis Produksi Sama): kepuasan yang diukur secara objektif

- K

Kurva biaya rata-rata jangka pendek : grafik dari biaya rata-rata minimum utk menghasilkan suatu komoditi pada tiap tingkat produksi, berdasarkan teknologi dan harga masukan dari pabrik yang ada

Kurva isocost : kurva yang menunjukkan berbagai kombinasi pembelian dua input variabel dan modal dengan menggunakan jumlah anggaran yang sama

Kurva isoquant : kurva yang menghubungkan titik-titik kombinasi input untuk menghasilkan tingkat output yang sama

Kinked Demand Curve (Kurva Permintaan Terpatah) : adalah kurva permintaan yang dihadapi suatu perusahaan oligopoly berbentuk kurva bengkok dan menyebabkan tingkat harga sangat rigid/ kaku, karena tindakan perusahaan menurunkan harga akan diikuti oleh perusahaan lain.

- **L**

Laisses-Faire : adalah sebuah frasa bahasa Perancis yang berarti “Biarkan saja atau apa adanya” yang merupakan doktrin non-intervensi dalam kaitannya dengan system politik atau ekonomi.

Law of diminishing return : adalah sebuah hukum dalam ekonomi yang menjelaskan tentang proporsi input yang tepat untuk mendapatkan output yang maksimal.

Long Run Average Cost (Biaya rata-rata jangka panjang) : biaya rata-rata jangka pendek yang digabungkan menjadi satu sehingga membentuk amplop

- **M**

Marginal Cost (Biaya Marginal) : tambahan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan sebagai akibat dari bertambahnya faktor produksi dan dalam rangka menambah unit produksi

Marginal Revenue : adalah kenaikan atau penurunan penerimaan sebagai akibat dari penambahan atau pengurangan satu unit output.

monopoli alamiah, dimana dia bersifat ekskludabel, namun tidak memiliki rival.

mutual interdependence (saling mempengaruhi) ini merupakan sifat yang khusus dari perusahaan dalam pasar oligopoli, yang tidak terdapat dalam bentuk pasar lainnya

- **O**

Opportunity Cost : adalah biaya yang dikeluarkan ketika memilih suatu kegiatan

- **P**

Private goods (Barang pribadi) : adalah barang yang bersifat ekskludabel dan rival.

Product Complexity yaitu ia terdiri dari komponen-komponen yang banyak sekali sehingga sukar membuat dan memperbaikinya

Public goods (Barang publik) : adalah barang-barang yang tidak ekskludabel juga tidak rival

- **T**

Total Cost (Biaya total) : segala biaya baik tetap maupun variabel yang harus dikeluarkan dalam rangka operasional perusahaan

Total Fixed Cost (Total Biaya tetap) : biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan yang bersifat tetap dalam rangka operasional perusahaan

Total Revenue : adalah penerimaan total hasil penjualan output.

Total Variable Cost (Barang public) : biaya yang dikeluarkan berhubungan dgn banyaknya faktor produksi yg digunakan serta besar kecilnya unit produksi.

FORMAT RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

Program Studi	: Akuntansi S-1	Sks	: 2 sks
Mata Kuliah/Kode	: Pengantar Ilmu ekonomi mikro/ E021212	Prasyarat	: -
Semester	: 1	Kurikulum	: Kurikulum Lama
Deskripsi Mata Kuliah	: Mata kuliah ini termasuk mata kuliah dasar Sebagai pengantar Ilmu Ekonomi, yang – Membahas masalah perekonomian secara Mikro. Pokok Bahasan dalam mata kuliah ini, yaitu masalah ekonomi yang terjadi pada rumah tangga perusahaan dan rumah tangga konsumen, Teori permintaan & Penawaran, Mekanisme pasar, Teori Tingkah Laku Konsumen, Teori Produksi dan biaya produksi, - dan struktur pasar	Capaian Pembelajaran	: Setelah menyelesaikan mata kuliah ini, mahasiswa mampu mengestimasi, menghitung, menganalisa serta menggambarkan dalam bentuk kurva dan mampu membaca kurvamengenai permasalahan perekonomian mikro, permintaan & penawaran mekanisme pasar, elastisitas, tingkah laku konsumen, produksi dan biaya produksi, harga keuntungan, dan struktur pasar.
Penyusun	: 1. Luh Nadi, S.E., M.M ; 2. Silvia Sari, S.P., M.Si ; 3. Tri Utami, S.E., M.Ak		

PERTEMUAN KE-	KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN	POKOK BAHASAN	METODE PEMBELAJARAN	PENGALAMAN BELAJAR	KRITERIA PENILAIAN	BOBOT NILAI
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
1	Mahasiswa mampu menjelaskan pengertian ilmu ekonomi, ruang	1. Pengertian Ilmu Ekonomi 2. Masalah Ekonomi	Ceramah, dan berdiskusi	Tugas 1	Ketepatan dalam menganalisa	6%

2	lingkup analisa mikroekonomi dan makroekonomi, serta dapat menganalisa akar dari permasalahan ekonomi Mahasiswa dapat menjelaskan, serta dapat menggambarkan siapa saja yang terlibat dalam permasalahan perekonomian serta dapat menggambarkan kegagalan pasar yang terjadi dan bagaimana kiprah pemerintah dalam kegiatan perekonomian	3. Mengapa belajar Ilmu ekonomi mikro 4. Jenis-jenis Analisa Ekonomi 5. Pernyataan Positif dan Pernyataan Normatif 6. Sifat-sifat Teori Ekonomi 7. Alat-alat analisa dalam ilmu ekonomi 8. Mikro ekonomi dan Makro ekonomi 9. Perkembangan Teori Ekonomi mikro dan Makro POLA KEGIATAN PEREKONOMIAN 1. Uang, Perdagangan dan spesialisasi Perekonomian. 2, Pelaku-pelaku kegiatan ekonomi 3 Sirkulasi aliran pendapatan 4. Mekanisme pasar suatu penilaian awal 5. Kegagalan pasar dan campur tangan pemerintah.	Presentasi berdiskusi Tanya Jawab	Tugas 2	Ketepatan dalam menganalisa seluruh rangkaian dari pola kegiatan ekonomi	6%
3	Mahasiswa mampu memahami, menjelaskan dan menganalisa	Masalah Dan Sistem Pengaturan Perekonomian	Presentasi berdiskusi Tanya Jawab	Tugas 3 Latihan menggambar kurva	Ketepatan dan kecepatan dalam menganalisa dan	6%

	masalah ekonomi dan sistem perekonomian	1.Masalah Pokok dalam Perekonomian 2.Batas Kemungkinan Produksi 3. Kurva kemungkinan Produksi dan Masalah Ekonomi 4. Sistem Perekonomian		mengaaalisa dan membaca kurva tingkt produksi, kemungkinan produksi dan masalah ekonomi.	menggambarkan kurva	
4	Mahasiswa mampu memahami, menjelaskan teori dan menganalisa permintaan,dan membuat kurva serta pergeseran kurva permintaan dan harga.	Teori Permintaan 1. Teori permintaan, fungsi Permintaan, Kurva Permintaan. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan. 2. Harga dan permintaan 3. Permintaan Perseorangan dan Permintaan Pasar. 4. Efek faktor bukan harga terhadap permintaan 5. Gerakan sepanjang dan perubahan kurva permintaan.	Presentasi berdiskusi Tanya Jawab	Tugas 4 Review Materi Bab 1-Bab 3	Kecepatan,ketepatan dalam menganalisa dan mengerjakan soal.	10%
5	Mahasiswa mampu menjelaskan,menganalisa pengertian teori	Teori Penawaran Dan Keseimbangan Pasar	Presentasi berdiskusi Tanya Jawab	Tugas 5 Latihan studi kasus	Tepat dalam menganalisa dan membuat kurva	6%

	penawaran, menghitung output harga, keseimbangan penawaran dalam bentuk kurva penawaran.	1.teori penawaran, fungsi disertakan, kurva penawaran, factor-faktor yang mempengaruhi penawaran. 2.harga& penawaran 3. pengaruh faktor bukan harga terhadap penawaran 4. gerakan sepanjang kurva penawaran dan pergeseran kurva penawaran 5. penentuan harga dan jumlah yang diperjualbelikan 5. keseimbangan penawaran		permintaan, penawaran pasar membuat kurva penawaran dan keseimbangan pasar.		
6	Mahasiswa dapat menjelaskan pengertian elastisitas permintaan dan penawaran. Dapat menghitung, membuat dan menjelaskan serta menganalisa bentuk kurva elastisitas permintaan, penawaran, elastisitas silang dan pendapatan	Elastisitas Permintaan Dan Penawaran 1.Pengertian Elastisitas 2.Macam-macam elastisitas 3. Rumus Elastisitas 4. Elastisitas permintaan dan koefisien elastisitas permintaan	Presentasi berdiskusi Tanya Jawab	Tugas 6 Studi kasus menghitung koefisien elastisitas dan membuat kurva	Ketepatan dalam membaca kurva dan menyimpulkan hasil analisa kurva	6%

		5.Elastisitas permintaan sepanjang kurva permintaan. 6.Elastisitas permintaan dan hasil penjualan 7.Jenis Elastisitas harga yang lain 8. Elastisitas penawaran dan koefisien elastisitas penawaran. 9.Macam-macam elastisitas penawaran 10. Faktor yang mempengaruhi Elastisitas Penawaran.				
7	Mahasiswa mampu menjelaskan teori perilaku konsumen, nilai guna total dan nilai guna marginal serta dapat membuat grafiknya dan menganalisa grafik tersebut.	Teori tingkah laku konsumen: Teori nilai guna 1. Teori Nilai Guna, analisa kepuasan yang sama. 2. Teori tingkah laku konsumen, pendekatan kurva dan garis anggaran 3. Syarat pemaksimum nilai guna	Presentasi materi Simulasi dan Demonstrasi	Tugas 7 Tes Tertulis/ Review materi Bab 4-7	Tepat dan cepat dalam mengerjakan soal	10%

		4. Teori nilai guna dan Teori permintaan, 5. Efek Penggantian dan Efek Pendapatan 6. Paradok Nilai				
8	Mahasiswa mampu menjelaskan, menganalisa dengan kurva kepuasan yang sama, membuat kurva efek pendapatan, harga, serta membuat kurva permintaan dengan bantuan analisis kepuasan yang sama.	Pertemuan 8: Teori tingkah Laku Konsumen: Analisis Kurva Kepuasan Yang Sama. 1. Kurva kepuasan yang sama. 2. Garis Anggaran Pengeluaran. 3. Syarat untuk mencapai kepuasan maksimum 4. Efek perubahan pendapatan dan harga 5. Efek penggantian dan efek Pendapatan 6. Membentuk kurva permintaan	Presentasi berdiskusi Tanya Jawab	Tugas 8 Membuat kurva menganalisa	Menyimpulkan analisa dari kurva	6%
9	Mahasiswa diharapkan mampu menghitung, membuat, menganalisa, fungsi produksi, kurva produksi total, produksi rata-rata, produksi	Teori Produksi Dan Kegiatan Perusahaan 1. Bentuk-bentuk organisasi perusahaan	Presentasi berdiskusi Tanya Jawab	Tugas 9 Membuat kurva Menganalisa dalam hubungannya dengan	ketepatan analisa sehubungan dengan teori produksi	7%

	marginal, garis biaya sama (ISOCOST) dan meminimumkan serta memaksimumkan keuntungan	2.Perusahaanditinjau dari sudut teori ekonomi 3.Fungsi Produksi 4.Teori produksi dengan satu faktor berubah 5.Teori produksi dengan dua faktor berubah		kegiatan perusahaan dlm produksi		
10	Mahasiswa mampu menghitung biaya produksi dalam jangka pendek dan membuat tabel, menggambar kan, menjelaskan serta menganalisa kurva biaya jangka pendek, jangka panjang, skala ekonomi dan tidak ekonomi.	Teori Biaya Produksi 1.Biaya produksi dalam jangka pendek 2.Bentuk kurva biaya jangka pendek 3.Biaya produksi dalam jangka panjang 4.Skala Ekonomi dan tidak ekonomi	Presentasi berdiskusi Tanya Jawab	Tugas 10 Menghitung biaya tetap, biaya variabel, biaya total, biaya marjinal dan mengaplikasikan dalam kurva	Tepat dalam mengitung dan membuat grafik kurva	6%
11	Mahasiswa diharapkan mampu menjelaskan pasar persaingan sempurna, menghitung seluruh biaya produksi, serta membuat dan menganalisa kurva nya.	Pasar Persaingan Sempurna 1. Pengertian dan ciri-ciri pasar sempurna 2.Permintaan dan hasil jualan 3.Pemaksimum keuntungan jangka pendek 4.Grafik pemaksimum	Presentasi berdiskusi Tanya Jawab	Tugas 11 Memahami dan mengerti definisi dan membuat grafik 2. Tes tertulis /Review materi Bab 8 - 10	Ketepatan dalam mengerjakan soal	10%

		keuntungan jangka pendek 5. Biaya marginal dan kurva penawaran 6. Operasi perusahaan dan industri dalam jangka panjang 7. Kurva penawaran industri dalam jangka panjang 8. Kebaikan dan keburukan persaingan sempurna.				
12	Mahasiswa diharapkan mampu menjelaskan pasar monopoli, membuat tabel dan kurva sehubungan dengan pasar monopoli.	Pasar Monopoli 1. Pengertian pasar monopoli 2. Tabel dan kurva monopoli 3. Ciri-ciri monopoli dan factor yang menimbulkannya 4. Pemaksimum keuntungan dalam pasar monopoli 5. Monopoli dan kurva penawaran 6. Monopoli dan diskriminasi harga	Presentasi berdiskusi Tanya Jawab	Tugas 12 Membuat kurva, menganalisa Pasar monopoli	Ketepatan dalam membuat kurva dan menganalisa kurva	5%

13	Mahasiswa diharapkan mampu menjelaskan persaingan monopolistis, membuat tabel dan kurva sehubungan dengan pasar monopolistis	Persaingan Pasar Monopolistis 1. Pengertian pasar monopolistis 2. Ciri-ciri persaingan monopolistis 3. Keseimbangan dalam pasar persaingan monopolistis 4. Penilaian ke atas persaingan monopolistis 5. Persaingan bukan harga 6. Kebaikan dan keburukan pengiklanan	Presentasi berdiskusi Tanya Jawab	Tugas 13 Membuat Kurva dan menganalisa kurva Pasar persaingan monopolistis	Ketepatan dalam membuat kurva, memahami dan menganalisa kurva	6%
14	Mahasiswa diharapkan mampu menjelaskan persaingan Oligopoli membuat tabel dan kurva sehubungan dengan pasar Oligopoli	Oligopoli 1. Pengertian Oligopoli 2. Ciri-ciri pasar oligopoli 3. Penentuan harga dan produksi tanpa persepakatan 4. Bentuk-bentuk hambatan kemasukan oligopoli 5. Penilaian ke atas pasar oligopoli	Presentasi berdiskusi Tanya Jawab	Tugas 14 Membuat Kurva dan menganalisa kurva Pasar persaingan Oligopoli Review Materi Pert 11-14	Ketepatan dalam menjawab	10%

Referensi/sumber:

- Akhmad. (2014). *Ekonomi Mikro; Teori dan Aplikasi di Dunia Usaha*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Basuki, Agus Tri dan Prawoto, Nano. (2014). *Pengantar Teori Ekonomi*. Yogyakarta: Mitra Pustaka Mandiri (MATAN).
- Hartono J. 2004. *Teori Ekonomi Mikro: Analisis Matematis*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Mankiw, Gregory. (2014). *Pengantar Ekonomi Mikro-Edisi Asia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rahardja, Pratama, Mandala Manurung. (2008). *Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikroekonomi & Makroekonomi)*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Rusmijati. (2017). *Teori Ekonomi Mikro I*. Yogyakarta: Graha Cendekia.
- Samuelson, Paul A. 1980. *Economics*. Eleventh Edition. Mc-Graw-Hill Book Company. New York.
- Sangadji, M., Djayastra, K., & Hanoeboen, R.A. (2015). *Pengantar Mikro Ekonomi*. Surabaya: R.A. De Rozarie.
- Sari, S., Priatna, W. B., & Burhanuddin, B. (2017). Pengaruh Aktivitas Wanita Wirausaha Terhadap Pertumbuhan Usaha Olahan Kentang di Kabupaten Kerinci, Jambi. *Jurnal Agribisnis Indonesia (Journal of Indonesian Agribusiness)*, 3(1), 39-54. <https://doi.org/10.29244/jai.2015.3.1.39-54>.
- Sukirno, Sadono. (2016). *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*: Edisi Ketiga. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sukirno, Sadono. (2011). *Pengantar Teori Ekonomi Mikro*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Pamulang, November 2020

Ketua Program Studi

Ketua Team Taching

(Effriyanti, S.E., M.Si.)
NIDN:0003047701

(LUH NADI, S.E., M.M.)
NIDN:0429116702

