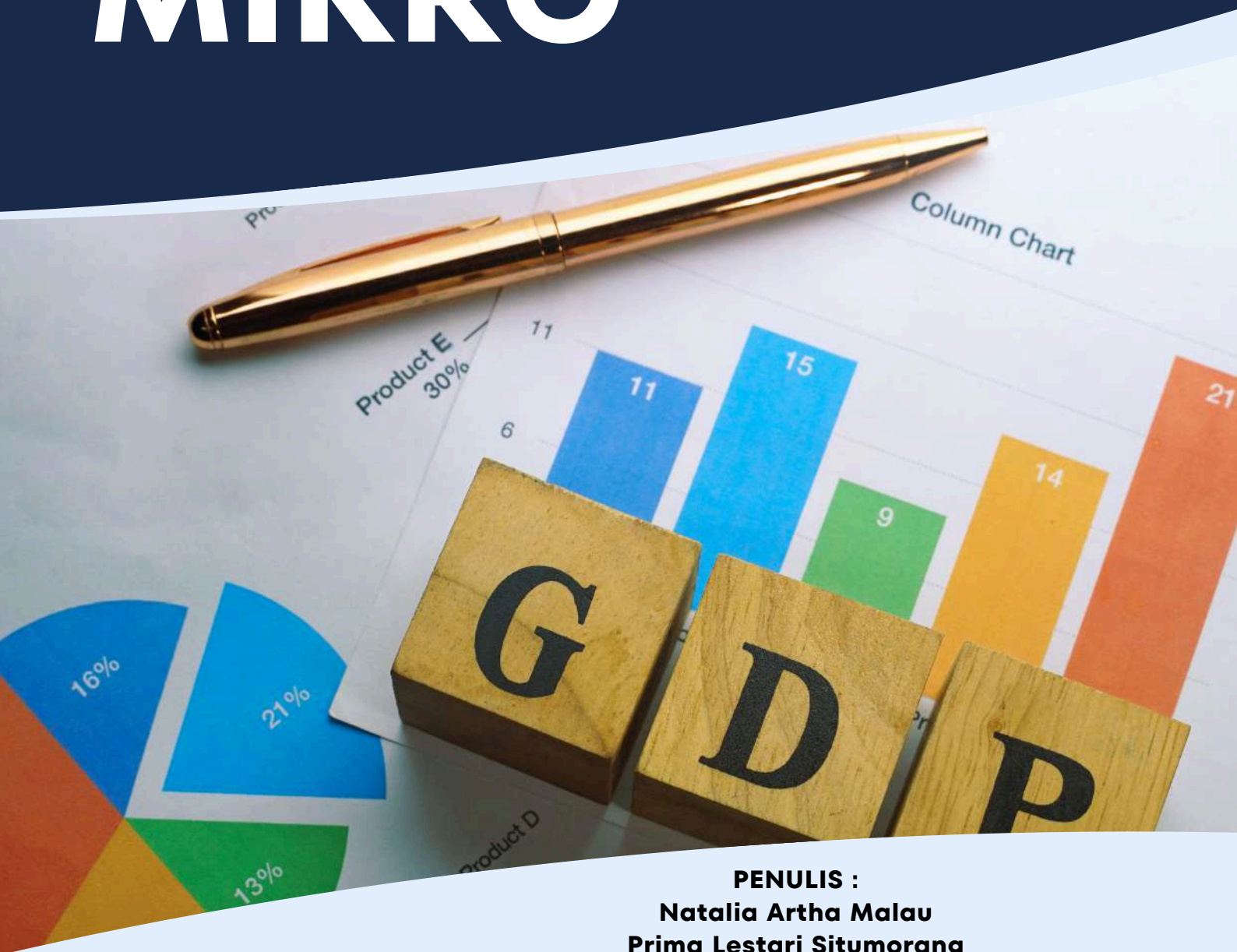


PENGANTAR EKONOMI MIKRO



PENULIS :

Natalia Artha Malau

Prima Lestari Situmorang

I Nyoman Wahyu Widiana

Faisal Efendi

Muhammad Syahrul Mubarak

Femmy Sofie Schouten

Muhammad Hatta

Tri Widayati

Tri Wahyu Rejekiingsih

PENGANTAR EKONOMI MIKRO

**Natalia Artha Malau
Prima Lestari Situmorang
I Nyoman Wahyu Widianana
Faisal Efendi
Muhammad Syahrul Mubarak
Femmy Sofie Schouten
Muhammad Hatta
Tri Widayati
Tri Wahyu Rejekiningsih**



GET PRESS INDONESIA

PENGANTAR EKONOMI MIKRO

Penulis :

Natalia Artha Malau
Prima Lestari Situmorang
I Nyoman Wahyu Widiananda
Faisal Efendi
Muhammad Syahrul Mubarak
Femmy Sofie Schouten
Muhammad Hatta
Tri Widayati
Tri Wahyu Rejekiingsih

ISBN : 978-623-125-677-5

Editor : Diana Purnama Sari, M.E

Penyunting : Tri Putri Wahyuni. S.Pd

Desain Sampul dan Tata Letak : Atyka Trianisa, S.Pd

Penerbit : GET PRESS INDONESIA

Anggota IKAPI No. 033/SBA/2022

Redaksi :

Jln. Palarik Air Pacah No 26 Kel. Air Pacah
Kec. Koto Tangah Kota Padang Sumatera Barat
Website : www.getpress.co.id
Email : adm.getpress@gmail.com

Cetakan pertama, Maret 2025

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan
dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT dalam segala kesempatan. Sholawat beriring salam dan doa kita sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW. Alhamdulillah atas Rahmat dan Karunia-Nya penulis telah menyelesaikan Buku Pengantar Ekonomi Mikro ini.

Buku Ini Membahas Pendahuluan : Gambaran Umum Mata Kuliah Dan Konsep Dasar Ilmu Ekonomi, Masalah-masalah Ekonomi Dan Sistem Perekonomian, Pola Kegiatan Suatu Perekonomian, Harga Keseimbangan Pasar, Konsep Elastisitas, Teori Produksi, Teori Biaya Produksi, Pasar Persaingan Sempurna, Pasar Oligopoli dan Pasar Monopolistik.

Proses penulisan buku ini berhasil diselesaikan atas kerjasama tim penulis. Demi kualitas yang lebih baik dan kepuasan para pembaca, saran dan masukan yang membangun dari pembaca sangat kami harapkan.

Penulis ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dalam penyelesaian buku ini. Terutama pihak yang telah membantu terbitnya buku ini dan telah mempercayakan mendorong, dan menginisiasi terbitnya buku ini. Semoga buku ini dapat bermanfaat bagi masyarakat Indonesia.

Padang, Februari 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR GAMBAR	vi
BAB 1 PENDAHULUAN : GAMBARAN UMUM	
MATA KULIAH DAN KONSEP DASAR ILMU	
EKONOMI	1
1.1 Pendahuluan.....	1
1.2 Konsep Ilmu Ekonomi.....	2
1.2.1 Pentingnya Ilmu ekonomi	2
1.2.2 Definisi Ilmu ekonomi	3
1.2.3 Konsep dasar ilmu ekonomi	6
1.3 Gambaran Umum Studi Ilmu ekonomi	7
1.3.1 Ilmu ekonomi dan kebijakan ekonomi	7
1.3.2 Kerangka Ilmu Ekonomi	9
1.3.3 Ekonomi Mikro	11
DAFTAR PUSTAKA.....	14
BAB 2 PERMASALAHAN EKONOMI DAN	
SISTEM EKONOMI.....	15
2.1 Pendahuluan.....	15
2.2 Permasalahan Ekonomi	16
2.2.1 Masalah Pokok Ekonomi Klasik.....	16
2.2.2 Masalah Pokok Ekonomi Modern.....	19
2.3 Sistem Ekonomi	22
2.3.1 Konsep Dasar Sistem Ekonomi	22
2.3.2 Jenis-Jenis Sistem Ekonomi	23
2.4 Sistem Ekonomi Demokrasi Pancasila	26
2.4.1 Konsep Sistem Ekonomi Demokrasi Pancasila.....	26
DAFTAR PUSTAKA.....	28
BAB 3 POLA KEGIATAN SUATU PEREKONOMIAN.....	
3.1 Konsep Pola Kegiatan Ekonomi	31
3.2 Tujuan Dan Manfaat Pola Kegiatan Suatu Perekonomian	33
3.3 Komponen Pola Kegiatan Perekonomian.....	35
3.4 Uang, Perdagangan Dan Spesialisasi	37
3.5 Pelaku Kegiatan Ekonomi.....	44

3.6 Sirkulasi Aliran Pendapatan.....	47
DAFTAR PUSTAKA	49
BAB 4 HARGA KESEIMBANGAN PASAR	51
4.1 Pendahuluan	51
4.2 Konsep Dasar Harga Keseimbangan Pasar	51
4.2.1 Pengertian Harga Keseimbangan	51
4.2.2 Teori Harga Keseimbangan	52
4.3 Faktor Pengaruh Harga Keseimbangan	56
4.3.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan.....	56
4.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penawaran.....	58
4.3.3 Pengaruh Pemerintah dan Kebijakan Ekonomi.....	60
4.3.4 Faktor-Faktor Eksternal	60
4.4 Pengaruh Keseimbangan Pasar terhadap Perekonomian	61
4.4.1 Pengaruh Keseimbangan Pasar terhadap Alokasi Sumber Daya.....	61
4.4.2 Dampak Keseimbangan Pasar terhadap Inflasi	62
4.4.3 Keseimbangan Pasar dan Pengangguran	63
4.4.4 Pengaruh Keseimbangan Pasar terhadap Investasi	63
4.4.5 Keseimbangan Pasar dan Kestabilan Ekonomi.....	64
4.4.6 Pengaruh Keseimbangan Pasar terhadap Kesejahteraan Sosial	65
4.5 Aplikasi Harga Keseimbangan dalam Kehidupan Nyata	66
DAFTAR PUSTAKA	69
BAB 5 KONSEP ELASTISITAS	71
5.1 Pendahuluan	71
5.2 Elastisitas Permintaan.....	72
5.3 Kategori Elastisitas Permintaan.....	74
5.4 Elastisitas Silang.....	79
5.5 Elastisitas Pendapatan	80
5.6 Elastisitas Penawaran.....	81
5.7 Kategori Elastisitas Penawaran	83
DAFTAR PUSTAKA	89

BAB 6 TEORI PRODUKSI	91
6.1 Definisi Produksi dalam Ilmu Ekonomi	91
6.2 Hubungan Produksi Dengan Efisiensi	92
6.2.1 Jenis Efisiensi dalam Produksi	92
6.2.2 Pentingnya Teori Produksi dalam Analisis Ekonomi Mikro	93
6.2.3 Optimalisasi Penggunaan Sumber Daya	94
6.3 Fungsi Produksi	99
DAFTAR PUSTAKA	101
BAB 7 TEORI BIAYA PRODUKSI	103
7.1 Pendahuluan	103
7.2 Pengertian dan Konsep Dasar Biaya Produksi	104
7.3 Peran Biaya Produksi dalam Bisnis	105
7.4 Biaya Produksi dalam periode Jangka Pendek	106
7.5 Hubungan Antar Kurva-kurva Biaya	110
7.6 Biaya Produksi Jangka Panjang	111
7.7 Kurva Biaya Rata-rata Jangka Panjang	111
7.8 Kurva Biaya Marjinal Jangka Panjang	114
7.9 Skala Produksi Ekonomis Tidak Ekonomis	115
7.10 Sudut kemiringan Kurva Biaya Rata-rata Jangka Panjang (LAC)	117
7.11 Studi Kasus Dimana Fungsi Produksi Skala Hasil Konstan (CRS))	118
DAFTAR PUSTAKA	119
BAB 8 PASAR PERSAINGAN SEMPURNA	121
8.1 Pendahuluan	121
8.2 Karakteristik Pasar Persaingan Sempurna	121
8.3 Mekanisme Pasar dalam Persaingan Sempurna	122
8.4 Kurva Permintaan dalam Pasar Persaingan Sempurna ..	123
8.5 Keseimbangan Jangka Pendek	124
8.6 Keseimbangan Jangka Panjang	127
DAFTAR PUSTAKA	130
BAB 9 PASAR OLIGOPOLI DAN PASAR MONOPOLISTIK	131
9.1 Pendahuluan	131
9.2 Pasar Duopoli (<i>Duopoly Market</i>)	133
9.3 Pasar Oligopoli (<i>Oligopoly Market</i>)	135

9.3.1 Oligopoli Tak Bersekutu (<i>Non-Collusive</i>)	136
9.3.2 Oligopoli Bersekutu (<i>Collusive</i>).....	137
9.4 Pasar Persaingan Monopolistik (<i>Monopolistic Competition Market</i>)	145
9.5 Kesimpulan	150
DAFTAR PUSTAKA	151
BIODATA PENULIS	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Burung Atau Kijang	9
Gambar 5.1. Kurva Permintaan Elastis ($E_d > 1$)	75
Gambar 5.2. Kurva Permintaan Inelastis ($0 < E_d < 1$)	76
Gambar 5.3. Kurva Permintaan Unitary ($E_d = 1$)	76
Gambar 5.4. Kurva Permintaan Tak Terhingga ($E_d = \infty$)	78
Gambar 5.5. Kurva Permintaan Inelastis Sempurna ($E_d = 0$)	78
Gambar 5.6. Kurva Penawaran Elastis ($E_s > 1$)	84
Gambar 5.7. Kurva Penawaran Inelastis ($0 < E_s < 1$)	85
Gambar 5.8. Kurva Penawaran Unitary ($E_s = 1$)	86
Gambar 5.9. Kurva Penawaran Tak Terhingga ($E_s = \infty$)	87
Gambar 5.10. Kurva Penawaran Inelastis Sempurna ($E_s = 0$)	88
Gambar 7.1. Hubungan Kurva Biaya: Total, Tetap dan Variabel	107
Gambar 7.2. Biaya Rata-rata	108
Gambar 7.3. Kurva Biaya Marginal	109
Gambar 7.4. Hubungan Kurva-kurva Biaya	110
Gambar 7.5. Teorema Amplop (Envelope Theorem)	112
Gambar 7.6. Kurva Tingkat Produksi Ekonomis dan Tidak Ekonomis	114
Gambar 7.7. Kurva Tingkat Produksi Ekonomis dan Tidak Ekonomis	115
Gambar 7.8. Kemiringan Kurva LAC	117
Gambar 7.9. Contoh Kurva LAC Skala Hasil Konstan (CRS)	118
Gambar 9.1. Penentuan Produksi di Pasar Duopoli	134
Gambar 9.2. Oligopoli Kolusi Tampak Sangat Mirip dengan Monopoli	138
Gambar 9.3. Kecenderungan Kartel	140
Gambar 9.4. Model Oligopoli Kurva Permintaan yang Bengkok	142
Gambar 9.5. Kurva Permintaan Perusahaan Monopolistik	146
Gambar 9.6. Pasar Persaingan Monopolistik	147

Gambar 9.7. Pasar Persaingan Monopolistik dan
Persaingan Sempurna..... 148

BAB 1

PENDAHULUAN : GAMBARAN UMUM MATA KULIAH Dan KONSEP DASAR ILMU EKONOMI

Oleh Natalia Artha Malau

1.1 Pendahuluan

Di beberapa Fakultas terutama Fakultas Ekonomi, mata kuliah ilmu ekonomi merupakan mata kuliah wajib untuk diambil dalam semester awal. Pertanyaan yang muncul pertama adalah mengenai apa itu ilmu ekonomi? Ilmu ekonomi ini diperuntukkan untuk siapa ? Mengapa ilmu ekonomi perlu dipelajari? Dan bagaimana konsep-konsep dasar dari ilmu ekonomi?

Untuk menjawab pertanyaan di atas, di awal mari menelusuri awal perkembangan dari ilmu ekonomi. Sejarah mencatat dari terbitnya buku *"The Wealth of Nation"* pada tahun 1776 oleh Adam Smith, di masa dimana Ilmu ekonomi mengalami laju perkembangan yang sangat cepat. Tahun 1776 merupakan titik dari kelahiran ilmu ekonomi. Dan A. Smith disebut sebagai bapak ilmu ekonomi. Dimana gagasan Smith dijadikan dasar bagi ekonom lainnya dalam melakukan analisis, terutama para ekonom klasik yaitu Malthus, Ricardo, dan John Stuart Mill. Ekonomi klasik ini kemudian dikembangkan oleh Mazhab Austria kemudian dikembangkan Leon Walras, Alfred Marshall, pada tahun 1800-an teori ekonomi mikro mengalami perkembangan. Pada tahun 1930-an, karena berbagai situasi ekonomi pada saat itu muncul ahli ekonomi baru yaitu John Maynard Keynes. Buku yang ditulis yaitu *"The General Theory of Employment, Interest and Money"*. Karya ini menjadi acuan para ekonom maupun stakeholder untuk mengatasi berbagai krisis dan situasi ekonomi saat itu. Kedua karya tersebut menjadi karya yang sangat fenomenal dalam bidang ekonomi sepanjang sejarah perkembangan ekonomi.

1.2 Konsep Ilmu Ekonomi

Konsep ilmu ekonomi berangkat dari jumlah barang dan jasa dalam memenuhi kebutuhan yang tidak sebanding dengan beragamnya kebutuhan manusia. Kebutuhan manusia sangat tidak terbatas yang menyebabkan berbagai persoalan ekonomi muncul karena terbatasnya barang dan jasa (adanya kelangkaan). Karena itu sebagai masyarakat apapun status mahasiswa yang membidangi latar belakang ilmu yang berbeda dan profesi yang berbeda, sebagai pelaku ekonomi sangat penting dalam memahami konsep ilmu ekonomi yang menjadi dasar untuk melakukan kegiatan ekonomi.

1.2.1 Pentingnya Ilmu ekonomi

Dalam Ilmu ekonomi, usaha-usaha dalam memenuhi setiap kebutuhannya dengan barang atau jasa yang disebut alat pemuas kebutuhan. Alat pemuas kebutuhan ini relatif terbatas jumlahnya atau langka sehingga dalam memenuhi kebutuhan tersebut harus memutuskan pilihan di antara alternatif penggunaan barang atau jasa tersebut. Dengan perkembangan dunia yang begitu pesat, kemampuan dalam menciptakan sesuatu dengan teknologi tinggi pun akan semakin meningkat. Barang dan jasa yang dihasilkan pun akan semakin beragam dan terupdate. Hal ini akan diikuti oleh timbulnya ragam kebutuhan-kebutuhan manusia yang baru. Dalam menghadapi situasi ini, manusia akan bersikap rasional yaitu membuat pilihan pada yang memberikan manfaat yang besar atau kepuasan yang tinggi diantara berbagai pilihan dalam memenuhi kebutuhan tersebut.

Ekonomi memberikan pengaruh yang kuat dalam kehidupan. Dari mulai keputusan sederhana dalam memilih baju, makanan, atau sesuatu yang akan dibeli, dalam memilih pekerjaan, alokasi pendapatan untuk menabung atau konsumsi atau membuat pilihan akan kegiatan ekonomi mana yang harus diprioritaskan ketika ada kenaikan harga barang dan sebagainya. Contoh nyata ketika ada kenaikan harga pertalite, maka dengan otomatis ada kecenderungan mengurangi konsumsi barang tersebut dengan cara mengurangi bepergian dengan menggunakan mobil yang menggunakan pertalite sebagai bahan bakarnya. Meskipun tidak semua akan relatif berperilaku yang sama, karena ada asumsi yang

kuat bahwa setiap orang akan sangat rasional dalam melakukan pilihan kegiatan ekonomi.

Dalam hal ini yang menjadi dasar ilmu ekonomi sebenarnya ada beberapa hal yaitu kelangkaan (*scarcity*), yaitu terbatasnya jumlah barang/jasa, tersedianya pilihan (*choice*), dan mengambil keputusan atau membuat pilihan (*decision making*). Membuat pilihan merupakan sesuatu yang harus dilakukan, mengingat manusia selalu menginginkan sesuatu yang di luar kemampuan atau di luar sumber daya yang dimiliki. Contohnya menginginkan rumah yang bagus, kendaraan yang terbaik, mampu membeli apapun yang diinginkan. Akan tetapi semua itu bisa didapatkan dengan pendapatan tidak terbatas yang dimiliki. Jadi semua keinginan dan kebutuhan manusia dibatasi oleh pendapatan atau harga yang akan dibayar untuk mendapatkan semua keinginan dan kebutuhan tersebut.

Kehidupan sekeliling selalu dipenuhi oleh berita ekonomi. Beragam persoalan yang berhubungan dengan ekonomi selalu muncul yang mempengaruhi kegiatan-kegiatan ekonomi setiap hari. Karena itu sangat penting untuk memiliki pengetahuan dasar tentang ilmu ekonomi. Dengan belajar ilmu ekonomi, dapat diketahui bagaimana munculnya persoalan ekonomi dan dampak dari persoalan tersebut pun dapat diketahui sehingga dapat lebih membuat keputusan ekonomi yang lebih rasional. Dalam hal ini dengan mempelajari ilmu ekonomi, kita dapat lebih mengerti dan memahami bagaimana perekonomian bekerja.

1.2.2 Definisi Ilmu ekonomi

Economics berasal dari bahasa Yunani yaitu *oikonomia*, dimana "*oikos*" yang berarti rumah tangga dan "*nomos*" yang berarti kebiasaan atau hukum, yang bila digabung artinya adalah aturan/kebiasaan dalam rumah tangga.

Smith mendefinisikan ilmu ekonomi sebagai studi yang mempelajari tingkah laku manusia dalam mengalokasikan sumber-sumber daya yang terbatas guna mencapai tujuan. Sementara menurut Bangun (2007), ilmu ekonomi berawal dari adanya kesenjangan "*gap*" antara sumber daya "*resources*" yang tersedia

dengan keinginan manusia. Maka akan ada kesenjangan di antara keduanya yang mengakibatkan timbulnya permasalahan ekonomi.

Robert B Ekelund Jr dan Robert D Tollison (1998), menerangkan, *economics is that the study of how individual and societies, experiencing virtually limitless wants, prefer to allocate scarce resources to best satisfy their wants. Ekonomi adalah ilmu yang mempelajari cara individu dan Masyarakat yang mempunyai keinginan yang tidak terbatas untuk mengalokasikan sumber daya yang terbatas dalam memenuhi apa yang diinginkan.*

Beberapa definisi ilmu ekonomi yang muncul karena melihat masalah yang dianalisis para ahli ekonomi sejak zaman Adam smith sampai dengan generasi sekarang antara lain :

1. Ilmu ekonomi fokus pada
 - a. barang apa yang ditentukan unyuk diproduksi (what)
 - b. bagaimana barang-barang tersebut diproduksi (how)
 - c. dan untuk siapa diproduksi (for whom)
2. Ilmu ekonomi menganalisis setiap perubahan dalam peristiwa misalnya trend harga, pengangguran dan perdagangan.
3. Ilmu ekonomi menganalisa perdagangan antar negara dimana negara mengekspor komoditi tertentu sementara negara lain mengimpor komoditi lainnya.
4. Ilmu ekonomi adalah ilmu mengenai pilihan. Yaitu ilmu yang bisa membantu membuat pilihan berbagai sumber daya atau barng/jasa yang terbatas (langka) dan mendistribusikannya ke masyarakat untuk dikonsumsi.
5. Ilmu ekonomi juga adalah suatu studi yang mempelajari tentang uang, suku bunga, modal dan kekayaan.

Definisi umum ilmu ekonomi adalah merupakan suatu studi tentang prilaku manusia membuat pilihan dalam penggunaan sumber daya yang langka dalam memproduksi suatu komoditi yang kemudian mendistribusikannya ke berbagai individu dan kelompok masyarakat untuk keperluan konsumsi sekarang dan masa mendatang. (Samuelson, 2003).

Ilmu ekonomi juga studi yang menganalisis biaya dan keuntungan dan memperbaiki corak penggunaan sumber daya-sumber daya. Sadono Sukirno (2016) mendefinisikan ilmu ekonomi

untuk menganalisis biaya dan keuntungan serta memperbaiki corak penggunaan sumber daya baik sumber daya alam maupun sumber daya manusia.

Ada pertanyaan yang sangat penting dalam ilmu ekonomi yang harus dianalisis, yaitu terkait dengan pertanyaan tentang what, how dan for whom di atas. Dalam perekonomian, yang harus dipertanyakan adalah what, apa yang harus diproduksi karena setiap perekonomian itu tersedia berbagai pilihan untuk memproduksi berbagai jenis barang dan jasa. Apa yang harus diproduksi menyangkut keputusan mengenai jenis dan kuantitas barang dan jasa yang diproduksi. Yang harus dipahami adalah barang dan jasa tidak harus diproduksi sendiri dalam perekonomian karena adanya keterbatasan sumber daya yang dimiliki. Jadi yang menjadi pertanyaan adalah apakah akan memproduksi pesawat tempur sendiri atau memproduksi barang-barang pertanian?.

Kemudian pertanyaan selanjutnya adalah how, bagaimana cara barang dan jasa tersebut diproduksi. Bagaimana memproduksinya adalah keputusan mengenai teknik apa yang digunakan dan bagaimana sumber-sumber daya ekonomi dikombinasikan dalam memproduksi. Sumber daya ekonomi yang digunakan untuk memproduksi barang dan jasa antara lain sumber daya alam, tenaga kerja dan modal. Misalkan ketika ingin memproduksi pesawat tempur, apakah tenaga kerja yang digunakan itu full atau lebih intensif modal, dan teknologi yang dipakai untuk menciptakan itu mempengaruhi kualitas produk pesawat yang dihasilkan.

Berikutnya yang harus dipertanyakan untuk kelompok mana barang/jasa yang tersebut diproduksi dan bagaimana pendistribusiannya, untuk kebutuhan perekonomian dalam negeri atau diproduksi untuk kebutuhan negara lain. Untuk siapa barang dan jasa tersebut diproduksi menyangkut keputusan distribusi output ke masyarakat. Untuk menjawab ketiga pertanyaan tersebut, perekonomian harus mampu mengenali sumber daya yang dimiliki, lalu memiliki berbagai kemungkinan pilihan yang ada sehingga mampu mengambil keputusan ekonomi yang sesuai.

1.2.3 Konsep dasar ilmu ekonomi

Berdasarkan definisi-definisi ilmu ekonomi yang sudah dipaparkan di atas, konsep dasar dalam ilmu ekonomi yaitu :

1. Kelangkaan (*scarcity*)
2. Pilihan-pilihan (*choices*)
3. *Opportunity Cost*
4. Alokasi

Ilmu ekonomi adalah studi mengenai kelangkaan yaitu studi mengenai alokasi sumber daya yang langka dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia yang tidak terbatas. Kelangkaan adalah masalah pokok yang terdapat dalam setiap perekonomian masyarakat. Setiap perekonomian memiliki masalah keterbatasan sumber daya yang dimiliki. Rumah tangga dan perusahaan masing-masing memiliki keterbatasan dalam pendapatan dan anggaran sehingga harus memilih jumlah sumber daya sebagai input dalam produksi sehingga dapat menghasilkan jumlah barang dan jasa tertentu sebagai output dalam perekonomian.

Semua selalu diperhadapkan dengan berbagai pilihan dalam kehidupan terutama dalam kegiatan yang tentunya melibatkan kehidupan ekonomi di dalamnya, baik dalam memenuhi kebutuhannya atau ketika ingin mengalokasikan seluruh pendapatannya. Sederhananya ada pilihan ketika kita ingin membeli makanan di luar atau membeli bahan yang akan diolah untuk menjadi masakan rumah. Ada pilihan ketika ingin berbelanja bahan yang akan diolah di pasar tradisional atau di swalayan. Ada pilihan apakah kita memutuskan kuliah kembali atau fokus pada kehidupan sekarang, menabung serta traveling. Berbagai pilihan itu dipertimbangkan ketika pendapatan terbatas. Dengan pendapatan yang tidak terbatas, manusia tidak memikirkan kebutuhan mana yang harus lebih dahulu diprioritaskan. Seluruh pendapatan yang diterima, akan dikeluarkan untuk memenuhi kebutuhan, baik untuk konsumsi, produksi atau tabungan dan investasi. Hubungan antara pendapatan dan konsumsi berbanding terbalik. Dalam Hukum engel, dikatakan "Semakin besar pendapatan maka semakin kecil bagian pendapatan yang digunakan untuk konsumsi dan sebaliknya.

Kemudian berbagai keputusan mengenai what, how dan for whom itu menyangkut biaya oportunitas. Ketika dilakukan pilihan untuk ketiga pertanyaan itu maka akan ada biaya pengorbanan atau biaya atas kesempatan yang hilang. Ketika memutuskan untuk melanjutkan kuliah kembali maka akan kehilangan gaji ketika bekerja. Atau ketika perekonomian memutuskan untuk memproduksi pesawat tempur maka akan terjadi penurunan dalam produksi barang/jasa non militer. Biaya oportunitas adalah biaya yang dikorbankan untuk memperoleh tindakan alternatif artinya apa yang dikorbankan untuk memproduksi barang dan jasa tertentu.

Alokasi berarti bagaimana mengalokasikan sumber daya yang langka untuk memenuhi kebutuhan yang tidak ada batasnya. Misal asumsi ada 2 kebutuhan dan batasannya adalah pendapatan sebesar 2 juta rupiah maka keputusan untuk membelanjakan sumber daya (uang) dalam sebulan adalah 1,5 juta rupiah untuk makanan dan 500 ribu rupiah untuk pakaian.

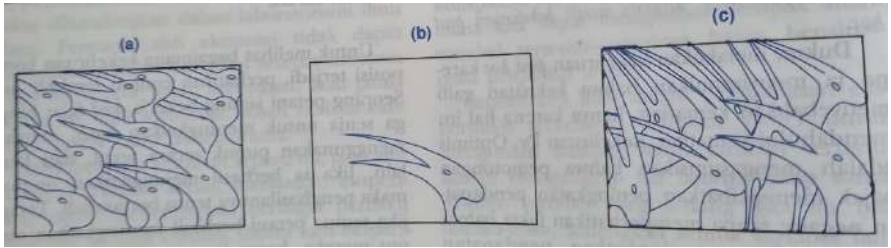
1.3 Gambaran Umum Studi Ilmu ekonomi

1.3.1 Ilmu ekonomi dan kebijakan ekonomi

Di dalam usaha dalam mengerti ilmu ekonomi perlu adanya pendekatan ilmiah dalam pembahasannya. Pendekatan ini merupakan kekuatan dalam menganalisis perilaku ekonomi untuk menghasilkan suatu teori berdasarkan logika ilmiah. Pengetahuan ekonomi didapat dari pengamatan berbagai peristiwa ekonomi sebelumnya. Contohnya dalam menganalisis inflasi yang bisa menyebabkan masalah serius bagi suatu negara. Venezuela menjadi salah satu negara yang memiliki kasus inflasi terburuk (tahun 2012-2022). Venezuela menghadapi Inflasi sejak tahun 2016. Inflasi di negara ini melonjak tinggi ketika pemerintah memutuskan untuk mencetak uang secara massal untuk membiayai defisit anggaran negara, kegagalan politik dan kebijakan ekonomi semakin menyebabkan inflasi meningkat tajam. Tahun 2019 harga-harga naik dengan cepat dan inflasi tahunan mencapai angka 9,54 %, menyebabkan masyarakat Venezuela kesulitan mendapatkan kebutuhan dasar karena melemahnya mata uang. Dengan mengetahui dampak buruk dari dari inflasi maka masyarakat

memiliki kekhawatiran ketika tingkat inflasi sangat tinggi dan pemerintah perlu memikirkan berbagai kebijakan untuk mencegah maupun membawa negara keluar dari situasi tersebut.

Dua hal yang perlu dihindari dalam belajar ilmu ekonomi yaitu terjadinya kekeliruan Post Hoc yaitu kesalahan penarikan kesimpulan dari peristiwa yang terjadi dan kekeliruan Komposisi yaitu bkesalahan komposisi yaitu pemahaman penerapan kebijakan ekonomi yang baik untuk satu negara belum tentu baik diterapkan untuk negara lain. Contohnya ada permasalahan suatu kota besar memiliki tingkat kepadatan penduduk yang tinggi sekaligus memiliki permasalahan resiko banjir yang besar setiap tahun. Ketika kita menyimpulkan bahwa penyebab tingginya permasalahan resiko banjir adalah tingkat kepadatan penduduk maka inilah yang disebut penarikan kesimpulan yang tidak benar. Tingginya tingkat kepadatan penduduk memang berkorelasi dengan resiko banjir akan tetapi tidak memiliki hubungan sebab akibat. Resiko banjir yang tinggi penyebabnya antara lain kondisi wilayah topografi lebih rendah dari laut, drainase yang buruk, atau tata ruang kota yang kurang baik. Yang terakhir adalah tentang subjektivitas yang dibawa dalam menganalisis ekonomi. Ilustrasi di bawah ini dapat membedakan antara fakta dan teori ketika kita mempelajari berbagai prinsip ekonomi dalam realitas yang baru dan berbeda. Gambar (b) menunjukkan seekor burung yang muncungnya menghadap ke kiri atau seekor kijang yang menghadap ke kanan?. Jika gambar (c) ditutup maka pada umumnya orang menganggap gambar itu adalah seekor burung. Akan tetapi apabila Jika gambar (a) yang ditutup maka orang akan melihat seekor kijang. Perbedaan persepsi akan mempengaruhi pandangan orang dalam memahami suatu ekonomi dan kebijakan ekonomi. Dan untuk itulah mengapa anggapan sebahagian orang menganggap bahwa mekanisme pasarlah yang terbaik sementara yang lainnya masih berpegang pada perencanaan pemerintah.



Gambar 2.1. Burung Atau Kijang
Sumber: Paul Samuelson, 2003

Mempelajari ilmu ekonomi selalu terkait dengan yang namanya ketidakpastian. Ketidakpastian merupakan subjek yang harus dipahami selain masalah kelangkaan. Adanya ketidakpastian menempatkan studi ilmu ekonomi menjadi sebuah studi sosial yang sangat menarik meskipun banyak menggunakan alat bantu matematika dalam analisisnya. Ketika saya selesai kuliah S3, apakah ada jaminan saya akan memperoleh gaji yang lebih tinggi dari perusahaan? Apakah kebijakan yang mampu mengatasi masalah ekonomi?. Dalam ilmu ekonomi, ketidakpastian menjadi suatu hal yang selalu dipikirkan dan studinya berlanjut pada menemukan solusi untuk meminimalkan segala resiko dari ketidakpastian tersebut. Untuk itu diambil kebijakan-kebijakan dalam mencapai suatu tujuan ekonomi yang stabil dipikirkan untuk tidak saling kontra.

Kebijakan ekonomi memiliki peranan penting dalam pendistribusian ataupun pengalokasian sumber daya yang merata pada seluruh masyarakat. Adanya kegagalan pasar (*market failure*) yang seringkali muncul menyebabkan bahwa masih dibutuhkan pengaruh dari pemerintah dalam mengatasi berbagai permasalahan yang muncul. Perdebatan pentingnya peran pemerintah dari zaman Adam Smith sampai sekarang masih saja dipertanyakan.

1.3.2 Kerangka Ilmu Ekonomi

Pembagian ilmu ekonomi dibagi dalam 3 kelompok dasar yaitu :

1. *Descriptive Economics*

Ekonomi deskriptif memberikan keterangan faktual mengenai masalah ekonomi serta memberikan gambaran keadaan perekonomian yang sebenarnya terjadi di

masyarakat. Ekonomi deskriptif memberikan penjelasan yang melibatkan identifikasi, memberikan pengertian, kompilasi informasi, pengukuran situasi, serta pengumpulan data sehingga diketahui tentang fakta-fakta atau data empiris yang ada, contoh: data pengangguran dan Angkatan kerja, dan lain-lain.

2. Teori Ekonomi (*Economic Theory*)

Economic theory adalah studi tentang teori dan konsep dasar perilaku individu dan masyarakat dalam memutuskan alokasi sumber daya yang langka dalam memenuhi kebutuhan hidup. *Economic theory* dibagi atas teori ekonomi mikro dan teori ekonomi makro yang menerangkan secara umum perilaku perekonomian. Ekonomi mikro (*micro economic*) mempelajari perilaku para pelaku ekonomi yaitu individu serta rumah tangga dan perusahaan dalam mengalokasikan sumber daya yang terbatas. Materi yang dibahas dalam hal ini adalah permintaan, penawaran, elastisitas, perilaku konsumen dalam teori konsumsi atau perilaku produsen dalam teori produksi, teori biaya produksi, dan lain-lain. Ekonomi makro (*macro economics*) mempelajari mekanisme perekonomian secara keseluruhan. Dalam Ekonomi makro hal yang dibahas yaitu berbagai fenomena ekonomi seperti tingkat pengangguran, tingkat pertumbuhan ekonomi, inflasi, pendapatan nasional, dan tingkat harga dan berbagai kebijakan ekonomi. Ekonomi makro memiliki tujuan dalam memahami berbagai peristiwa ekonomisehingga dapat merumuskan kebijakan ekonomi.

3. *Applied economics*

Ekonomi terapan yaitu suatu studi dalam ilmu ekonomi yang mengkaji ekonomi teori untuk diterapkan di berbagai bidang. Ekonomi terapan ini merupakan analisis ekonomi teori untuk merumuskan kebijakan yang tepat untuk menangani masalah ekonomi seperti ekonomi perbankan, dan lain-lain.

1.3.3 Ekonomi Mikro

Studi Ilmu ekonomi Mikro mempelajari secara spesifik tentang kegiatan ekonomi secara individu atau kegiatan ekonomi unit-unit kecil dari masalah ekonomi. Misalnya tentang individu, konsumen, Perusahaan, rumah tangga, ataupun pasar. Pembahasannya mengenai tingkat harga, tingkat upah, faktor produksi atau kegiatan perusahaan.

Menurut Sadono Sukirno (2010), ekonomi mikro adalah cabang ilmu ekonomi yang mempelajari perilaku konsumen dan Perusahaan. Mikro ekonomi menganalisis perilaku pelaku ekonomi yang mempengaruhi penawaran dan permintaan barang dan jasa serta harganya di pasar, menentukan penawaran serta juga permintaan barang dan jasa selanjutnya.

Sementara N. G. Mankiw (2006), mengartikan ekonomi mikro sebagai ilmu yang menggambarkan tentang peran individu pelaku ekonomi, rumah tangga dan perusahaan. Menurut Marshal dan Piou adanya tingkat mobilitas yang tinggi di dalam pasar membuat para pelaku ekonomi dapat langsung menyesuaikan perubahan-perubahan yang ada di pasar.

Hal penting yang mendasar dalam ekonomi mikro adalah tentang alokasi, tradeoff dan harga. Hal tentang keterbatasan dalam pendapatan konsumen, keterbatasan anggaran perusahaan dan keterbatasan keahlian tenaga kerja menjadi suatu situasi yang harus dipahami dalam ekonomi mikro. Adanya keterbatasan tersebut menyebabkan adanya pengalokasian sumber daya yang terbatas (langka). Dalam mikro dapat dijelaskan, dengan adanya pendapatan konsumen yang terbatas, konsumen mengalokasikan pendapatannya dengan membeli barang dan jasa yang tersedia. Tenaga kerja mengalokasikan waktu untuk bekerja atau istirahat sementara Perusahaan mengalokasikan keuangan yang terbatas untuk membeli mesin baru atau menambah tenaga kerja atau membeli produk daripada produk lainnya (Pindyk&Rubinfeld, 2009).

Ekonomi mikro berbicara tentang tradeoff yang dilakukan pelaku ekonomi yaitu konsumen, tenaga kerja, perusahaan. Tradeoff ini terjadi karena pelaku ekonomi memiliki keterbatasan. Pendapatan konsumen menjadi batasan dalam kegiatan ekonomi,

sehingga harus memilih antara konsumsi sekarang atau masa depan. Konsumen berusaha memaksimalkan keuntungan berdasarkan preferensi mereka melakukan konsumsi. Tenaga kerja menghadapi tradeoff antara bekerja sekarang dengan penghasilan tertentu dan ketrampilan yang ada atau meneruskan pendidikan dengan berasumsi penghasilan yang diterima mendatang akan lebih besar. Ada situasi trade off antara bekerja dan istirahat artinya memutuskan akan bekerja berapa lama dalam sehari. Sementara Perusahaan memiliki keterbatasan dalam output yang dihasilkan karena adanya keterbatasan input atau sumber daya yang tersedia.

Tradeoff yang dilakukan pelaku ekonomi di atas itu berdasarkan harga yang ada. Misalnya pilihan keputusan konsumen dalam melakukan tradeoff antara daging dan ayam tidak akan berdasarkan preferensi belaka akan tetapi tergantung dari harga daging dan harga ayam. Pilihan antara bekerja dan melanjutkan Pendidikan itu juga tergantung harga yang mereka dapatkan. Perusahaan memutuskan memilih antara menambah jumlah karyawan atau menambah jumlah mesin itu bergantung pada harga upah dan harga mesin.

Pendekatan dalam teori mikro menggunakan model abstrak untuk melihat terbentuknya harga dari suatu barang dan jasa dan bagaimana sumber daya yang ada dialokasikan dalam berbagai proses produksi. Teori ekonomi berfungsi dan digunakan sebagai dasar peramalan yang bersifat kondisional ataupun bersyarat dengan menggunakan asumsi. Teori mikro diterapkan dalam kebijakan ekonomi misalnya penggunaan teori harga untuk menganalisa kebijakan dalam mempengaruhi perekonomian.

Teori ekonomi bekerja berdasarkan sumsi-asumsi. Dimana asumsi-asumsi sebagai dasar teori ekonomi mikro antara lain :

1. Asumsi umum, yang dipakai teori mikro dan teori ekonomi lainnya
 - a. Asumsi rasionalitas, pelaku ekonomi diasumsikan bersikap rasional yang berusaha memaximumkan kepuasan (*utility maximization assumption*)
 - b. *Ceteris paribus*, dimana adanya anggapan bahwa hal-hal lain yang tidak disebutkan dianggap konstan atau dianggap tidak berubah

- c. Asumsi penyederhanaan, dimana untuk mengurangi kompleksnya permasalahan, maka penyederhanaan masalah akan dilakukan untuk memudahkan analisa dan pemahaman.
2. Asumsi khusus, digunakan oleh teori ekonomi mikro yaitu asumsi *ekuilibrium partial* dan asumsi tidak ada hambatan dalam proses penyesuaian. Untuk asumsi *ekuilibrium partial* misalnya ketika ada perubahan dalam cita rasa konsumen, maka akan terjadi pengurangan pengeluaran untuk konsumsi. Namun ketika mempergunakan asumsi ini, unsur pengaruh tersebut tidak akan diperhatikan. Demikian juga ketika mempergunakan asumsi tidak ada hambatan atas proses penyesuaian

Input atau faktor produksi dalam proses menghasilkan barang adalah sumber daya alam dan sumber daya manusia yang dapat dikombinasikan dalam menghasilkan output barang/jasa. Output barang/jasa selanjutnya dapat dikonsumsi sebagai input dalam proses produksi berikutnya. Misal untuk produksi output kain maka inputnya adalah kapas/benang, pewarna dsbnya. Output kain kembali dapat digunakan sebagai salah satu input untuk produksi baju kemeja. Input juga dapat berupa tanah, tenaga kerja dan modal. Tanah dapat digunakan untuk usaha peternakan, pertanian, rumah bahkan tempat berdirinya bangunan berupa pabrik, pertambangan, dan hutan sebagai penghasil kayu. Tenaga manusia misal bekerja di pabrik, dosen yang mengajar di universitas, bekerja di tambang. Satu lagi yang tergolong dalam sumber daya adalah sumber daya modal (kapital). Faktor produksi kapital meliputi mesin, bangunan, pabrik, dan sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bangun, Wilson. 2007. *Ekonomi Mikro*. Bandung : Refika Aditama
- Budiono. 2000. *Mikro Ekonomi ; Seri Sinopsis Pengantar Ilmu Ekonomi*. Yogyakarta : BPFE
- Ekelund Jr, Robert B., Tollison, Robert D .1998. *Economics*. London : Scott, Foresman.
- Salvatore, Dominick. 2006. *Teori Mikro Ekonomi*. Jakarta : PT Erlangga
- Mankiw, N Gregory. 2006. *Principles of Microeconomics*. Jakarta : Harcourt Brace College Publicers
- Pindyk, Robert S., Rubinfeld, Daniel L. 2009. *Mikro Ekonomi*. Jakarta : PT Erlangga
- Salvatore, Dominick, Diulio, Eugene. 2003. *Prinsip-prinsip Ekonomi Scaum's easy Outline*. Jakarta : PT Erlangga
- Samuelson, Paul A., Nordhaus, William D. 2003. *Ilmu Mikro Ekonomi*. Jakarta : PT Media Global Edukasi
- Sukirno, Sadono. 2010. *Pengantar teori Mikro Ekonomi*. Jakarta : PT Raja Grafindo
- Sukirno, Sadono. 2003. *Mikro Ekonomi Ekonomi : Perkembangan Pemikiran dari Klasik sampai Keynesian Baru* . Jakarta : PT Raja Grafindo
- Sukirno, Sadono. 2016. *Makro Ekonomi Teori pengantar*. Jakarta : PT Rajawali.

BAB 2

PERMASALAHAN EKONOMI DAN SISTEM EKONOMI

Oleh Prima Lestari Situmorang

2.1 Pendahuluan

Manusia di dalam masyarakat, memiliki kebutuhan yang beragam. Manusia melakukan berbagai kegiatan ekonomi untuk memenuhi kebutuhannya. Sumber daya yang terbatas tidak mampu memenuhi kebutuhan hidup manusia yang tak terbatas. Sehingga, manusia selalu berupaya untuk menghasilkan barang dan jasa dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Namun, di dalam prosesnya, manusia dihadapkan pada permasalahan ekonomi. Permasalahan ekonomi ini disebut dengan Kelangkaan atau Scarcity. Bab 2 ini menjelaskan tentang masalah ekonomi yang dihadapi oleh manusia. Masalah ekonomi ini berkaitan dengan kegiatan ekonomi yang dilaksanakan oleh manusia yang meliputi kegiatan produksi, konsumsi, dan distribusi.

Permasalahan dalam ekonomi ini dapat diatasi melalui sistem ekonomi yang dianut oleh suatu negara. Sistem ekonomi menjadi dasar manusia melakukan kegiatan ekonomi dan mengatasi masalah ekonomi yang dihadapinya. Setiap negara memiliki sistem ekonomi sebagai alat untuk mengatasi persoalan dalam ekonominya. Sistem ekonomi ini juga diharapkan dapat menjadi alat untuk mencapai kemakmuran suatu negara.

Dalam upaya mengatasi permasalahan dalam kegiatan ekonomi, Negara Indonesia menganut sistem perekonomian yang berdasarkan pasal 33 UUD 1945 yang sudah diamandemen, sistem ekonomi Indonesia dikenal dengan sebutan sistem ekonomi demokrasi pancasila. Sistem ekonomi ini menerapkan nilai-nilai pada setiap sila yang ada dalam pancasila sebagai ideologi Negara Kesatuan Republik Indonesia.

2.2 Permasalahan Ekonomi

2.2.1 Masalah Pokok Ekonomi Klasik

Secara umum masalah pokok perekonomian adalah kelangkaan (*Scarcity*). Kelangkaan ini terjadi karena jumlah kebutuhan manusia yang tidak terbatas sementara alat pemuas kebutuhan hidup manusia jumlahnya terbatas. Alat pemuas kebutuhan hidup ini meliputi sumber daya alam, sumber daya ekonomi, dan sumber daya manusia yang memadai. Sehingga manusia harus melakukan skala prioritas atas kebutuhan mana yang harus terlebih dahulu dipenuhi dibandingkan dengan kebutuhan lainnya sehingga setiap kebutuhan dapat terpenuhi.

Masalah pokok ekonomi terdiri atas dua yaitu masalah Ekonomi klasik dan masalah Ekonomi modern. Masalah Ekonomi klasik didasarkan pada teori ekonomi klasik yang dikemukakan oleh Adam Smith, David Ricardo, dan Jhon Stuart Mill. fokus dalam permasalahan ekonomi klasik adalah Kemakmuran yaitu ketersediaan semua alat pemuas kebutuhan manusia sesuai dengan kemampuannya. Ekonomi klasik menekankan keseimbangan terjadi karena adanya kekuatan pasar (*The Invisible of Hands*) dengan menolak adanya campur tangan pemerintah dalam perekonomian. Masalah pokok ekonomi klasik adalah sebagai berikut ini :

1. Masalah Produksi

Murti Sumarti (1987 :60) menyatakan bahwa Produksi adalah seluruh aktivitas dalam meningkatkan nilai guna suatu barang dan jasa dengan memanfaatkan seluruh faktor-faktor produksi. Menurut Sofyan Assauri (2008 :7) menyatakan bahwa produksi adalah segala kegiatan dalam menghasilkan dan meningkatkan nilai guna produk dengan mengkombinasikan berbagai faktor produksi yang meliputi faktor produksi asli maupun turunan Sedangkan Ace Partadiredja (1985 :21) menyatakan bahwa produksi adalah total akumulasi aktivitas dengan tujuan untuk meningkatkan atau menambah nilai guna suatu produk dengan tujuan mencapai kepuasan hidup manusia.

Berdasarkan ketiga defenisi produksi menurut ahli di atas dapat disimpulkan bahwa Produksi adalah suatu upaya dalam menambah nilai guna suatu barang dan jasa dengan menggunakan faktor-faktor produksi yang meliputi Sumber

daya alam, sumber daya manusia (tenaga kerja), modal, dan kewirausahaan dengan tujuan untuk memuaskan hidup manusia itu sendiri.

Masalah produksi dalam ekonomi klasik meliputi :

- a. Apakah barang dan jasa sudah dan belum tersedia di masyarakat ?
- b. Barang apa yang dibutuhkan dan berapa jumlahnya ?
- c. Bagaimana memproduksi barang dan jasa yang diperlukan oleh masyarakat ?
- d. Siapa yang melakukan kegiatan produksi ?

Untuk dapat mengatasi masalah produksi di atas, maka produsen melakukan berbagai upaya riset sehingga memahami kebutuhan masyarakat dan dapat memproduksi barang dan jasa yang sesuai dengan permintaan masyarakat. Dalam proses ini juga, produsen harus mempertimbangkan efisiensi produksi dengan sumber daya yang dimiliki secara tepat.

2. Masalah Konsumsi

Menurut Suherman Rosyidi (2011 : 6) menyatakan bahwa konsumsi adalah suatu kegiatan yang berkaitan dengan penggunaan barang dan jasa yang secara langsung dan tidak langsung memenuhi kebutuhan hidup manusia.

Sementara menurut Crisman Jalil Indranata (2022 : 59) menyatakan bahwa konsumsi adalah kegiatan masyarakat baik perkotaan maupun pedesaan yang menggunakan produk dalam rangka pemenuhan kebutuhan yang tidak hanya sebatas memakai saja tetapi mencapai kepuasan maksimum dari berbagai kombinasi alat pemuas kebutuhan yang digunakan.

Berdasarkan definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa konsumsi adalah segala kegiatan yang dilakukan oleh manusia dalam upaya membelanjakan seluruh barang dan jasa yang diproduksi guna memenuhi kebutuhan hidup manusia itu sendiri sehingga tercapai kepuasan yang diinginkan.

Ada beberapa permasalahan dalam konsumsi yang meliputi :

- a. Apakah barang dan jasa yang diproduksi sudah dipakai oleh masyarakat ?

- b. Apakah barang dan jasa yang diproduksi sampai kepada konsumen dengan tepat atau terbuang sia-sia ?
- c. Apakah harga barang dan jasa terjangkau oleh konsumen ?

Beberapa contoh permasalahan konsumsi di atas harus dapat dijawab oleh produsen sehingga barang yang diproduksi dapat diterima dengan tepat oleh masyarakat. Namun, di sisi lain konsumen harus terus meningkatkan pendapatannya sehingga mampu memiliki barang dan jasa yang diinginkannya.

Untuk melakukan kegiatan konsumsi dipengaruhi 2 faktor yaitu :

- a. Faktor intern yang meliputi : sikap diri, motivasi dari dalam diri manusia, kepribadian, selera, pendapatan , karakter
- b. Faktor ekstern yang meliputi : kebudayaan, adat istiadat, status sosial.

3. Masalah Distribusi

Tjia, Suharno, & Kadafi (2017: 94) Menyatakan bahwa distribusi merupakan suatu jalur yang dilalui sebagai arus produk dari produsen ke agen atau perantara sehingga barang dan jasa dapat digunakan oleh pemakainya.

Singhdong & Setyawan (2017: 36) bahwa distribusi adalah Suatu aktivitas pengiriman barang dan jasa dari suatu Lembaga produsen/pabrik hingga diterima oleh konsumen/pengguna sehingga barang dan jasa tersebut dapat digunakan kapan pun dan dimanapun.

Oparilova (2009:22) menyatakan bahwa distribusi adalah suatu sistem penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen.

Berdasarkan definisi distribusi yang dikemukakan oleh ahli di atas maka dapat disimpulkan bahwa distribusi adalah suatu proses atau tahap menyalurkan barang dan jasa yang dihasilkan oleh produsen sehingga dapat diterima dan digunakan oleh konsumen kapan pun dan dimana pun.

Kegiatan distribusi yang tepat akan mempermudah masyarakat sebagai pengguna memperoleh barang dan jasa yang diinginkannya. Namun, pada lingkup ekonomi klasik, produsen

menghadapi berbagai permasalahan di bidang distribusi barang seperti :

- a. Bagaimana bentuk distribusi yang tepat sehingga barang dan jasa dapat diterima dalam waktu yang tepat?
- b. Apakah jenis distribusi yang digunakan sudah tepat?
- c. Apakah barang dan jasa yang didistribusikan tiba dengan tepat waktu?

Distribusi dapat dilaksanakan dengan dua cara yaitu:

- a. Distribusi langsung, yaitu penyaluran barang dan jasa yang dilakukan yang mana produsen berperan sebagai distributor secara langsung kepada konsumen. Kegiatan distribusi langsung dapat dilihat pada para pedagang makanan olahan. Contoh: Pemilik warteg mengolah makanan dan langsung menjualnya di warteg yang dimilikinya.
- b. Distribusi tidak langsung, yaitu suatu proses penyaluran barang dan jasa dari produsen ke konsumen dengan melibatkan pihak perantara. Adapun contohnya: Perusahaan memproduksi deterjen, lalu menyalurkan kepada agen, agen menyalurkan kepada grosir dan grosir menyalurkan langsung kepada masyarakat atau dapat menyalurkannya lagi kepada retail atau pedagang eceran sehingga retail yang menjual kepada masyarakat.

2.2.2 Masalah Pokok Ekonomi Modern

Masalah ekonomi modern lebih kompleks daripada masalah ekonomi klasik. Masalah ekonomi modern lebih menekankan kepada keterbatasan sumber daya dan upaya dalam mengatasinya. Adapun masalah pokok ekonomi modern terdiri atas :

1. Barang apa yang diproduksi dan berapa jumlahnya (what) ?

Masalah ini menyangkut beberapa hal sebagai berikut :

- a. Jenis barang apa yang akan diproduksi ?
Sebelum melakukan produksi terhadap barang dan jasa, produsen harus memahami apa yang dibutuhkan oleh masyarakat sehingga barang itu kelak dapat diterima dengan baik oleh penggunaannya. Produsen harus melakukan

riset pasar terkait berbagai faktor-faktor pendukung masyarakat melakukan permintaan terhadap barang dan jasa sehingga produsen dapat memproduksi.

- b. Berapa jumlah barang dan jasa yang akan diproduksi ?
Setelah diperoleh informasi mengenai jenis barang dan jasa yang diperlukan oleh masyarakat, maka produsen harus memperhitungkan jumlah barang dan jasa yang akan diproduksi sehingga produsen dapat mengalokasikan sumber daya secara tepat dan pada akhirnya mampu memperoleh laba maksimum yang diinginkan oleh produsen.

2. Bagaimana Cara Memproduksi Barang dan Jasa (Why) ?

Masalah ini menyangkut berbagai hal di bawah ini, yaitu :

- a. Bagaimana teknik atau metode yang digunakan dalam memproduksi barang dan jasa ?
Untuk menjawab permasalahan ini, maka sebelum melakukan kegiatan produksi barang dan jasa perusahaan harus mempertimbangkan biaya produksi yang dihabiskan oleh perusahaan. Perusahaan perlu mempertimbangkan apakah perusahaan tersebut padat modal atau padat karya. Jika padat modal maka harus menggunakan berbagai teknologi dan mesin-mesin canggih. Jika padat karya maka perusahaan akan menggunakan tenaga manusia artinya menyerap banyak tenaga kerja dan meminimalisir penggunaan teknologi canggih.
- b. Bagaimana kemampuan perusahaan dalam mengkombinasikan faktor-faktor produksi sehingga menghasilkan laba maksimum ?
Faktor produksi terdiri atas alam, modal, tenaga kerja, dan kewirausahaan (*entrepreneurship*).
Saat ini, *entrepreneurship* sangat penting sebagai solusi meminimalisasi pengangguran dan menambah lapangan kerja. Prima L.Situmorang (2018 :152) menyatakan bahwa *Entrepreneurship is one of problem solve of the unemployment problem because the entrepreneurship is a*

job creator and labor user. The entrepreneurship is also an opportunity to earn more income than other jobs. Bahwa kewirausahaan merupakan salah satu solusi mengurangi pengangguran karena kewirausahaan dapat menciptakan pekerjaan dan menyerap lapangan kerja. Selain itu, kewirausahaan dapat memberi kesempatan memiliki pendapatan lebih besar dari pekerjaan lainnya.

Jika perusahaan sudah menentukan teknik produksi, maka saatnya perusahaan memperhitungkan kombinasi faktor produksi dalam proses produksi. Berbagai hal yang harus dipertimbangkan seperti siapa yang menjadi pemasok bahan baku produksi? siapa saja yang akan dilibatkan dalam melakukan proses produksi? darimana modal didapatkan?

3. Untuk siapa barang dan jasa diproduksi ? (For Whom)

Masalah ini meliputi :

- a. Siapa yang akan menggunakan hasil produksi ?

Untuk menjawab permasalahan ini, perusahaan harus mengetahui target pasarnya. Perusahaan perlu melakukan segmentasi pasar sehingga mengenal pangsa pasar yang sesuai dengan produk yang dihasilkan. Apakah pengguna produk itu semua orang tanpa mengenal usia, jenis kelamin, budaya dan strata ekonomi.

- b. Bagaimana cara mendistribusikan produk yang dihasilkan ?

Agar produk yang dihasilkan dapat sampai dengan tepat waktu pada penggunaannya maka perusahaan harus mempertimbangkan jenis distribusi yang digunakan. Apakah menggunakan distribusi langsung? distribusi melalui teknologi digital? menggunakan transportasi darat, laut, atau udara? sehingga dapat mengefisiensi biaya yang dikeluarkan oleh konsumen untuk memperoleh produk dan memperluas jangkauan.

Di era revolusi 4.0, Penggunaan teknologi digital lebih efisien dalam melakukan distribusi produk. Gaya hidup masyarakat lebih memilih pembelian secara *online*

menggunakan *smartphone* masing-masing. Penggunaan teknologi digital memberikan peluang besar dalam proses distribusi dengan jangkauan luas dan cepat.

Najdah Thalib,et all (2023 :1098) menyatakan bahwa *Digital technology has transformed communication, social life structures, collaboration opportunities, and shaped new lifestyles*. Artinya, bahwa teknologi digital dapat mentransformasi komunikasi, gaya hidup, kerja sama, kesempatan dan perubahan gaya hidup.

- c. Bagaimana pembagian laba atau keuntungan atas penjualan barang dan jasa tersebut ?

Dalam menjawab permasalahan ini, perusahaan harus mempertimbangkan kondisi di atas dengan matang sebab menyangkut keberlangsungan dan kesejahteraan tenaga kerja yang terlibat. Setiap tenaga kerja harus mendapat kepastian penggajian. Perusahaan harus mampu menyalurkan keuntungan dengan baik untuk mengurangi resiko perusahaan rugi sehingga dapat meminimalisasi pengangguran yang terjadi.

2.3 Sistem Ekonomi

2.3.1 Konsep Dasar Sistem Ekonomi

Sistem ekonomi merupakan salah satu alat dalam mengatasi permasalahan ekonomi di suatu negara sehingga perekonomian dapat berlangsung dengan baik . Gilarso (1992 :486) menyatakan bahwa sistem ekonomi adalah seluruh tata cara yang digunakan untuk mengelola perilaku hidup para pelaku ekonomi mulai dari produsen, konsumen, distributor, bank, dan sebagainya sehingga terbentuk dinamika kehidupan yang teratur dan terhindar dari kekacauan. Sistem ekonomi juga didefinisikan sebagai suatu lembaga yang mengatur dan menjalin hubungan ekonomi dalam suatu masyarakat (Dumairy,1996)

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa sistem ekonomi merupakan sekumpulan aturan, tata cara, pedoman yang digunakan oleh suatu negara atau masyarakat dalam melaksanakan kegiatan ekonominya sehingga terbentuk kehidupan perekonomian yang terarah, teratur dan mampu mengatasi

permasalahan ekonomi di bidang produksi, konsumsi, dan distribusi.

Setiap sistem ekonomi yang digunakan oleh suatu masyarakat banyak dipengaruhi oleh sejumlah kekuatan yang ada dalam masyarakat atau negara tersebut. Kekuatan itu meliputi :

1. Sumber daya alam yang tersedia di suatu negara termasuk faktor iklim yang ada di negara
2. Kegiatan masyarakat di masa lampu mengenai bagaimana cara masyarakat tersebut melakukan kegiatan ekonominya dan cara mencapai berbagai keinginan di hidupnya
3. Kultur yang berlaku dalam lapisan masyarakat
4. Filsafat hidup atau dasar negara yang dianut
5. Akumulasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang dimiliki negara

2.3.2 Jenis-Jenis Sistem Ekonomi

Sistem ekonomi yang dianut setiap negara dapat berbeda karena adanya berbagai faktor di atas. Salah satu faktor yang paling berpengaruh adalah karena dasar negara atau filsafat hidup yang dianut oleh negara tersebut.

Berikut dijelaskan berbagai sistem ekonomi yang dianut oleh berbagai negara :

1. Sistem Ekonomi Liberalis

Sering disebut juga sistem ekonomi Kapitalis yaitu sistem ekonomi yang mana produksi, distribusi, dan pertukaran barang dan jasa didasarkan pada kepemilikan swasta atas sumber daya dan alat produksi. Dalam sistem ekonomi ini, keputusan ekonomi diambil oleh individu-individu dan perusahaan-perusahaan swasta yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan.

Sistem ekonomi Liberalis atau kapitalis ini dipengaruhi oleh Adam Smith. Terdapat dua mahakarya yang menjadi cikal bakal sistem ekonomi ini yaitu *The theory of Moral Sentiments* (1759) dan *An Inquiry Into The Nature and Causes Of The Wealth Of The Nations* (1776). Adam Smith menyatakan bahwa ada tangan-tangan ajaib (*invisible hands*) yang mengatur pasar maka pasar harus dalam kondisi *laissez-faire* atau bebas dari intervensi

pemerintah. Pemerintah hanya mengawasi semua kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh masyarakat.

Karakter kunci dari sistem ekonomi liberalisme, meliputi :

- a. Kepemilikan swasta
Bahwa sebagian besar aset produksi seperti tanah, pabrik, dan modal dimiliki oleh individu atau perusahaan swasta, bukan oleh negara atau masyarakat secara kolektif.
- b. Pasar bebas
Cenderung beroperasi di bawah kondisi pasar bebas, yang mana harga barang dan jasa ditentukan oleh mekanisme pasar yaitu permintaan dan penawaran
- c. Persaingan antar produsen dan penjual dianggap sebagai penggerak utama yang mendorong efisiensi dan inovasi dalam sistem Liberalis
- d. Tujuan utama kegiatan ekonomi adalah untuk menghasilkan laba maksimal
- e. Peran pemerintah pada umumnya bersifat terbatas dalam mengatur ekonomi.

Kelebihan sistem ekonomi liberalisme :

- a. Sistem ekonomi ini mampu mempromosikan inovasi
- b. Adanya efisiensi dalam mengalokasikan sumber daya
- c. Masyarakat memiliki kreatifitas tinggi dan menggunakan waktu dengan efisien

Kelemahan sistem ekonomi Liberalisme :

- a. Terjadinya kesenjangan ekonomi karena adanya monopoli sumber daya sehingga yang kaya semakin kaya dan yang miskin semakin miskin.
- b. Distribusi pendapatan tidak merata
- c. Munculnya persaingan kotor dan tidak sehat

Negara penganut sistem ekonomi Liberalisme :

Negara-negara yang menggunakan sistem ekonomi ini umumnya negara – negara maju seperti negara di benua Eropa meliputi Inggris, Prancis, Italia, Jerman, Belanda, Dll serta Negara di Benua Amerika seperti negara Amerika Serikat dan Kanada. Di Benua Asia seperti Negara Singapura

2. Sistem Ekonomi Sosialis

Sering disebut juga sistem ekonomi sentralisme atau terpusat/terpimpin yaitu sistem ekonomi yang mana kegiatan ekonomi dikendalikan oleh negara atau masyarakat secara kolektif, dengan tujuan untuk mencapai kesetaraan ekonomi dan keadilan sosial.

Karl Marx merupakan tokoh sosialis anarkis. Dia menganggap bahwa faktor-faktor produksi harus dikuasai oleh pemerintah. Penguasaan kegiatan ekonomi oleh proletar diperas oleh kaum kapitalis. Hak individu harus dihapuskan, termasuk hak kepemilikan tanah. Dia menganggap bahwa kaum tani bukan golongan penting dalam perekonomian.

Ciri-ciri utama sistem ekonomi Sosialisme :

- a. Sumber daya alam, alat produksi, dan hasil produksi dimiliki secara bersama oleh masyarakat atau oleh negara, bukan oleh individu atau perusahaan swasta
- b. Produksi dan alokasi sumber daya diatur secara terpusat oleh pemerintah dengan tujuan mencapai kepentingan masyarakat secara keseluruhan.
- c. Berusaha untuk menciptakan distribusi yang lebih adil dari kekayaan dan pendapatan
- d. Pemerintah berperan dominan dalam mengatur kegiatan ekonomi

Kelebihan sistem ekonomi Sosialis :

- a. Kegiatan ekonomi lebih terencana karena terpusat oleh pemerintah
- b. Lebih mudah dalam melakukan pemerataan ekonomi
- c. Produksi dikelola oleh pemerintah

Kelemahan sistem ekonomi sosialis :

- a. Kreativitas masyarakat sulit berkembang
- b. Kegiatan ekonomi masyarakat terbatas

Negara yang menganut sistem ekonomi sosialis :

Banyak dianut oleh negara-negara dengan paham komunis seperti negara Rusia, Kuba, China.

Pada dasarnya, meskipun setiap negara memiliki sistem ekonomi sendiri namun pada pelaksanaannya, tidak ada negara

yang benar-benar murni melakukan kegiatan ekonominya dalam satu bentuk sistem ekonomi.

3. Sistem Ekonomi Campuran

Merupakan kombinasi antara komponen sistem ekonomi kapitalis dengan sistem ekonomi sosialis. Dalam sistem ini, baik sektor swasta dan sektor publik memiliki peran dalam mengatur dan mengendalikan kegiatan ekonomi.

Ciri-ciri utama sistem ekonomi campuran :

- a. Mengakui pentingnya kepemilikan swasta dalam menggerakkan pertumbuhan ekonomi, tetapi tetap mengizinkan kepemilikan dan pengendalian sumber daya ekonomi oleh pemerintah
- b. Terdapat intervensi pemerintah yang besar
- c. Meskipun pemerintah terlibat dalam regulasi ekonomi, namun tetap memberikan ruang untuk inisiatif dan kebebasan ekonomi bagi individu dan perusahaan swasta.
- d. Sistem ekonomi campuran selalu menyesuaikan diri dengan perubahan-perubahan ekonomi dan sosial yang terjadi dari waktu ke waktu.

Negara yang menerapkan sistem ekonomi campuran seperti Serikat, Kanada, Britania Raya, Australia, Jerman, dan Jepang. Meskipun proporsi relatif dari sektor swasta dan sektor publik mungkin berbeda di setiap negara, semua negara ini menggabungkan elemen-elemen dari kapitalisme dan sosialisme dalam model ekonominya.

2.4 Sistem Ekonomi Demokrasi Pancasila

2.4.1 Konsep Sistem Ekonomi Demokrasi Pancasila

Sistem ekonomi Indonesia terus mengalami perkembangan seiring waktu. Hal ini sebagai respons atas perubahan dalam lingkungan ekonomi global maupun domestik. Meskipun demikian, karakteristik campuran tetap menjadi ciri khas dari sistem ekonomi Indonesia saat ini.

Sistem ekonomi Pancasila merupakan konsep perekonomian Indonesia yang didasarkan pada prinsip-prinsip Pancasila sebagai

falsafah dan Ideologi Negara Indonesia. Pelaksanaan kegiatan ekonomi dilaksanakan dengan memperhatikan 5 sila yang terdapat pada Pancasila.

Karakteristik sistem ekonomi Pancasila yaitu:

1. Sistem ekonomi Pancasila menekankan pentingnya keseimbangan dan pemerataan hasil untuk kesejahteraan seluruh rakyat Indonesia.
2. Adanya prinsip kerakyatan yang mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam pembangunan ekonomi serta kemitraan antara pemerintah, swasta, dan masyarakat dalam mengambil keputusan dan pelaksanaan kebijakan ekonomi.
3. Prinsip ekonomi ini menekankan pengelolaan ekonomi yang efisien dan berkeadilan
4. Adanya pengembangan sumber daya ekonomi nasional untuk mencapai kemandirian ekonomi dan mengurangi ketergantungan dengan negara lain.
5. Pentingnya distribusi kekayaan dan peluang secara adil sehingga semua lapisan masyarakat dapat merasakan kemakmuran dan kesejahteraan

Sistem ekonomi Pancasila terus berkembang sesuai dengan tuntutan zaman. Implementasi sistem ekonomi ini menjadi bagian penting dalam upaya mencapai visi dan tujuan pembangunan nasional yang berkelanjutan dan berkeadilan.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofyan. 2008. Manajemen Produksi. Jakarta : FE-UI.
- Dumairy. 1996. Perekonomian Indonesia. Erlangga.
- Gilarso. 1992. Pengantar Ilmu Ekonomi Bagian Makro. Kanisius. Yogyakarta
- Jalil ,Crisma Indranata. 2022. Perilaku Konsumen Islam Modern Perspektif Konsumsi dalam Islam. Islamika Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman 22(01):59-81.
https://www.researchgate.net/publication/361967268_Perilaku_Konsumen_Islam_Modern_Perspektif_Konsumsi_dalam_Islam
- Opařilová, R. 2009. *Marketing Mix Analysis in the Company* . ORLET služby s.r.o. Zlin, Thomas Bata University.
- Partadireja, Ace. 1985. Pengantar Ekonomi, Yogyakarta : BPFE-UGM.
- Rosyidi, Suherman. 2011. Pengantar Teori Ekonomi Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro & Makro. Jakarta: Rajagrafindo persada.
- Singhdong, P., & Setyawan, H. (2017). *Analysis of Effect of Product Quality , Product Design and Distribution Channel toward Purchase Decision of Soy Milk with ABC company*. International Journal of Applied Computer Technology and Information Systems, 6(2), 34–39.
- Situmorang, Prima., et all . 2018. The Relationship between Self-efficacy and Entrepreneurship Learning Achievement with Entrepreneurial Interest of the Eleventh-grade Students of Accounting Major of the Academic Year 2018/2019 at SMK Teladan Pematang Siantar. 152-156: 10.5220/0009497501520156.<https://www.scitepress.org/Papers/2018/94975/94975.pdf>
- Sumarti, Murti. 1987. Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan Edisi II. Yogyakarta : Liberty.
- Thalib,N., et all .2023. *Implementation Of Digital Tools In Classroom Management: A Study Of Student's Engagement In Merauke Musamus University*. Indo-MathEdu Intellectuals Journal, 4 (2), 1097-1109.<http://doi.org/10.54373/imeij.v4i2.265>.

Tjia, H. S., Suharno, S., & Kadafi, M. A. 2017. Pengaruh harga kualitas produk dan distribusi terhadap keputusan pembelian. *Kinerja*, 14(2), 92. <https://doi.org/10.29264/jkin.v14i2.2484>

BAB 3

POLA KEGIATAN SUATU PEREKONOMIAN

Oleh I Nyoman Wahyu Widiana

3.1 Konsep Pola Kegiatan Ekonomi

Perekonomian dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu perekonomian subsisten dan perekonomian uang. Pada perekonomian subsisten, perdagangan dilakukan melalui sistem barter, yang melibatkan pertukaran barang langsung dengan barang. Seseorang hanya perlu memproduksi barang tertentu yang mereka butuhkan, tanpa harus menghasilkan semua kebutuhan mereka. Dalam perekonomian ini, spesialisasi sangat penting agar produksi dapat dilakukan seefisien mungkin. Lancarnya perdagangan dalam perekonomian ini mendorong masyarakat untuk meningkatkan spesialisasi, yang pada akhirnya mempercepat perkembangan ekonomi. Pola kegiatan suatu perekonomian merujuk pada cara atau struktur aktivitas ekonomi yang berlangsung dalam suatu sistem perekonomian, termasuk bagaimana berbagai sektor ekonomi berinteraksi, saling bergantung, dan berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan. Pola ini mencerminkan distribusi, intensitas, dan jenis kegiatan ekonomi yang mendukung produksi, distribusi, konsumsi, dan investasi dalam masyarakat. Contoh pola kegiatan ekonomi adalah wilayah yang mengandalkan sektor pertanian sebagai penggerak utama, di mana hasilnya diolah oleh industri lokal, didistribusikan melalui perdagangan, dan mendorong sektor jasa seperti transportasi dan logistik. Pola ini akan berbeda dengan wilayah yang lebih bergantung pada sektor teknologi atau jasa keuangan.

1. Perekonomian Subsisten

Perekonomian subsisten berfokus pada produksi untuk memenuhi kebutuhan sendiri. Pada masyarakat tradisional

atau primitif, produksi dilakukan oleh keluarga petani menggunakan alat-alat sederhana. Kegiatan seperti berburu dan menangkap ikan juga sering ditemukan dalam perekonomian ini. Produksi tidak dimaksudkan untuk dijual di pasar, sehingga kelebihan produksi jarang terjadi. Kegiatan perdagangan dalam perekonomian subsisten biasanya hanya berlangsung dalam skala yang terbatas.

2. Perdagangan Barter

Barter melibatkan pertukaran langsung barang dengan barang. Syarat utama dalam perdagangan barter adalah adanya kesesuaian antara dua pihak yang ingin menukar barang. Misalnya, seseorang menukarkan hasil produksinya dengan barang lain yang dibutuhkan. Masalah utama dari sistem barter adalah sulitnya menemukan dua pihak yang memiliki barang saling cocok untuk ditukar, sehingga perdagangan tidak berjalan efisien seperti dalam perekonomian modern.

3. Pola Perdagangan dalam Perekonomian Subsisten

Seiring dengan perkembangan perekonomian, penggunaan uang sebagai alat tukar mulai menggantikan sistem barter. Uang memudahkan proses perdagangan dan memperluas skala transaksi. Misalnya, petani dapat menjual hasil pertaniannya di pasar dan menerima uang, yang kemudian dapat digunakan untuk membeli barang yang mereka butuhkan. Dengan demikian, tidak lagi diperlukan kesesuaian langsung antara dua pihak dalam proses perdagangan.

Pola kegiatan ekonomi adalah bentuk atau cara distribusi aktivitas ekonomi yang dilakukan masyarakat di suatu wilayah berdasarkan potensi dan sumber daya yang tersedia. Aktivitas ekonomi terbagi menjadi tiga sektor utama, yaitu:

- 1. Sektor Primer:** Meliputi kegiatan seperti pertanian, peternakan, perikanan, kehutanan, dan pertambangan. Aktivitas ini memanfaatkan sumber daya alam secara langsung.

2. **Sektor Sekunder:** Berfokus pada industri pengolahan dan manufaktur, di mana bahan mentah diubah menjadi barang jadi atau setengah jadi.
3. **Sektor Tersier:** Berkaitan dengan jasa, perdagangan, transportasi, pendidikan, pariwisata, dan aktivitas lain yang mendukung distribusi barang dan jasa.

Pola ini dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kondisi geografis, teknologi, budaya, dan kebijakan ekonomi suatu daerah. Sebagai contoh, wilayah pesisir biasanya berkembang dalam bidang perikanan dan pariwisata, sementara daerah dataran tinggi lebih banyak berfokus pada pertanian. Dalam konteks pembangunan, pemahaman pola kegiatan ekonomi membantu pemerintah dan masyarakat merencanakan strategi yang sesuai untuk meningkatkan kesejahteraan secara berkelanjutan.

3.2 Tujuan Dan Manfaat Pola Kegiatan Suatu Perekonomian

Tujuan dan manfaat pola kegiatan perekonomian saling terkait, dengan fokus utama pada menciptakan keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan masyarakat, dan keberlanjutan. Pola ini menjadi dasar bagi perencanaan ekonomi yang efektif untuk meningkatkan efisiensi, pemerataan, dan ketahanan ekonomi di tingkat lokal maupun nasional.

Tujuan Pola Kegiatan Suatu Perekonomian

1. Mendorong Pertumbuhan Ekonomi

Pola kegiatan perekonomian dirancang untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi melalui pengelolaan dan optimalisasi sumber daya yang ada.

2. Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat

Memastikan kegiatan ekonomi mampu meningkatkan taraf hidup masyarakat melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan, dan pengurangan kemiskinan.

3. Memanfaatkan Keunggulan Wilayah

Mengoptimalkan potensi sumber daya alam, manusia, dan infrastruktur yang dimiliki oleh suatu wilayah untuk memaksimalkan produktivitas dan daya saing.

4. Mendukung Pemerataan Ekonomi

Mengurangi kesenjangan ekonomi antarwilayah atau antarkelompok dengan mendistribusikan kegiatan ekonomi secara lebih merata.

5. Meningkatkan Efisiensi Ekonomi

Pola kegiatan ekonomi membantu mengalokasikan sumber daya secara efisien untuk meminimalkan pemborosan dan memaksimalkan hasil.

6. Meningkatkan Ketahanan Ekonomi

Membentuk struktur ekonomi yang lebih kuat dan beragam untuk menghadapi perubahan atau guncangan ekonomi, baik regional maupun global.

Manfaat Pola Kegiatan Suatu Perekonomian

1. Peningkatan Pendapatan Daerah

Kegiatan ekonomi yang terorganisasi meningkatkan kontribusi pada Pendapatan Asli Daerah (PAD) melalui pajak, retribusi, dan kegiatan bisnis lainnya.

2. Efisiensi Pemanfaatan Sumber Daya

Memastikan sumber daya, baik alam maupun manusia, digunakan secara optimal sesuai dengan kebutuhan dan potensi.

3. Peningkatan Sinergi Antar-Sektor

Mendorong interaksi dan keterkaitan antar sektor ekonomi, seperti pertanian, industri, dan jasa, sehingga memberikan efek berganda (*multiplier effect*) terhadap pertumbuhan ekonomi.

4. Menciptakan Lapangan Kerja

Pola kegiatan ekonomi yang terencana mampu memperluas peluang kerja di berbagai sektor, sehingga mengurangi tingkat pengangguran.

5. Mendukung Perubahan Struktur Ekonomi

Mengarahkan transformasi ekonomi dari sektor primer (pertanian) ke sektor sekunder (industri) dan tersier (jasa) untuk menciptakan ekonomi yang lebih modern dan dinamis.

6. Peningkatan Kesejahteraan Sosial

Dengan berkembangnya kegiatan ekonomi, masyarakat dapat mengakses layanan kesehatan, pendidikan, dan infrastruktur yang lebih baik.

7. Peningkatan Produktivitas dan Daya Saing

Kegiatan ekonomi yang fokus pada sektor unggulan meningkatkan efisiensi produksi dan daya saing produk di pasar regional maupun global.

3.3 Komponen Pola Kegiatan Perekonomian

Komponen pola kegiatan perekonomian mencakup sektor ekonomi, interaksi antar sektor, sumber daya, infrastruktur, kebijakan pemerintah, dan teknologi. Komponen-komponen ini saling berhubungan untuk menciptakan sistem ekonomi yang berfungsi secara efisien dan mendukung pertumbuhan serta kesejahteraan masyarakat.

1. Sektor Ekonomi

Pola kegiatan perekonomian mencakup berbagai sektor ekonomi yang saling berinteraksi untuk membentuk struktur perekonomian.

- a. **Sektor Primer:** Melibatkan kegiatan seperti pertanian, kehutanan, perikanan, dan pertambangan.
- b. **Sektor Sekunder:** Meliputi aktivitas pengolahan seperti industri manufaktur, konstruksi, dan pengolahan hasil tambang.
- c. **Sektor Tersier:** Berfokus pada penyediaan jasa seperti perdagangan, pariwisata, pendidikan, dan kesehatan.
- d. **Sektor Kuartener:** Melibatkan aktivitas berbasis informasi, teknologi, dan penelitian.

2. Produksi, Distribusi, dan Konsumsi

- a. **Produksi:** Proses menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat.
- b. **Distribusi:** Penyaluran barang dan jasa dari produsen ke konsumen melalui jaringan logistik.
- c. **Konsumsi:** Aktivitas masyarakat dalam memanfaatkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan.

3. Keterkaitan Antar-Sektor

Kegiatan ekonomi antar sektor saling bergantung dan memengaruhi, seperti sektor pertanian yang menyediakan bahan baku untuk sektor industri, atau sektor jasa yang mendukung distribusi barang dari industri.

4. Sumber Daya Ekonomi

Pola kegiatan perekonomian bergantung pada sumber daya yang tersedia:

- a. **Sumber Daya Alam:** Tanah, air, mineral, dan energi.
- b. **Sumber Daya Manusia:** Tenaga kerja dengan keahlian dan produktivitas tertentu.
- c. **Sumber Daya Modal:** Investasi dalam bentuk uang, teknologi, atau infrastruktur.

5. Spesialisasi dan Keunggulan Wilayah

Kegiatan ekonomi sering kali dipengaruhi oleh potensi dan keunggulan komparatif suatu wilayah, seperti pertanian di daerah pedesaan atau sektor jasa di perkotaan.

6. Permintaan dan Penawaran

Pola kegiatan perekonomian ditentukan oleh interaksi antara permintaan barang/jasa oleh konsumen dan penawaran yang disediakan oleh produsen.

7. Infrastruktur Ekonomi

Infrastruktur seperti jalan, pelabuhan, listrik, dan telekomunikasi memengaruhi kelancaran kegiatan ekonomi. Ketersediaan infrastruktur yang memadai sangat penting untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi.

8. Kebijakan Pemerintah

Peraturan dan kebijakan pemerintah, seperti subsidi, insentif pajak, dan investasi publik, memengaruhi pola kegiatan ekonomi dengan menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan ekonomi.

9. Pasar dan Jaringan Perdagangan

- a. Pasar lokal, regional, nasional, dan internasional memainkan peran penting dalam menentukan arah kegiatan ekonomi.
- b. Jaringan perdagangan yang efektif memfasilitasi aliran barang dan jasa.

10. Teknologi dan Inovasi

Adopsi teknologi dan inovasi memengaruhi pola kegiatan ekonomi, baik dalam meningkatkan produktivitas maupun menciptakan sektor-sektor baru.

3.4 Uang, Perdagangan Dan Spesialisasi

Uang

Uang adalah benda yang berfungsi sebagai alat tukar untuk mempermudah proses transaksi barang dan jasa. Sebagai inovasi yang menggantikan sistem barter, uang mempermudah manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Uang memiliki peran penting, baik sebagai media transaksi maupun sebagai alat pembayaran, sehingga sulit dihindari dalam berbagai kegiatan ekonomi. Asal mula uang berakar dari kegagalan sistem barter dalam menciptakan kesepakatan yang adil. Seiring bertambahnya populasi, manusia tidak lagi mampu memenuhi kebutuhannya sendiri, sehingga muncul ketergantungan antarindividu dalam perekonomian. Awalnya, manusia hanya saling bertukar hasil produksi. Namun, sistem ini menghadapi berbagai kendala, seperti sulitnya menemukan dua pihak yang saling membutuhkan, perbedaan jenis dan ukuran barang yang menyulitkan pembagian, serta kesulitan menetapkan standar nilai bagi barang dan jasa.

Untuk mengatasi masalah ini, muncul ide menciptakan alat tukar yang ringan dan memiliki nilai standar berdasarkan emas dan perak. Seiring perkembangan waktu, uang berubah bentuk menjadi lebih praktis, seperti uang kertas dan uang berbahan polimer. Nilainya kini ditentukan oleh faktor ekonomi, seperti tingkat ekspor dan impor negara yang menggunakannya. Uang modern inilah yang kita gunakan hingga saat ini. Uang adalah alat tukar yang diterima secara umum untuk mempermudah transaksi ekonomi. Fungsi uang meliputi alat tukar, satuan pengukur nilai, penyimpanan nilai, dan alat pembayaran yang sah. Dengan perkembangan teknologi, uang kini hadir dalam bentuk digital yang semakin mempermudah transaksi ekonomi (Mankiw, 2020).

Hal ini disebabkan semakin maju suatu perekonomian, peran perdagangan dalam perekonomian tersebut menjadi semakin penting.

1. Uang Sebagai Penyimpan Nilai

Uang menyimpan nilai dari waktu ke waktu. Misalnya, uang 100 ribu yang Anda temukan setahun lalu masih bernilai 100 ribu saat ini. Uang memiliki daya tahan sebagai alat penyimpan nilai. Selain uang, aset seperti bangunan, saham, obligasi, dan karya seni juga berfungsi sebagai penyimpan nilai, meskipun memiliki tingkat illiquidity yang lebih tinggi, yakni sulit dikonversi menjadi uang. Sebaliknya, uang cair dan dapat langsung digunakan untuk membeli barang dan jasa, meskipun inflasi dapat mengurangi nilainya seiring waktu. Sistem mata uang telah berkembang selama berabad-abad untuk memudahkan pertukaran global, sehingga kebutuhan akan ayam untuk membeli kopi di Starbucks kini telah digantikan oleh penggunaan uang.

2. Daya Tahan

Uang memiliki daya tahan yang tinggi, memungkinkan penggunaannya dalam jangka waktu yang lama. Dalam bisnis, ketergantungan pada uang kertas dapat dikurangi melalui transaksi online. Uang kertas tidak selalu diperlukan, sehingga bisnis dapat beroperasi di luar transaksi fisik dengan memanfaatkan mekanisme online, seperti transaksi valuta asing.

3. Portabilitas

Portabilitas adalah kemampuan uang untuk dibawa ke mana saja, memudahkan pengguna dalam bertransaksi saat bepergian. Oleh karena itu, bisnis perlu memastikan produk dan layanan mereka dapat diakses secara global dan mendukung transaksi yang mudah, seperti menggunakan platform pembayaran digital seperti PayPal dan kartu kredit.

4. Divisibilitas

Uang harus dapat dengan mudah dibagi untuk memungkinkan pembelian produk dengan berbagai denominasi. Dalam bisnis, penting untuk menawarkan produk dengan berbagai nilai sehingga konsumen dapat membeli barang dengan harga yang

sesuai. Sebuah toko harus menyediakan pilihan yang memungkinkan konsumen membelanjakan denominasi yang berbeda sesuai kebutuhan mereka.

5. Keseragaman

Keseragaman uang melibatkan standardisasi yang memungkinkan uang dikenali dan diterima di berbagai tempat. Produk dan layanan bisnis harus seragam dan memiliki merek yang diakui secara luas untuk kemudahan pengenalan dan penerimaan oleh konsumen.

6. Persediaan Terbatas

Persediaan terbatas menegaskan bahwa uang dan produk hanya berharga jika jumlahnya terbatas. Dalam bisnis, memproduksi barang dengan jumlah terbatas dapat menciptakan permintaan yang tinggi dan meningkatkan nilai produk. Oleh karena itu, memastikan produk hanya tersedia dalam jumlah terbatas akan meningkatkan daya tariknya. Semua aspek ini menunjukkan bagaimana uang mempermudah perdagangan dan perekonomian, serta pentingnya memperhatikan karakteristik uang dalam bisnis.

Perdagangan

Perdagangan adalah aktivitas ekonomi berskala besar yang melibatkan produsen, konsumen, distributor, dan negara dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat secara luas serta mendorong pertumbuhan ekonomi yang optimal. Dalam perdagangan, negara memiliki peran penting, seperti menetapkan harga, mengatur distribusi barang dan jasa, baik untuk ekspor maupun impor, serta melaksanakan berbagai kegiatan lain yang mendukung pertumbuhan ekonomi secara global. Perdagangan adalah aktivitas pertukaran barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan. Perdagangan mencakup transaksi domestik dan internasional. Dalam perdagangan internasional, negara-negara memperoleh barang yang tidak dapat mereka produksi secara efisien dan meningkatkan efisiensi alokasi sumber daya (Krugman & Obstfeld, 2018).

Spesialisasi

Spesialisasi adalah keunggulan yang dimiliki oleh suatu wilayah atau negara dalam memanfaatkan sumber dayanya secara optimal. Tujuan utama dari spesialisasi adalah untuk mendapatkan keuntungan dalam sistem perekonomian, baik melalui sektor barang maupun jasa. Dalam perdagangan internasional, spesialisasi bertujuan menghasilkan keuntungan ekonomi melalui pemanfaatan sumber daya secara efisien. Meskipun suatu negara mampu memproduksi barang serupa dengan negara lain, sering kali lebih efektif untuk mengimpor barang tersebut daripada memproduksinya sendiri. Sebagai contoh, Zimbabwe mungkin lebih efisien dalam memproduksi jarum dibandingkan Korea Selatan. Dalam situasi ini, Korea Selatan lebih baik mengimpor jarum dari Zimbabwe dan memanfaatkan sumber dayanya untuk memproduksi barang lain yang lebih menguntungkan. Contoh lainnya adalah dalam produksi pesawat tempur. Walaupun Korea Selatan dan Jepang mampu memproduksinya, Amerika Serikat dapat melakukannya dengan lebih efisien. Oleh karena itu, Jepang memilih untuk mengimpor pesawat tempur dari Amerika Serikat daripada memproduksinya sendiri.

Melalui spesialisasi dalam perdagangan internasional, negara-negara dapat memanfaatkan faktor produksi mereka dengan lebih efisien. Hal ini memungkinkan setiap negara untuk mendapatkan lebih banyak barang dan jasa dibandingkan jika hanya mengandalkan produksi domestik. Spesialisasi adalah konsentrasi individu, kelompok, atau negara dalam memproduksi barang atau jasa tertentu. Teori keunggulan komparatif menyatakan bahwa spesialisasi mendorong produksi yang lebih efisien dan memperluas peluang perdagangan yang saling menguntungkan (Ricardo, 1817).

Dalam perekonomian berbasis uang, perdagangan didasarkan pada spesialisasi dalam produksi barang untuk meningkatkan efisiensi. Spesialisasi perdagangan dapat dirangkum sebagai berikut:

1. Uang sebagai Alat Tukar Menukar

Uang mempermudah dan memperlancar kegiatan perdagangan. Dalam perekonomian yang menggunakan uang, perdagangan menjadi lebih efisien karena transaksi tidak lagi bergantung pada pertukaran barang langsung (barter), tetapi menggunakan uang sebagai media tukar.

2. Peningkatan Spesialisasi dan Produktivitas

Perdagangan yang semakin lancar memberikan dorongan kepada masyarakat untuk meningkatkan spesialisasi pekerjaan sesuai dengan keahlian mereka. Spesialisasi ini mendorong efisiensi, karena tenaga kerja atau sumber daya hanya digunakan untuk pekerjaan yang sesuai dengan keahlian mereka. Dengan demikian, negara atau daerah tidak perlu memproduksi semua barang yang mereka butuhkan, tetapi cukup memfokuskan pada produk yang memberikan keuntungan maksimal.

3. Efisiensi Produksi

Spesialisasi dapat meningkatkan skala ekonomi (*economies of scale*), di mana peningkatan produksi tidak diikuti oleh peningkatan biaya yang sebanding. Misalnya, jika produksi dua kali lipat, biaya per unit cenderung berkurang karena pembagian biaya tetap yang lebih efisien.

4. Dorongan pada Inovasi Teknologi

Spesialisasi juga mendorong perkembangan teknologi. Ketika pasar produk yang dihasilkan meluas, permintaan akan meningkat. Pengusaha akan berupaya meningkatkan produktivitas melalui penggunaan teknologi yang lebih maju untuk memenuhi permintaan tersebut. Dengan demikian, kebutuhan masyarakat akan barang-barang tertentu dapat terpenuhi lebih efektif.

Dampak dari Spesialisasi

Spesialisasi penting untuk pertumbuhan ekonomi karena meningkatkan efisiensi penggunaan sumber daya, mengurangi biaya produksi, dan mendorong inovasi teknologi guna memenuhi kebutuhan masyarakat dengan lebih baik.

Spesialisasi memiliki dampak signifikan dalam perekonomian, yang meliputi:

1. Peningkatan Efisiensi Penggunaan Sumber Daya

- a. Spesialisasi memungkinkan tenaga kerja, modal, dan sumber daya lainnya digunakan secara lebih efektif sesuai dengan keahlian tertentu. Hal ini mencegah pemborosan sumber daya karena individu atau daerah hanya fokus pada produksi yang sesuai dengan keahlian atau sumber daya yang dimiliki.
- b. Dalam spesialisasi, setiap unit input akan digunakan untuk aktivitas yang paling efisien dan produktif, sehingga hasil yang dihasilkan menjadi lebih optimal.

2. Peningkatan Produktivitas

- a. Spesialisasi dapat meningkatkan skala ekonomi, di mana efisiensi meningkat seiring peningkatan output. Misalnya, jika sebuah perusahaan memproduksi dalam jumlah besar, biaya tetap seperti investasi dan overhead dapat didistribusikan ke sejumlah besar produk, mengurangi biaya per unit.
- b. Contoh: Dalam produksi massal, spesialisasi memungkinkan penggunaan mesin dan tenaga kerja secara optimal untuk meningkatkan output, yang pada akhirnya mengurangi biaya dan meningkatkan profitabilitas.

3. Dorongan pada Inovasi dan Teknologi

- a. Spesialisasi mendorong pengembangan teknologi baru karena permintaan yang lebih luas untuk produk tertentu memicu kebutuhan akan inovasi untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas.
- b. Misalnya, ketika suatu negara atau perusahaan memfokuskan pada sektor tertentu, mereka akan mengembangkan teknologi yang lebih canggih untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas produk.
- c. Dalam jangka panjang, ini memacu kemajuan teknologis yang dapat meningkatkan daya saing dan menciptakan produk baru.

4. Perluasan Pasar dan Ketersediaan Produk

- a. Spesialisasi mendorong perluasan pasar karena produk yang dihasilkan dengan spesialisasi dapat diproduksi dengan lebih murah dan efisien, sehingga dapat memenuhi kebutuhan lebih banyak konsumen.
- b. Produk yang dihasilkan dari spesialisasi lebih terjangkau dan berkualitas, yang membantu meningkatkan standar hidup dan menciptakan lebih banyak pilihan untuk konsumen.

Keterkaitan Uang, Perdagangan, dan Spesialisasi

Uang mempermudah perdagangan dengan mengatasi hambatan sistem barter. Dengan adanya uang, spesialisasi berkembang karena produsen dapat menjual barang mereka dan membeli barang lain yang dibutuhkan. Perdagangan yang difasilitasi oleh spesialisasi menciptakan keuntungan ekonomi dan memperkuat hubungan ekonomi antarnegara (Samuelson & Nordhaus, 2010). Keterkaitan uang, perdagangan, dan spesialisasi membentuk dasar dari sistem ekonomi modern. Uang memfasilitasi perdagangan, perdagangan memanfaatkan spesialisasi, dan spesialisasi, pada gilirannya, meningkatkan volume perdagangan. Kombinasi dari ketiga elemen ini menciptakan efisiensi ekonomi, meningkatkan distribusi sumber daya, dan memperkuat hubungan ekonomi antarnegara.

Uang sebagai Fasilitator Perdagangan dan Spesialisasi

Uang berperan penting dalam mempermudah perdagangan dan mendukung spesialisasi. Sebelum uang digunakan, sistem barter mengalami berbagai kendala, seperti sulitnya menemukan kebutuhan yang saling sesuai (*double coincidence of wants*) dan kesulitan menentukan nilai yang setara untuk barang atau jasa. Kehadiran uang menyelesaikan hambatan ini, memungkinkan perdagangan terjadi lebih efisien, sehingga spesialisasi dapat berkembang.

Perdagangan sebagai Sarana Pemanfaatan Spesialisasi

Perdagangan memungkinkan negara atau wilayah untuk memanfaatkan spesialisasi masing-masing. Berdasarkan teori

keunggulan komparatif, negara akan fokus memproduksi barang atau jasa yang dapat mereka hasilkan dengan biaya relatif lebih rendah, lalu menukarkannya dengan barang atau jasa dari negara lain. Hal ini meningkatkan efisiensi dan kesejahteraan ekonomi secara global.

Spesialisasi Memperluas Perdagangan dan Meningkatkan Kebutuhan Uang

Ketika negara atau individu melakukan spesialisasi, mereka menghasilkan surplus barang atau jasa tertentu. Surplus ini memicu kebutuhan akan perdagangan untuk mendapatkan barang atau jasa lain yang tidak mereka produksi. Dalam proses ini, uang menjadi alat tukar utama yang memungkinkan perdagangan lintas batas dan antarindividu berlangsung dengan lancar.

3.5 Pelaku Kegiatan Ekonomi

Pelaku kegiatan ekonomi adalah individu atau entitas yang berperan dalam menjalankan aktivitas ekonomi, baik sebagai produsen, konsumen, maupun pihak yang berkontribusi dalam distribusi barang dan jasa. Pelaku kegiatan ekonomi dapat dibedakan menjadi empat kelompok utama:

1. Rumah Tangga

Rumah tangga dapat didefinisikan sebagai entitas yang memiliki sektor produksi dalam perekonomian. Rumah tangga menyediakan tenaga kerja dan keterampilan kewirausahaan. Selain itu, rumah tangga juga menawarkan faktor produksi seperti modal, tanah, dan kekayaan, yang digunakan oleh sektor perusahaan. Sebagai imbalan atas penggunaan faktor-faktor produksi ini, rumah tangga menerima berbagai jenis pendapatan dari sektor perusahaan atau tempat kerja mereka. Pendapatan ini kemudian digunakan oleh rumah tangga untuk memenuhi berbagai kebutuhan sehari-hari, yang bergantung pada gaya hidup masing-masing. Selain membelanjakan pendapatan untuk kebutuhan konsumtif, rumah tangga juga cenderung menabung. Tabungan berfungsi sebagai cadangan untuk menghadapi kebutuhan tak terduga di

masa depan, serta dapat disimpan di bank untuk memperoleh bunga.

Pendapatan dan tabungan rumah tangga, dengan demikian, memainkan peran kunci dalam mendukung stabilitas ekonomi dan pertumbuhan perekonomian. Rumah tangga bertindak sebagai konsumen utama dalam perekonomian, yang membeli barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan mereka. Selain itu, rumah tangga juga menjadi penyedia faktor produksi seperti tenaga kerja, tanah, dan modal kepada pelaku ekonomi lainnya.

2. Perusahaan

Perusahaan merupakan entitas ekonomi yang didirikan oleh individu atau sekelompok orang dengan tujuan utama menghasilkan produk berupa barang dan jasa yang ditujukan untuk dikonsumsi oleh masyarakat. Individu atau kelompok yang terlibat dalam kegiatan perusahaan dikenal sebagai pengusaha. Dengan keahlian yang dimiliki, pengusaha memanfaatkan sumber daya yang ada untuk mengolah dan menciptakan produk yang dibutuhkan oleh masyarakat. Proses ini dilakukan dengan harapan memperoleh keuntungan dalam bentuk pendapatan.

Perusahaan dapat dikelompokkan menjadi tiga jenis berdasarkan bidang usahanya. Pertama, industri primer, yang berfokus pada pengolahan sumber daya alam dan faktor produksi dari alam bebas. Kedua, industri sekunder, yang melibatkan pengolahan barang industri, seperti sepatu, buku, dan kendaraan. Ketiga, industri tersier, yang meliputi jasa-jasa seperti transportasi, perdagangan, dan penyewaan bangunan. Peran perusahaan dalam perekonomian sangat penting dalam menciptakan produk dan jasa yang mendukung kehidupan masyarakat. Perusahaan adalah pelaku ekonomi yang berperan sebagai produsen barang dan jasa. Perusahaan menggunakan faktor-faktor produksi yang disediakan oleh rumah tangga untuk menghasilkan output yang kemudian dijual di pasar.

3. Pemerintah

Pemerintah merupakan institusi yang bertanggung jawab dalam pengaturan dan pengelolaan perekonomian suatu negara. Berbagai lembaga terkait, seperti badan penanaman modal, departemen pemerintahan, bank sentral, pemerintah daerah, angkatan bersenjata, dan lainnya, terlibat dalam mengawasi aktivitas rumah tangga dan perusahaan agar kegiatan ekonomi dapat berjalan dengan langkah yang benar dan tidak menimbulkan dampak negatif bagi pihak manapun. Pemerintah juga menjalankan berbagai aktivitas ekonomi, seperti pembangunan infrastruktur berupa jalan, jembatan, pelabuhan, dan lapangan terbang. Di bidang sosial, pemerintah menyediakan institusi pendidikan serta layanan penting seperti pos dan telekomunikasi. Selain itu, pemerintah berperan dalam menjaga stabilitas ekonomi melalui kebijakan moneter dan fiskal.

Pemerintah bertindak sebagai regulator, konsumen, dan produsen. Pemerintah mengatur perekonomian melalui kebijakan fiskal, moneter, serta regulasi. Selain itu, pemerintah juga menyediakan barang dan jasa publik seperti infrastruktur dan pendidikan.

4. Masyarakat Internasional

Dalam konteks globalisasi, masyarakat internasional menjadi pelaku penting melalui aktivitas perdagangan internasional, investasi, dan aliran modal. Mereka memungkinkan negara-negara untuk saling memenuhi kebutuhan yang tidak dapat dipenuhi secara domestic.

Keterkaitan Pelaku Kegiatan Ekonomi

Rumah Tangga sebagai Konsumen dan Penyedia Faktor Produksi

Rumah tangga berperan sebagai konsumen yang menggunakan pendapatan untuk membeli barang dan jasa, serta sebagai penyedia faktor produksi seperti tenaga kerja, modal, dan tanah kepada sektor perusahaan. Keterkaitan ini membentuk aliran pendapatan dan pengeluaran yang vital dalam perekonomian.

Perusahaan sebagai Produsen dan Pengusaha

Perusahaan berfungsi sebagai produsen yang menghasilkan barang dan jasa untuk dikonsumsi oleh rumah tangga. Pelaku ini memanfaatkan faktor produksi yang disediakan oleh rumah tangga dan menghasilkan output yang akan dijual di pasar. Interaksi antara rumah tangga dan perusahaan menciptakan sistem perekonomian yang saling melengkapi.

Pemerintah sebagai Pengatur dan Stabilisator

Pemerintah berperan sebagai pengatur ekonomi dengan mengawasi jalannya aktivitas rumah tangga dan perusahaan, serta mengatur kebijakan moneter dan fiskal untuk menjaga stabilitas perekonomian. Pemerintah juga menyediakan infrastruktur dan layanan publik yang mendukung kegiatan ekonomi.

Interaksi Antar Pelaku dalam Proses Ekonomi

Interaksi antara rumah tangga, perusahaan, dan pemerintah membentuk sirkulasi aliran pendapatan dan produk yang penting dalam perekonomian. Rumah tangga menyediakan faktor produksi, perusahaan menghasilkan barang dan jasa, dan pemerintah mengelola kebijakan untuk mengatur semua proses tersebut demi keseimbangan perekonomian.

Keempat pelaku ini saling berinteraksi dalam pasar faktor produksi, pasar barang dan jasa, serta pasar keuangan. Rumah tangga menyediakan tenaga kerja, perusahaan menghasilkan barang dan jasa, pemerintah mengelola dan mengatur aktivitas ekonomi, sementara masyarakat internasional melengkapi kebutuhan yang tidak dapat dipenuhi di dalam negeri.

3.6 Sirkulasi Aliran Pendapatan

Sirkulasi aliran pendapatan dalam perekonomian mengacu pada bagaimana pendapatan dihasilkan, didistribusikan, dan dikembalikan ke berbagai sektor ekonomi seperti rumah tangga, perusahaan, dan pemerintah. Model sirkulasi pendapatan menggambarkan bagaimana pendapatan bergerak melalui berbagai komponen ekonomi dalam proses produksi, distribusi, dan konsumsi.

Komponen Utama Sirkulasi Aliran Pendapatan:

1. Rumah Tangga (*Households*):

- a. Sebagai pemilik faktor produksi (tenaga kerja, modal, dan tanah), rumah tangga menerima pendapatan dari perusahaan dalam bentuk upah, sewa, bunga, dan laba.
- b. Pendapatan ini kemudian digunakan untuk konsumsi barang dan jasa.

2. Perusahaan (*Firms*):

- a. Perusahaan memproduksi barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga dan sektor lainnya.
- b. Perusahaan membayar upah, sewa, bunga, dan laba kepada rumah tangga yang menjadi faktor produksi.

3. Pemerintah (*Government*):

Pemerintah menerima pendapatan dari pajak dan membelanjakan pendapatan tersebut untuk menyediakan barang publik, layanan sosial, dan infrastruktur.

4. Transaksi Internasional:

Transaksi antara negara yang melibatkan ekspor dan impor mempengaruhi aliran pendapatan dan pembelanjaan.

Proses Sirkulasi Aliran Pendapatan:

- 1. Produksi:** Perusahaan menghasilkan barang dan jasa.
- 2. Pendapatan:** Rumah tangga menerima upah, sewa, bunga, dan laba dari perusahaan.
- 3. Konsumsi:** Rumah tangga menggunakan pendapatan untuk membeli barang dan jasa.
- 4. Pengeluaran Pemerintah:** Pemerintah membelanjakan pendapatan yang diterima melalui pajak untuk layanan publik.
- 5. Investasi:** Perusahaan menggunakan sebagian pendapatan untuk berinvestasi dalam modal.

DAFTAR PUSTAKA

- Krugman, P. R., & Obstfeld, M. (2018). *International Economics: Theory and Policy* (10th ed.). Pearson Education.
- Mankiw, N. G. (2020). *Principles of Economics* (9th ed.). Cengage Learning.
- Ricardo, D. (1817). *On the Principles of Political Economy and Taxation*. London: John Murray.
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2010). *Economics* (19th ed.). McGraw-Hill Education.
- Todaro, M. P., & Smith, S. C. (2015). *Economic Development* (12th ed.). Pearson Education

BAB 4

HARGA KESEIMBANGAN PASAR

Oleh Faisal Efendi

4.1 Pendahuluan

Harga di mana jumlah barang yang ditawarkan oleh produsen sama dengan jumlah barang yang diminta oleh pembeli disebut harga keseimbangan pasar. Harga keseimbangan pasar terbentuk sebagai hasil dari interaksi antara penawaran dan permintaan di pasar bebas. Memahami harga keseimbangan pasar sangat penting karena harga ini menunjukkan titik stabil di mana pasar beroperasi dengan efisien, tanpa kelangkaan atau kelebihan barang. Proses pembentukan harga keseimbangan juga mencakup analisis menyeluruh tentang bagaimana harga berfungsi sebagai sinyal bagi penawaran dan permintaan. Teori ini penting tidak hanya dalam teori ekonomi, tetapi juga dalam praktik pasar seperti pasar keuangan, barang dan jasa, dan tenaga kerja.

4.2 Konsep Dasar Harga Keseimbangan Pasar

4.2.1 Pengertian Harga Keseimbangan

Harga keseimbangan adalah harga di mana jumlah barang atau jasa yang ditawarkan oleh produsen sama dengan jumlah barang atau jasa yang diminta oleh konsumen pada titik tertentu di pasar, dan harga tidak cenderung naik atau turun karena pasar berada dalam keadaan stabil. Pada harga ini, tidak terjadi kelebihan penawaran (*surplus*) atau kekurangan permintaan (*shortage*), dan pasar mencapai titik stabil di mana semua barang yang diproduksi terjual tanpa ada penimbunan atau kekosongan stok. Secara lebih teknis, harga keseimbangan tercapai ketika kurva permintaan (*demand*) dan kurva penawaran (*supply*) bertemu. Dalam teori ekonomi, harga keseimbangan menggambarkan alokasi sumber daya yang efisien di pasar. Pada titik ini, tidak ada insentif bagi harga

untuk bergerak naik atau turun, karena pasar sudah berfungsi secara optimal.¹

4.2.2 Teori Harga Keseimbangan

Harga keseimbangan merupakan konsep fundamental dalam ekonomi pasar dan sangat penting dalam teori mikroekonomi. Konsep ini muncul dari interaksi antara dua kekuatan utama dalam pasar, yaitu permintaan dan penawaran. Penentuan harga keseimbangan bergantung pada seberapa kuat hubungan antara kedua kekuatan tersebut. Untuk memahami harga keseimbangan lebih mendalam, kita akan membahas teori terkait permintaan, penawaran, dan faktor-faktor yang mempengaruhi harga keseimbangan.²

1. Hukum Permintaan (*Law of Demand*)

Hukum permintaan mengatakan bahwa, *ceteris paribus* (dengan asumsi faktor lain tetap), jumlah barang yang diminta oleh konsumen lebih besar jika harga barang lebih tinggi. Sebaliknya, jika harga barang turun, jumlah barang yang diminta oleh konsumen akan lebih besar. Dengan kata lain, ada korelasi negatif antara jumlah produk yang diminta dan harganya.

Hal ini digambarkan dengan kurva permintaan yang miring ke bawah dari kiri ke kanan. Kurva ini menunjukkan bahwa ketika harga suatu barang tinggi, konsumen akan lebih cenderung mencari barang substitusi atau mengurangi pembelian mereka. Sebaliknya, ketika harga barang turun, konsumen akan lebih tertarik untuk membeli lebih banyak barang tersebut.

2. Hukum Penawaran (*Law of Supply*)

Menurut hukum penawaran, jumlah barang yang akan ditawarkan oleh produsen ke pasar cenderung lebih besar jika harganya lebih tinggi. Hal ini disebabkan oleh kenyataan bahwa produsen akan lebih terdorong untuk menghasilkan lebih banyak barang jika harga jualnya

¹ Mankiw, N. G. (2016). *Principles of Economics* (7th ed.). Cengage Learning

² Arrow, K. J., & Debreu, G. (1954). *Existence of an Equilibrium for a Competitive Economy*. *Econometrica*, 22(3), 265-290.

menguntungkan, dengan harapan memperoleh keuntungan yang lebih besar. Sebaliknya, jika harga barang turun, produsen akan cenderung mengurangi jumlah barang yang akan mereka tawarkan ke pasar.

Kurva penawaran biasanya miring ke atas dari kiri ke kanan, yang mencerminkan hubungan positif antara harga dan jumlah barang yang ditawarkan. Jika harga barang meningkat, produsen akan menambah produksi atau meningkatkan jumlah barang yang mereka pasarkan.

3. Interaksi Antara Permintaan dan Penawaran

Ketika jumlah barang yang ditawarkan produsen pada harga yang sama dengan jumlah barang yang diminta oleh pembeli pada harga tertentu, disebut harga keseimbangan. Di titik ini, tidak ada dorongan untuk harga naik atau turun. Jika harga berada di bawah harga keseimbangan, penawaran akan lebih besar daripada permintaan; jika harga di atas harga keseimbangan, penawaran akan lebih kecil daripada permintaan, yang menunjukkan bahwa ada kelebihan atau kekurangan barang.

Proses ini menggambarkan bagaimana harga dapat berfungsi sebagai sinyal untuk produsen dan konsumen. Ketika harga terlalu tinggi atau terlalu rendah, pasar akan beradaptasi menuju harga keseimbangan, yang meminimalkan ketidak seimbangan antara yang diminta dan yang ditawarkan.

4. Penentuan Harga Keseimbangan

Penawaran dan permintaan adalah dua komponen utama mekanisme pasar. Mereka membantu harga keseimbangan. Permintaan adalah jumlah barang atau jasa yang ingin dibeli konsumen pada tingkat harga tertentu, sedangkan penawaran adalah jumlah barang atau jasa yang ditawarkan produsen pada tingkat harga tertentu. Titik keseimbangan adalah harga yang mengimbangi keduanya.

- a. Peningkatan Permintaan (Pergeseran Kurva Permintaan): Jika permintaan untuk suatu barang meningkat karena peningkatan pendapatan konsumen atau perubahan selera konsumen, kurva permintaan

akan bergerak ke arah kanan. Ini menyebabkan harga keseimbangan meningkat karena produsen akan menaikkan harga untuk menghasilkan lebih banyak uang.

- b. Penurunan Permintaan (*Shift of Demand Curve*): Jika permintaan untuk suatu barang menurun, seperti karena tersedianya barang alternatif yang lebih murah, kurva permintaan akan bergerak ke arah kiri, yang mengakibatkan penurunan harga keseimbangan.
- c. Peningkatan Penawaran (*Shift of Supply Curve*): Jika jumlah barang yang ditawarkan meningkat sebagai akibat dari penurunan biaya produksi atau kemajuan teknologi, kurva penawaran akan bergerak ke arah kanan. Dengan meningkatnya penawaran, harga keseimbangan akan turun karena produsen dapat menghasilkan lebih banyak barang dengan biaya yang lebih rendah.
- d. Penurunan Penawaran (*Shift of Supply Curve*): Jika jumlah barang yang dijual menurun, seperti karena biaya produksi meningkat atau jumlah produsen yang berkurang, kurva penawaran akan bergeser ke kiri yang mengakibatkan harga keseimbangan menaik.

5. Fungsi Harga dalam Pasar Keseimbangan

Harga di pasar berfungsi sebagai mekanisme alokasi yang sangat efisien, mengatur distribusi barang dan jasa tanpa perlu ada intervensi langsung dari pemerintah atau pihak lain. Harga keseimbangan berfungsi untuk:

- a. **Mengatur distribusi barang:** Harga menentukan siapa yang dapat membeli barang tersebut berdasarkan kemampuan membayar. Barang yang lebih mahal cenderung dibeli oleh konsumen dengan daya beli yang lebih tinggi, sedangkan barang yang lebih murah lebih terjangkau untuk konsumen dengan daya beli rendah.
- b. **Dorongan produsen dalam memproduksi lebih banyak atau lebih sedikit:** Apabila harganya lebih tinggi, produsen terdorong untuk meningkatkan produksi barang tersebut.

Sebaliknya, ketika harga rendah, produsen mungkin akan mengurangi jumlah produksi.

- c. **Memberikan sinyal bagi konsumen:** Harga memberi sinyal kepada konsumen mengenai kelangkaan atau ketersediaan suatu barang. Jika harga tinggi, konsumen dapat mengartikan bahwa barang tersebut lebih langka atau lebih berharga.

6. Keseimbangan Pasar Dinamis

Keseimbangan pasar bisa berubah karena perobahan kurva permintaan atau penawaran. Pergeseran ini dapat disebabkan oleh variabel eksternal, seperti perubahan dalam kebijakan pemerintah, perubahan dalam selera konsumen, perubahan harga barang alternatif atau komplementer, dan perubahan dalam ekonomi global.

Misalnya, krisis ekonomi global atau perubahan besar dalam teknologi produksi dapat mempengaruhi biaya barang dan jasa, yang mengarah pada perubahan harga keseimbangan. Dalam situasi tersebut, harga keseimbangan baru akan terbentuk melalui proses interaksi antara penawaran dan permintaan di pasar.

7. Harga Keseimbangan dalam Pasar Sempurna vs. Pasar Tidak Sempurna

Dalam pasar yang sempurna (perfect competition), harga keseimbangan tercapai dengan sangat efisien karena terdapat banyak produsen dan konsumen, informasi pasar yang sempurna, serta barang yang dijual bersifat homogen (serupa). Di pasar seperti ini, tidak ada produsen atau konsumen yang memiliki kekuatan untuk mempengaruhi harga, dan harga keseimbangan tercipta dengan sangat cepat.³

Namun, harga keseimbangan dapat lebih sulit dicapai dalam pasar yang tidak sempurna, seperti pasar monopoli atau oligopoli. Di pasar monopoli, misalnya, satu produsen dapat mengontrol harga dan jumlah barang yang ditawarkan,

³ Shapiro, C. (1989). *The Theory of the Firm and Market Structure*. *Journal of Economic Perspectives*, 3(4), 9-24.

sehingga produsen tersebut dapat menetapkan harga lebih tinggi dari harga keseimbangan yang seharusnya terjadi di pasar kompetitif.

Dalam ekonomi, konsep "harga keseimbangan" adalah konsep yang menunjukkan titik stabil antara permintaan dan penawaran barang dipasar dimana tidak ada kekurangan atau kelebihan barang, dan pasar beroperasi secara efisien. Banyak faktor dapat memengaruhi harga keseimbangan, termasuk perubahan dalam penawaran, permintaan, biaya produksi, dan kebijakan pemerintah. Namun, harga keseimbangan cenderung berubah seiring dengan perubahan pasar.⁴

4.3 Faktor Pengaruh Harga Keseimbangan

Harga keseimbangan di pasar adalah titik di mana jumlah barang yang diminta oleh konsumen sama dengan jumlah barang yang ditawarkan oleh produsen pada harga tertentu. Pada harga ini, pasar berada dalam keadaan stabil, tanpa ada kelangkaan atau kelebihan barang. Namun, harga keseimbangan tidak bersifat tetap; ia dapat berubah sesuai dengan berbagai faktor yang mempengaruhi permintaan dan penawaran barang atau jasa. Oleh karena itu, untuk memahami pergerakan harga keseimbangan, kita perlu mengenali faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perubahan dalam permintaan dan penawaran, yang pada gilirannya akan memengaruhi harga keseimbangan di pasar.⁵

4.3.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan

Permintaan merupakan jumlah barang atau jasa yang akan dibeli oleh konsumen pada tingkatan harga dalam periode tertentu. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan antara lain:⁶

⁴ Stigler, G. J. (1957). *Perfect Competition, Historically Considered*. *Journal of Political Economy*, 65(1), 1-17.

⁵ Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2010). *Economics* (19th ed.). McGraw-Hill Education

⁶ Riley, J. G. (2001). *Informational Equilibrium*. *Econometrica*, 69(2), 361-391.

1. Pendapatan Konsumen

Salah satu faktor utama yang memengaruhi permintaan adalah pendapatan konsumen. Jika pendapatan konsumen meningkat, kemampuan mereka untuk membeli barang atau jasa juga akan meningkat, yang berarti permintaan akan meningkat dan kurva permintaan bergeser ke kanan. Sebaliknya, jika pendapatan konsumen menurun, maka permintaan akan turun dan kurva permintaan bergeser ke kiri.

2. Harga Barang Substitusi

Barang substitusi adalah barang yang dapat digunakan sebagai pengganti barang lain. Jika harga barang substitusi turun, konsumen cenderung membeli barang substitusi tersebut, yang mengakibatkan permintaan barang utama berkurang. Sebaliknya, jika harga barang substitusi meningkat, permintaan barang substitusi lainnya, seperti teh, mungkin meningkat.

3. Harga Barang Komplementer

Barang yang digunakan secara bersamaan disebut barang komplementeir. Misalnya, bensin dan mobil atau printer dan tinta. Permintaan barang utama akan meningkat jika harga barang komplementer turun. Penurunan harga bensin, misalnya, dapat meningkatkan permintaan mobil karena biaya operasionalnya menjadi lebih rendah. Sebaliknya, jika harga barang komplementer naik, permintaan barang utama cenderung turun.

4. Selera dan Preferensi Konsumen

Perubahan dalam selera atau preferensi konsumen dapat memengaruhi permintaan barang tertentu. Faktor-faktor seperti tren, mode, atau perubahan gaya hidup dapat mempengaruhi konsumen dalam memilih barang yang mereka beli. Sebagai contoh, jika konsumen lebih cenderung memilih makanan sehat, maka permintaan terhadap makanan cepat saji atau minuman manis akan menurun,

menggeser kurva permintaan untuk barang tersebut ke kiri.⁷

5. Ekspektasi Masa Depan

Keputusan pembelian konsumen bisa saja dipengaruhi oleh ekspektasi mereka terhadap harga dimasa mendatang. Jika mereka mengantisipasi bahwa harga barang tertentu akan naik dimasa mendatang konsumen mungkin membeli lebih banyak barang yang menghasilkan peningkatan permintaan saat ini. Sebaliknya apabila mereka mengantisipasi bahwa harga akan turun, mereka mungkin menunda pembelian, yang menghasilkan penurunan permintaan saat ini.

6. Jumlah Konsumen di Pasar

Jumlah konsumen di pasar juga memengaruhi total permintaan. Jika jumlah konsumen meningkat, permintaan barang atau jasa akan meningkat, dan sebaliknya. Pertumbuhan jumlah penduduk atau migrasi dari daerah lain dapat meningkatkan jumlah konsumen, yang pada gilirannya terjadinya peningkatan permintaan terhadap barang-barang tertentu.

4.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penawaran

Jumlah barang atau jasa yang tersedia untuk dijual oleh produsen pada tingkat harga yang berbeda selama periode waktu tertentu disebut penawaran. Penawaran dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk:

1. Biaya Produksi

Biaya produksi adalah komponen utama yang memengaruhi jumlah barang yang ditawarkan di pasar. Jika biaya produksi meningkat, misalnya karena harga bahan baku atau upah pekerja, produsen cenderung menurunkan jumlah produk yang ditawarkan pada harga yang sama. Jika biaya produksi turun, misalnya karena efisiensi teknologi atau penurunan harga bahan baku, produsen cenderung

⁷ Marshall, A. (1920). *Principles of Economics* (8th ed.). Macmillan

menawarkan lebih banyak produk pada harga yang sama, sehingga kurva penawaran bergeser ke-kanan.⁸

2. Teknologi Produksi

Iptek baru bisa meningkatkan efisiensi produksi yang memungkinkan produsen membuat lebih banyak produk dengan biaya yang lebih rendah. Sebagai contoh, penggunaan robot dalam produksi dapat mengurangi biaya produksi, memungkinkan produsen membuat lebih banyak produk dengan harga yang lebih rendah. Ini mengubah kurva penawaran ke arah yang lebih baik.

3. Pajak dan Subsidi Pemerintah

Kebijakan pemerintah, seperti pajak dan subsidi, juga mempengaruhi penawaran barang. Misalnya, pajak yang lebih tinggi pada barang tertentu akan meningkatkan biaya produksi atau distribusi, sehingga mengurangi jumlah barang yang ditawarkan oleh produsen. Di sisi lain, subsidi pemerintah dapat menurunkan biaya produksi, sehingga mendorong produsen untuk meningkatkan penawaran barang, sehingga kurva penawaran bergerak ke arah kanan.⁹

4. Ekspektasi Masa Depan

Produsen juga dapat mempengaruhi penawaran dengan ekspektasi harga di masa depan, seperti permintaan. Jika mereka mengantisipasi harga barang akan naik di masa depan, mereka mungkin menahan sebagian dari pasokan saat ini untuk dijual dengan harga yang lebih tinggi di masa depan. Sebaliknya, jika mereka mengantisipasi harga akan turun, mereka mungkin berusaha menjual barang mereka segera, yang menghasilkan peningkatan pasokan saat ini.

5. Jumlah Produsen

Tingkat penawaran barang dipengaruhi oleh jumlah produsen yang ada di pasar. Jika banyak produsen masuk ke pasar atau mengalami masalah dalam produksi, jumlah

⁸ Varian, H. R. (2014). *Intermediate Microeconomics: A Modern Approach* (9th ed.). W.W. Norton & Company.

⁹ Krugman, P., & Wells, R. (2012). *Microeconomics* (3rd ed.). Worth Publishers

barang yang ditawarkan akan meningkat, yang menggeser kurva penawaran ke kanan. Sebaliknya, jika banyak produsen keluar dari pasar atau mengalami masalah dalam produksi, jumlah barang yang ditawarkan akan menurun, yang menggeser kurva penawaran ke kiri.¹⁰

4.3.3 Pengaruh Pemerintah dan Kebijakan Ekonomi

Selain faktor-faktor alami yang mempengaruhi permintaan dan penawaran, kebijakan pemerintah juga memainkan peran penting dalam penentuan harga keseimbangan. Pemerintah dapat mempengaruhi pasar melalui kebijakan seperti:¹¹

1. **Kebijakan Moneter dan Fiskal:** Kebijakan moneter (seperti perubahan suku bunga oleh bank sentral) dan kebijakan fiskal (seperti perubahan dalam pajak atau belanja pemerintah) dapat mempengaruhi tingkat permintaan dan penawaran. Misalnya, penurunan suku bunga dapat meningkatkan permintaan konsumen terhadap barang-barang besar seperti rumah dan mobil, yang pada gilirannya memengaruhi harga keseimbangan.
2. **Regulasi dan Standar:** Pemerintah juga dapat mengatur kualitas barang atau layanan yang boleh dipasarkan, yang dapat mempengaruhi biaya produksi dan jumlah barang yang tersedia di pasar. Regulasi lingkungan, misalnya, dapat meningkatkan biaya produksi barang tertentu dan mengurangi jumlah barang yang ditawarkan di pasar.

4.3.4 Faktor-Faktor Eksternal

Faktor eksternal seperti bencana alam, perubahan iklim, atau krisis global dapat memengaruhi permintaan dan penawaran selain faktor-faktor yang ada dalam kendali pasar. Misalnya, bencana alam dapat merusak fasilitas produksi atau mengganggu distribusi barang, menyebabkan penurunan penawaran dan mengubah harga keseimbangan..Harga

¹⁰ Tirole, J. (2006). *The Theory of Industrial Organization*. MIT Press

¹¹ Stiglitz, J. E., & Walsh, C. E. (2006). *Principles of Macroeconomics* (4th ed.). W.W. Norton & Company.

keseimbangan pasar ditentukan oleh interaksi antara permintaan dan penawaran. Ada banyak faktor yang mempengaruhi kedua hal ini, seperti kebijakan pemerintah, pendapatan konsumen, selera, dan kemajuan teknologi. Oleh karena itu, sangat penting bagi produsen, vendor, dan distributor untuk memahami faktor yang mempengaruhi permintaan penawaran.

4.4 Pengaruh Keseimbangan Pasar terhadap Perekonomian

Ketika jumlah barang yang ditawarkan produsen sama dengan jumlah barang yang diminta oleh konsumen pada suatu harga tertentu, disebut keseimbangan pasar. Pada titik keseimbangan ini, tidak ada kekurangan barang (*shortage*) atau kelebihan barang (*surplus*), dan harga tetap. Keseimbangan pasar berperan penting dalam menjaga kelancaran perekonomian karena mencerminkan distribusi sumber daya yang efisien dan berfungsi sebagai sinyal bagi produsen dan konsumen untuk beradaptasi terhadap kondisi ekonomi yang berubah. Oleh karena itu, pemahaman tentang bagaimana keseimbangan pasar mempengaruhi perekonomian sangat penting.¹²

4.4.1 Pengaruh Keseimbangan Pasar terhadap Alokasi Sumber Daya

Salah satu pengaruh utama dari keseimbangan pasar terhadap perekonomian adalah efisiensi alokasi sumber daya. Ketika pasar berada dalam keadaan seimbang, barang dan jasa didistribusikan sesuai dengan keinginan konsumen dan kemampuan produsen.¹³

- 1. Efisiensi dalam Produksi:** Pada harga keseimbangan, produsen dapat memaksimalkan kapasitas produksinya untuk memenuhi permintaan konsumen tanpa pemborosan. Ini

¹² Miller, R. L., & Benjamin, D. K. (2012). *Economics Today: The Micro View* (14th ed.). Pearson Education.

¹³ Pindyck, R. S., & Rubinfeld, D. L. (2013). *Microeconomics* (8th ed.). Pearson Prentice Hall.

mendorong produksi yang lebih efisien dan mengurangi pemborosan sumber daya.

2. **Pemenuhan Kebutuhan Konsumen:** Di sisi lain, konsumen memperoleh barang yang diinginkan pada harga yang wajar, yang mencerminkan nilai barang tersebut di pasar. Dengan demikian, harga keseimbangan memastikan bahwa barang-barang yang diproduksi memang dibutuhkan oleh konsumen.

Efisiensi ini tercapai tanpa intervensi eksternal, seperti regulasi harga atau pengaturan distribusi, yang sering kali menyebabkan ketidakseimbangan pasar. Dalam ekonomi pasar bebas, harga yang terbentuk secara alami mencerminkan kondisi pasar yang ideal bagi alokasi sumber daya yang optimal.

4.4.2 Dampak Keseimbangan Pasar terhadap Inflasi

Keseimbangan pasar berperan dalam mengendalikan tingkatnya inflasi. Terjadi ketika harga barang dan jasa secara umum naik dalam perekonomian. Dalam kondisi keseimbangan pasar, harga cenderung stabil karena tidak ada tekanan besar pada penawaran atau permintaan.

1. **Pengaruh Kenaikan Permintaan (*Demand-Pull Inflation*):**
Jika terjadi peningkatan permintaan secara tiba-tiba, misalnya akibat meningkatnya pendapatan masyarakat atau kebijakan fiskal ekspansif, kurva dalam permintaan akan bergeser kekanan, yang bisa menimbulkan harga naik, jika penawaran tidak dapat mengikuti. Kenaikan harga ini akan mendorong produsen untuk menambah pasokan, tetapi dalam jangka pendek, inflasi dapat meningkat.
2. **Pengaruh Penurunan Penawaran (*Cost-Push Inflation*):**
Sebaliknya, jika terjadi penurunan penawaran (misalnya karena kenaikan biaya produksi atau kekurangan bahan baku), harga barang akan meningkat meskipun permintaan tetap, yang dapat memicu inflasi. Keseimbangan pasar memungkinkan untuk mengidentifikasi faktor-faktor penyebab inflasi ini dengan lebih jelas.

Perekonomian yang bergerak dalam keseimbangan pasar juga lebih mudah untuk mengatasi tekanan inflasi karena produsen dan konsumen dapat beradaptasi terhadap fluktuasi harga dengan cara yang efisien. Namun, ketidakseimbangan yang terjadi dalam pasar—baik karena kenaikan permintaan atau penurunan penawaran—dapat meningkatkan risiko inflasi yang tidak terkendali.

4.4.3 Keseimbangan Pasar dan Pengangguran

Untuk mengurangi pengangguran, keseimbangan pasar tenaga kerja adalah ketika adanya tidaksesuaian antara jumlah sumber daya manusia yang tersedia dan jumlah sumberdaya manusia yang dapat disediakan oleh perusahaan.¹⁴

1. Pengaruh Keseimbangan Pasar Tenaga Kerja: Ketika pasar tenaga kerja seimbang, tingkat pengangguran akan berada pada tingkat alami, yang mencerminkan tingkat pengangguran normal dalam perekonomian. Pasar tenaga kerja yang seimbang membantu mengalokasikan tenaga kerja secara efisien, memungkinkan perusahaan untuk menemukan pekerja yang memiliki keterampilan dan keahlian tertentu.
2. Ketika pasar tenaga kerja tidak seimbang, misalnya karena hambatan struktural atau kekurangan keterampilan tertentu, pengangguran akan meningkat. Ini dapat menyebabkan ketidakseimbangan antara penawaran dan permintaan tenaga kerja dalam jangka pendek.

Penciptaan pasar yang seimbang melalui kebijakan ekonomi yang tepat, seperti pelatihan kerja atau kebijakan pasar tenaga kerja yang fleksibel, dapat membantu mengurangi pengangguran dan memaksimalkan potensi tenaga kerja dalam perekonomian.

4.4.4 Pengaruh Keseimbangan Pasar terhadap Investasi

Keseimbangan pasar juga mempengaruhi keputusan investasi dalam perekonomian. Harga keseimbangan yang stabil

¹⁴ Blanchard, O. (2017). *Macroeconomics* (7th ed.). Pearson Education.

memberikan sinyal yang jelas kepada investor mengenai prospek pasar dan risiko investasi.

1. **Investasi yang Efisien:** Dalam pasar yang seimbang, produsen dan konsumen dapat membuat keputusan investasi berdasarkan informasi harga yang akurat. Harga yang stabil membantu investor menilai potensi keuntungan dari investasi mereka. Ketika harga barang atau jasa berada pada tingkat keseimbangan, investor dapat merencanakan ekspansi atau investasi baru dengan lebih percaya diri.
2. **Risiko Investasi pada Ketidakseimbangan Pasar:** Sebaliknya, ketika pasar tidak berada dalam keseimbangan—misalnya karena ketidakseimbangan harga atau ketidakpastian terkait pasokan dan permintaan—investor mungkin akan menunda atau bahkan menghindari investasi karena ketidakpastian yang ada. Pasar yang tidak seimbang dapat meningkatkan volatilitas dan risiko, yang dapat memengaruhi keputusan investasi jangka panjang.

Dengan harga yang berada pada titik keseimbangan, investasi dalam sektor-sektor produktif dapat didorong, mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan menciptakan lapangan kerja baru.

4.4.5 Keseimbangan Pasar dan Kestabilan Ekonomi

Keseimbangan pasar memiliki pengaruh besar terhadap kestabilan ekonomi secara keseluruhan. Ketika pasar berada dalam keadaan seimbang, perekonomian berjalan dengan lancar tanpa gangguan besar, yang menciptakan kestabilan dalam produksi, distribusi, dan konsumsi barang dan jasa.

1. **Keseimbangan Pasar dan Pertumbuhan Ekonomi:** Keseimbangan pasar memungkinkan produksi barang dan jasa yang baik dan alokasi sumber daya yang efisien, yang mendukung pertumbuhan ekonomi. Pasar yang stabil memungkinkan perekonomian untuk berkembang dengan mantap tanpa adanya fluktuasi besar dalam harga atau jumlah barang yang diproduksi.

2. **Keseimbangan Pasar dan Ketahanan Ekonomi:** Ekonomi yang bergerak dalam keseimbangan pasar lebih tahan terhadap guncangan eksternal, seperti perubahan dalam harga internasional atau krisis ekonomi global. Keseimbangan pasar memungkinkan perekonomian untuk menyesuaikan diri dengan perubahan tersebut dengan lebih efisien, mengurangi dampak negatif terhadap perekonomian secara keseluruhan.

4.4.6 Pengaruh Keseimbangan Pasar terhadap Kesejahteraan Sosial

Keseimbangan pasar juga berpengaruh terhadap kesejahteraan sosial. Harga yang tercipta dari keseimbangan pasar mencerminkan nilai barang atau jasa yang dibutuhkan oleh konsumen, yang berarti bahwa pasar dapat memenuhi kebutuhan masyarakat secara efisien.

1. **Distribusi Pendapatan:** Dengan harga yang seimbang, pendapatan dari hasil produksi barang dan jasa dapat didistribusikan secara lebih merata, yang membantu meningkatkan standar hidup masyarakat. Namun, ketidakseimbangan harga dapat menyebabkan kesenjangan pendapatan yang lebih besar, terutama jika barang atau jasa yang dibutuhkan banyak orang mengalami kelangkaan.
2. **Akses terhadap Barang Jasa:** Pada harga keseimbangan, konsumen dapat memperoleh barang jasa yang dibutuhkan dengan harga yang wajar, meningkatkan akses terhadap kebutuhan dasar. Ketidakseimbangan harga dapat menyebabkan harga barang-barang penting menjadi terlalu tinggi atau terlalu rendah, yang berisiko mengurangi akses terhadap barang tersebut.

Keseimbangan pasar memegang peranan penting dalam perekonomian karena mempengaruhi alokasi sumber daya, kestabilan harga, pengangguran, investasi, dan kesejahteraan sosial. Ketika pasar berada dalam keadaan seimbang, perekonomian dapat berkembang secara efisien dan stabil, dengan harga yang mencerminkan nilai barang dan jasa serta memenuhi kebutuhan konsumen. Sebaliknya,

ketidakseimbangan pasar dapat menyebabkan fluktuasi harga yang berlebihan, pengangguran yang lebih tinggi, inflasi, dan kesenjangan sosial yang lebih besar. Oleh karena itu, menjaga keseimbangan pasar sangat penting bagi terciptanya perekonomian yang sehat dan berkelanjutan.

4.5 Aplikasi Harga Keseimbangan dalam Kehidupan Nyata

Kasus 1: Pasar Minyak Dunia

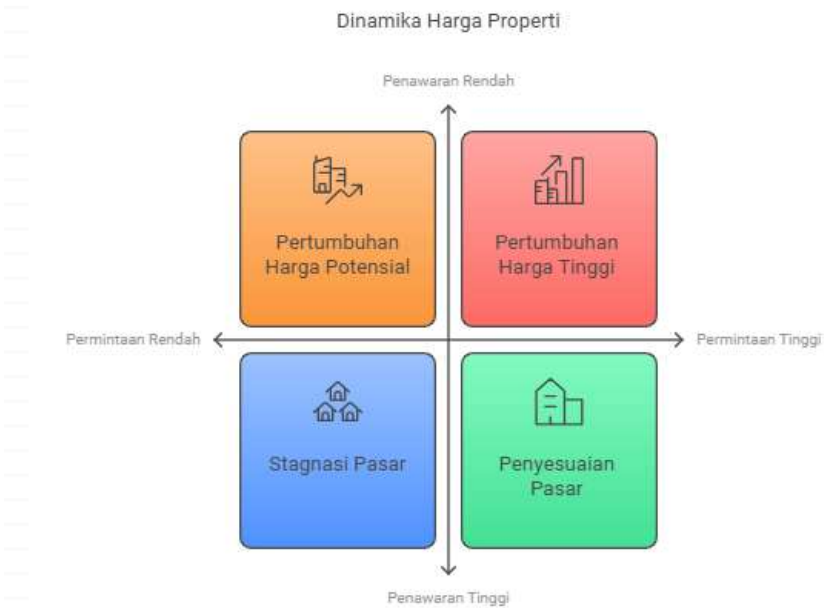
Harga minyak dunia seringkali mengalami fluktuasi karena perubahan dalam permintaan dan penawaran. Ketika permintaan global meningkat atau pasokan terganggu, nominal minyak akan naik. Demikian juga, bila pasokan meningkat atau permintaan menurun, nominal minyak akan turun menuju titik keseimbangan baru.



Kasus 2: Pasar Properti

Pasar properti juga dipengaruhi oleh harga keseimbangan. Ketika permintaan akan properti meningkat karena pertumbuhan penduduk atau kenaikan pendapatan, harga properti akan naik. Jika pasokan rumah atau apartemen

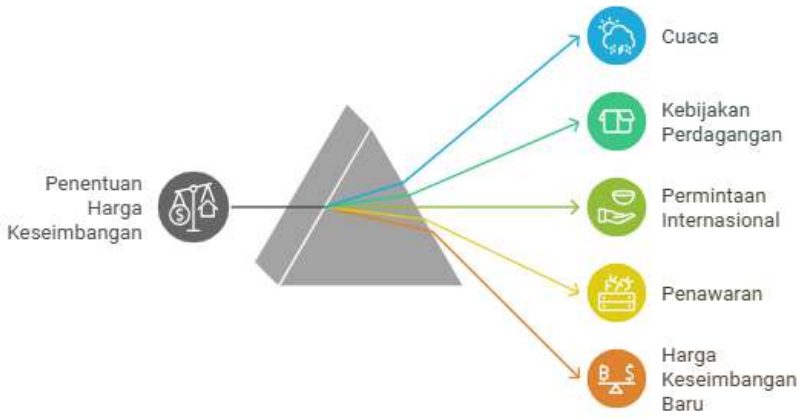
baru ditingkatkan, harga properti dapat turun menuju keseimbangan yang baru.



Kasus 3: Pasar Komoditas

Di pasar komoditas seperti gandum, jagung, atau kopi, harga keseimbangan ditentukan oleh faktor-faktor seperti cuaca, kebijakan perdagangan, dan permintaan internasional. Jika hasil panen buruk, penawaran akan berkurang, yang mengarah pada kenaikan harga menuju harga keseimbangan baru.

Dinamika Penentuan Harga Komoditas



DAFTAR PUSTAKA

- Arrow, K. J., & Debreu, G. (1954). Existence of an Equilibrium for a Competitive Economy. *Econometrica*, 22(3), 265-290.
- Blanchard, O. (2017). *Macroeconomics* (7th ed.). Pearson Education.
- Krugman, P., & Wells, R. (2012). *Microeconomics* (3rd ed.). Worth Publishers
- Marshall, A. (1920). *Principles of Economics* (8th ed.). Macmillan
- Miller, R. L., & Benjamin, D. K. (2012). *Economics Today: The Micro View* (14th ed.). Pearson Education.
- Pindyck, R. S., & Rubinfeld, D. L. (2013). *Microeconomics* (8th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Riley, J. G. (2001). Informational Equilibrium. *Econometrica*, 69(2), 361-391.
- Shapiro, C. (1989). The Theory of the Firm and Market Structure. *Journal of Economic Perspectives*, 3(4), 9-24.
- Stigler, G. J. (1957). Perfect Competition, Historically Considered. *Journal of Political Economy*, 65(1), 1-17.
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2010). *Economics* (19th ed.). McGraw-Hill Education
- Stiglitz, J. E., & Walsh, C. E. (2006). *Principles of Macroeconomics* (4th ed.). W.W. Norton & Company.
- Tirole, J. (2006). *The Theory of Industrial Organization*. MIT Press
- Varian, H. R. (2014). *Intermediate Microeconomics: A Modern Approach* (9th ed.). W.W. Norton & Company.

BAB 5

KONSEP ELASTISITAS

Oleh Muhammad Syahrul Mubarak

5.1 Pendahuluan

Pernahkah Anda bertanya-bertanya, mengapa ketika harga bensin mengalami kenaikan sedikit saja bisa membuat orang-orang was-was, tetapi ketika kopi di coffee shop kesayangan kamu mengalami kenaikan harga, jumlah pembelinya justru tidak banyak mengalami perubahan? Atau, mengapa tiket konser dari musisi terkenal kesayangan kamu tetap banyak peminatnya meskipun harganya melonjak tinggi? Jawaban dari semua pertanyaan itu terletak pada konsep elastisitas.

Konsep dari elastisitas akan membantu kita untuk memahami seberapa responsif sisi konsumen dan produsen terhadap perubahan pasar. Dengan definisi lain bahwa elastisitas adalah alat yang digunakan untuk menggambarkan tingkat kepekaan dari perubahan permintaan dan penawaran terhadap perubahan harga dan variabel lainnya dianggap konstan (Reynolds, 2011).

Pada kehidupan sehari-hari, konsep elastisitas begitu penting. Bagi pemangku kebijakan misalnya, elastisitas membantu dalam penentuan pajak dan subsidi yang efektif pada produk tertentu. Bagi produsen, elastisitas digunakan sebagai alat untuk menentukan harga jual. Sedangkan untuk sisi konsumen, elastisitas digunakan untuk menambah wawasan mengenai mengapa harga komoditas-komoditas tertentu lebih fluktuatif jika dibandingkan dengan komoditas-komoditas lainnya. Menurut Alfiah & Sugiarti (2023) menyatakan bahwa perubahan dalam jumlah permintaan dan penawaran dapat menyebabkan perubahan harga yang signifikan.

Bab ini akan mengantarkan Anda mengenai berbagai jenis elastisitas yang dimulai dari elastisitas permintaan,

elastisitas penawaran, hingga elastisitas silang dan elastisitas pendapatan, dengan pendekatan yang sederhana dan disesuaikan berdasarkan fenomena didunia nyata.

5.2 Elastisitas Permintaan

Ketika terjadi perubahan harga pada sebuah komoditas, tidak semua konsumen bereaksi dengan cara yang sama. Ada beberapa komoditas akan tetap dibeli walaupun harganya meningkat, contohnya bahan bakar, obat-obatan resep dokter, beras, dan barang kebutuhan pokok lainnya. Sementara itu, ada komoditas yang langsung ditinggalkan oleh konsumen jika harganya terlalu tinggi, sebagai contoh adalah barang elektronik terbaru, perjalanan wisata, tiket wisata dan barang bukan kebutuhan pokok lainnya. Agar dapat menjelaskan perbedaan tersebut, maka kita menggunakan konsep elastisitas harga permintaan.

Elastisitas harga permintaan mengukur seberapa besar kuantitas komoditas yang diminta berubah akibat perubahan harga komoditas tersebut seiring dengan perubahan pendapatan konsumen (Zhu *et al.*, 2018). Atau secara sederhananya, seberapa peka konsumen terhadap perubahan harga sebuah komoditas, dinyatakan sebagai rasio persentase perubahan kuantitas sebuah komoditas terhadap persentase perubahan harga. Secara matematis, elastisitas permintaan dapat dinyatakan menjadi,

$$E_d = \% \Delta Q_d / \% \Delta P \quad (1)$$

Sehingga,

$$E_d = \frac{Q_1 - Q_0}{Q_0} \times 100 / \frac{P_1 - P_0}{P_0} \times 100 \quad (2)$$

dimana persamaan (1) menyatakan elastisitas harga permintaan (E_d) sebagai rasio antara persentase perubahan kuantitas sebuah komoditas yang diminta yang dinotasikan oleh $\% \Delta Q_d$ dengan persentase perubahan harga sebuah komoditas tersebut yang dinotasikan oleh $\% \Delta P$.

Persamaan (2) merupakan pengembangan dari persamaan (1) yang menjelaskan perhitungan elastisitas harga permintaan secara spesifik. Rumus ini menggunakan notasi Q_0 sebagai kuantitas komoditas yang diminta pada harga awal; Q_1 sebagai kuantitas komoditas yang diminta pada harga baru; P_0 menunjukkan harga awal sebuah komoditas; dan P_1 menotasikan sebagai harga baru sebuah komoditas.

Berdasarkan persamaan (2) maka kita dapat menghitung besaran koefisien elastisitas harga permintaan. Agar dapat lebih memahaminya, kita akan bahas dengan contoh. Kita asumsikan bahwa harga awal komoditas ayam geprek (P_0) adalah Rp20.000,- per porsi. Pada harga ini, kuantitas ayam geprek yang diminta (Q_0) adalah 10 porsi per jam. Kemudian harga (P_1) per porsi ayam geprek mengalami penurunan menjadi Rp15.000,- per porsi dengan kuantitas yang diminta (Q_1) mengalami peningkatan menjadi 17 porsi per jam. Maka kita dapat mencari elastisitas harga permintaannya adalah sebagai berikut, dimana perubahan kuantitas ($\% \Delta Q$),

$$\% \Delta Q = \frac{17-10}{10} \times 100\% = 70\% \quad (3)$$

sedangkan perubahan harga ($\% \Delta P$),

$$\% \Delta P = \frac{15.000-20.000}{20.000} \times 100\% = -25\% \quad (4)$$

Nilai koefisien $\% \Delta P$ dari persamaan 4 menunjukkan nilai negatif. Namun, hasil negatif tersebut dapat diabaikan. Menurut Richard (2009) tanda negatif menunjukkan hubungan terbalik antara harga dan permintaan sebuah komoditas. Pada praktiknya, tanda negatif sering diabaikan untuk menyederhanakan interpretasi dan perhitungan, karena sudah

dipahami bahwa elastisitas permintaan adalah negatif. Sehingga elastisitas harga permintaan komoditas ayam geprek (E_d) adalah,

$$E_d = \frac{70\%}{25\%} = 2.8 \quad (5)$$

Artinya, ketika harga komoditas ayam geprek mengalami penurunan sebesar 25%, maka jumlah yang diminta akan meningkat sebesar 70% dengan nilai elastisitas harga permintaannya sebesar 2.8. Karena elastisitas harga permintaan komoditas ayam geprek lebih besar dari 1 ($E_d > 1$), permintaannya dapat dikategorikan sebagai **elastis**. Artinya konsumen sangat responsif terhadap perubahan harga. Respons elastis ini sering dijumpai pada komoditas yang memiliki substitusi atau komoditas yang tidak terlalu esensial bagi konsumen.

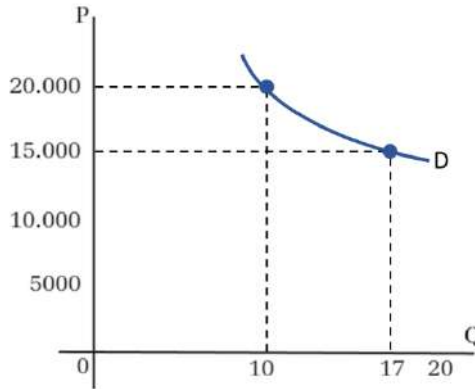
5.3 Kategori Elastisitas Permintaan

Koefisien elastisitas memiliki rentang nilai dari nol (0) hingga tak terhingga (∞). Berdasarkan rentang tersebut, kita bisa membagi elastisitas harga permintaan ke beberapa kategori yang menggambarkan seberapa besar kepekaan konsumen terhadap perubahan harga (Mankiw *et al.*, 2014).

1. Permintaan Elastis ($E_d > 1$)

Permintaan dikatakan bersifat elastis, jika konsumen sangat peka terhadap perubahan harga. Artinya, persentase perubahan kuantitas yang diminta lebih besar daripada persentase perubahan harga. Berdasarkan persamaan 5, ketika harga turun dari Rp20.000,- menjadi Rp15.000,- kuantitas ayam geprek per porsi yang diminta meningkat, dari 10 menjadi 17. Mari kita lihat persamaan 5 ke dalam bentuk kurva permintaan elastis yang ditunjukkan oleh gambar 5.1 yang menunjukkan ketika harga sedikit turun, kuantitas permintaan mengalami peningkatan yang cukup besar. Dari sisi produsen, menaikkan harga saat permintaan elastis akan mengurangi total pendapatan. Kembali ke studi kasus, jika

harga ayam geprek Anda naik sedikit, pelanggan akan langsung berpindah ke penjual lain.

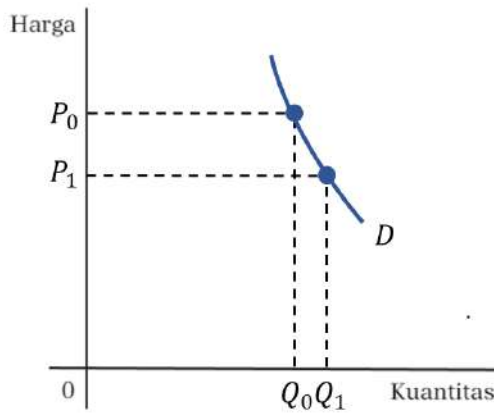


Gambar 5.1. Kurva Permintaan Elastis ($E_d > 1$)

2. Permintaan Inelastis ($0 < E_d < 1$)

Permintaan sebuah komoditas dikatakan bersifat inelastis ketika konsumen tidak terlalu peka terhadap perubahan harga yang terjadi. Mereka tetap akan membeli dengan kuantitas yang hampir sama banyaknya, meskipun harga mengalami perubahan. Kasus ini biasanya terjadi pada komoditas kebutuhan pokok seperti bahan bakar kendaraan misalnya, walaupun harga naik atau turun, konsumen akan tetap membelinya karena memang diperlukan.

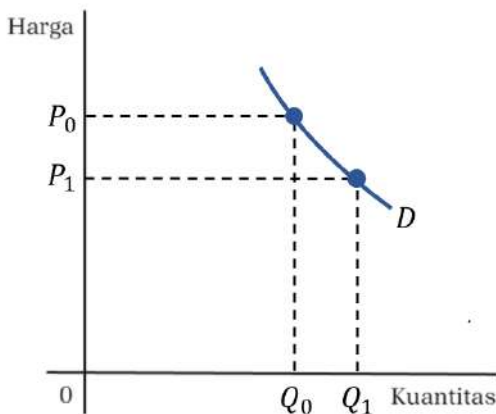
Agar lebih memahaminya, kita ilustrasikan pada kurva 5.2, ketika harga turun dari harga awal P_0 ke P_1 , kuantitas yang diminta mengalami peningkatan sedikit yaitu dari Q_0 ke Q_1 . Artinya, meskipun harga berubah cukup banyak, konsumen hanya menambah sedikit pembelian mereka. Dalam kasus ini, elastisitas permintaan berada dalam kisaran 0 dan 1 ($0 < E_d < 1$) yang menunjukkan persentase perubahan kuantitas lebih kecil daripada persentase perubahan harga.



Gambar 5.2. Kurva Permintaan Inelastis ($0 < E_d < 1$)

3. Permintaan Unitary ($E_d = 1$)

Gambar 5.3 menunjukkan permintaan yang bersifat unitary atau elastisitas satuan dimana $E_d = 1$. Ketika harga turun dari P_0 ke P_1 , kuantitas yang diminta naik dari Q_0 ke Q_1 . Menurut Mankiw (2018), elastisitas ini terjadi ketika perubahan kuantitas komoditas yang diminta disebabkan oleh perubahan harga dengan proporsi yang sama. Artinya, jika harga naik 10%, komoditas yang diminta turun 10%.



Gambar 5.3. Kurva Permintaan Unitary ($E_d = 1$)

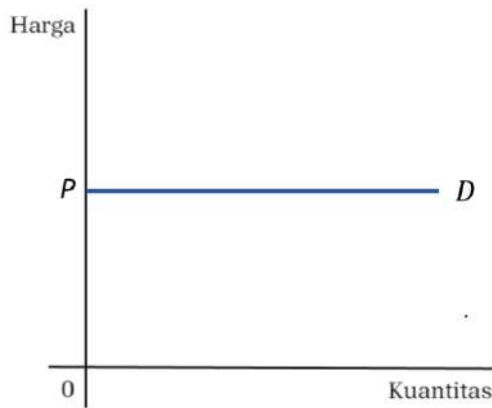
Elastisitas permintaan unitary memiliki pengaruh penting pada strategi penjualan perusahaan. Pada kondisi gambar 5.3, perusahaan tidak dapat meningkatkan pendapatannya dengan menaikkan harga, sehingga harus fokus pada kualitas produk dan pelayanan (Varian, 2014). Sehingga, pemahaman tentang permintaan unitary sangat penting dalam pengambilan keputusan bisnis.

Sebagai contoh kita menuju ke layanan streaming seperti netflix atau viu, layanan streaming tersebut sering mengalami permintaan unitary. Kita asumsikan jika harga berlangganan naik 5%, sebagian pelanggan akan berhenti berlangganan, mengakibatkan jumlah pelanggan berkurang sebanyak 5%. Sebaliknya, jika harga berlangganan turun, jumlah pelanggan layanan streaming akan mengalami kenaikan yang sebanding.

4. Permintaan Tak Terhingga ($E_d = \infty$)

Kurva permintaan tak terhingga pada gambar 5.4 menunjukkan kurva permintaannya horizontal. Artinya, perubahan harga sedikit saja akan menyebabkan perubahan permintaan tak terbilang kuantitasnya. Pada kasus ini konsumen hanya akan membeli komoditas pada satu tingkat harga tertentu. Ketika harga meningkat sedikit saja maka permintaan akan langsung turun menjadi nol. Sebaliknya, jika harga turun maka permintaan akan meningkat tanpa batas.

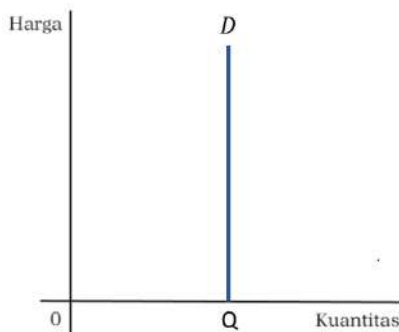
Gambar 5.4 berlaku pada pasar persaingan sempurna, dimana salah satu cirinya adalah produk yang dipasarkan adalah identik atau homogen. Pedagang beras kualitas sedang misalnya, dengan harga Rp14.000,- per kg, konsumen akan membeli dari pedagang tersebut. Tetapi jika pedagang tersebut menaikkan harga menjadi Rp14.500,- per kg, konsumen akan langsung berpindah pada pedagang lain yang masih menjual dengan harga Rp14.000,- per kg. Pada kasus tersebut terlihat bahwa konsumen sangat peka terhadap perubahan harga. Jika harga tidak sesuai dengan ekspektasi mereka, maka permintaan akan komoditas tersebut akan hilang sepenuhnya.



Gambar 5.4. Kurva Permintaan Tak Terhingga ($E_d = \infty$)

5. Permintaan Inelastis Sempurna ($E_d = 0$)

Gambar 5.5 mendefinisikan berapapun harga suatu barang, konsumen akan tetap membelinya dengan kuantitas yang sama jika komoditas tersebut merupakan kebutuhan mendesak dan tidak tergantikan. Dengan kata lain, permintaan sama sekali tidak terpengaruh oleh perubahan harga. Contohnya permintaan terhadap garam. Berapa pun harga garam, kuantitas yang dikonsumsi tidak akan berubah secara signifikan. Sehingga gambar 5.5 ditampilkan sebagai garis vertikal yang mencerminkan elastisitas permintaan sama dengan nol atau disebut dengan permintaan inelastis sempurna.



Gambar 5.5. Kurva Permintaan Inelastis Sempurna ($E_d = 0$)

5.4 Elastisitas Silang

Elastisitas silang (E_c) mengukur hubungan antara persentase perubahan harga satu komoditas dengan perubahan permintaan produk lain sebesar satu persen. Apabila E_c positif, berarti kedua produk tersebut merupakan substitusi atau komoditas yang dapat menggantikan komoditas lain dengan fungsi yang sama. Jika E_c negatif, artinya produk tersebut merupakan komoditas komplementer atau suatu komoditas yang fungsinya melengkapi komoditas lain, sehingga kedua komoditas tersebut dapat digunakan secara bersama-sama.

Definisi tersebut dapat kita tuliskan kembali dalam bentuk formula berikut,

$$E_c = \frac{\% \Delta Q_{dx}}{\% \Delta P_y} \quad (6)$$

$$E_c = \frac{\Delta Q_{dx}}{\Delta P_y} \times \frac{P_y}{Q_x} \quad (7)$$

Komponen ΔQ_{dx} menunjukkan perubahan permintaan komoditas x ; ΔP_y perubahan harga komoditas y ; P_y adalah harga awal komoditas y ; sedangkan Q_x permintaan awal komoditas x .

Dimana E_c memberikan wawasan penuh tentang hubungan antar komoditas,

1. Barang substitusi: apabila $E_c > 0$, kenaikan harga pada komoditas y menyebabkan peningkatan permintaan untuk produk x . Konsumen akan berpindah ke produk x karena produk memiliki harga yang mahal. Sebagai contoh, jika harga teh naik, konsumen cenderung beralih ke kopi.
2. Barang komplementer: apabila $E_c < 0$, kenaikan harga pada komoditas y menyebabkan produk x mengalami penurunan permintaan. Kondisi tersebut terjadi karena kedua komoditas y dan x digunakan secara bersamaan. Sebagai contoh, jika harga bahan bakar bensin mengalami peningkatan, maka permintaan

moda transportasi motor akan turun diakibatkan oleh biaya operasionalnya menjadi lebih mahal.

3. Barang netral: apabila $E_c = 0$, perubahan harga pada produk y tidak mempengaruhi produk x . Contohnya seperti harga jacket dan permintaan sayur.

Konsep elastisitas silang sangat membantu perusahaan dalam menentukan arah strategi harga dan kebijakan pemasaran. Misalnya jika perusahaan A mengetahui bahwa produk mereka memiliki banyak komoditas substitusi, mereka mungkin perlu berhati-hati dalam menaikkan harga untuk menghindari kehilangan konsumen mereka. Sebaliknya, jika produk perusahaan A memiliki hubungan komplementer dengan produk perusahaan B, kedua perusahaan tersebut dapat bekerja sama untuk meningkatkan penjualan produk mereka secara bersama.

5.5 Elastisitas Pendapatan

Elastisitas pendapatan (E_i) menunjukkan seberapa responsif permintaan suatu komoditas terhadap perubahan pendapatan konsumen. Dengan definisi lain, elastisitas pendapatan dapat membantu kita memahami bagaimana pendapatan yang lebih tinggi atau lebih rendah memengaruhi jumlah barang yang dibeli konsumen.

Agar dapat memahaminya, kita ambil contoh komoditas moda transportasi perjalanan udara. Biasanya perjalanan udara dianggap sebagai barang mewah bagi sebagian orang. Artinya, ketika pendapatan seseorang meningkat, mereka lebih mungkin untuk memilih tiket pesawat untuk pergi liburan menjelajah lokasi-lokasi yang belum pernah didatangi. Namun, apabila pendapatan meningkat dan harga juga meningkat, permintaan moda transportasi perjalanan udara menjadi terkendala (Gallet & Doucouliagos, 2014). Sehingga elastisitas pendapatan dapat dituliskan kembali dalam model sebagai berikut,

$$E_i = \% \Delta Q_{dx} / \% \Delta I \quad (8)$$

atau dapat dituliskan kembali menjadi,

$$E_i = \Delta Q_{dx} / \Delta I \times I / Q_{dx} \quad (9)$$

Dimana ΔQ_{dx} menunjukkan perubahan jumlah permintaan komoditas tertentu; ΔI simbolis perubahan pendapatan konsumen; I adalah pendapatan awal konsumen; sedangkan, Q_{dx} jumlah permintaan awal untuk komoditas tertentu.

Bagaimana cara menginterpretasinya?

1. Jika hasil elastisitas pendapatan $E_i > 1$ barang dianggap sebagai *barang mewah*, permintaannya naik lebih dari proporsi kenaikan pendapatan.
2. Jika $0 < E_i < 1$ barang bersifat *barang normal* permintaan naik tetapi kurang dari proporsi kenaikan pendapatan.
3. Jika $E_i < 0$ barang dianggap *inferior*, artinya permintaannya turun saat pendapatan naik.

5.6 Elastisitas Penawaran

Ketika harga suatu harga komoditas naik, apakah produsen langsung bisa menambah jumlah komoditas yang akan dijual? Jawabannya, tidak selalu. Di sinilah peranan elastisitas penawaran dibutuhkan. Sekarang bayangkan bahwa Anda adalah seorang petani tomat. Ketika harga tomat mengalami kenaikan karena banyak konsumen ingin membelinya. Apakah Anda bisa menanam banyak tomat dan akan menjualnya besok? Itu tidak mungkin bukan? Anda akan membutuhkan waktu untuk menanam tomat, menunggunya tumbuh dan kemudian memanennya.

Elastisitas penawaran (E_s) mengukur kepekaan jumlah komoditas yang ditawarkan terhadap perubahan harga. Anda bisa menyesuaikan jumlah komoditas yang akan dijual ketika harga berubah. Menurut Accetturo, et al. (2020) terjadinya elastisitas penawaran itu bervariasi, tergantung pada lokasi dan kondisi pasar.

Secara matematis, kita dapat menggunakan model berikut untuk menjelaskan lebih lanjut elastisitas penawaran,

$$E_s = \% \Delta Q_s / \% \Delta P \quad (10)$$

atau,

$$E_s = \frac{Q_1 - Q_0}{Q_0} \times 100 \bigg/ \frac{P_1 - P_0}{P_0} \times 100 \quad (11)$$

Dimana persamaan (10) menyatakan elastisitas harga penawaran (E_s) sebagai rasio antara persentase perubahan kuantitas sebuah komoditas yang ditawarkan yang dinotasikan oleh $\% \Delta Q_s$ dengan persentase perubahan harga sebuah komoditas tersebut yang dinotasikan oleh $\% \Delta P$. Sehingga pada persamaan (11), Q_0 adalah jumlah komoditas yang ditawarkan semula; Q_1 menunjukkan jumlah komoditas yang ditawarkan setelah perubahan harga; kemudian P_0 adalah harga awal; sedangkan P_1 merupakan harga setelah mengalami perubahan naik atau turun.

Agar lebih mudah memahami elastisitas harga penawaran, maka kita dapat simulasikan melalui produksi komoditas beras. Telah kita ketahui bahwa beras merupakan kebutuhan pokok di Indonesia, sehingga beras dan produksinya sangat diperhatikan. Misalkan harga beras pada pasar tradisional naik dari Rp10.000 menjadi Rp12.000 per kilogram. Sebagai respons atas kenaikan harga tersebut, petani meningkatkan produksi beras dari 5 juta ton menjadi 5,2 juta ton. Berdasarkan informasi tersebut, kita dapat menghitung E_s dengan menggunakan persamaan 11 melalui langkah awal yaitu menghitung persentase perubahan jumlah barang ($\% \Delta Q_s$),

$$\% \Delta Q_s = \frac{5,2 - 5,0}{5,0} \times 100 = \frac{0,2}{5,0} \times 100 = 4\% \quad (12)$$

Kemudian menghitung persentase perubahan harga ($\% \Delta P$),

$$\% \Delta P = \frac{12.000 - 10.000}{10.000} \times 100 = \frac{2.000}{10.000} \times 100 = 20\% \quad (13)$$

Sehingga elastisitas harga penawaran pada produksi komoditas beras (E_s) yaitu,

$$E_s = \frac{\% \Delta Q_s}{\% \Delta P} = \frac{4\%}{20\%} = 0,2 \quad (14)$$

Berdasarkan simulasi pada persamaan 14, diperoleh nilai elastisitas penawaran ($E_s = 0,2$) yang menunjukkan bahwa penawaran beras di Indonesia **tidak elastis**. Artinya, ketika harga beras naik, produksi hanya meningkat sedikit. Simulasi tersebut dapat terjadi disebabkan oleh beberapa faktor yaitu pertama, keterbatasan faktor produksi, seperti lahan pertanian dan pupuk tidak dapat langsung ditingkatkan dalam waktu singkat; kedua, produksi beras sangat bergantung pada kondisi cuaca, sehingga respons petani terhadap kenaikan harga tidak bisa cepat.

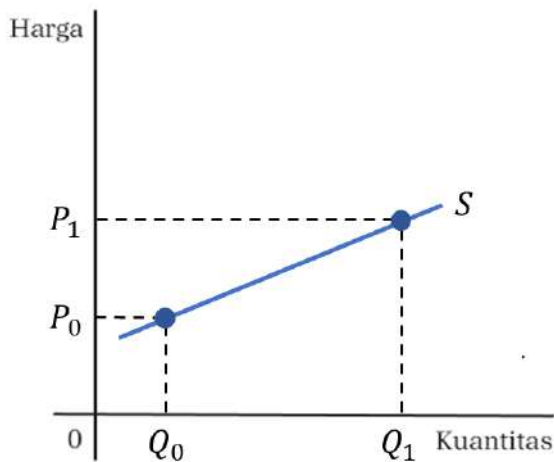
5.7 Kategori Elastisitas Penawaran

Sebelumnya kita telah melihat simulasi dari elastisitas penawaran pada komoditas beras. Ketika berbicara mengenai elastisitas penawaran pada komoditas tertentu, penting untuk diingat bahwa ini tidak hanya tentang satu angka atau satu situasi. Elastisitas penawaran pada komoditas tertentu hasilnya dapat berbeda-beda tergantung pada respons produsen terhadap perubahan harga. Jadi bagaimana kita dapat mengelompokkan elastisitas penawaran?

1. Penawaran Elastis ($E_s > 1$)

Agar mudah memahami tentang elastisitas penawaran yang elastis, coba Anda bayangkan bahwa diri Anda adalah seorang petani bunga. Jika harga bunga naik, Anda bisa dengan mudah menanam lebih banyak bunga karena bunga memiliki waktu tanam yang singkat dan tidak memerlukan banyak lahan tambahan. Pada situasi ini, penawaran bunga Anda sangat peka terhadap perubahan harga, artinya kondisi tersebut sebagai

penawaran elastis. Perhatikan pada Gambar 5.7, bahwa peningkatan harga dari P_0 ke P_1 menyebabkan peningkatan kuantitas yang ditawarkan dari Q_0 ke Q_1 . Jika kita menghitung elastisitas penawarannya (E_s), dan menemukan bahwa nilai $E_s > 1$ atau dapat dikatakan elastis. Kurva elastisitas penawaran yang lebih landai memastikan bahwa penawarannya suatu komoditas elastis, dengan melihat kuantitas yang berubah lebih besar dibandingkan dengan perubahan harga.

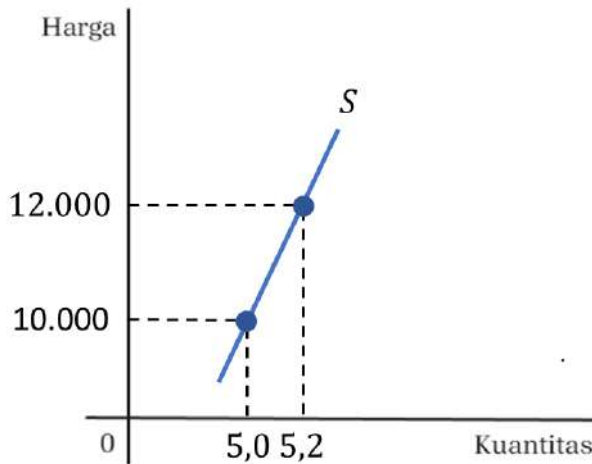


Gambar 5.6. Kurva Penawaran Elastis ($E_s > 1$)

2. Penawaran Inelastis ($0 < E_s < 1$)

Penawaran yang dikatakan inelastis yaitu ketika dihadapkan pada situasi dimana persentase perubahan jumlah barang yang ditawarkan lebih kecil daripada persentase perubahan harga. Berdasarkan persamaan 14, harga beras pada pasar tradisional naik dari Rp10.000 menjadi Rp12.000 per kilogram. Sedangkan bentuk respon petani yaitu menaikkan produksi beras dari 5 juta ton menjadi 5,2 juta ton yang menghasilkan E_s yaitu inelastis. Untuk itu, kita lihat bentuk kurva penawarannya yang ditunjukkan oleh gambar 5.7 dimana bentuknya cenderung lebih curam atau hampir vertikal jika dibandingkan dengan kurva penawaran elastis. Kemiringan curam tersebut menunjukkan bahwa meskipun harga naik atau

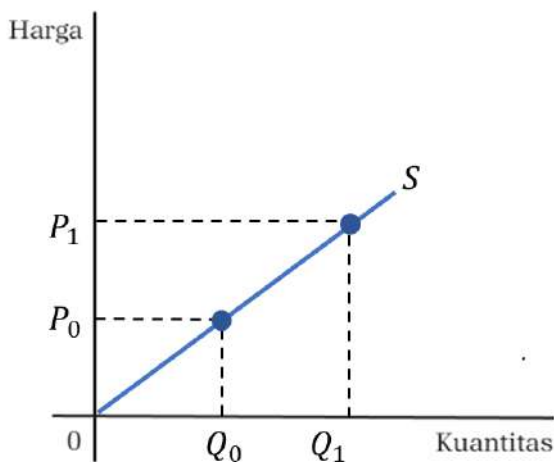
turun secara signifikan, kuantitas yang ditawarkan hanya berubah sedikit. Sering terjadi pada komoditas-komoditas yang produksinya sulit untuk ditingkatkan pada jangka pendek, seperti simulasi kita yaitu beras, dan contoh lainnya yaitu tanah atau sumber daya alam tertentu.



Gambar 5.7. Kurva Penawaran Inelastis ($0 < E_s < 1$)

3. Penawaran Unitary ($E_s = 1$)

Elastisitas penawaran unitary terjadi ketika koefisien E_s sama dengan satu. Artinya, perubahan kuantitas yang ditawarkan sama dengan persentase perubahan dalam harga. Lebih jelasnya, ketika harga meningkat sebesar 10%, kuantitas yang ditawarkan juga meningkat sebesar 10%. Gambar 5.8 menunjukkan kurva penawaran unitary yang memiliki kemiringan yang tidak terlalu curam dan tidak terlalu datar. Kurva ini berbentuk garis lurus yang miring ke atas dari titik asal (0,0) dengan proporsi yang seimbang antara perubahan harga dan kuantitas. Saat harga mengalami peningkatan dari P_0 ke P_1 , kuantitas bergerak dari Q_0 ke Q_1 dalam proporsi yang sama. Gambar 5.8 ini menunjukkan bahwa produsen merespons perubahan harga dengan perubahan kuantitas yang seimbang.

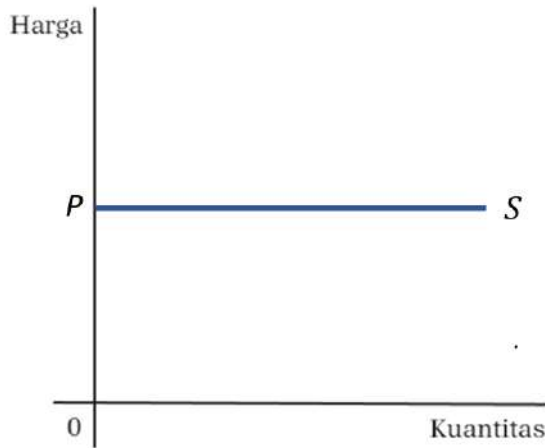


Gambar 5.8. Kurva Penawaran Unitary ($E_s = 1$)

4. Penawaran Tak Terhingga ($E_s = \infty$)

Penawaran tak terhingga terjadi ketika perubahan harga kecil dapat menyebabkan perubahan besar dalam jumlah barang yang ditawarkan. Coba bayangkan bahwa Anda adalah seorang produsen, dan Anda mengetahui pada harga tertentu, Anda bisa menjual berapa pun jumlah komoditas yang Anda tawarkan. Tetapi, ketika harga turun sedikit saja di bawah harga sebelumnya, Anda tidak akan menjual sama sekali.

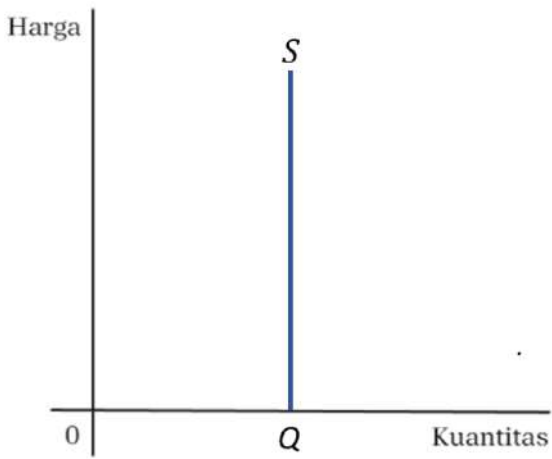
Situasi tersebut dapat terjadi pada pasar persaingan sempurna, di mana produsen sangat sensitif terhadap perubahan harga. Misalnya dalam industri dengan biaya produksi yang sama dengan produsen lainnya, mereka hanya bersedia menjual jika harga produk menutupi biaya produksi mereka. Jika harga turun di bawah biaya tersebut, para produsen tersebut lebih memilih untuk tidak memproduksi sama sekali. Sehingga pada gambar 5.9 kurva penawaran tak terhingga berbentuk garis horizontal.



Gambar 5.9. Kurva Penawaran Tak Terhingga ($E_s = \infty$)

5. Penawaran Inelastis Sempurna ($E_s = 0$)

Kebalikan dari penawaran tak terhingga ($E_s = \infty$), penawaran inelastis sempurna terjadi ketika perubahan harga tidak dapat mempengaruhi jumlah barang yang ditawarkan. Artinya, kuantitas yang ditawarkan tetap konstan, tidak peduli dengan harga naik ataupun turun. Agar lebih memahaminya, kita gunakan sebuah contoh, misalkan kita memiliki sebuah komoditas unik dan sangat langka, seperti sebuah lukisan karya dari seniman terkenal yang telah wafat. Tidak peduli seberapa tinggi harga lukisan tersebut meningkat, tetapi kita hanya memiliki satu lukisan untuk dijual. Harganya bisa melambung tinggi, tetapi jumlah yang ditawarkan hanya satu lukisan. Sebaliknya, ketika harga turun, kita tetap tidak dapat menambah jumlah lukisan tersebut, karena tidak ada cara untuk melakukannya. Sehingga bentuk kurva penawaran inelastis sempurna ($E_s = 0$) pada gambar 5.10 digambarkan sebagai garis lurus vertikal.



Gambar 5.10. Kurva Penawaran Inelastis Sempurna ($E_s = 0$)

DAFTAR PUSTAKA

- Accetturo, A., Lamorgese, A., Mocetti, S., & Pellegrino, D. (2020). Housing Supply Elasticity and Growth: Evidence from Italian Cities. *SSRN Electronic Journal*.
<https://doi.org/10.2139/ssrn.3612929>
- Alfiyah, S., & Sugiarti, T. (2023). Fluktuasi Harga Komoditas Bawang Merah Sebelum dan Pada Saat Masa Pandemi Covid-19 di Kabupaten Nganjuk. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 7(2), 660.
<https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2023.007.02.20>
- Gallet, C. A., & Doucouliagos, H. (2014). The income elasticity of air travel: A meta-analysis. *Annals of Tourism Research*, 49, 141–155. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.09.006>
- Mankiw, N. G. (2018). *Principles of Microeconomics* (Edisi 8). Cengage Learning.
- Nicholson, W., & Snyder, C. (2012). *Microeconomics Theory: Basic Principles and Extensions* (Edisi 11). South-Western.
- Richard, D. B. (2009). *The Changing Price Elasticity of Demand for Domestic Airline Travel*.
<https://doi.org/10.22004/AGECON.207597>
- Reynolds, R. L. (2011). *Basic microeconomics: A Textbook Equity Open College Textbook*. Boise State University. ISBN-13, 978-1461175810.
- Varian, H. R. (2014). *Intermediate Microeconomics* (Edisi 9). WW. Norton & Company.
- Zhu, X., Li, L., Zhou, K., Zhang, X., & Yang, S. (2018). A meta-analysis on the price elasticity and income elasticity of residential electricity demand. *Journal of Cleaner Production*, 201, 169–177.
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.08.027>

BAB 6

TEORI PRODUKSI

Oleh Femmy Sofie Schouten

6.1 Definisi Produksi dalam Ilmu Ekonomi

Kegiatan dalam ilmu ekonomi yang mempunyai tujuan untuk meningkatkan nilai terhadap suatu barang atau jasa yang akan digunakan oleh manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Definisi produksi menurut beberapa ahli sebagai berikut:

1. Paul A Samuelson (Samuelson, P.A., & Nordhaus, 2020)
Proses mengubah suatu input yang berupa material yang belum jadi untuk menjadi barang ataupun jasa agar dapat digunakan oleh manusia dalam memenuhi kebutuhannya.
2. Adam Smith ((1776). and Mark Skusen 2005)
Kegiatan yang dilakukan dengan tujuan agar suatu barang maupun jasa dapat ditingkatkan kegunaanya agar dapat memenuhi kebutuhan manusia disebut produksi.
3. Joseph Schumpeter (Schumpeter, 1934)
Suatu barang atau pun jasa tidak hanya dibuat tetapi juga harus memasukan suatu inovasi dalam proses produksinya agar dapat meningkatkan efisiensi, sehingga tercipta tercipta barang atau jasa yang baru untuk dipasarkan.
4. F.G. Croxton (Croxton, 1968)
Kombinasi antara sumber daya manusia, alam serta modal dengan tujuan membuat suatu barang baru yang akan bernilai dan dimanfaatkan oleh pelanggan disebut produksi.
5. N. Gregory Mankiw (Mankiw, 2014)
Proses suatu barang dan jasa dengan mengubah input menjadi output dengan maksud agar suatu barang atau jasa menjadi sangat efisien serta murah disebut produksi.
6. H.L. Ahuja (Ahuja, 2016)
Kegiatan ekonomi dengan tujuan agar menghasilkan barang atau jasa yang bermanfaat untuk konsumsi langsung atau

proses produksi lanjutan dengan menggabungkan berbagai input.

7. Sukirno (Sukirno, 2005)

Proses yang dilakukan untuk menciptakan atau meningkatkan nilai barang dan jasa agar dapat memenuhi kebutuhan manusia disebut produksi.

6.2 Hubungan Produksi Dengan Efisiensi

Produksi yang efisien adalah dengan menggunakan sumber daya yang terbatas semaksimal mungkin agar dapat menghasilkan sesuatu produk dengan nilai tinggi. Produksi yang efisien tidak hanya menurunkan biaya produksi, tetapi juga memastikan bahwa barang dan jasa yang dibuat sesuai dengan kebutuhan dan permintaan masyarakat. Tujuan utama suatu perusahaan barang atau jasa adalah peningkatan efisiensi dalam suatu produksi dapat meningkatkan daya saing perusahaan, sehingga mendapatkan keuntungan yang tinggi dan juga memastikan bisnis perusahaan tetap berjalan dengan baik.

6.2.1 Jenis Efisiensi dalam Produksi

Terdapat 5 Jenis efisiensi dengan memanfaatkan sumber daya secara optimal agar mendapatkan hasil maksimal. Berikut merupakan jenis-jenis efisiensi dalam produksi suatu barang atau jasa.

1. Efisiensi Teknis (*Technical Efficiency*)

Produsen dapat menghasilkan suatu yang mempunyai manfaat yang besar dengan menggunakan barang yang ada, sehingga tidak ada pemborosan artinya proses produksi telah mencapai suatu efisiensi teknis (Nicholson, W., & Snyder, 2019).

2. Efisiensi Alokatif (*Allocative Efficiency*)

Penggunaan sumber daya untuk membuat barang dan jasa yang paling diminati oleh masyarakat, dalam hal preferensi masyarakat sebagai konsumen dan harga pasar yang berlaku sehingga dapat memproduksi barang dan jasa dalam jumlah yang optimal (Pindyck, R. S., & Rubinfeld, 2017).

3. Efisiensi Ekonomis (*Economic Efficiency*)
Kombinasian antara efisiensi teknis dan efisiensi alokatif, membuat produksi menjadi efisien dari segi ekonomis dan penggunaan sumber daya yang digunakan paling hemat biaya sehingga menghasilkan barang atau jasa yang menjadi minat pelanggan untuk memenuhi kebutuhannya (Samuelson, P.A., & Nordhaus, 2020).
4. Efisiensi Dinamis (*Dynamic Efficiency*)
Efisiensi yang dilakukan jangka panjang di mana produsen melakukan inovasi dalam produknya sehingga kualitas produk meningkat tetapi biaya produksi berkurang (Baumol, W. J., & Blinder, 2015).
5. Efisiensi Skala (*Scale Efficiency*)
Efisiensi ini berhubungan produsen yang ingin produk yang dihasilkan dengan biaya produksi yang murah tetapi disertai peningkatan skala produksi. Hal ini termasuk Economic of Scale yaitu biaya per unit turun ketika skala produksi meningkat dan Diseconomies of Scale yaitu biaya per unit meningkat ketika skala produksi terlalu besar (Lipsey, R. G., & Chrystal, 2015).

6.2.2 Pentingnya Teori Produksi dalam Analisis Ekonomi Mikro

Dalam analisis ekonomi mikro, teori produksi sangat penting karena memberikan dasar bagi perusahaan dalam mengelola sumber daya yang ada di perusahaan dengan tujuan agar dapat menghasilkan suatu barang dan jasa. Menurut Assauri bahwa proses produksi adalah proses untuk membuat suatu barang atau jasa agar bermanfaat dengan menggunakan berbagai cara, metode, dan teknik serta memberdayakan tenaga kerja, mesin, bahan serta modal. Proses ini adalah kegiatan yang paling penting dalam proses produksi sebuah perusahaan (Assauri, 2011), dan Mankiw dalam bukunya *Principles of Economics* menjelaskan bahwa suatu proses produksi adalah suatu kesatuan hubungan antara bahan-bahan yang digunakan dalam proses produksi, yaitu tenaga kerja yang berperan penting dalam produksi, serta modal yang digunakan untuk produksi yang disebut input serta output berupa barang atau

jasa yang diproduksi. Kombinasi antara input dari produk yang mendapatkan hasil yang maksimal (Mankiw, 2014).

6.2.3 Optimalisasi Penggunaan Sumber Daya

Mengoptimalkan pemakaian sumber daya merupakan suatu proses yang dilakukan saat memproduksi suatu barang atau jasa di mana pengelolaan faktor produksi seperti tenaga kerja, modal, bahan baku serta teknologi dengan maksud melakukan penghematan untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal. Teori produksi akan membuat produsen memaksimalkan sumber daya yang terbatas yang digunakan untuk memproduksi barang dan jasa agar dapat menurunkan biaya produksi tetapi dapat meningkatkan keuntungan (Samuelson, P.A., & Nordhaus, 2020).

1. Penentuan Biaya Produksi

Teori ini mengamati hubungan yang ada diantara input serta output sehingga perusahaan dalam membuat produk barang dan jasa akan dapat menghitung biaya rata-rata yang timbul dalam suatu produk, biaya marginal yang harus diperhitungkan serta biaya total yang ditimbulkan sehingga akan menjadi dasar dalam memproduksi suatu barang dan jasa (Pindyck, R. S., & Rubinfeld, 2017). Biaya produksi merupakan perhitungan dari keseluruhan total biaya yang digunakan produsen dalam membuat barang atau jasa, hal ini berhubungan dengan efisiensi, harga jual serta keuntungan perusahaan.

Adapun komponen biaya produksi menurut Samuelson dalam bukunya *Economics* (Samuelson, P.A., & Nordhaus, 2020) sebagai berikut :

a. Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

Suatu biaya yang tidak akan berubah, bernilai tetap walaupun jumlah produksi berubah. Biaya tetap tidak tergantung pada tingkat suatu output barang dan jasa yang diproduksi dalam jangka pendek tidak berubah.

Contoh:

- 1) Biaya yang dikeluarkan untuk menyewa gedung
- 2) Perhitungan gaji untuk karyawan tetap perusahaan

3) Asuransi kesehatan karyawan

b. Biaya Variabel (*Variable Cost*)

Biaya variabel adalah kebalikan dari biaya tetap sehingga akan mengalami perubahan secara langsung dan seimbang dengan jumlah output yang dihasilkan. Semakin banyak barang atau jasa yang diproduksi, maka semakin besar biaya variabel yang dikeluarkan demikian pula jika produk yang dihasilkan menurun atau produksi dihentikan maka biaya yang dikeluarkan akan berkurang bahkan tidak ada biaya yang dikeluarkan. Biaya variabel menjadi penting untuk menganalisa tingkat produksi agar optimal mendapatkan keuntungan yang tinggi serta menghitung titik impas di mana pendapatan sama dengan biaya produksi.

Rumus untuk menghitung Biaya Variabel

$$\text{VC} = \text{Biaya variabel per unit} \times \text{Jumlah Output (Q)}$$

Keterangan:

- VC : Total Biaya Variabel
- Biaya variabel per unit : Biaya yang dikeluarkan agar menghasilkan satu unit barang atau jasa
- Q : Jumlah barang atau jasa yang diproduksi

Contoh:

- 1) Upah kerja pegawai tidak tetap yang dibayarkan berdasarkan jam kerja
- 2) Pemakaian energi listrik ketika menjalankan mesin produksi
3. Biaya transportasi yang meningkat karena jumlah produksi yang dikirimkan juga meningkat.

c. Biaya Rata-Rata

Merupakan biaya untuk memproduksi barang atau jasa yang harus dikeluarkan oleh perusahaan untuk setiap unit barang produksi yang dibuat oleh perusahaan. Untuk menghitung biaya rata-rata, maka perusahaan akan

membagi jumlah biaya produksi yang dikeluarkan untuk satu unit produksi dan dikalikan dengan jumlah unit yang diproduksi.

Rumus Biaya Rata-Rata :

$$AC = TC / Q$$

Keterangan :

AC = Biaya Rata-Rata (*Average Cost*)

TC = Biaya Total (*Total Cost*) yang merupakan penjumlahan dari Biaya Tetap (*Fixed Cost*, FC) dan Biaya Variabel (*Variabel Cost*, VC)

Q = Jumlah produksi yang dihasilkan

d. Biaya Marginal

Merupakan biaya yang ada dalam suatu proses produksi yang terjadi karena ada tambahan barang atau jasa yang diproduksi. Biaya Marginal dapat berubah-ubah, sehingga biaya marginal diambil dari variabel cost di saat memproduksi suatu unit ekstra.

e. Biaya Total

Dikatakan biaya total karena merupakan jumlah semua biaya yang keluar saat memproduksi barang atau jasa. Biaya total membuat suatu perusahaan dapat menghitung besarnya pengeluaran dari suatu produk dan kemudian melakukan analisa jumlah pendapat yang diterima dari penjualan produk serta melakukan evaluasi terhadap keuntungan dan kerugian perusahaan.

2. Penentuan Tingkat Produksi yang Optimal

William Nicholson dalam *Microeconomic Theory*, suatu perusahaan dapat sampai kepada produksi yang optimal di saat perusahaan mendapatkan keuntungan yang tinggi dari suatu produk yang dihasilkan perusahaan. Hal ini dapat terjadi ketika ditemukan adanya selisih antara Total Pendapatan (*Total Revenue*, TR) dan Total Biaya (*Total Cost*, TC) sampai ke puncak

maksimal. Biaya Marginal (MC) ditemukan sama dan seimbang dengan pendapatan Marginal (MR). Teori produksi membantu perusahaan dalam memilih tingkat produksi yang paling tepat agar tercapai laba yang tinggi bagi perusahaan (Nicholson, W., & Snyder, 2019). Untuk mencapai hal tersebut maka perusahaan memerlukan suatu prinsip yang mendasar dalam menentukan Tingkat Produksi Optimal perusahaan dengan memperhitungkan :

a. Kondisi Utama Perusahaan

Di mana ditemukan $MR = MC$

- 1) Perusahaan melakukan produksi barang atau jasa pada tingkat pendapatan tambahan dari menjual satu unit barang atau jasa (**MR**) sama dengan biaya tambahan untuk memproduksi barang atau jasa tersebut (**MC**).
- 2) Jika ditemukan bahwa **MR > MC**, maka perusahaan perlu melakukan peningkatan produksi agar mendapatkan peningkatan keuntungan.
- 3) Jika sebaliknya **MR < MC**, maka perusahaan diharuskan untuk mengurangi produksi agar terhindar kerugian.

b. Pengambilan Keputusan di Berbagai Struktur Pasar

Tingkat produksi yang optimal dari perusahaan sangat berpengaruh dari struktur pasar yang tidak akan sama

1) **Pasar Persaingan Sempurna:**

Jika ditemukan **MR = Harga (P)**, karena harga tetap sama untuk setiap unit yang dijual.

2) **Pasar Monopoli:**

Jika didapatkan bahwa **MR < Harga (P)**, karena untuk menjual lebih banyak, perusahaan harus menurunkan harga.

c. Analisis Tingkat Produksi Optimal Jangka Pendek dan Jangka Panjang

1) Analisis Jangka Pendek

Ditemukan bahwa biaya variabel dan kapasitas tetap digunakan untuk menentukan tingkat produksi ideal.

2) Analisis Jangka Panjang

Perusahaan akan melakukan fleksibilitas dalam melakukan perubahan pada semua elemen, termasuk kapasitas produksi, agar dapat mencapai tingkat efisiensi yang tinggi.

3. Analisis Teknologi dan Inovasi

Joseph Schumpeter memberikan masukan yang berarti terhadap peran teknologi serta inovasi dalam ilmu ekonomi, hal ini tertuang dalam bukunya *The Theory of Economic Development* yang memasukan inovasi sebagai unsur utama dalam pertumbuhan ekonomi dunia dengan menciptakan destructive creation yang diharapkan dapat mengubah cara memproduksi suatu perusahaan, membuat produk yang berinovatif. Analisis terhadap peran teknologi dalam peningkatan produktivitas suatu barang dan jasa serta tercapainya efisiensi dalam memproduksi suatu barang dan jasa. Perubahan dalam proses produksi dapat mengubah cara melakukan bisnis yang menghasilkan lebih banyak output tetapi input yang digunakan tetap sama (Schumpeter, 1934).

Dampak yang ditimbulkan dengan adanya teknologi dan inovasi dalam ekonomi :

a. Efisiensi Produksi

Teknologi baru akan membantu perusahaan agar dapat memakai input dengan efisien sehingga biaya produksi bisa turun.

b. Tercipta suatu produk serta layanan baru

Peran inovasi dalam membuat suatu produk barang dan jasa dengan mengganti teknologi lama dan menggunakan teknologi baru yang membuat konsumen terpenuhi kebutuhannya.

c. Pengembangan Pasar Baru

Pasar domestik dan internasional akan tereksplorasi dan membuka peluang pengembangan pasar baru sehingga tercipta siklus ekonomi yang dapat menciptakan pertumbuhan ekonomi jangka panjang.

4. Penentu Harga dan Penawaran Pasar

Menurut Hal R. Varian dalam bukunya *Intermediate microeconomics : A Modern Approach* bahwa hubungan produsen dan konsumen di pasar mendapatkan hasil berupa penentuan harga serta penawaran pasar. Penawaran Barang dan jasa pada pasar dalam hubungannya dengan biaya produksi dan jumlah output dapat dipengaruhi oleh teori produksi, hal ini akan berhubungan dengan keputusan perusahaan saat menawarkan harga suatu produk dengan mempertimbangkan struktur dari pasar serta pengaruh permintaan konsumen terhadap suatu produk yang memenuhi kebutuhan konsumen tersebut (Varian, 2014). Harga merupakan hasil interaksi terhadap penawaran serta permintaan, dan dipengaruhi oleh biaya yang dikeluarkan untuk produksi, elastisitas serta struktur pasar. Penawaran pada pasar sangat bergantung pada faktor biaya, teknologi yang digunakan dalam memproduksi suatu barang atau jasa, dengan melihat bahwa harga dan jumlah barang yang ditawarkan ke pasar mempunyai hubungan yang positif yang berkaitan dengan hukum penawaran.

6.3 Fungsi Produksi

Suatu fungsi produksi merupakan hubungan antara faktor produksi atau input dan hasil produksi atau output, serta capaian dari tingkat produksi yang telah dihasilkan, artinya fungsi ini dapat dipakai sebagai alat untuk melakukan analisa perubahan dari jumlah input akan mempengaruhi output yang dihasilkan. Input berupa jumlah bahan mentah, tenaga kerja, dan modal yang minimal akan berubah menjadi barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen sehingga mendapatkan keuntungan yang maksimal (Sukirno, 2002).

Dalam analisis ekonomi mikro, fungsi produksi merupakan suatu alat yang penting agar dapat memahami hubungan yang timbul antara input berupa faktor produksi serta output dalam bentuk barang atau jasa yang dihasilkan untuk memenuhi kepentingan konsumen. Fungsi ini akan sangat membantu perusahaan, para ekonom, serta pembuat kebijakan

agar dapat membuat suatu keputusan yang strategis tentang tata cara mengelola sumber daya secara efisien untuk dapat meningkatkan produktivitas. Adapun faktor – faktor yang perlu dalam fungsi produksi adalah :

1. Pengoptimalan Penggunaan Sumber Daya
Perusahaan dapat melakukan kombinasi input berupa tenaga kerja, modal serta bahan baku yang berperan penting dalam memproduksi suatu barang dan jasa.
2. Melakukan Analisis Efisiensi Produksi
Evaluasi dilakukan terhadap efisiensi teknis terhadap hasil output yang maksimal dari input yang sudah ada dan efisiensi alokatif sejauh mana penggunaan sumber daya yang sudah ada dapat menghasilkan nilai ekonomi yang tinggi.
3. Penentuan Biaya Produksi
Perusahaan akan menentukan harga jual produk yang dihasilkan dengan memperhitungkan biaya produksi :
 - a. *Fixed costs* (Biaya Tetap)
 - b. *Variable Costs* (Biaya variabel)
 - c. *Marginal costs* (Biaya Marginal)
4. Perhitungan *Return to Scale* (Skala hasil Produksi)
Perusahaan akan melakukan evaluasi terhadap perubahan output pada saat semua input naik secara seimbang. Adapun skala ini dibagi menjadi :
 - a. *Increasing Returns to Scale*
Jika output meningkat jauh lebih besar dari peningkatan input
 - b. *Constant Returns to Scale*
Terjadi peningkatan Output sebanding dengan peningkatan input
 - c. *Decreasing Returns to Scale*
Peningkatan output lebih kecil dari peningkatan output

DAFTAR PUSTAKA

- A.S. and Mark Skusen (2005); (2005) *"An Inquiry into the Nature of Causes of the Wealth of Nations"*
- Ahuja, H.L. (2016) *Modern Economics*. Chand Publishing.
- Assauri, S. (2011) *manajemen Produksi dan operasi*. Revisi 200. Indeks Jakarta.
- Baumol, W. J., & Blinder, A.S. (2015) *Microeconomics: Principles and Policy*. Cengage Learning.
- Croxton, F.G. (1968) *Principles of Economics*. McGraw-Hill.
- Lipsey, R. G., & Chrystal, A. (2015) *Economics*. Oxford University Press.
- Mankiw, N.G. (2014) *Principles of Economics*. Cengage Learning.
- Nicholson, W., & Snyder, C. (2019) *Microeconomic Theory: Basic Principles and Extensions*. Cengage Learning.
- Pindyck, R. S., & Rubinfeld, D.L. (2017) *Microeconomics*. Pearson Education.
- Samuelson, P.A., & Nordhaus, W.D. (2020) *Economics*. McGraw-Hill. MCGraw-Hill International Enterprice LLC.
- Schumpeter, J.A. (1934) *The Theory of Economic Development*.
- Sukirno, S. (2002) *Teori Mikro Ekonomi*. Rajawali Press: Jakarta.
- Sukirno, S. (2005) *Ekonomi Mikro*. Jakarta: rajawali press.
- Varian, H.R. (2014) *Intermediate Microeconomics: A Modern Approach*. W.W. Norton & Company.

BAB 7

TEORI BIAYA PRODUKSI

Oleh Muhammad Hatta

7.1 Pendahuluan

Ibarat keping mata uang logam yang bersisi dua seperti itulah biaya produksi dan produksi, dimana produksi lebih kepada pembahasan tentang nilai fisik faktor produksi, dan diukur semua biaya dengan uang. Uang memainkan peran penting dalam ekonomi kontemporer sehingga dijadikan sebagai ukuran efisiensi yang paling tepat meski belum bisa dikatakan paling lengkap itu adalah uang. Oleh karena itu suatu yang efektif secara teknis tidak dapat dikatakan mampu menghasilkan keuntungan jika dilihat dari sisi finansial dan dari sisi ekonomi.

Salah satu perbandingan yang tepat sebagai contoh terkait hal diatas adalah metode yang digunakan dalam memproduksi jagung yang lebih efisien secara teknis (dilihat dari cara pengolahan tanah yang baik, efisiensi waktu yang digunakan, serta penggunaan tenaga kerja) dapat tercapai bila mana menggunakan teknologi pertanian secara modern seperti penggunaan mesin traktor untuk mengolah tanah, penggunaan mesin pasca panen, bibit unggul, alat semprot hama, dan peralatan mekanis lainnya). Masalah yang dihadapi dengan menggunakan metode ini adalah biaya per unit baru dikatakan akan menjadi lebih efisien dalam penggunaan biaya jika skala produksinya minimal 200 hektar. Padahal kemampuan petani setara produksi hanya sebesar 2 – 5 hektar. Jadi untuk skala produksi sekecil itu penggunaan peralatan pertanian moderen, walau efisien secara teknis, tetap bila dihitung biaya produksinya sangat besar.

Ada kecenderungan petani lebih suka menggunakan metode dalam memproduksi dengan menggunakan peralatan sederhana, berikut asumsi asumsi yang digunakan:.

1. Diumpamakan suatu perusahaan berada dalam struktur persaingan sempurna, dimana harga produk/output ditentukan

interaksi antara permintaan dan penawaran (pasar), sehingga berapapun produk yang diproduksi akan terjual habis. Karena dalam struktur persainag sempurna perusahaan tidak perlu merencanakan strategi penjualan. Hal yang bisa dilakukan adalah menentukan berapa besar yang harus diproduksi (tingkat output) agar biaya produksi per unit bisa diminimalkan

2. Semua faktor produksi meliputi barang modal dan tenaga kerja, hanya tenaga kerjalah yang bersifat variabel dalam jangka pendekbersifat variabel dalam jangka pendek.

7.2 Pengertian dan Konsep Dasar Biaya Produksi

Dalam ilmu ekonomi, biaya kesempatan didefinisikan sebagai pengetahuan biaya peluang. Konsep ini masih digunakan sebagai bahan dalam menganalisis teori biaya produksi, dalam teori ini dikenal biaya implisit dan biaya eksplisit. Biaya eksplisit meliputi biaya telpon, listrikdan air serta besarnya upah yang dibayarkan untuk buruh dan gaji dibayarkan kpada karyawan.Hal ini terlihat jelas dlam laporan keuangan sedang biaya implisit adalah biaya kesempatan (*opportunity cost*).

1. Upah Tenaga Kerja

Pengertian upah pekerja mengacu pada berapa jumlah upah yang harus dikeluarkan seorang tenaga kerja sebagai input yang merupakan biaya. Menurut para ahli ekonomi (ekonom) upah pekerja merupakan biaya eksplisit dan menggunakan asumsi bahwa upah yang diterima pekerja mengikuti standar upah yang sudah ditetapkan oleh pemerintah perpekerja. Asumsi ini terpenuhi. Notasi mengenai upah adalah w .

2. Biaya Barang Modal

Akuntan dan ahli ekonomi pemikirannya berbeda tentang bagaimana menghitung harga input (barang modal). Konsep biaya historis digunakan oleh akuntan. Itu sebabnya nilai barang modal harus disusutkan dalam laporan akuntansi. Ahli ekonomi/ekonom menganggap harga barang modal sebagai biaya implisit. Bukan jumlah uang yang harus dikeluarkan untuk menggunakan barang modal, tetapi yang

menentukan adalah berapa besar biaya ekonomi penggunaan barang modal itu sendiri yaitu besarnay pendapatan yang diperoleh jika mesin disewakan kepada pengusaha lain. Oleh karena itu, harga input/biaya barang modal dihitung sama dengan harga sewa (misalnya mesin), yang disimbolkan sebagai r .

3. Biaya Kewirausahaan *Enterprenuer*:

Enterprenuer merupakan usaha individu menggabungkan beberapa komponen produksi dalam menghasilkan barang dan jasa. Dia harus berani menanggung risiko gagal dalam upaya tersebut. Pengusaha mendapatkan keuntungan sebagai imbalan atas keberanian mereka untuk mengambil risiko. Laba yang diharapkan harus sebanding dengan risiko. . Interpretasi mengenai laba yang digunakan ekonom adalah laba ekonomi, yang merupakan keuntungan yang diperoleh jika dibandingkan dengan alternative lain. Misalnya, bisnis nona Lisa yang menjual mobil bekas adalah bisnis yang secara finansial menguntungkan, tetapi secara ekonomi rugi karena keuntungan ekonominya cenderung negatif

7.3 Peran Biaya Produksi dalam Bisnis

Pilihan untuk menentukan tingkat produksi erat kaitannya dengan meningkatnya produktivitas dari beberapa faktor produksi yang digunakan sebagai pengukuran. Bagian ini telah memperlihatkan, bahwa tingginya produktivitas yang dapat menghasilkan tingkat produksi yang sama dengan biaya yang lebih rendah. Dapat disimpulkan, bahwa hubungan antara produktivitas dan biaya berbanding terbalik, artinya besarnya biaya produksi pasti akan turun seiring dengan peningkatan produktivitas. Tidak hanya itu, tetapi juga sebaliknya.

Selain itu, perilaku biaya berkaitan dengan tahap dan masa produksi. Dalam jangka pendek, ada beberapa faktor produksi tetap yang menimbulkan biaya tetap yang tidak tergantung pada besarnya tingkat produksi. Tetapi dalam jangka panjang semua faktor produksi adalah variabel artinya dapat dirubah. Dan menyebabkan biaya juga akan berubah. Artinya, besarnya tingkat

produksi bisa mengubah besarnya biaya produksi. Perusahaan mudah meningkatkan produktivitas dalam jangka panjang daripada dalam jangka pendek. Itu sebabnya banyak usaha dapat menurunkan ongkos produksi mereka, sehingga ongkos per unit mereka semakin rendah setiap tahunnya. Ada hubungan antara besar kecilnya pergerakan biaya rata-rata ini dan perilaku dalam fungsi produksi dalam jangka panjang. Perusahaan dengan skala hasil yang menurun atau meningkat (*Increasing Return to Scale* atau *IRS*) menurunkan penggunaan biaya produk perunit dengan menambah tingkat produksi. Sebaliknya, perusahaan dengan skala hasil yang menurun *DRS* menurunkan besarnya biaya dari produksi yang dihasilkan.

7.4 Biaya Produksi dalam periode Jangka Pendek

Kelompok biaya jangka pendek meliputi biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap adalah biaya yang tidak tergantung pada besarnya jumlah produksi yang dihasilkan, seperti biaya faktor produksi (barang modal), pembayaran bunga pinjaman, pembayaran gaji pegawai, dan pembayaran sewa gedung atau kantor. Biaya tetap harus dikeluarkan dalam jumlah yang sama bahkan jika perusahaan tidak berproduksi sekalipun ($Q = 0$). Biaya variabel (*variable cost*) adalah biaya yang besarnya tergantung pada tingkat produksi, contohnya upah buruh, biaya bahan baku.

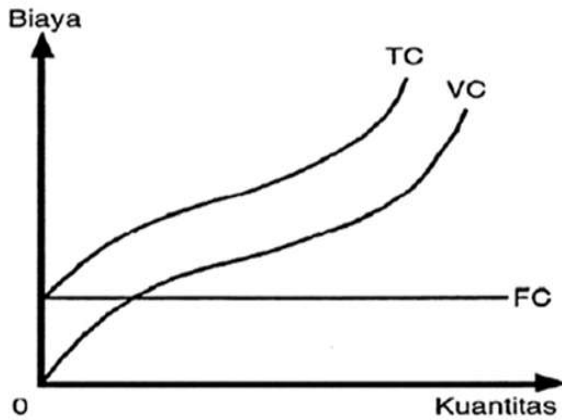
$$TC = FC + VC \dots\dots\dots (7.1)$$

dimana :

TC = biaya total jangka pendek FC = biaya tetap jangka pendek

VC = biaya variabel jangka pendek

Persamaan (7.1) dapat dipresentasikan dalam bentuk gambar berikut ini.



Gambar 7.1. Hubungan Kurva Biaya: Total, Tetap dan Variabel

Biaya yang tidak tergantung pada besar kecilnya tingkat produksi adalah biaya tetap sebagaimana ditunjukkan oleh kurva FC yang datar. Hubungan berlawanan antara tingkat produktivitas dan besarnya biaya ditunjukkan oleh kurva VC dalam bentuk huruf S terbalik. Dari kurva TC sejajar dengan kurva VC menunjukkan bahwa perubahan biaya variabel akan berpengaruh pada besarnya perubahan biaya total dalam jangka pendek.

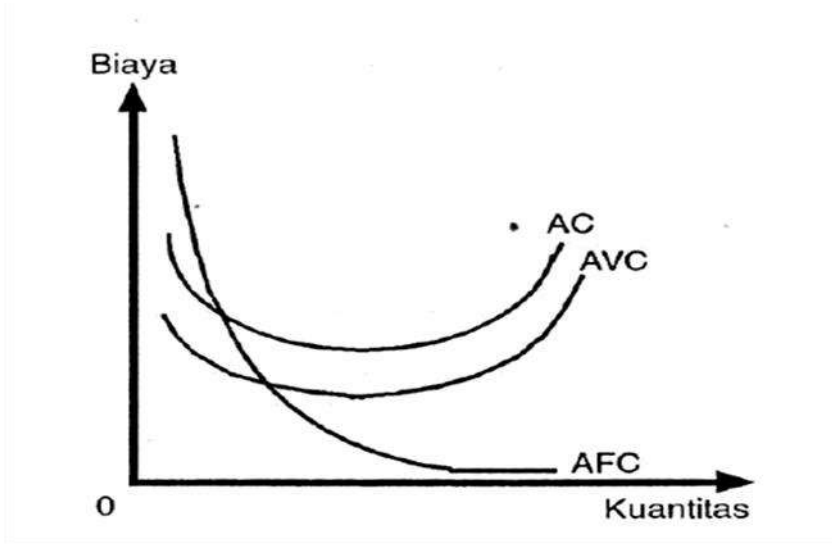
1. Biaya Rata-rata (AC)

Biaya rata-rata (*average cost*) adalah besarnya biaya untuk memproduksi satu unit output. Besarnya biaya rata-rata adalah biaya total dibagi jumlah output. Karena $TC = FC + VC$ dalam jangka pendek, biaya rata-rata sama dengan biaya tetap rata-rata dan biaya variabel dibagi dengan total produk menghasilkan biaya per unit.

$$AC = AFC + AVC \dots\dots\dots(7.2)$$

Atau

$$\frac{TC}{Q} = \frac{FC}{Q} + \frac{VC}{Q} \dots\dots\dots(7.3)$$



Gambar 7.2. Biaya Rata-rata

Kurva AFC mengalami penurunan, yang menyebabkan penurunan AFC seiring dengan peningkatan produksi. Namun, *kurva AFC* tidak akan pernah menyentuh sumbu asimptot, yang berarti nilai AFC tidak pernah negatif. *Kurva AC* mulai menurun lalu naik, sepola dengan pergerakan kurva AVC. Pola ini erat kaitannya dengan hukum LDR, yang berarti bahwa kurva AVC juga mulai menurun kemudian menaik dan terus mendekati kurva AC tanpa bersentuhan. Pergeseran *kurva AVC* terkait dengan pergerakan kurva AP (*Average Product*) karena jarak antara AVC dengan AC lebih kecil karena AFC lebih kecil. Nilai $AVC = P/AP$ jika upah per unit pekerja adalah P. Dari persamaan ini, jelas bahwa nilai AVC menurun seiring dengan peningkatan AP dan sebaliknya.

2. Biaya Marginal: Marginal cost, juga dikenal sebagai biaya marginal, adalah biaya tambahan karena produksi ditambahkan sebanyak satu unit output. Jika biaya marginal jangka pendek ditunjukkan sebagai MC dan perubahan *output* adalah ∂Q , maka:

$$MC = \frac{\partial TC}{\partial Q} \dots\dots\dots(7.4)$$

$$MC = \frac{\partial VC}{\partial Q} \dots\dots\dots(7.5)$$

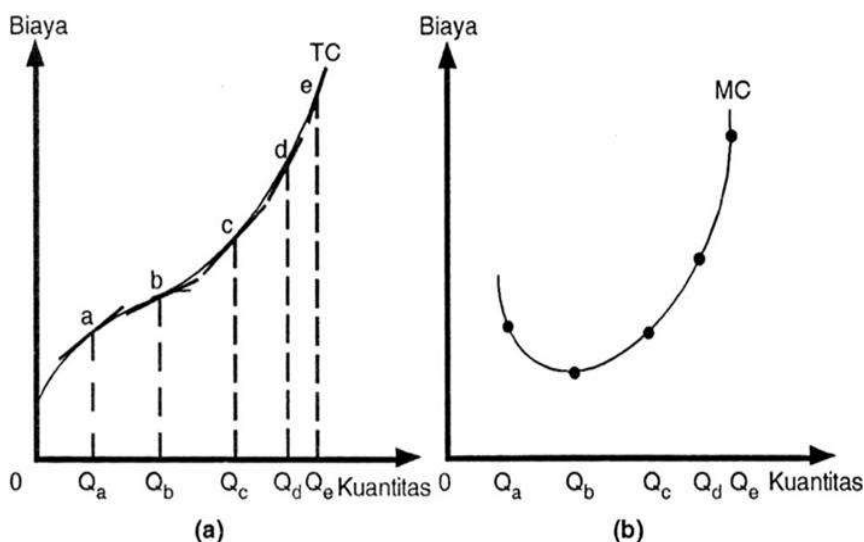
Jika upah per pekerja adalah P dan pembahan jumlah dari jumlah pekerja adalah ∂V maka,

$$\partial VC = P \times \partial V \dots\dots\dots(7.6)$$

$MC = P (\partial V / \partial Q)$ karena MP adalah $\partial Q / \partial V$, maka

$$MC = P \left(\frac{1}{MP} \right) \dots\dots\dots (7.7)$$

Persamaan 7.7 dapat dipresentasikan dalam bentuk gambar berikut ini.

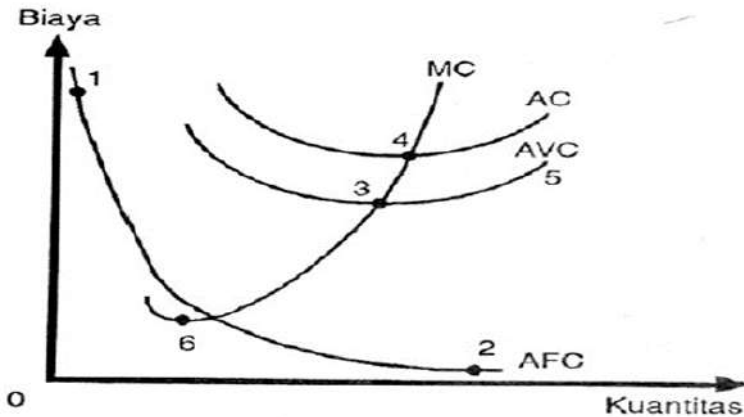


Gambar 7.3. Kurva Biaya Marginal

Gambar 7.3a menunjukkan besarnya MC pada garis yang menyentuh a, b, c, dan seterusnya. Garis yang menyentuh pada bagian yang lebih mendatar menunjukkan nilai MC yang lebih kecil, dan sebaliknya terjadi. gambar 7.3.b. menggambarkan *curva MC* yang ditampilkan oleh gambar 7.3a.

7.5 Hubungan Antar Kurva-kurva Biaya

Pada gambar 7.4. Menunjukkan tentang bagaimana keterkaitan antara kurva-kurva biaya.



Gambar 7.4. Hubungan Kurva-kurva Biaya

1. Pada *kurva AFC* terus menurun dalam bentuk garis menurun mengikuti sumbu garis vertikal dan garis horizontal (titik 1 dan 2), namun tidak akan pernah menyinggung atau memotong sumbu garis horizontal.
2. Pada *kurva AVC* kemudian menurun sampai mencapai tahap minimum pada saat AP maksimum, kemudian mendekati *kurva AC* tetapi tidak pernah bersentuhan karena AFC terus menurun (titik 5).
3. Pada *kurva AC* pada mulanya turun sampai mencapai minimum di titik 4, tetapi kemudian naik lagi.
4. Pada *kurva MC* turun sampai mencapai minimum titik 6. Kemudian, *kurva MC* naik dan memotong *E* pada *kurva AC* dan *AVC* pada saat keduanya minimum di titik 3 dan 4. Nilai *MC* lebih besar dari nilai *AC* dan *AVC*. Garis singgung *a*, *b*, *c*, dan *r* mulai bergerak ke arah yang lebih mendatar, seperti yang ditunjukkan dalam Gambar 7.3.b tentang hubungan antar kurva.

7.6 Biaya Produksi Jangka Panjang

Menurut teori mikro ekonomi, sebagaimana diketahui semua biaya dalam periode jangka panjang adalah variabel. Oleh karena itu, *total cost* (TC), *variabel cost* (VC), *average cost* (AC), dan *marginal cost* (MC) adalah biaya-biaya yang relevan dalam periode jangka panjang. Perubahan biaya total adalah sama dengan perubahan biaya variabel dan biaya marjinal (MC). Short (S) pada STC, SVC, SAC, dan din SMC menunjukkan dimensi jangka pendek, sedangkan Long (L) pada LTC, LVC, LAC, dan LMC menunjukkan dimensi jangka panjang.

Biaya total (jangka panjang) adalah biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi seluruh output dan semuanya bersifat variabel

$$LTC = LVC \dots\dots\dots(7.8)$$

dimana :

LTC = biaya total jangka panjang

LVC = biaya variabel jangka panjang

Biaya marginal adalah tambahan biaya karena menambah produksi sebanyak satu unit. Perubahan biaya total adalah dengan perubahan biaya variabel.

$$LMC = \frac{\partial LTC}{\partial Q} \dots\dots\dots(7.9)$$

dimana :

LMC = biaya marjinal jangka panjang

∂LTC = perubahan biaya total jangka panjang

∂Q = Perubahan output

Biaya rata-rata adalah biaya total dibagi jumlah output

$$LAC = \frac{LTC}{Q} \dots\dots\dots(7.10)$$

dimana :

LAC = biaya rata-rata jangka panjang

Q = Jumlah output

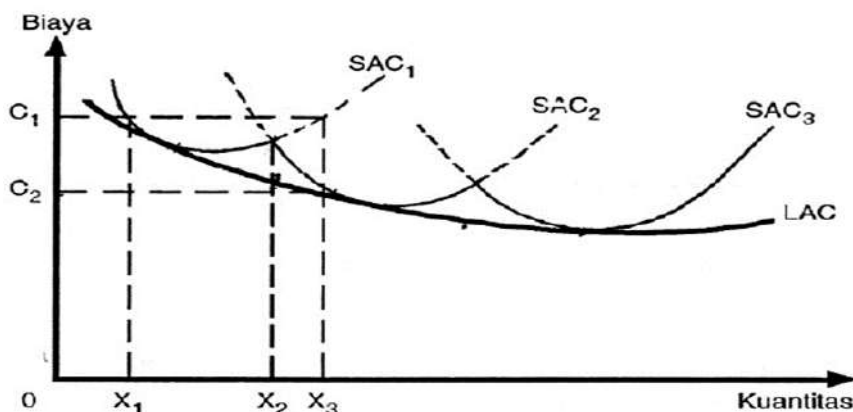
7.7 Kurva Biaya Rata-rata Jangka Panjang

Perubahan dalam pengoptimal tujuan tidak berkontribusi pada perubahan dalam fungsi tujuan (teorema

amplop) atau *Envelope Theorem*. Dalam lebih memahami perilaku biaya untuk periode jangka panjang, kita harus memahami bagaimana biaya jangka pendek dan jangka panjang berhubungan satu sama lain. Kita mulai dengan kasus sederhana berikut untuk memahaminya. Sebagai ilustrasi, ada tiga opsi bagi perusahaan untuk menetapkan tingkat produksinya:

1. Melakukan produksi pada pabrik berskala kecil pada periode jangka pendek memiliki kurva biaya rata-rata SAC_1
2. Produksi dengan pabrik dengan skala sedang mempunyai kurva rata-rata SAC_2 ,
3. Produksi dengan pabrik skala besar mempunyai kurva rata-rata SAC_3 .

Kondisi di atas ditunjukkan dalam Gambar 7.5. berikut ini:



Gambar 7.5. Teorema Amplop (Avenlop Theorem)

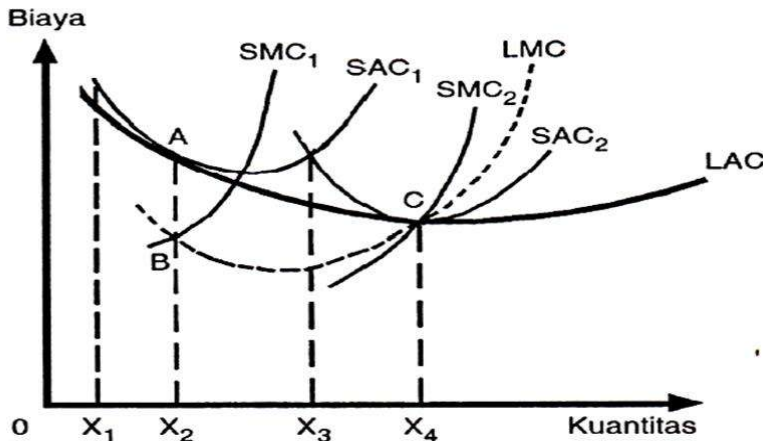
Produsen lebih memilih berproduksi dengan pabrik yang berskala kecil pada periode jangka pendek jika dia percaya bahwa tingkat output laba yang paling tinggi adalah X_1 . Sebaliknya, jika dia percaya bahwa dalam menentukan produksi yang paling menguntungkan adalah X_3 , maka dia akan memilih berproduksi pada berskala menengah. Sebenarnya, dia bisa berproduksi pada X_3 dengan menggunakan pabrik kecil, tetapi biaya produksi rata-ratanya lebih tinggi ($OC_1 > OC_2$).

Pengusaha akan memilih pabrik skala menengah jika prediksi pasar akan terus meningkat, tetapi mereka akan memilih pabrik skala kecil jika pada tingkat produksi yang memberikan keuntungan maksimum adalah X_2 . Dalam hal ini, pengambilan keputusan didasarkan pada perkiraan masa depan serta biaya rata-rata.

Perusahaan hanya dapat memproduksi di satu pabrik dalam jangka pendek. Namun, dalam jangka panjang, hampir semua pengusaha mempunyai alternatif sebagai strategi untuk menambah atau mengurangi kapasitas pabrik mereka sesuai dengan jumlah produksi yang ditetapkan semula. Pilihan ini memungkinkan bisnis menjalankan operasi dengan biaya rata-rata yang rendah pada berbagai tingkat produksi. Kurva amplop (*Envelope Curve*) adalah kurva yang menunjukkan titik-titik biaya rata-rata minimum pada berbagai jumlah produksi. Pada kurva LAC, juga dikenal sebagai kurva biaya rata-rata jangka panjang, atau kurva biaya rata-rata jangka pendek (kurva SAC), ditunjukkan dalam gambar 10.5. oleh garis tebal LAC yang bersinggungan dengan kurva-kurva biaya rata-rata jangka pendek. Dari uraian di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa kurva LAC adalah kurva yang menggambarkan biaya produksi per unit minimum pada berbagai tingkat produksi. Dalam jangka panjang, pilihan tingkat produksi dianggap tidak terhingga, sehingga kurva LAC dapat membentuk garis.

7.8 Kurva Biaya Marjinal Jangka Panjang

Penjelasan untuk kurva LMC, atau kurva biaya marginal jangka panjang, dapat ditemukan di Gambar 7.6.



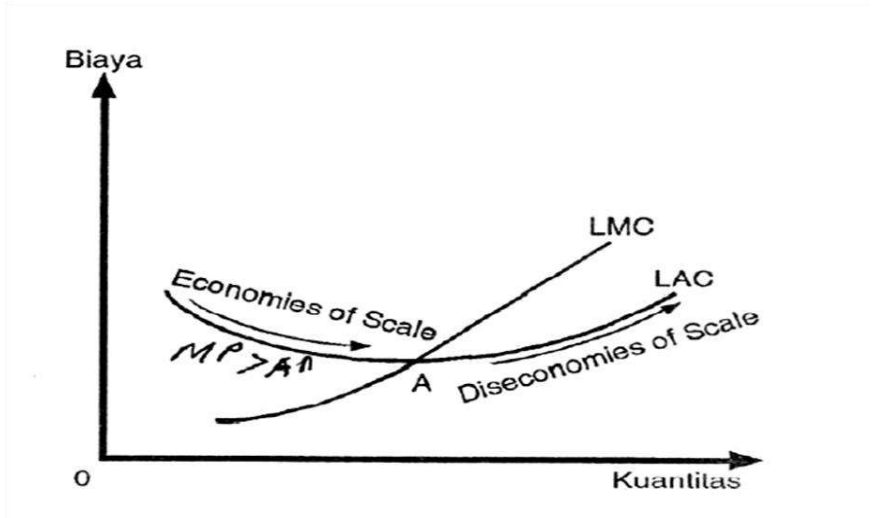
Gambar 7.6. Kurva Tingkat Produksi Ekonomis dan Tidak Ekonomis

Gambar 7.6. menggambarkan bahwa saat jumlah produksi di bawah OX_1 , SAC akan menghasilkan lebih banyak dari LAC. Akibatnya, LTC lebih besar dari STC. Kami dapat mengetahui bahwa biaya marjinal jangka panjang (LMC) lebih besar daripada biaya marjinal jangka pendek (SMC). Jika produksi berlanjut pada OX_2 , SAC sama dengan LAC (titik A), dimana $SMC = LMC$ (titik B). Jika produksi dilanjutkan sampai OX_3 , SAC lebih besar dari LAC atau STC lebih besar dari LTC. Karena itu, SMC lebih kecil dari LMC. Oleh karena itu, kita dapat mengatakan bahwa $LMC < SMC$ jika produksi OX_2 lebih rendah, tetapi jika produksi OX_2 lebih tinggi, LMC lebih kecil dari SMC.

Selain itu, perlu diingat bahwa LMC akan memotong pada saat LAC minimum. Ini terjadi ketika perluasan produksi sampai ke OX_4 (titik C), dan kurva LMC harus menelusuri titik B dan C (perhatikan garis putus-putus LMC).

7.9 Skala Produksi Ekonomis Tidak Ekonomis

Skala produksi ekonomis adalah kondisi dimana terjadi jarak/interval pada tingkat produksi yang diakibatkan adanya penambahan *output* sehingga dapat menurunkan biaya jangka panjang per unit. Pada skala produksi ekonomis merupakan kondisi dimana terjadi interval/jarak dari tingkat produksi sehingga penambahan output justru menyebabkan naiknya biaya jangka panjang per unit produk. Kondisi tersebut mengarah pada hukum LDR dan berlaku juga pada periode jangka panjang, sehingga curva LAC membentuk huruf U seperti pada gambar 7.7.



Gambar 7.7. Kurva Tingkat Produksi Ekonomis dan Tidak Ekonomis

Curva LAC akan mencapai level minimum pada titik A dan kemudian bergerak naik lagi sebagaimana di tunjukkan pada diagram diatas. Selama titik A, gerakan menurun sebagai akibat dari tingkat penghematan/ efisiensi skala produksi. Sebaliknya, setelah titik A, efisiensi skala produksi berhenti. Biaya produksi per unit meningkat dengan menambah jumlah output. Pada titik A, curva LMC posisinya berada di bawah curva LAC karena nilai produk marginal W berada diatas produk rata-rata AP. Maka nilai LAC

bergerak menurun karena banyaknya MP. seperti yang terjadi setelah di titik A.

1. Teknologi Produksi:

Kemajuan teknologi adalah salah satu cara untuk meningkatkan efisiensi dalam periode *long run* (jangka panjang). Penggunaan teknologi akan dipercepat bahkan dalam periode *long run*. Hal ini dilakukan karena dapat mempercepat penurunan LAC. Apabila, perusahaan tidak dapat beradaptasi dengan kemajuan teknologi karena kendala manajemen dan sumber daya manusia, kemajuan ini dapat mendorong meningkatnya biaya rata-rata jangka panjang per unit.

2. Manajemen:

Kondisi manajemen yang lebih baik melalui penggunaan teknologi yang lebih efisien, yang mengakibatkan penurunan kurva LAC. Namun, inefisiensi akan terjadi jika manajemen tidak mengikuti perkembangan teknologi. Misalnya, manajemen tidak memerlukan kemampuan yang tinggi untuk mengelola pabrik tekstil yang hanya menggunakan alat tenun tradisional. Karena itu, industri tekstil konvensional dapat dikelola dengan menggunakan manajemen keluarga yang tertutup. Namun, jika industri tekstil menjadi sangat besar dan menggunakan peralatan modern, terutama jika tujuan pasarnya adalah pasar ekspor, manajemen keluarga yang tertutup hanya akan menghasilkan inefisiensi (pemborosan).

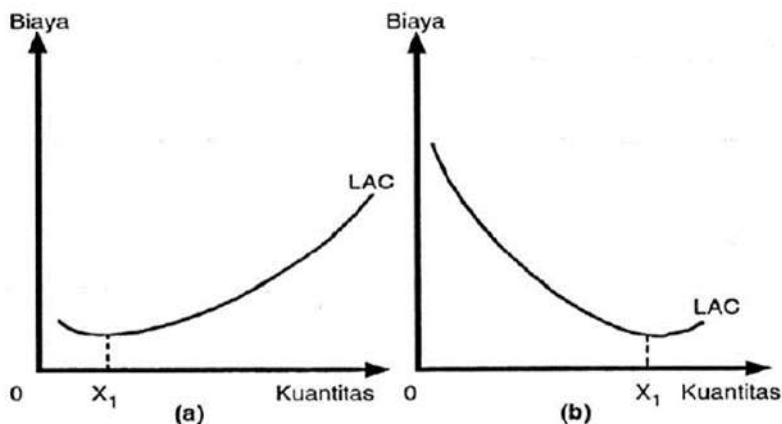
3. Sumber Daya Manusia (SDM)

Jumlah dan kualitas SDM adalah berkaitan dengan tingkat produktivitas. Mulanya pemanfaatan teknologi berimplikasi meningkatkan efisiensi, karena SDM cukup tersedia. Namun SDM yang tersedia jumlahnya cukup besar namun kualitasnya tidak memadai sehingga sumber daya manusia yang berkualitas tidak dapat disuplai dalam waktu yang singkat, akibatnya ekspansi produksi menggunakan teknologi menyebabkan inefisiensi. Teknologi yang digunakan bukan produksi dalam negeri melainkan produk impor yang membutuhkan keahlian untuk penggunaannya. Misalnya kasus di Indonesia jika pabrik kimia cair (*Methanol*) dengan kapasitas produksi satu juta ton pertahun, dengan

menggunakan tenaga ahli tehnik kimia sebanyak 100 orang, maka jika produksi ingin ditingkatkan dengan membangun 10 pabrik kimia dibutuhkan 1000 oran ahli kimia., padahal jumlah ahli kimia di Indonesia mungkin belum mencapai 500 orang dalam lima tahun. Akibatnya, pabrik tidak akan dapat beroperasi secara efisien.

7.10 Sudut kemiringan Kurva Biaya Rata-rata Jangka Panjang (LAC).

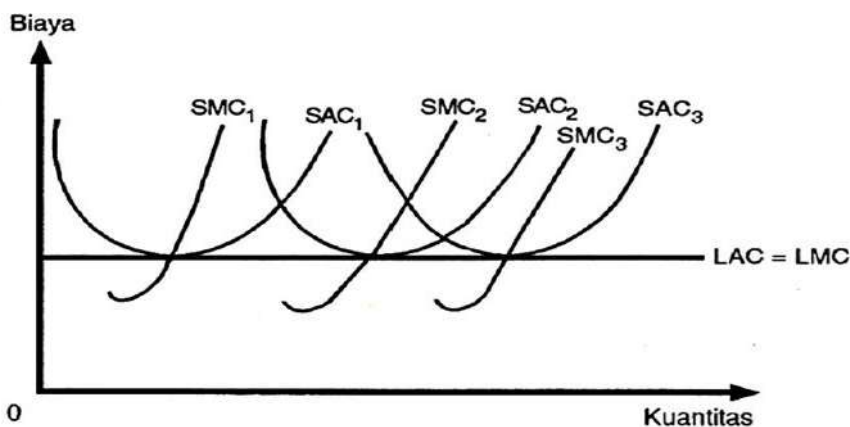
Pada Gambar 10.8.mengambarkan besarnya sudut kemiringan *kurva LAC* yang arahnya ke kanan atas. Ada tiga kemungkinan bentuk *kurva LAC*. Ini terjadi karena hukum LDR, akibatnya setelah titik X_1 , perusahaan mengalami skala produksi yang tidak ekonomis. Perusahaan yang memiliki fungsi produksi skala hasil menurun (DRS) dapat mengalami *kurva LAC* dengan kemiringan ke kiri bawah, seperti yang ditunjukkan pada Gambar 10.8.b. Hukum LDR juga tersirat pada *kurva LAC* ini, tetapi sangat lambat. Pada waktu jumlah produksi mengalami peningkatan menjadi sangat besar (OX_2), menyebabkan operasi pabrik menjadi inefisiensi, yang menyebabkan besarnya tingkat produksi tidak ekonomis lagi. Dalam kasus ini, pada kurva LAC seperti ini terjadi jika fungsi produksi pabrik/perusahaan memiliki karakter skala hasil yang meningkat (IRS).



Gambar 7.8. Kemiringan Kurva LAC

7.11 Studi Kasus Dimana Fungsi Produksi Skala Hasil Konstan (CRS))

Pabrik/perusahaan dengan fungsi produksi skala hasil konstan (CRS) memiliki *kurva LAC* garis lurus sejajar sumbu horizontal karena *kurva SAC* sama dan sebangun. Ini karena *kurva SMC* sejajar dan sebangun, sebagaimana yang ditunjukkan pada gbr 10.9.



Gambar 7.9. Contoh Kurva LAC Skala Hasil Konstan (CRS)

DAFTAR PUSTAKA

- Billas, Richard A., 1985, *Microeconomic Theory* (2nd ed). Singapore: McGraw-Hill.
- Ching, Alpha C., 1984, *Fundamental Methods of Mathematical Economics*, (3rd ed). Manila: McGraw-Hill.
- Ferguson, C.E and J.P Gould, 1975, *Microeconomic Theory*, (4th ed). Kuala Lumpur. Irwin.
- Nicholson, Walter, 1983, *Intermediate Microeconomics and Its Application*, (3rd ed). New York, N.Y. The Dryden Press.
- Pindyck, Robert S, And Daniel L, Rubinfeld, *Microeconomics*, (5th ed). New Jersey: Prentice-Hall, 2001.
- Resurreccions, Celedonio.,1975, *Basic Economic Concepts in Philippine Context*, Quezon City: Phoenix Publishing House.
- Sukirno, Sadono. 2019, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*, Edisi Ketiga, Depok, PT. Raja wali
- Salvatore, Dominick, 1992, *Theory and Problems Of Microeconomics Theory*, (3rd ed)
- Samuelson, Paul A. & William D. Nordhaus, 1992, *Economics*, (12rd ed), Mc.Graw Hill, International Book Company., Inc.

BAB 8

PASAR PERSAINGAN SEMPURNA

Oleh Tri Widayati

8.1 Pendahuluan

Pasar persaingan sempurna adalah salah satu bentuk struktur pasar yang ideal di mana tidak ada satu pun pelaku pasar, baik produsen maupun konsumen, yang memiliki kekuatan untuk memengaruhi harga. Pasar ini sering dianggap sebagai acuan untuk memahami efisiensi pasar dalam teori ekonomi. Dalam makalah ini, kita akan membahas karakteristik, mekanisme, kelebihan, kekurangan, serta implikasi pasar persaingan sempurna secara lebih rinci. Menurut Samuelson dan Nordhaus pasar persaingan sempurna terjadi ketika "banyak perusahaan kecil menjual produk identik, dan tidak ada satu pun perusahaan yang dapat memengaruhi harga pasar secara signifikan." (Samuelson, 2019)

8.2 Karakteristik Pasar Persaingan Sempurna (Samuelson, 2019)

1. Banyak Penjual dan Pembeli

Terdapat banyak penjual dan pembeli di pasar ini, sehingga kontribusi masing-masing pihak terhadap total kuantitas pasar sangat kecil. Dengan demikian, tidak ada satu pihak pun yang dapat memengaruhi harga pasar secara signifikan.

2. Produk Homogen

Barang yang diperdagangkan bersifat identik, baik dari segi kualitas, fitur, maupun bentuknya. Konsumen tidak memiliki preferensi terhadap produsen tertentu karena produk yang ditawarkan sepenuhnya seragam. (Case, 2012)

3. Informasi Sempurna

Seluruh pelaku pasar memiliki akses ke informasi yang sama mengenai harga, kualitas produk, dan ketersediaan barang di pasar. Transparansi ini memastikan bahwa tidak ada pihak yang

memperoleh keuntungan melalui informasi asimetris. (Nicholson, 2010)

4. Mobilitas Faktor Produksi

Faktor produksi seperti tenaga kerja dan modal dapat bergerak bebas masuk atau keluar dari pasar tanpa hambatan. Hal ini memungkinkan produsen untuk menyesuaikan diri terhadap perubahan kondisi pasar. (Lypsey, 2011)

5. Harga sebagai Penerima (*Price Taker*)

Produsen dan konsumen di pasar ini bertindak sebagai price taker, menerima harga yang ditentukan oleh mekanisme pasar. Mereka tidak memiliki kemampuan untuk memengaruhi harga pasar.

8.3 Mekanisme Pasar dalam Persaingan Sempurna

Harga dalam pasar persaingan sempurna ditentukan melalui interaksi antara permintaan dan penawaran. Berikut adalah ilustrasi grafis dan penjelasan rinci:

Kurva Permintaan dan Penawaran Pasar

1. Kurva permintaan pasar menunjukkan jumlah barang yang diminta pada berbagai tingkat harga.
2. Kurva penawaran pasar menunjukkan jumlah barang yang ditawarkan pada berbagai tingkat harga.
3. Perpotongan antara kedua kurva ini mencerminkan harga keseimbangan (ϵ) dan kuantitas keseimbangan (Q).

Kelebihan Pasar Persaingan Sempurna

1. Efisiensi Alokatif

Sumber daya dialokasikan sesuai kebutuhan masyarakat secara optimal, di mana harga mencerminkan biaya marginal.

2. Efisiensi Produktif

Produk dihasilkan dengan biaya serendah mungkin, meminimalkan pemborosan sumber daya.

3. Keadilan Informasi

Tidak ada pelaku pasar yang diuntungkan secara tidak adil karena semua memiliki akses yang sama terhadap informasi.

Kekurangan Pasar Persaingan Sempurna

1. Sulit Diterapkan Secara Realistis

Hampir tidak ada pasar nyata yang sepenuhnya memenuhi kriteria pasar persaingan sempurna.

2. Minimnya Inovasi

Homogenitas produk membuat produsen kurang terdorong untuk berinovasi.

3. Tidak Mengatasi Eksternalitas

Pasar ini tidak memperhitungkan efek eksternal seperti dampak lingkungan atau manfaat sosial.

4. Tidak Menjamin Keadilan Distribusi

Meskipun efisien, pasar ini tidak memberikan jaminan atas distribusi pendapatan yang adil.

Studi Kasus: Pasar Hasil Pertanian

Pasar hasil pertanian, seperti beras atau gandum, sering dianggap mendekati pasar persaingan sempurna. Petani kecil tidak memiliki kekuatan untuk menetapkan harga, yang ditentukan berdasarkan interaksi global antara permintaan dan penawaran. Namun, adanya subsidi, regulasi pemerintah, dan fluktuasi musiman dapat memengaruhi idealisasi pasar ini.

8.4 Kurva Permintaan dalam Pasar Persaingan Sempurna

1. Pasar Secara Keseluruhan:

Kurva permintaan pasar berbentuk **menurun** (karena hukum permintaan).

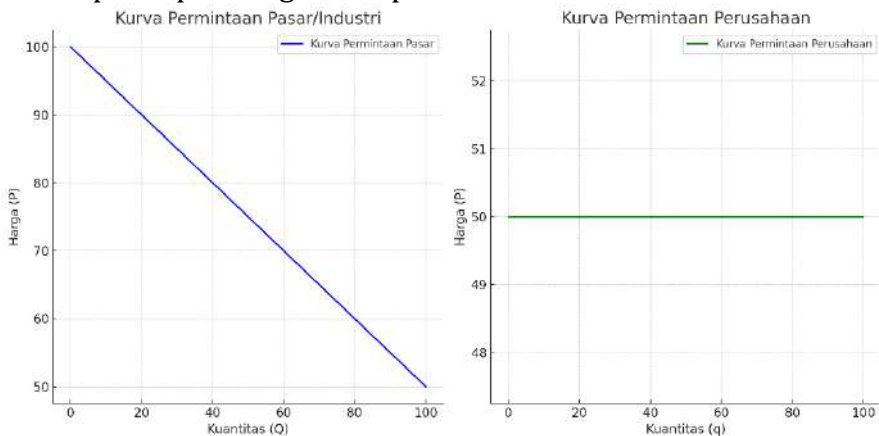
2. Perusahaan Individu:

- a. Kurva permintaan **horizontal** pada tingkat harga pasar PPP.
- b. Pendapatan marginal (MR) dan pendapatan rata-rata (AR) juga sama dengan harga pasar PPP.

Kurva permintaan perusahaan dalam pasar persaingan sempurna adalah garis horizontal pada tingkat harga pasar.

Hal ini terjadi karena perusahaan adalah price taker, dan mereka tidak memiliki kemampuan untuk memengaruhi harga pasar.

Berikut adalah grafik yang menunjukkan bentuk kurva permintaan pada tingkat **industri** dan **perusahaan individu** dalam pasar persaingan sempurna:



1. Kurva Permintaan Pasar/Industri (kiri):

- Berbentuk **menurun dari kiri atas ke kanan bawah**.
- Menunjukkan bahwa semakin tinggi harga, semakin rendah kuantitas yang diminta oleh pasar.

2. Kurva Permintaan Perusahaan (kanan):

- Dalam pasar persaingan sempurna, kurva permintaan bagi perusahaan individu berbentuk horizontal (elastis sempurna).
- Ini mencerminkan bahwa perusahaan harus menerima harga pasar tanpa dapat menaikkan atau menurunkan harga.

8.5 Keseimbangan Jangka Pendek

Pada pasar persaingan sempurna, kurva keseimbangan jangka pendek menggambarkan hubungan antara harga pasar

dan jumlah barang yang ditawarkan oleh produsen di pasar. Berikut adalah penjelasannya:

1. Karakteristik Utama Pasar Persaingan Sempurna:

- a. Banyak penjual dan pembeli, sehingga tidak ada satu pihak pun yang dapat mengontrol harga.
- b. Produk yang dijual adalah **homogen** (tidak ada diferensiasi produk).
- c. Informasi sempurna, semua pelaku pasar mengetahui harga dan kualitas barang.
- d. Produsen bertindak sebagai **price taker**, yaitu menerima harga pasar yang sudah ditentukan oleh mekanisme pasar.

2. Kurva Keseimbangan Jangka Pendek untuk Perusahaan Individu:

- a. **Kurva permintaan perusahaan** adalah **horizontal** pada tingkat harga pasar (elastis sempurna). Artinya, perusahaan dapat menjual sebanyak mungkin pada harga tersebut.
- b. Dalam jangka pendek, perusahaan menghadapi biaya tetap dan biaya variabel:
 - 1) **Biaya tetap** tidak berubah meskipun output berubah.
 - 2) **Biaya variabel** meningkat seiring dengan produksi.

Kondisi Keseimbangan Perusahaan:

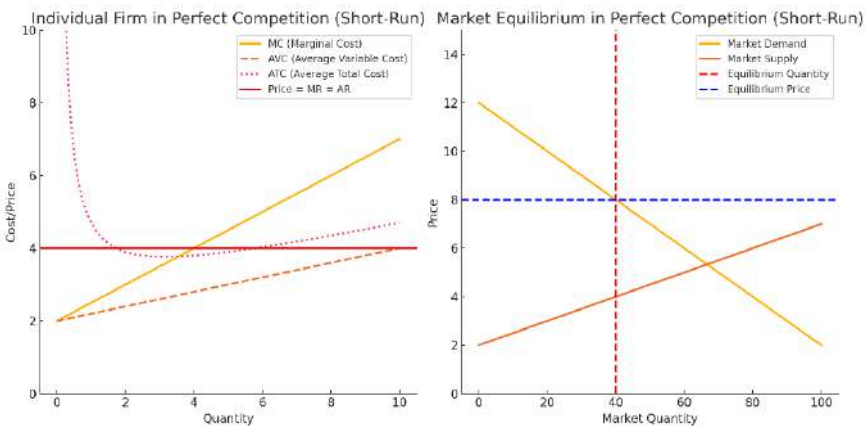
- a. Perusahaan memproduksi pada **kuantitas di mana $MR = MC$** (*Marginal Revenue = Marginal Cost*).
- b. Karena dalam pasar persaingan sempurna, **$MR = P$** (Marginal Revenue sama dengan harga), maka: $P = MR = MC$
- c. **Kurva penawaran perusahaan jangka pendek** adalah bagian dari kurva **MC** (*Marginal Cost*) yang berada di atas **AVC** (*Average Variable Cost*). Jika harga turun di bawah **AVC** , perusahaan akan berhenti memproduksi karena tidak mampu menutup biaya variabel.

3. Keseimbangan Pasar Jangka Pendek:

- Keseimbangan pasar terjadi ketika jumlah barang yang diminta (D) sama dengan jumlah barang yang ditawarkan (S) di pasar.
- Kurva penawaran pasar adalah penjumlahan horizontal dari semua kurva penawaran individu (bagian MC di atas AVC).
- Harga keseimbangan ditentukan oleh perpotongan antara kurva permintaan pasar (**market demand**) dan kurva penawaran pasar (**market supply**).

4. Dampak Jangka Pendek:

- Jika harga pasar cukup tinggi, perusahaan menghasilkan laba ekonomi positif.
- Jika harga pasar turun tetapi masih di atas AVC, perusahaan mengalami kerugian tetapi tetap berproduksi karena bisa menutupi sebagian biaya tetap.
- Jika harga pasar turun di bawah AVC, perusahaan akan menghentikan produksinya.



Pada diagram untuk perusahaan:

- Kurva MC:** Kurva biaya marjinal yang berbentuk U.
- Kurva ATC dan AVC:** Kurva biaya rata-rata total dan rata-rata variabel yang juga berbentuk U.
- Harga Pasar (P):** Garis horizontal (permintaan elastis sempurna).

4. **Keseimbangan Jangka Pendek:** Terletak di titik di mana $P = MC = MCP = MC$.

Pada diagram untuk pasar:

1. **Kurva Permintaan Pasar (D):** Menurun dari kiri atas ke kanan bawah.
2. **Kurva Penawaran Pasar (S):** Naik dari kiri bawah ke kanan atas.
3. **Harga Keseimbangan:** Ditemukan di perpotongan D dan S.

Berikut adalah dua grafik untuk pasar persaingan sempurna dalam jangka pendek:

1. **Grafik Perusahaan Individu:**

- a. **MC (Marginal Cost):** Kurva biaya marjinal (bagian penawaran perusahaan).
- b. **AVC (Average Variable Cost) dan ATC (Average Total Cost)** menunjukkan rata-rata biaya variabel dan total.
- c. Garis horizontal adalah harga pasar (PPP), yang merupakan permintaan elastis sempurna untuk perusahaan.

2. **Grafik Pasar:**

- a. Kurva permintaan pasar menurun dari kiri ke kanan.
- b. Kurva penawaran pasar naik dari kiri bawah ke kanan atas.
- c. Titik perpotongan antara kurva permintaan dan penawaran menunjukkan **harga keseimbangan** dan **kuantitas keseimbangan** di pasar.

8.6 Keseimbangan Jangka Panjang

Keseimbangan **jangka panjang** dalam pasar persaingan sempurna berbeda dari jangka pendek, karena perusahaan memiliki waktu untuk menyesuaikan kapasitasnya, dan perusahaan baru dapat masuk atau keluar dari pasar. Berikut adalah penjelasannya:

1. **Karakteristik Keseimbangan Jangka Panjang:**

- a. Tidak ada **laba ekonomi** (*economic profit*) yang tersisa.

- 1) Laba ekonomi menarik perusahaan baru masuk ke pasar.
- 2) Rugi ekonomi mendorong perusahaan keluar dari pasar.

b. **Harga = Biaya Rata-Rata Total Minimum ($P = ATC_{min}$).**

Semua perusahaan hanya menghasilkan laba normal (*zero economic profit*), tetapi tetap bertahan karena menutupi biaya eksplisit dan implisit.

- c. Dalam jangka panjang, kurva penawaran pasar bisa **elastis sempurna** jika ada skala ekonomi konstan.

2. Proses Menuju Keseimbangan Jangka Panjang:

a. **Jika ada laba ekonomi (supernormal profit):**

- 1) Perusahaan baru masuk ke pasar.
- 2) Penawaran pasar meningkat → Harga turun.
- 3) Proses ini berlanjut sampai laba ekonomi menjadi nol.

b. **Jika ada kerugian (loss):**

- 1) Perusahaan keluar dari pasar.
- 2) Penawaran pasar menurun → Harga naik.
- 3) Proses ini berlanjut sampai kerugian hilang.

3. Kurva Penawaran Pasar Jangka Panjang:

- a. **Penawaran pasar elastis sempurna** (horizontal) jika biaya produksi tidak berubah seiring masuk/keluarnya perusahaan.
- b. Penawaran pasar bisa **miring ke atas** jika terjadi peningkatan biaya produksi (industri biaya meningkat).
- c. Penawaran pasar bisa **miring ke bawah** jika terjadi penurunan biaya produksi (industri biaya menurun).

4. Grafik Keseimbangan Jangka Panjang:

Pada grafik keseimbangan jangka panjang:

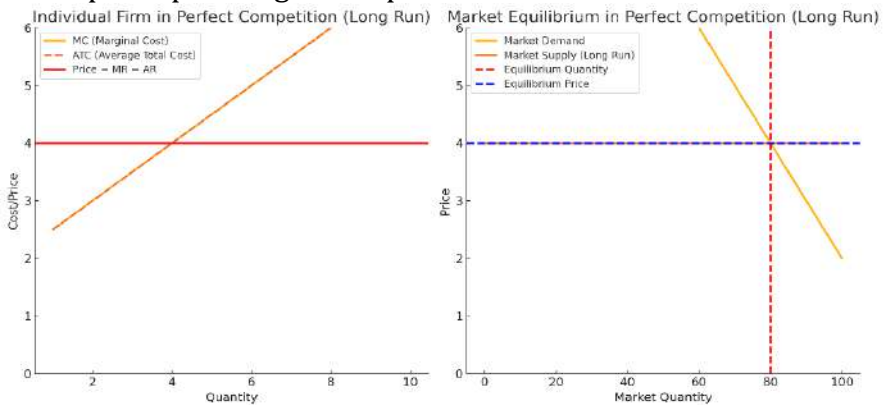
a. **Untuk perusahaan individu:**

- 1) Harga PPP sama dengan biaya marginal $MCMC$ dan juga biaya rata-rata total minimum ATC_{min} .
- 2) Perusahaan memproduksi di titik minimum kurva ATC .

b. Untuk pasar:

- 1) Harga keseimbangan adalah hasil perpotongan antara kurva permintaan pasar dan penawaran pasar.
- 2) Tidak ada laba ekonomi di pasar.

Berikut adalah grafik keseimbangan jangka panjang untuk pasar persaingan sempurna:



1. Grafik Perusahaan Individu:

- a. Kurva **MC** (Marginal Cost) dan **ATC** (Average Total Cost) berimpit pada tingkat minimum ATC.
- b. Harga pasar (PPP) sama dengan $MC = ATC_{\min} = ATC_{\min}$, sehingga perusahaan menghasilkan **laba normal** (zero economic profit).
- c. Produksi berada pada tingkat efisiensi maksimum.

2. Grafik Pasar:

- a. Kurva **penawaran pasar** dalam jangka panjang bersifat elastis sempurna (horizontal) karena tidak ada laba ekonomi untuk perusahaan baru.
- b. Harga keseimbangan ($P = 4$) dan kuantitas pasar ($Q = 80$) ditentukan oleh
- c. Perpotongan kurva permintaan dan penawaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Case, K. F. R. O. S., 2012. *Principles of Economics*. s.l.:Pearson Education.
- Lypsey, R. & K., 2011. *Economics*. s.l.:Oxford University Press.
- Nicholson, W., 2010. *Microeconomic Theory : Basic Principles and Extensions*. s.l.:Cengage Learning.
- Samuelson, P. N. W., 2019. *Economics*. 20th Edition ed. s.l.:McGraw Hill Education.

BAB 9

PASAR OLIGOPOLI DAN PASAR MONOPOLISTIK

Oleh Tri Wahyu Rejekiingsih

9.1 Pendahuluan

Sangat penting untuk menyesuaikan strategi bisnis dengan lingkungan persaingan spesifik yang dihadapi oleh suatu perusahaan. Apakah suatu perusahaan memiliki banyak pesaing, hanya beberapa lawan strategis, atau apakah satu-satunya perusahaan yang menjual barang? Apakah perusahaan mengharapkan pesaing baru memasuki industri dan mencoba mencuri pangsa pasar? Apakah produk yang dihasilkan persis sama dengan produk pesaing? Atau apakah perusahaan menawarkan barang yang berbeda, layanan yang lebih baik, atau produk berkualitas lebih tinggi? Secara bersamaan, faktor-faktor ini menggambarkan struktur pasar dan menentukan tingkat dan jenis persaingan yang akan dihadapi perusahaan.

Struktur pasar penting, karena membentuk kekuatan pasar (*market power*) perusahaan atau industri, yaitu kemampuan untuk menaikkan harga tanpa kehilangan banyak penjualan ke bisnis pesaing. Semakin besar kekuatan pasar yang dimiliki, semakin tinggi harga yang dapat ditetapkan (Samuelson & Nordhaus, 2010; Stevenson & Wolfers, 2020).

Ukuran kekuatan pasar yang paling umum adalah rasio konsentrasi untuk suatu industri. Banyak ekonom percaya bahwa rasio konsentrasi tradisional tidak cukup mengukur kekuatan pasar. Alternatifnya adalah menggunakan Indeks Herfindahl-Hirschman (*Herfindahl-Hirschman Index* = HHI), akan lebih mampu menangkap peran dari perusahaan yang dominan.

Telah dipelajari struktur pasar persaingan sempurna dan monopoli, keduanya dianggap sebagai bentuk pasar yang bersifat ekstrim. Secara realita akan ditemui bahwa kasus ekstrim seperti itu

jarang terjadi bahkan sukar ditemui. Apa yang dikenal monopoli, tapi ditemukan ada perilaku persaingan walaupun sedikit. Begitu pula dengan yang dikonsepsikan persaingan sempurna, namun diketahui mengandung perilaku monopolis. Sebagian besar industri berada di antara dua ekstrem ini dan dihuni oleh sejumlah kecil perusahaan yang bersaing satu sama lain. Inilah yang disebut dengan struktur pasar persaingan tidak sempurna.

Untuk menganalisis faktor penentu konsentrasi di pasar persaingan tidak sempurna, menurut para ekonom ada tiga faktor utama (Samuelson & Nordhaus, 2010), yaitu:

1. Biaya (*Costs*). Apabila perusahaan mampu mempertahankan efisiensi dalam produksi output dengan biaya yang minimum, maka industri dapat bertahan secara menguntungkan dan oligopoli kemungkinan akan terjadi.
2. Hambatan terhadap persaingan (*Barriers to competition*). Ketika terdapat skala ekonomi besar atau ada pembatasan dari pemerintah untuk masuk, hal ini akan membatasi jumlah pesaing dalam suatu industri.
3. Interaksi strategis (*Strategic interaction*). Ketika hanya sedikit perusahaan yang beroperasi di suatu pasar, maka akan disadari bahwa ada saling ketergantungan diantara perusahaan. Interaksi strategis adalah istilah yang menggambarkan bagaimana strategi bisnis masing-masing perusahaan bergantung pada perilaku bisnis pesaingnya.

Konsentrasi dan interaksi strategis merupakan fitur oligopoli yang telah mengilhami unsur-unsur teori permainan. Teori permainan sebagai alat penting untuk memahami bagaimana orang dan bisnis berinteraksi dalam situasi strategis. Teori Permainan akan menganalisis perilaku oligopoli sebagai serangkaian langkah strategis dan langkah balasan reaktif yang kompleks di antara perusahaan pesaing. Dalam teori permainan, perusahaan diasumsikan mengantisipasi reaksi pesaing.

Apa saja ciri-ciri utama dari jenis pesaing tidak sempurna yang bersifat menengah ini? Bagaimana menetapkan harga dan hasil produksi? Untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan ini, akan dicermati apa yang terjadi dalam duopoli, oligopoli, dan persaingan

monopolistik. Apabila dilihat seluruh spektrum bentuk pasar, maka yang paling mendekati sifat monopoli adalah duopoli dan oligopoli, dan yang paling mendekati dengan sifat persaingan sempurna adalah persaingan monopolistik.

Untuk menjelaskan perilaku pesaing yang tidak sempurna, para ekonom telah mengembangkan bidang yang disebut organisasi industri (*industrial organization*). Fokus pada tiga kasus terpenting dari persaingan tidak sempurna, yaitu: duopoli, oligopoli, dan persaingan monopolistik.

9.2 Pasar Duopoli (*Duopoly Market*)

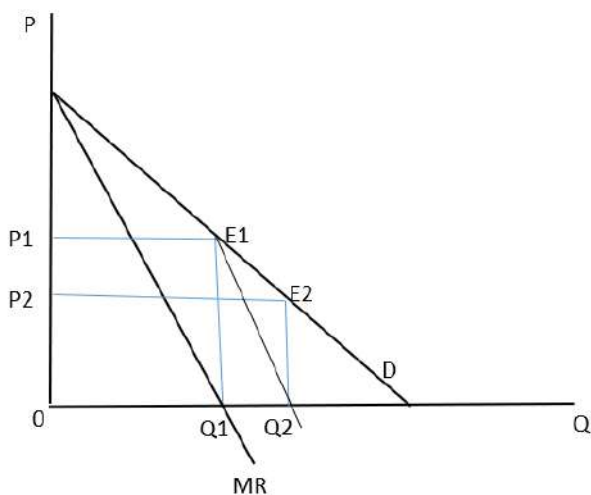
Duopoli sebagai contoh kasus khusus dari oligopoli, dengan hanya ada dua penjual di pasar. Artinya bahwa perusahaan duopolis yang menguasai permintaan pasar, dan ada hubungan yang interdependensi diantara kedua perusahaan tersebut.

Asumsi dalam duopoli bahwa pola reaksi perusahaan pesaing sudah tertentu. Sehingga masing-masing duopolis akan saling beranggapan bahwa produksi dari perusahaan pesaing tidak akan berubah. Meskipun reaksi berbeda dari pola tersebut, duopolis tidak mengubah asumsinya, sehingga duopolis biasa dikatakan naif karena tidak mau belajar dari pengalaman. Meskipun demikian, duopolis selalu memilih kuantitas yang akan memaksimalkan laba.

Model Cournot adalah model industri dengan dua perusahaan (*duopoly*) di mana keputusan penyesuaian output mengarah ke tingkat output akhir antara output yang akan berlaku jika pasar diatur secara kompetitif dan output yang akan ditetapkan oleh monopoli (Case, Fair & Oster, 2020).

Duopolis model Cournot telah diperkenalkan oleh ekonom Perancis yang bernama Augustin Cournot yang mendasarkan pada asumsi:

1. Jumlah perusahaan dalam industri (*duopoly*) ada dua perusahaan.
2. Satu perusahaan akan menerima output tertentu dari perusahaan lainnya.
3. Kedua perusahaan dalam industri dapat memaksimalkan keuntungan.



Gambar 9.1. Penentuan Produksi di Pasar Duopoli
Sumber: Case, Fair & Oster, 2020.

Contoh kasus dua perusahaan yang masing-masing mengusahakan sumber mata air panas tanpa biaya. Pasar yang dihadapi duopolis berbentuk garis lurus seperti pada Gambar 13-1. Masing-masing duopolis saling menganggap bahwa respon atas produksi pesaingnya tidak akan berubah. Dari titik tolak ini yang digunakan duopolis untuk menentukan kuantitas yang akan memaksimalkan keuntungan.

Penjelasan dari Gambar 9.1 bahwa:

1. Duopolis 1 akan memproduksi sebanyak Q_1 dengan P_1 ketika $MR = 0$, sehingga akan diperoleh total pendapatan yang maksimum. Karena biayanya nol, maka pendapatan maksimum sama dengan keuntungan maksimum. Duopolis 1 menguasai $\frac{1}{2}$ kebutuhan pasar.
2. Duopolis 2 akan memproduksi sebanyak Q_2 dengan beranggapan akan memperoleh keuntungan optimal pada harga P_2 , dan menguasai pasar sebesar $\frac{1}{2} \left(1 - \frac{1}{2} \right) = \frac{1}{4}$ permintaan pasar.

Pada periode berikutnya duopolis 1 akan memproduksi sebanyak $\frac{1}{2}\left(1 - \frac{1}{4}\right) = \frac{3}{8}$ dari permintaan pasar, karena mengetahui bahwa kuantitas produksi duopolis 2 hanya $\frac{1}{4}$. Reaksi duopolis 2 dengan menetapkan kuantitas sebanyak $\frac{1}{2}\left(1 - \frac{3}{8}\right) = \frac{5}{16}$ kebutuhan pasar karena kuantitas produksi duopolis 1 sebanyak $\frac{3}{8}$. Proses seperti ini akan berlangsung terus dengan pola bahwa duopolis yang satu akan memproduksi setengah dari sisa pasar setelah dikurangi produksi dari duopolis pesaingnya.

Model duopolis dari Cournot mengundang banyak kritik, misal asumsi produksi tanpa biaya, duopolis tidak belajar dari pengalaman dengan menganggap pesaingnya tidak mengubah produksinya meskipun kuantitas produksi pesaingnya tetap konstan pada setiap periode. Persaingan dalam kuantitas akan menurunkan harga ke tingkat harga persaingan sempurna. Jumlah perusahaan dianggap tetap, sehingga tidak boleh ada pendatang baru, maka keseimbangan yang terjadi dapat stabil.

Apabila duopolis 1 telah menentukan bahwa jika memotong harga sebesar 10 persen, labanya akan naik selama duopolis 2 tidak menyamai pemotongannya, tetapi labanya akan turun jika duopolis 2 menyamai pemotongan harganya. Jika diantara duopolis tidak dapat berkolusi, duopolis 1 harus membuat tebakan yang matang tentang bagaimana duopolis 2 akan menanggapi pergerakan harganya. Pendekatan terbaiknya adalah memperkirakan bagaimana duopolis 2 akan bereaksi terhadap setiap tindakannya dan kemudian memaksimalkan laba dengan interaksi strategis (*strategic interaction recognized*) yang diakui. Analisis ini merupakan bagian dari bidang teori permainan.

9.3 Pasar Oligopoli (*Oligopoly Market*)

Oligopoli (*oligopoly*) adalah bentuk struktur industri (pasar) yang dicirikan dengan ada beberapa perusahaan yang dominan (Cowen & Tabarrok, 2015). Produk dapat bersifat homogen tapi terdiferensiasi. Perilaku satu perusahaan dalam oligopoli sangat bergantung pada perilaku perusahaan lain.

Manajer bisnis oligopoli terkunci dalam pertempuran strategis untuk mendapatkan pangsa pasar. Ketika satu perusahaan hanya memiliki segelintir pesaing, keputusan pesaing dapat berdampak besar pada laba bersih perusahaan. Berarti ini menjadi sangat penting bagi perusahaan untuk memikirkan bagaimana pesaing akan menanggapi pilihan perusahaan. Pilihan terbaik perusahaan bergantung pada bagaimana pesaing akan menanggapi, begitupun pilihan terbaik bagi pesaing bergantung pada bagaimana perusahaan akan merespon.

Oligopoli memiliki kekuatan pasar, meskipun tidak sebesar perusahaan monopoli. Itu karena ketika satu perusahaan menaikkan harga, maka akan kehilangan beberapa pelanggan, tetapi tidak semua. Perusahaan mungkin akan mempertahankan banyak pelanggan karena para pesaing menanggapi dengan menaikkan harga produknya. Di beberapa area yang bersaing tidak merata untuk mendorong pelanggan perusahaan untuk beralih. Bahkan beberapa pelanggan tetap setia, entah karena sangat menyukai perusahaan, atau hanya karena inersia.

Oligopoli adalah struktur industri yang konsisten dengan berbagai perilaku. Satu-satunya syarat yang diperlukan oleh perusahaan oligopoli adalah kemampuan untuk mengendalikan harga. Oleh karena itu, oligopoli dikatakan sebagai industri yang terkonsentrasi. Tingkat persaingan tidak sempurna di pasar tidak hanya dipengaruhi oleh jumlah dan ukuran perusahaan, tetapi juga oleh perilaku perusahaan. Oleh karena itu, bentuk atau model oligopoli dapat dibedakan menjadi dua yaitu jenis tak bersekutu (*non-collusive*), dan jenis bersekutu (*collusive*).

9.3.1 Oligopoli Tak Bersekutu (*Non-Collusive*)

Jenis oligopoli yang tidak bersekutu diperkenalkan oleh E. Chamberlin (ekonom Amerika Serikat) pada tahun 1933. Menurut Chamberlin bahwa masing-masing perusahaan pada dasarnya memahami adanya hubungan interdependensi diantara perusahaan dengan pesaingnya. Oleh karena itu, keuntungan industri secara optimal (bukan keuntungan perusahaan optimal) dapat dicapai tanpa persekutuan.

Perusahaan-perusahaan dalam oligopoli yang tak bersekutu akan bersaing secara agresif untuk pasar-pasar kecil yang dapat diperebutkan dengan memindahkan modal secara cepat sebagai respons terhadap laba yang diminati. Perusahaan bertindak non kooperatif ketika bertindak sendiri tanpa perjanjian eksplisit atau implisit dengan perusahaan lain. Itulah yang menghasilkan perang harga. Industri oligopoli terdapat sejumlah model alternatif, dan semua menekankan bahwa ada saling ketergantungan diantara perusahaan-perusahaan oligopoli.

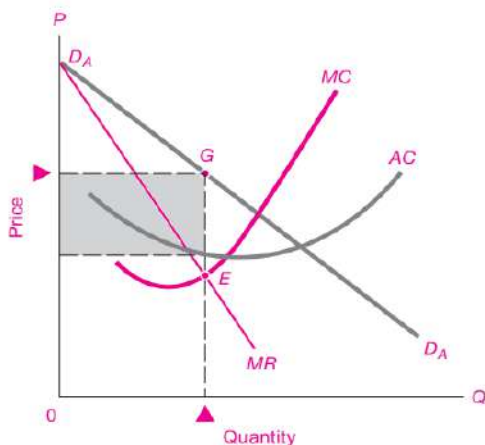
Model kepemimpinan harga (*Price Leadership*) adalah suatu bentuk oligopoli di mana satu perusahaan dominan menetapkan harga (*price leader*) dan semua perusahaan yang lebih kecil dalam industri mengikuti kebijakan penetapan harganya (*price takers*). Seperti dalam model oligopoli yang lain, oligopoli dengan pemimpin harga yang dominan akan menghasilkan tingkat output antara output yang akan berlaku dalam persaingan sempurna dan output yang akan dipilih oleh perusahaan monopoli. Pemimpin harga juga akan menetapkan harga antara harga monopoli dan harga persaingan sempurna. Persaingan dalam industri diyakini dapat membuat perusahaan lebih efisien daripada tidak ada sama sekali.

Pandangan bahwa ada spektrum kekuatan pasar, yang mencerminkan jumlah dan jenis pesaing, dan seberapa berbeda produk. Pandangan ini mengakui bahwa bisnis tidak beroperasi dalam struktur pasar yang statis, melainkan dalam lingkungan kompetitif yang berubah sebagai respons terhadap strategi yang digunakan oleh bisnis yang bersaing. Pandangan ini mengakui bahwa strategi terbaik bergantung pada hal-hal khusus di pasar spesifik yang dihadapi. Oleh karena itu, perusahaan lebih fokus pada "kekuatan mendalam" yang membentuk kekuatan pasar, dan menginformasikan strategi yang dikejar oleh para manajer.

9.3.2 Oligopoli Bersekutu (*Collusive*)

Perusahaan beroperasi dalam mode kooperatif ketika mencoba untuk mengurangi persaingan. Apabila perusahaan dalam oligopoli secara aktif bekerja sama satu sama lain, ini dikatakan ada kolusi (*collusion*). Istilah ini menunjukkan situasi di mana dua atau lebih perusahaan bersama-sama menetapkan harga atau output,

sehingga pasar dibagi ke semua perusahaan yang ada di pasar oligopoli, atau membuat keputusan bisnis yang lain secara bersama-sama.



Gambar 9.2. Oligopoli Kolusi Tampak Sangat Mirip dengan Monopoli

Sumber: Samuelson & Nordhaus, 2010.

Gambar 9-2 mengilustrasikan sebuah industri yang terdiri dari empat perusahaan telah lelah dengan perang harga yang merusak. Kemudian keempat perusahaan itu setuju untuk mengenakan harga yang sama dan berbagi pasar. Empat perusahaan bergabung membentuk oligopoli kolusi (*collusive oligopoly*) yang pada dasarnya menjadi perusahaan monopoli.

Gambar 9-2 Oligopolis A, dengan ada empat perusahaan dengan kurva biaya dan permintaan yang identik. Kurva permintaan oligopolis A yaitu $D_A D_A$, dengan asumsi bahwa tiga perusahaan lainnya selalu mengenakan harga yang sama dengan perusahaan A. Keseimbangan laba maksimum untuk oligopolis yang berkolusi ditunjukkan di titik E, perpotongan kurva MC dan MR perusahaan. Di sini, kurva permintaan yang tepat adalah $D_A D_A$. Harga optimal untuk oligopolis yang berkolusi ditunjukkan pada titik G pada $D_A D_A$, di atas titik E. Harga ini identik dengan harga monopoli, karena

harga di atas biaya marjinal dan menghasilkan laba monopoli yang besar bagi masing-masing oligopolis yang berkolusi.

Ketika oligopolis berkolusi untuk memaksimalkan laba bersama, maka akan menghasilkan output dan harga monopoli dan memperoleh laba monopoli. Kolusi yang berhasil bisa memberikan keuntungan yang sangat besar.

Model oligopoli bersekutu dibedakan menjadi dua yaitu:

1. Kolusi (*collusion*)

Kolusi adalah terjadinya kesepakatan penetapan harga (P) dan kuantitas (Q) secara *eksplisit*.

2. Kolusi diam-diam (*tacit collusion*)

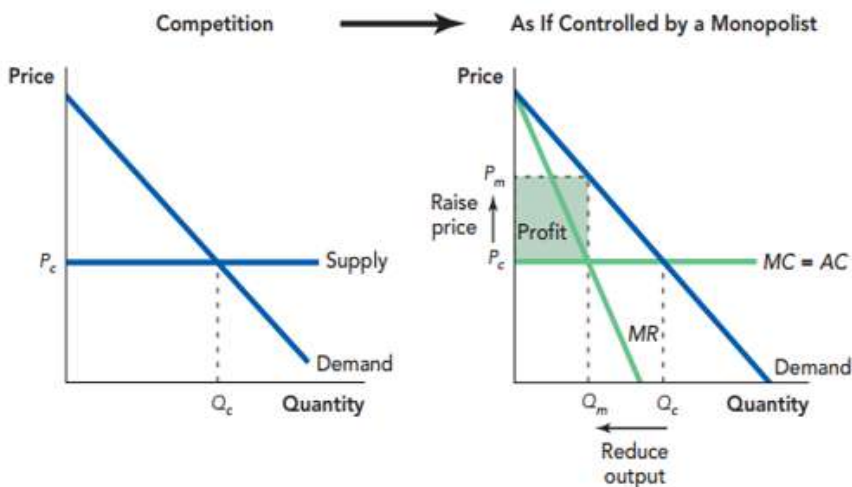
Kolusi yang terjadi jika penentuan harga dan kuantitas dilakukan secara *implisit* (sembunyi-sembunyi atau tanpa ada kesepakatan resmi). Kolusi diam-diam terjadi ketika perjanjian tersebut bersifat implisit.

Meskipun banyak oligopoli yang senang memperoleh laba yang tinggi, pada kenyataannya banyak kendala yang menghalangi kolusi yang efektif (Samuelson & Nordhaus, 2010). Pertama, kolusi adalah tindakan ilegal. Kedua, perusahaan dapat "mencurangi" perjanjian dengan memotong harga kepada pelanggan tertentu, sehingga meningkatkan pangsa pasar. Pemotongan harga secara diam-diam sangat mungkin terjadi di pasar yang harganya dirahasiakan, yang barangnya dibedakan, yang jumlah perusahaannya lebih dari segelintir, atau yang teknologinya berubah dengan cepat. Ketiga, pertumbuhan perdagangan internasional berarti bahwa banyak perusahaan menghadapi persaingan yang ketat dari perusahaan asing maupun dari perusahaan domestik. Memang, pengalaman menunjukkan bahwa menjalankan kartel yang sukses adalah bisnis yang sulit, baik kolusi itu eksplisit maupun diam-diam. Contoh-contoh model oligopoli:

A. Model Kartel (*Cartel Model*)

Sebelum disahkan undang-undang antimonopoli yang efektif, para oligopolis sering kali bergabung atau membentuk suatu trust atau kartel. Kartel (*cartel*) adalah sekelompok perusahaan dengan produk serupa yang berkolusi dalam membuat keputusan harga dan output bersama untuk

memaksimalkan keuntungan bersama (Cowen & Tabarrok, 2015). Bahkan kerja sama dalam kartel dapat untuk menaikkan harga dan membatasi output.



Gambar 9.3. Kecenderungan Kartel
Sumber: Cowen & Tabarrok, 2015.

Panel kiri Gambar 9-3 menunjukkan pasar yang kompetitif dalam industri biaya konstan sehingga kurva penawaran datar. Ingat bahwa dalam pasar yang kompetitif setiap pemasok memperoleh laba ekonomi nol. Panel kanan menunjukkan pasar yang sama (*same market*) tetapi sekarang dijalankan seolah-olah dikendalikan oleh perusahaan monopoli. Laba, ditunjukkan dengan warna hijau, dimaksimalkan.

Kartel bukanlah perusahaan monopoli, tetapi jika semua perusahaan di pasar dapat diyakinkan untuk memangkas pasokan sehingga total pasokan turun dari Q_c ke Q_m , maka setiap perusahaan dapat berbagi laba "monopoli". Dengan demikian, kartel adalah organisasi pemasok yang mencoba memindahkan pasar dari panel kiri Gambar 9-3 ke panel kanan, yaitu, dari "Persaingan" menuju "Seolah-olah Dikendalikan oleh Perusahaan Monopoli."

Sangat sedikit kartel yang dapat mengubah industri dari persaingan untuk menjadi monopoli murni, tetapi Gambar 9-3

menunjukkan kecenderungan dasar kartel untuk mengurangi produksi dan menaikkan harga. Kartel cenderung runtuh dan kehilangan kekuasaan karena tiga alasan (Cowen & Tabarrok, 2015):

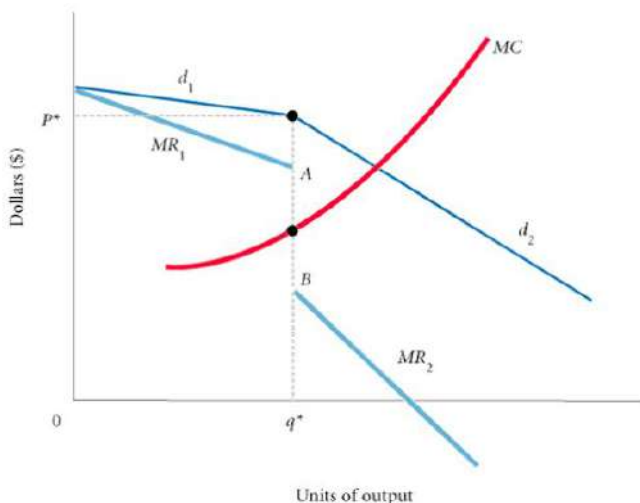
1. Kecurangan oleh anggota kartel
2. Pendatang baru dan respons permintaan
3. Penuntutan dan regulasi pemerintah

Kartel minyak internasional yang dikenal sebagai Organisasi Negara-negara Pengekspor Minyak, atau OPEC. OPEC adalah organisasi internasional yang menetapkan kuota produksi bagi para anggotanya, yang meliputi Arab Saudi, Iran, dan Aljazair. Tujuannya adalah untuk membuat harga minyak yang wajar dan stabil bagi produsen minyak bumi, serta menjamin pasokan minyak bumi yang efisien, ekonomis, dan teratur ke negara-negara konsumen, dan pengembalian modal yang wajar bagi investor di industri tersebut. Para pengkritiknya mengklaim bahwa OPEC sebenarnya adalah perusahaan monopoli yang berkolusi dan berusaha memaksimalkan keuntungan negara-negara produsen.

Industri aspal juga terkenal dengan perilaku seperti kartel (aspal adalah material yang digunakan untuk mengaspal jalan). Ribuan perusahaan memproduksi aspal sehingga akan mungkin untuk berpikir bahwa kartel tidak akan berhasil. Masalahnya adalah aspal mahal untuk diangkut dan harus tetap panas, jadi perusahaan tidak dapat mengirimkan aspal dengan harga yang wajar ke tempat yang jaraknya lebih dari satu jam dari tempat produksinya. Di daerah pedesaan, hal itu akan membatasi jumlah penawar kontrak jalan, dan hanya pada segelintir perusahaan.

B. Model Kurva Permintaan yang Tertekuk (*The Kinked Demand Curve Model*)

Suatu model oligopoli di mana masing-masing perusahaan menghadapi kurva permintaan ada yang "ketekuk" di dalamnya. Ketekukkan tersebut terjadi karena ada asumsi bahwa perusahaan pesaing akan mengikuti jika satu perusahaan memotong harga tetapi tidak akan mengikuti jika satu perusahaan menaikkan harga.



Gambar 9.4. Model Oligopoli Kurva Permintaan yang Bengkok

Sumber: Case, Fair, and Oster, 2020.

Ada banyak kemungkinan untuk kolusi (kerja sama) dengan interaksi yang berulang. Namun, setiap perusahaan menginginkan kekuatan pasar, jadi apa yang dapat dilakukan perusahaan? Salah satu kemungkinan adalah mengubah permainan. Dua strategi yang tampak kompetitif dan prokonsumen tetapi mungkin juga memiliki konsekuensi tersembunyi dan kurang menguntungkan, yaitu: jaminan penyesuaian harga dan program loyalitas (Cowen & Tabarrok, 2015).

Ketika suatu perusahaan menawarkan untuk menyamai harga pesaing mana pun dan memberi konsumen 10% dari selisihnya. Jadi perusahaan memasang harga rendah sementara pesaing memasang harga tinggi, perusahaan akan memperoleh semua penjualan dan laba. Apabila perusahaan dan pesaing memilih harga tinggi ini akan ada pembagian pasar dan masing-masing memperoleh laba yang sama.

Jaminan penyesuaian harga mengubah hasil dan itu mengubah permainan. Dalam permainan yang baru, strategi yang dominan adalah memilih harga tinggi. Jadi, apa pun pilihan yang

dibuat perusahaan, lebih baik bagi pesaing untuk memilih harga tinggi. Sekali lagi, yang membuat ini berhasil adalah ketika perusahaan memilih untuk memasang harga rendah, konsumen akan berbondong-bondong membeli dari pesaing yang meskipun memasang harga tinggi, menawarkan harga yang sama dengan harga perusahaan dan memberikan konsumen 10% dari selisih harga. Permainan ini simetris, jadi dengan alasan memiliki insentif untuk memilih harga tinggi, baik perusahaan maupun pesaing.

Hebatnya, jaminan harga yang sesuai terlihat pro konsumen mengubah strategi keseimbangan dari {Harga Rendah, Harga Rendah} menjadi {Harga Tinggi, Harga Tinggi}. Jaminan harga yang sesuai dan janji untuk membayar 10% dari selisih harga ternyata merupakan strategi cerdas yang mengurangi insentif perusahaan untuk bersaing dengan harga yang lebih rendah.

Selain jaminan harga, bisnis juga dapat mengurangi insentif untuk menurunkan harga dengan menggunakan rencana loyalitas. Rencana loyalitas pelanggan memberikan perlakuan khusus atau harga yang lebih baik kepada pelanggan tetap. Contoh: rencana loyalitas pelanggan pada maskapai penerbangan, supermarket, layanan perbankan, dan yang lain.

Rencana loyalitas akan diperoleh dengan cara mendapatkan poin setiap kali transaksi, perolehan poin ini dapat digunakan untuk mendapatkan bonus atau tiket gratis atau hadiah lain setelah mengumpulkan cukup poin. Jadi, apa yang tidak disukai? Pelanggan setia dari masing-masing perusahaan, menjadi sedikit terikat, sehingga perusahaan tidak perlu bersaing satu sama lain. Perusahaan menyadari bahwa jika menaikkan harga sedikit, pelanggannya akan tetap setia, dan jika menurunkan harga sedikit, pelanggan pesaing juga akan tetap setia. Jadi, perusahaan memiliki lebih banyak insentif untuk menaikkan harga dan lebih sedikit insentif untuk menurunkan harga. Loyalitas meningkatkan kekuatan monopoli, sehingga setiap perusahaan akan menghadapi kurva permintaan yang lebih tidak elastis, akan menaikkan harga.

C. Model Permainan yang Berulang (*Repeated Games Model*)

Meskipun demikian, perusahaan sering kali tergoda untuk terlibat dalam kolusi diam-diam, yang terjadi ketika perusahaan menahan diri dari persaingan tanpa perjanjian yang eksplisit. Ketika perusahaan secara diam-diam berkolusi, perusahaan sering kali mengutip harga tinggi yang identik, yang mendorong keuntungan dan mengurangi risiko berbisnis. Ini yang dikenal dengan strategi balas dendam (*tit-for-tat strategy*) yaitu strategi dimana perusahaan akan memberi tahu pesaing bahwa perusahaan akan mengikuti jejak pesaing (Cowen & Tabarrok, 2015).

Di banyak negara, masih ada beberapa firma yang dapat mengajukan penawaran secara realistis untuk sebuah kontrak. Selain itu setiap firma memahami bahwa jika firma mengajukan penawaran secara agresif pada setiap kontrak, maka tidak akan ada yang mendapat banyak keuntungan. Dalam situasi ini, strategi sering kali berkembang yang dapat menduplikasi hasil kolusi bahkan tanpa kesepakatan yang eksplisit. Jika Firma A mengajukan penawaran rendah hari ini, maka Firma B akan mengajukan penawaran rendah pada kontrak berikutnya. Tetapi jika Firma A bekerja sama dengan mengajukan penawaran tinggi hari ini, maka Firma B dapat bekerja sama dengan mengajukan penawaran tinggi besok. Strategi ini, yaitu yang dilakukan mitra firma pada periode terakhir, disebut "balas dendam" dan dapat sangat efektif dalam mengembangkan kolusi diam-diam (*Tacit collusion*), kolusi tanpa kesepakatan atau komunikasi yang eksplisit.

Contoh kasus: dalam beberapa tahun terakhir, penjual musik daring dan berlian telah diselidiki karena pengaturan harga, sementara universitas swasta, pedagang seni, maskapai penerbangan, dan industri telepon telah dituduh melakukan perilaku kolusi.

9.4 Pasar Persaingan Monopolistik (*Monopolistic Competition Market*)

Gejala yang teridentifikasi munculnya persaingan monopolistik adalah:

1. Bahwa asumsi produk homogen adalah tidak nyata.
2. Adanya promosi penjualan yang dilakukan oleh perusahaan.

Kedua gejala ekonomi tersebut tidak dapat dijelaskan oleh model pasar persaingan sempurna maupun pasar monopoli. Penjelasan atas gejala-gejala ekonomi tersebut dengan Model Chamberlin yang disebut sebagai Pasar Persaingan Monopolistik.

Tokoh yang berkontribusi dalam menjelaskan persaingan monopolistik, yaitu:

1. E. Chamberlin (Ekonom Amerika), 1933.
Persaingan Monopolistik (*Theory of Monopolistic Competition*).
2. J. Robinson (Ekonom Inggris), 1933.
Persaingan Tidak Sempurna (*The Economics of Imperfect Competition*).

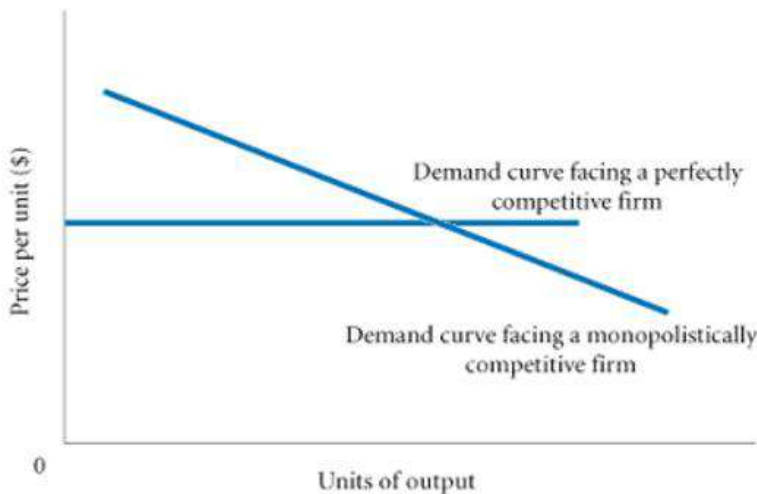
Persaingan monopolistik (*monopolistic competition*) hampir menyerupai persaingan sempurna dalam tiga hal, yaitu: terdapat banyak pembeli dan penjual, masuk dan keluar pasar mudah, dan perusahaan menerima harga perusahaan lain sebagaimana adanya. Perbedaananya, jika dalam persaingan sempurna produk homogen, sedangkan di persaingan monopolistik sebenarnya produk identik tapi diperbedakan (Samuelson & Nordhaus, 2010). Contoh produk persaingan monopolistik, yaitu industri: sereal sarapan, sampo, makanan beku, majalah, koran, komputer, dan yang lain.

Ciri Pasar Persaingan Monopolistik (PPM) adalah:

1. Jumlah penjual dan pembeli banyak.
2. Ada kebebasan perusahaan untuk keluar dan masuk pasar
3. Produk yang diproduksi sebenarnya homogen tetapi sengaja “diperbedakan” (*differentiated*), melalui bermacam program iklan atau promosi penjualan.

Konsep *differentiated* adalah upaya membedakan produk suatu perusahaan dengan produk dari perusahaan pesaing dalam pasar. Tujuannya adalah membuat produk suatu perusahaan dinilai berbeda (unik) dari produk perusahaan pesaing di mata konsumen. Oleh karena itu diferensiasi atas produk dapat mengurangi tingkat elastisitas permintaan yang dihadapi perusahaan monopolistik.

Hal yang perlu dipahami adalah bahwa setiap penjual memiliki kebebasan untuk menaikkan atau menurunkan harga karena diferensiasi produk (berbeda dengan persaingan sempurna, di mana penjual adalah penerima harga). Diferensiasi produk menyebabkan kurva permintaan setiap penjual menurun.



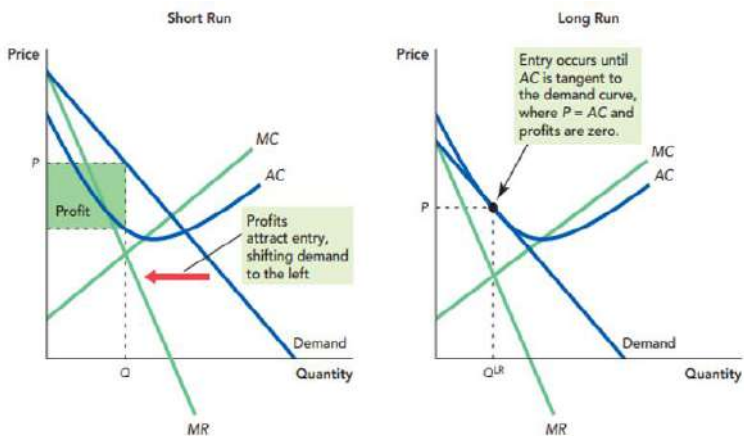
Gambar 9.5. Kurva Permintaan Perusahaan Monopolistik
Sumber: Case, Fair, and Oster, 2020

Dari Gambar 9-5 dapat dinyatakan bahwa kurva permintaan yang dihadapi oleh perusahaan pada persaingan monopolistik cenderung kurang elastis dibandingkan kurva permintaan perusahaan persaingan sempurna, tetapi kurva permintaan tersebut cenderung lebih elastis dibandingkan kurva permintaan perusahaan monopoli.

Persaingan monopolistik mengambil model standar monopoli tetapi dengan memungkinkan masuknya perusahaan bisnis yang

bersaing secara bebas. Dalam jangka pendek, perusahaan monopolistik akan bertindak sebagai monopoli yang menggunakan kekuatan pasarnya untuk menghasilkan laba, kemudian laba ini akan menarik lebih banyak pendatang masuk ke pasar.

Seiring dengan semakin banyak perusahaan pendatang masuk ke pasar, maka kurva permintaan perusahaan persaingan monopolistik akan bergeser ke kiri bawah, karena beberapa pelanggan sebelumnya mulai mengunjungi perusahaan pendatang.



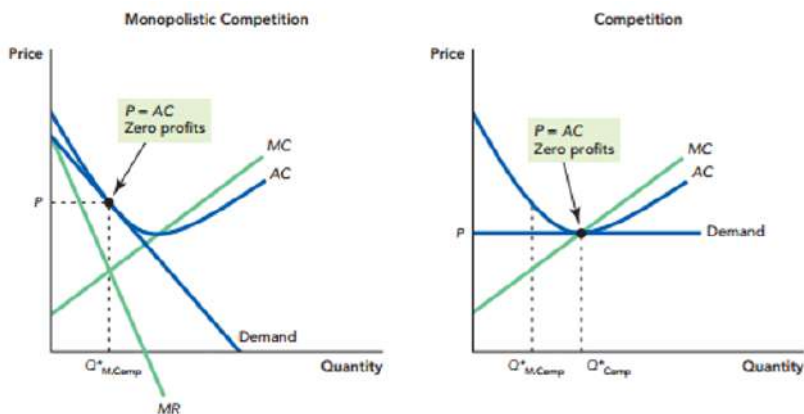
Gambar 9.6. Pasar Persaingan Monopolistik
Sumber: Cowen & Tabarrok, 2015.

Dalam Jangka pendek, seperti diketahui bahwa monopoli memaksimalkan laba dengan memproduksi kuantitas sedemikian rupa sehingga $MR = MC$. Laba diberikan oleh $(P - AC) \times Q$ dan ditunjukkan oleh persegi panjang hijau. Semua ini sama persis dengan monopoli, perbedaannya akan muncul dalam jangka panjang. Tidak ada hambatan masuk, sehingga laba monopoli akan menarik perusahaan di luar pasar untuk masuk ke pasar.

Dalam jangka panjang, masuknya perusahaan pendatang ini akan mengurangi permintaan perusahaan monopolistik yang sudah ada di pasar sebelumnya. Perusahaan akan terus memperoleh laba selama harga lebih besar dari biaya rata-rata, $P > AC$, tetapi itu berarti masuknya pelaku usaha baru terjadi selama $P > AC$. Hasil

akhirnya adalah kurva permintaan didorong ke kiri dan ke bawah hingga bersinggungan dengan (tepat menyentuh) kurva biaya rata-rata (AC). Pada titik $P = AC$, maka setiap perusahaan dalam industri monopolistik memperoleh laba ekonomi nol.

Meskipun produsen dalam persaingan monopolistik tidak memperoleh laba di atas normal, tapi tetap dapat menetapkan harga produk di atas biaya marjinal, $P > MC$, seperti yang dapat dilihat di panel kanan Gambar 9-6. Ketika $P > MC$, output tidak berada pada tingkat yang efisien. Ingatlah bahwa harga P mengukur nilai bagi konsumen dari satu produk tambahan, dan kurva MC pada Q^{LR} memberi tahu biaya untuk memproduksi satu produk tambahan. Jadi, ketika $P > MC$, nilai produk tambahan melebihi biaya produk tambahan dan surplus sosial akan lebih tinggi jika perusahaan memproduksi lebih banyak. Produksi dalam persaingan monopolistik, seperti halnya monopoli, tidak sepenuhnya efisien.



Gambar 9.7. Pasar Persaingan Monopolistik dan Persaingan Sempurna

Sumber: Cowen & Tabarrok, 2015.

Perusahaan persaingan monopolistik dapat mengenakan harga $P > MC$ karena konsumen menganggap produk berbeda dari produk perusahaan pesaing. Diferensiasi atas produk mendorong perusahaan menghasilkan produk dengan memiliki spesifikasi tertentu, sehingga tidak ada produk pengganti yang sempurna. Oleh karena itu, perusahaan dapat memberi harga produknya di atas biaya marjinal dan tidak kehilangan pelanggan. Diferensiasi produk juga berarti bahwa di bawah persaingan monopolistik, sebuah perusahaan tidak berproduksi pada titik minimum kurva AC-nya. Gambar 9-7 membandingkan output jangka panjang di bawah persaingan monopolistik (di sebelah kiri) dengan yang di bawah persaingan sempurna (di sebelah kanan).

Model Chamberlin:

Ada dua model yang diajukan Chamberlin, berdasarkan jumlah perusahaan, yaitu:

1. Model “kelompok kecil” ---> sama prinsipnya dengan “duopoli”
2. Model “kelompok besar”.

Chamberlin memperkenalkan adanya biaya penjualan yang mutlak diperlukan agar supaya barangnya dapat diperbedakan. Sehingga biaya penjualan menjadi variabel baru dalam kebijaksanaan harga. Bentuk biaya penjualan sama dengan biaya produksi seperti huruf U.

Meskipun konsumen memiliki preferensi terhadap suatu merek tertentu, Chamberlin beranggapan bahwa:

1. Preferensi seluruh konsumen didistribusikan secara merata ke seluruh merek yang dijual, sehingga setiap perusahaan dapat dianggap mempunyai struktur permintaan yang sama.
2. Setiap perusahaan dalam “kelompok produk” tertentu akan mempunyai struktur biaya yang sama.

Struktur permintaan baru dapat dirumuskan jika dikaitkan dengan strategi promosi penjualan tertentu. Apabila strategi ini berubah maka seluruh struktur permintaan akan berubah. Oleh karena itu kurva permintaan akan bergeser, apabila: (1) strategi penjualan perusahaan berubah, (2) perusahaan saingan mengubah

harga, kuantitas dan promosi penjualan, (3) pendapatan atau selera konsumen berubah.

9.5 Kesimpulan

Mengapa ekonom prihatin dengan industri yang dicirikan oleh persaingan tidak sempurna? Jawabannya bahwa industri tersebut berperilaku yang dapat merugikan kepentingan publik. Misalnya, persaingan tidak sempurna umumnya cenderung menetapkan harga di atas biaya marjinal. Terkadang, tanpa persaingan menyebabkan kualitas layanan yang buruk. Harga yang tinggi dan kualitas yang buruk merupakan hasil yang tidak diinginkan oleh masyarakat.

Harga yang tinggi mengakibatkan industri oligopoli sering kali (tetapi tidak selalu) memiliki keuntungan super normal. Seperti: profitabilitas industri tembakau dan industri farmasi yang sangat terkonsentrasi telah menjadi sasaran serangan politik dalam berbagai kesempatan. Namun, hasil studi menunjukkan bahwa industri yang terkonsentrasi cenderung memiliki tingkat keuntungan lebih tinggi daripada industri yang tidak terkonsentrasi.

Karena masuknya mudah dan keuntungan ekonomi dihilangkan dalam jangka panjang, maka dapat disimpulkan bahwa persaingan monopolistik adalah efisien. Namun, ada dua masalah: *Pertama*, setelah suatu perusahaan mencapai tingkat kekuatan pasar dengan mendiferensiasikan produk (seperti dalam persaingan monopolistik), maka untuk strategi memaksimalkan keuntungan adalah dengan menahan produksi dan mengenakan harga di atas biaya marjinal. *Kedua*, ekuilibrium perusahaan pada persaingan monopolistik akan berada di sebelah kiri titik terendah dari kurva biaya total rata-rata.

DAFTAR PUSTAKA

- Case, Karl E., Fair, Ray C., and Oster, Sharon M. (2020). *Principles of Economics*. 13th Edition. United Kingdom: Pearson Education.
- Cowen, Tyler and Tabarrok, Alex. (2015). *Modern Principles: Microeconomics*. Third Edition. New York: Worth Publishers.
- Samuelson, Paul A. dan Nordhaus, William D. (2010). *Economics*. Nineteenth Edition. New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Stevenson, Betsey dan Wolfers, Justin. (2020). *Principles of Microeconomics*. New York: Worth Publishers.

BIODATA PENULIS



Natalia Artha Malau, SE., M.Si.

Dosen Jurusan Ilmu Ekonomi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Manado

Natalia Artha Malau, SE,M.Si. lahir pada tahun 1981 di kota Pematangsiantar. Lulus Sarjana dari Program Studi Ekonomi studi pembangunan (IESP), Fakultas Ekonomi Universitas Andalas pada tahun 2004, lulus Magister Ilmu Ekonomi dan studi Pembangunan (MIESP) pada tahun 2011 dari Universitas Diponegoro. Pada tahun 2004, diterima menjadi dosen di lingkungan Kopertis Wilayah 1 Provinsi Aceh-Sumut, dan sejak itu aktif mengajar di STIE Nusa Bangsa Medan dan beberapa kampus di Sumatera Utara. Dan pada tahun 2015 sampai saat ini, mulai mengajar penuh di Universitas Negeri Manado Provinsi Sulawesi Utara. Saat ini mengampu beberapa mata kuliah di Fakultas ekonomi dan Bisnis Jurusan Ilmu Ekonomi Universitas Negeri Manado dalam konsentrasi Ekonomi pembangunan dan ekonomi moneter.

BIODATA PENULIS



Prima Lestari Situmorang, S.Pd., M.Pd.

Dosen Program Studi Pendidikan Ekonomi
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Musamus Merauke

Penulis lahir di Dairi tanggal 06 April 1990. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Musamus Merauke. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Pendidikan Ekonomi di Universitas Negeri Medan dan melanjutkan S2 pada Jurusan Pendidikan Ekonomi di Universitas Negeri Medan.

Sebelum aktif sebagai salah satu dosen di Universitas Musamus Merauke, Penulis aktif sebagai guru SMA Ekonomi di Sumatera Utara.

Saat ini penulis merupakan pengajar di mata kuliah Ekonomi Mikro. Penulis secara aktif terus melakukan kajian dan pendalaman materi guna pengembangan mata kuliah ekonomi mikro melalui penelitian dan pengabdian masyarakat. Penulis juga aktif menulis berbagai artikel ilmiah yang berkaitan dengan ekonomi mikro.

BIODATA PENULIS



I Nyoman Wahyu Widianana, S.E., M.Si.

Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana
wahyuwidiana@unud.ac.id

I Nyoman Wahyu Widianana, pria kelahiran Sanur, 25 April 1994. Anak bungsu dari tiga bersaudara ini menamatkan S1 Ekonomi Pembangunan tahun 2015 dan S2 Ilmu Ekonomi tahun 2018 di Universitas Udayana, dengan predikat Cumlaude Lulusan Terbaik. Penulis kini tengah menyelesaikan S3 Program Doktor Ilmu Ekonomi di Universitas Udayana. Penulis adalah dosen tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. Penulis menyukai kesenian dan kebudayaan sejak remaja ini mengantarkannya mengikuti pertukaran pelajar dan kebudayaan mewakili Indonesia pada ajang Asia Student Summit di Seoul, Korea Selatan pada tahun 2018. Penulis pernah menjabat menjadi Ketua BUMN CSR Provinsi Bali 2020 dan Juri BUMN CSR Provinsi Bali DPD RI Bali. Penulis aktif sebagai Asesor Sertifikasi Kebijakan Publik dan sebagai pembicara pada setiap kegiatan, termasuk Pembicara Nasional Literasi Digital Keminfo 2021. Penulis juga aktif dalam Tri Dharma Perguruan Tinggi, termasuk menjadi mentor dan narasumber di berbagai seminar. Penulis berkomitmen dapat berkontribusi dalam Tri Dharma Perguruan Tinggi. Besar harapan penulis untuk dapat memajukan generasi emas penerus bangsa melalui tulisannya.

BIODATA PENULIS



Muhammad Syahrul Mubarak, SE., ME.

Dosen Program Studi Ilmu Ekonomi dan Pembangunan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tadulako

Penulis adalah akademisi dalam bidang ekonomi pembangunan, dengan perjalanan pendidikannya untuk meraih gelar sarjana di Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tadulako pada tahun 2015. Kemudian melanjutkan studi ke Program Studi Magister Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro, di mana penulis meraih gelar Magister pada tahun 2019. Sejak tahun 2024, penulis berperan sebagai dosen tetap di Program Studi Ilmu Ekonomi dan Pembangunan, Universitas Tadulako, dengan pengajaran mata kuliah seperti Pengantar Ekonomi Mikro, Pengantar Ekonomi Makro, Perekonomian Indonesia, dan Ekonomi Internasional. Selain di ruang kelas, penulis aktif menulis artikel dan berbagi pemikiran dalam berbagai jurnal ilmiah, membahas topik-topik penting yang berkontribusi pada pemahaman dan solusi atas tantangan ekonomi, terutama pada perekonomian wilayah.

BIODATA PENULIS



Dr dr Femmy Sofie Schouten, M.M
Dosen Program Studi Magister Terapan
Pemasaran, Inovasi dan Teknologi

Penulis lahir di Makassar tanggal 02 Maret 1970. Penulis adalah dosen tetap dan Kepala Program Pendidikan pada Program Studi Magister Terapan Pemasaran, Inovasi dan Teknologi pada Politeknik Transportasi Darat Indonesia- STTD. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan kedokteran Umum serta Profesi Dokter di Universitas Kristen Krida Wacana Jakarta dan melanjutkan Pendidikan S2 pada Jurusan Ekonomi Sumber Daya Manusia di IPWIJA Jakarta, Pendidikan S3 Jurusan Ekonomi Makro Mikro pada Universitas Borobudur Jakarta. Penulis memulai karir sebagai Aparatur Sipil Negara di Politeknik Transportasi Darat Indonesia - STTD sejak tahun 2003 dan kemudian diangkat menjadi dosen tetap tahun 2019 lalu menjadi dosen tidak tetap pada Sekolah Tinggi Ilmu Pelayaran (STIP) Marunda Jakarta dan juga sebagai dosen tidak tetap juga pada Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mandala Indonesia (STIAMI) Penulis menekuni bidang Menulis dan menerbitkan 2 buku tahun 2022 dengan judul Dampak Mobil Listrik Terhadap Pertumbuhan Transportasi serta Perubahan Perencanaan Transportasi Berkelanjutan, Tahun 2023 menulis buku dengan Judul Manajemen Sumber Daya Manusia Strategik, dan tahun 2024 menulis Buku Referensi Pemasaran Digital, buku Analisis Studi Kelayakan dan Keberlanjutan Bisnis, Buku Ilmu Manajemen Dasar, Buku Keselamatan Kerja Konstruksi, Buku Strategi Pemasaran,

Buku Ilmu Manajemen Dasar, Buku Manajemen strategis, Buku Manajemen Pemasaran jasa, Buku Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3). Tahun 2025 menulis Buku Anatomi Tubuh Manusia, Buku Manajemen Pemasaran Jasa.

BIODATA PENULIS



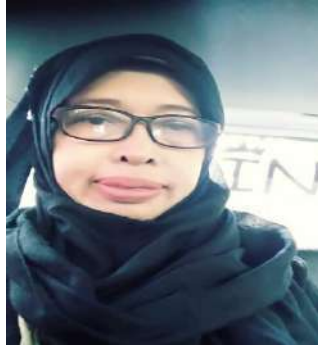
Muhammad Hatta, SE.,M.Si

Dosen Pada Program Studi Ekonomi Pembangunan
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Parepare

Penulis lahir di Kota Parepare, 5 Oktober 1965, Penulis merupakan Dosen pada Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Parepare. Menyelesaikan S.1, di Program Studi Ekonomi Pembangunan di Universitas Hasanuddin pada Tahun 1992, dan kembali melanjutkan studi S.2 Pada Program Studi Ekonomi Pembangunan dan Perencanaan, pada perguruan tinggi yang sama di Program Pasca sarjana, tahun 2015. Sekarang merupakan dosen tetap pada Program Studi Ekonomi, di Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Parepare.

Email : muhammadhatta@umpar.ac.id

BIODATA PENULIS



Tri Widayati.

Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis UNTAG Semarang

Penulis lahir di Semarang, tanggal 28 April 1966. Penulis adalah dosen tetap pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis UNTAG Semarang. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan. Jenjang Magister Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan ditempuh pada tahun 2006 di Universitas Diponegoro Semarang lulus tahun 2008. Program Doktor ditempuh di Universitas Diponegoro Semarang, lulu tahun 2017. Saat ini penulis mengajar matakuliah Matematika Ekonomi, Ekonomi Mikro, Ekonomi Makro dan Ekonomi Manajerial serta Ekonomi Pancasila.

BIODATA PENULIS

Dr. Dra. Tri Wahyu Rejekiningsih, M.Si.

Dosen Program Studi Ilmu Ekonomi
Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro

Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro. Menyelesaikan pendidikan S1, S2, dan S3 pada Jurusan Ilmu Ekonomi. Penulis juga menekuni bidang menulis.