

Annas, S.Pd.

MEMAHAMI
EKONOMI
MIKRO
-Perspektif Millenial-



Dd Publishing
2022

Memahami Ekonomi Mikro perspektif millenial

Penulis: Annas, S.Pd.

Copyright ©Annas, S.Pd., 2022

Editor: Annas, S.Pd

Tata Letak: Annas, S.Pd.

Desain Sampul: Fatimah Ratnaningtyas

Ilustrasi: Canva Design

ISBN

(978-623-447-077-2)

Cetakan Pertama: April 2022

14 x 20 cm, viii + 145 halaman

Diterbitkan Oleh:



Dd Publishing

Siak Sri Indrapura, Riau

ini.kpk@gmail.com

Hak cipta dilindungi undang-undang. Dilarang memperbanyak buku ini sebagian atau seluruhnya, dalam bentuk dan dengan cara apa pun juga, baik secara mekanis maupun elektronik, termasuk fotokopi, rekaman, dan lain-lain tanpa izin tertulis dari penerbit.



Testimonial

Seperti dalam prakata penulis, buku ini menyodorkan pendekatan berbeda dalam mengakrabkan ilmu ekonomi yang sering kali kaku dan teoritis kepada pembaca. Pak Annas, menyajikan tiga bagian dengan segar dan menarik. Selamat atas terbitnya buku ini, sesuatu yang sangat membanggakan. Mana tahu, kelak Pak Annas atau siswanya bisa jadi ekonom handal di negri ini.

Kepala Departemen Kurikulum Sekolah Islam Athirah
Saharuddin, S.Pd., Gr.

Buku yang sangat luar bisa dan tepat dibaca oleh semua kalangan, lebih khusus kepada siswa dan guru. Sebagai pengantar dalam memahami pelajaran ekonomi menjadi lebih ringan, enjoy, dan cepat dipahami. Semoga buku ini menjadi penerang dalam belajar memahami ekonomi di era millennial saat ini.

Kepala SMA Islam Athirah 1 Makassar
Tawakkal Kahar, S.Pd., M.Pd.

Karya yang menjadi referensi istimewa untuk guru dan siswa, lebih khusus lagi untuk yang serius memperdalam ilmu ekonomi. Penyajian isi dengan bahasa yang mudah dipahami menjadikan buku ini akan banyak menyita daya tarik pembaca. Selamat dan sukses untuk penulis, semoga dapat menginspirasi untuk karya selanjutnya.

Wakasek Kurikulum SMA Islam Athirah 1 Makassar
BJ Gunawan, S.Pd., M.Pd.



Sambutan Kadept. Humas Sekolah Islam Athirah

Rasa syukur tak terhingga kami panjatkan ke hadirat Allah Swt. Alhamdulillah program Gerakan Menulis Athirah (Gema) telah tiba di puncak rencana. Setelah melewati berbagai tahapan, akhirnya program literasi ini dapat selesai dengan baik.

Buku yang sedang Anda baca ini adalah salah satu karya dari orang-orang terpilih di Sekolah Islam Athirah. Berjumlah 22 orang guru dan karyawan yang mendapatkan kesempatan pelatihan intensif selama empat bulan. Mereka dibimbing oleh pemateri profesional di bidangnya. Setiap peserta diberikan tanggung jawab untuk ‘melahirkan’ satu buku, baik fiksi maupun nonfiksi. Atas komitmen itu, buku ini kemudian ada di tangan Anda saat ini.

Program Gema terlaksana atas kerja sama Sekolah Islam Athirah dengan tokoh literasi nasional Bachtiar Adnan Kusuma atau BAK dan tim. Oleh karena itu, pada kesempatan ini kami menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya atas bimbingan dan arahan kepada peserta Gema.

Terima kasih juga kami ucapkan kepada seluruh pemateri selama berlangsungnya Gema, Bapak Adi Wijaya, Bapak Yudhistira Sukatanya, Bapak Sumarlin Rengko, dan Bapak Herman Lio. Semoga ilmu yang Bapak tularkan kepada peserta, menjadi amal jariah.

Selanjutnya, kami juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah terlibat yang tentunya tidak dapat kami sebutkan namanya satu-persatu.

Semoga jahitan kata di dalam buku ini bisa memancarkan cahaya bagi para pembaca, sebagaimana yang dikatakan Victor Hugo bahwa belajar membaca adalah belajar menyalakan api, setiap suku kata yang dieja akan memancarkan cahaya!

Makassar, 22 Februari 2022
Kepala Departemen Humas SIA

Muthmainnah, M.Pd.

Sambutan Direktur Sekolah Islam Athirah

Sejak bulan September 2021 hingga Januari 2022 Sekolah Islam Athirah menggulirkan program Gerakan Menulis Athirah (GEMA). Kegiatannya berupa pelatihan setiap hari Sabtu pukul 09.00-12.00 selama 18 kali pertemuan dan diakhiri dengan karantina sebanyak dua kali. Setiap peserta ditargetkan menghasilkan 1 buku minimal 100 halaman.

Mengapa program GEMA digulirkan? Menggerakkan literasi di sekolah butuh role model. Guru adalah role model utamanya. Imbauan kepada peserta didik tidak akan bermanfaat jika tidak ada contoh nyata dari guru. Jika guru dapat menjadi contoh dengan menulis buku maka akan berdampak besar kepada peserta didik.

Menulis buku berawal dari menyusun kata yang dirangkai menjadi kalimat dan paragraf. Kumpulan paragraf yang diikat dalam satu judul menjadi artikel atau bab. Sekumpulan bab akhirnya menjadi buku.

Jika sekadar menulis kata mungkin sangat mudah apalagi di era media sosial sekarang ini. Akan mulai sulit untuk menulis kata, kalimat dan paragraf jika syaratnya isinya penting dan menarik untuk dibaca. Bisa jadi isinya penting tapi tidak menarik karena gaya penulisannya yang tidak tepat. Bisa juga menarik cara penulisannya tapi pesannya kurang bermakna. Oleh karena itu, penting dan menarik menjadi syarat utama.

Buku karya alumni program GEMA telah memenuhi kriteria penting dan menarik. Penting karena setiap peserta mengangkat topik sesuai dengan bidang dan minatnya. Karya fiksi dan nonfiksi yang diangkat mengandung nilai-nilai dan pelajaran kehidupan. Juga ada yang terkait dengan mata pelajaran sekolah sehingga dapat membantu siswa memahami pelajaran dengan pendekatan sastra.

Selain penting tentu juga menarik karena para penulisnya dibina khusus oleh tim dari Yapensi yang dipimpin oleh Tokoh Literasi Sulsel, Bapak Bachtiar Adnan Kusuma. Pembinaan selama 4 bulan melalui pelatihan, karantina, dan mentoring merupakan bukti keseriusan para penulis untuk menghasilkan karya bermutu yang enak dibaca sampai habis.

Akhirnya terima kasih kami ucapkan kepada seluruh pihak yang telah membantu lahirnya karya buku para guru dan karyawan Athirah. Tim Yapensi, Dept. Humas, Human Capital, Kurikulum, juga seluruh pimpinan unit. Tentu saja kepada seluruh penulis yang telah mengikuti program sampai tuntas dan menghasilkan karya buku.

Ingat selalu bahwa menulis bukan semata menghasilkan buku tapi juga menjadi karya yang bermanfaat. Menjadi warisan ilmu pengetahuan yang berguna untuk mencerdaskan kehidupan bangsa. Menjadi amal jariah berupa ilmu yang bermanfaat yang pahalanya terus mengalir. Selamat atas karya yang telah dihasilkan.

Makassar, 25 Februari 2022

Syamril

Direktur Sekolah Islam Athirah



Foreword

Prakata

Ekonomi mikro yang selama ini dibahas lebih dalam di lingkungan perkuliahan, sebenarnya sudah didapatkan konsep dasarnya di tingkatan Sekolah Menengah Atas (SMA). Namun bentuknya dalam sub-sub materi dari ekonomi mikro itu sendiri.

Merupakan sebagai suatu cabang ilmu ekonomi yang menganalisis, kemudian melihat berbagai proses kegiatan ekonomi, mempelajari perilaku produsen dan konsumen beserta penentuan harga pasar, jasa, produk, dan kuantitas faktor input yang diperjualbelikan dalam pasar, serta mempelajari berbagai jenis badan usaha dan perusahaan.

Memperhatikan kajian itu, maka tidak diragukan lagi jika mikro ekonomi merupakan cabang ilmu ekonomi yang sangat penting dan menarik untuk dipelajari oleh siapa saja. Terlebih para pemuda yang sedang berada di lingkungan SMA, kaum millennial. Berdasar pemikiran inilah, maka penulis tertarik untuk membuat karya yang selanjutnya diberi judul **Memahami Ekonomi Mikro "Perspektif Millenial"**

Penulis membuat buku ini dengan gaya bahasa yang santai namun tetap berisi materi-materi relevan disertai dengan berbagai contoh dalam kehidupan dengan tujuan agar para pembaca dapat dengan mudah memahami apa yang terkandung di dalamnya. Juga disisipkan beberapa QR *code* yang merujuk pada laman internet berisi video pembelajaran terkait materi.

Dengan gaya bahasa dan cara penyajian yang agak berbeda jika dibandingkan buku-buku mikro ekonomi yang ada selama ini, penulis percaya bahwa buku ini mampu menjawab berbagai tantangan dan sekaligus dapat mengisi kekurangan dari buku-buku mikro ekonomi yang ada saat ini.

Untuk keluarga tercinta (Ibunda tersayang Siti Saenab, Kakanda yang telah banyak berjasa dalam karir penulis Amriana, Asriani, Hamruddin, Ari, dan Amran serta Ayahanda Alm. Subuhan.

Selanjutnya untuk keluarga Sekolah Islam Athirah, Pak Syamril selaku Direktur Sekolah Islam Athirah yang secara luar biasa telah membuat kegiatan GEMA (Gerakan Menulis Athirah) ini, tim panitia kegiatan, Bunda Iin, dan Sir Didin serta yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu per satu, yang sangat luar biasa mewadahi penulis dari yang hanya seorang “penulis amatiran” hingga menjadikan penulis mampu membuat sebuah karya. Terima kasih atas segala pengertian, kesabaran, dan pengorbanan kalian.

Terima kasih juga tak lupa penulis ucapkan kepada keluarga besar Sekolah Islam Athirah Unit SMA Kajaolalido (Pak Tawakkal selaku Kepala Sekolah yang telah menginisiasi penulis mengikuti kegiatan GEMA ini, Herr Gunawan, Pak Yusran, dan teman-teman Guru serta Tenaga kependidikan).

Untuk Tim Pengajar dan Pembimbing penulis selama kegiatan GEMA ini berlangsung (Pak Bachtiar, *Coach* Adi Wijaya, Pak Yudhi Sukatanya), terima kasih sebanyak-banyaknya penulis ucapkan. Semoga apa yang kalian telah berikan kepada penulis akan dibalas Oleh Allah SWT sebagai ladang pahala.

Di atas semuanya, penulis mengucapkan puji dan syukur kepada Allah SWT, yang hanya karena berkenan-Nya, penulis dapat menyelesaikan buku ini dengan baik.

Namun penulis menyadari bahwa sebagai manusia tentu tidak luput dari kekurangan-kekurangan, dan kesempurnaan sejati hanya ada pada-Nya. Berbagai kekurangan yang terdapat di dalam buku ini sepenuhnya adalah tanggung jawab penulis. Demi kesempurnaan buku ini, penulis sangat mengharapkan adanya saran-saran dan kritik yang konstruktif dari berbagai pihak, terutama mereka yang membaca buku ini, generasi millennial.

Buku ini secara khusus dipersembahkan kepada Sekolah Islam Athirah. Tempat di mana penulis beribadah dalam bekerja.

Last but not least, teman-teman seperjuangan GEMA , kalian LUAR BIASA !

Semoga bermanfaat bagi semua teman-teman millennial. Majulah generasi millennial, majulah Indonesia !

Makassar, 29 Januari 2022

Penulis

CONTENT

Daftar Isi

SAMBUTAN	i
PRAKATA	v

BAGIAN PERTAMA

Apa itu Ekonomi ?	1
Konsep Ekonomi	1
Biaya Peluang	11
Kebutuhan	16
Barang	20

BAGIAN KEDUA

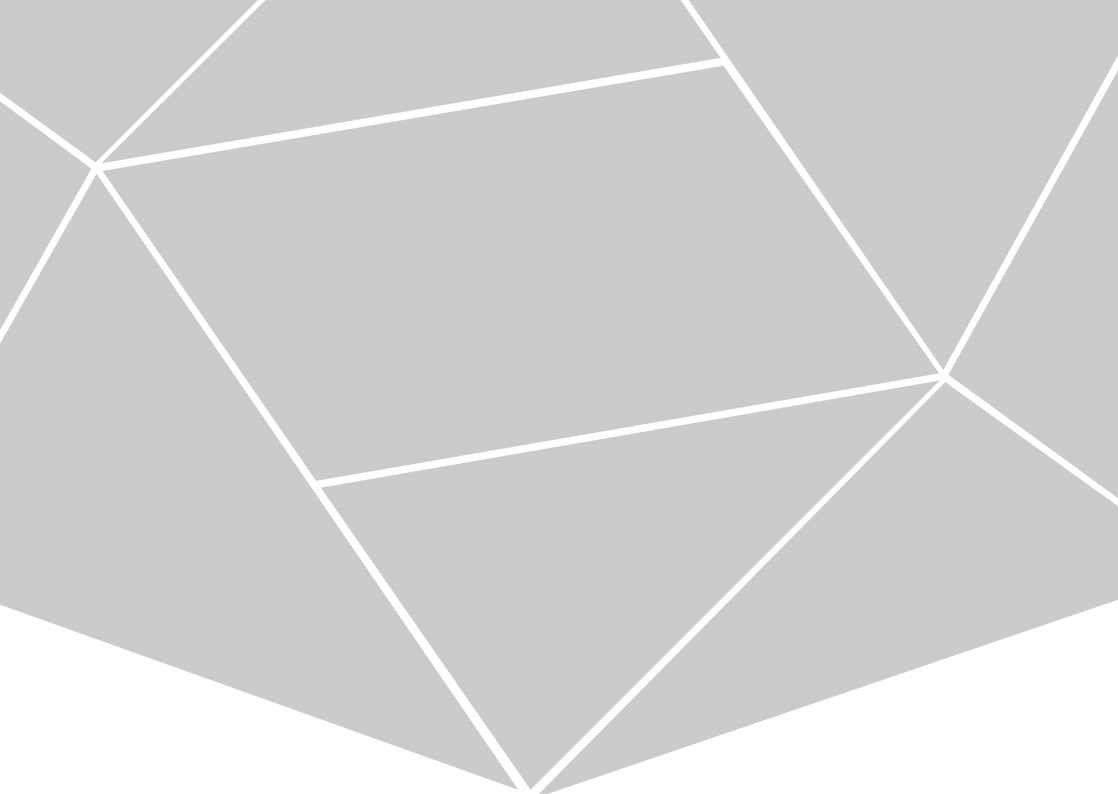
Cabang-cabang Ekonomi ?	25
Ilmu Ekonomi Terapan	26
Ilmu Ekonomi Deskriptif	27
Ilmu Ekonomi Teori	35

BAGIAN KETIGA

Ekonomi Mikro ?	43
Pelaku dalam kegiatan Ekonomi	44
Permintaan dan Penawaran	47
Konsep Pasar	74
Konsep Produksi	106
Badan Usaha ? Perusahaan ?	128

KAMUS KATA EKONOMI MIKRO	141
--------------------------	-----

SUMBER INSPIRASI	145
------------------	-----



BAGIAN PERTAMA

APA ITU EKONOMI?

- KONSEP EKONOMI -
- BIAYA PELUANG -
- KEBUTUHAN -
- BARANG -

Economy





APA ITU EKONOMI?

Hai kamu para millennial berseragam putih abu-abu di sekolah!. *Finally* kamu sudah melewati masa berseragam putih biru. Bagaimana kabarnya uang jajan sekolahmu?. Masih aman atau sudah mulai memprihatinkan?. Apakah kamu sudah tahu jika semakin bertambah usia, maka semakin banyak hal yang kamu inginkan. Tidak heran jika kamu akan menuntut uang jajan yang lebih banyak dibandingkan saat masih SMP dulu.

Tapi tunggu dulu, apakah ini ada hubungannya dengan ekonomi?. Kamu akan mempelajari ilmu ekonomi di sekolah sekarang. Tapi, tahukah kamu apa ilmu ekonomi itu?

Yuk, mari kita berkenalan terlebih dahulu dengan “ekonomi” dan sama-sama membahas tentang pembagian ilmu ekonomi di bawah ini dan apa *sih* kaitannya dengan perihal uang jajanmu tadi?

Sebelum membahas lebih jauh tentang pembagian ilmu ekonomi, akan dijabarkan terlebih dahulu *nih*, apa arti dari ilmu ekonomi itu sendiri.

Konsep Ekonomi

Menurut salah satu tokoh ekonomi dunia yang disebut juga sebagai bapak Ekonomi, Adam Smith, mengemukakan bahwa ilmu ekonomi merupakan ilmu yang mendalami tingkah laku manusia pada umumnya saat mengelola sumber daya, baik itu sumber daya yang terbatas maupun yang tidak terbatas, supaya dapat mencapai suatu tujuan dalam hidupnya.

Selain Adam Smith, ada juga tokoh ekonomi lainnya yang menjabarkan apa itu ilmu ekonomi, menurut Karl Marx, ilmu ekonomi adalah ilmu mengenai cara manusia bertahan hidup dalam struktur kelas sosial dengan hubungan yang ditetapkan dalam memanfaatkan sarana-sarana untuk kegiatan produksi.

Ada juga pendapat Profesor P. A. Samuelson, ilmu ekonomi itu merupakan suatu ilmu pengetahuan yang membahas mengenai orang-orang dalam membuat pilihan, dengan atau tanpa penggunaan uang, dengan menggunakan sumber-sumber daya yang terbatas jumlahnya, tapi dapat dipakai dalam berbagai cara untuk menghasilkan berbagai jenis barang dan jasa kemudian mampu menyalurkannya untuk kebutuhan pembeli/konsumen, baik sekarang dan masa yang akan datang.

Berdasarkan pemikiran dari beberapa tokoh tersebut, dapat disimpulkan bahwa ilmu ekonomi itu merupakan sebuah ilmu yang mempelajari segala tingkah laku manusia yang memiliki tujuan untuk mendapat serta mengelola sumber daya yang terbatas sekaligus upayanya dalam membuat dan mencari suatu alternatif barang atau jasa demi memenuhi kebutuhan hidup manusia yang tidak terbatas.

Jika dikaitkan dengan kasus tadi terkait uang jajan sekolah, kamu yang mengelola uang jajan yang bisa dibahasakan “terbatas” demi memenuhi keinginan jajanmu yang sangat tidak terbatas itu sudah termasuk dalam ilmu ekonomi.

Kegiatan ekonomi dalam suatu masyarakat modern saat ini meliputi berbagai macam kegiatan produksi, konsumsi dan perdagangan. Sehingga masalah ekonomi meliputi beberapa persoalan pokok. Apa saja persoalan pokoknya? *Yuk* disimak!



- **Barang dan jasa apa yang harus diproduksi (*What*)**

Ini berkaitan dengan pertanyaan barang dan jasa apa yang harus dibuat, berapa banyaknya barang dan jasa harus dibuat, kapan akan dibuat, termasuk pula ukuran dari barang dan jasa yang akan dibuat.

Permasalahan pertama ini sering disebut sebagai akibat langsung dari ketidakmampuan sumber-sumber daya yang tersedia untuk membuat/ memproduksi semua barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat karena keterbatasannya. Oleh sebab itu, orang-orang harus melakukan pilihan.

- **Menentukan untuk siapa barang-barang diproduksi (*for whom*)**

Ini berkaitan dengan siapa yang akan menikmati dan memperoleh manfaat barang dan jasa yang dibuat/dihasilkan oleh produsen, serta bagaimana mendistribusikan produk-produk (barang/jasa) yang dibuat/diproduksi.

- **Menentukan cara barang diproduksi (*how*)**

Ini berkaitan dengan siapa yang akan membuat/memproduksi, dengan gabungan faktor-faktor produksi yang mana serta dengan teknik pembuatan/produksi yang bagaimana yang dapat digunakan untuk menghasilkan produk tersebut.

Selanjutnya, persoalan pokok yang diterangkan dalam analisis ekonomi sebenarnya bertujuan untuk menjawab pertanyaan: “Bagaimana caranya menggunakan sumber-sumber daya atau pendapatan tertentu agar penggunaan tersebut dapat memberikan kepuasan dan kemakmuran yang maksimum kepada setiap orang dan masyarakat?”.

Masalah pokok lainnya tidak lain ialah masalah kelangkaan atau kekurangan sebagai akibat dari ketidak seimbangannya antara kebutuhan orang-orang yang cenderung tidak terbatas, tetapi faktor-faktor produksi yang tersedia itu jumlahnya terbatas.

Kelangkaan

Coba *deh*, buat *list* mengenai barang-barang yang kamu butuhkan. Tulis apa saja yang ingin kamu punya di atas kertas ataupun ketik di *gadget* apa saja yang ingin dimiliki. Sudah?. Sekarang *cek* dompet kamu. Berapa uang yang kamu punya?. Coba bandingkan dengan harga total dari barang-barang yang kamu ingin miliki tadi?

Sebagai manusia, secara naluri kamu pasti ingin memiliki kebutuhan yang tidak terbatas. Masalahnya, sumber daya yang kamu punya itu terbatas. Contohnya ialah daftar keinginan kamu tadi. Banyaknya keinginan dibandingkan dengan uang yang kamu punya untuk membelinya. Pada kasus ini, pada akhirnya menghasilkan kelangkaan.

Kelangkaan?

Kondisi dimana jumlah kebutuhan lebih banyak daripada alat pemuas kebutuhan



Dalam ilmu ekonomi, secara umum, ada beberapa penyebab kelangkaan terjadi. Beberapa penyebab tersebut ialah:

- **Bencana Alam**

Pernahkah kamu tau kasus terjadinya kelangkaan minyak bumi dunia yang disebabkan oleh bencana alam longsor di UEA, salah satu negara penghasil minyak bumi terbesar di dunia. Kasus ini merupakan salah satu contoh dari kelangkaan yang terjadi karena faktor bencana alam. Bencana alam akan memengaruhi jumlah sumber daya yang ada, sehingga mengganggu pemenuhan kebutuhan manusianya.

- **Perbedaan letak geografis**

Mengapa letak geografis memengaruhi kelangkaan?. Ini disebabkan sumber daya alam yang ada di bumi tidak tersebar secara merata. Ada tempat yang memiliki tanah subur, tapi ada juga yang tanahnya tidak subur. Ada tempat yang memiliki sumber mata air berlimpah, ada juga yang tidak.

Contohnya di Negara-negara Eropa yang jika musim dingin sangat membutuhkan batu bara untuk menghangatkan, kemudian tidak ada sumber di sana yang menghasilkan batu bara, maka terjadilah kelangkaan batu bara.

- **Pertumbuhan Penduduk**

Seorang tokoh ekonomi asal Inggris, Thomas Robert Malthus, mengemukakan bahwa pertumbuhan penduduk yang lebih cepat dibandingkan dengan pertumbuhan produksi akan menyebabkan kelangkaan. Banyaknya penduduk berarti lebih banyak kebutuhan yang harus dipenuhi. Jadi, jika pertumbuhan produksinya hanya sedikit, maka tidak akan mencukupi kebutuhan yang banyak tadi.

Contohnya di daerah Jawa yang jumlah penduduknya berkali lipat jika dibandingkan dengan jumlah penduduk di daerah lain di Indonesia, membutuhkan beras untuk kebutuhan makan. Sementara hasil panen beras di daerah itu hanya sedikit, maka akan terjadi kelangkaan beras di daerah Jawa sehingga membutuhkan beras dari daerah lainnya yang tidak mengalami kelangkaan.

- **Kemampuan Produksi**

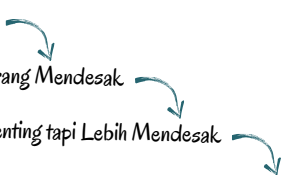
Tenaga kerja, sumber daya alam, modal, yang dimiliki tidak akan sama kemampuannya. Alhasil, tidak semua kebutuhan akan terpenuhi. Contohnya pada awal pandemi Covid-19 yang lalu, di mana masker sangat dibutuhkan untuk melindungi diri dari virus, tapi sumber daya dan tenaga kerja yang ada untuk membuat masker tersebut sedikit, mengakibatkan kasus kelangkaan masker. Apa akibatnya?. Ya, harga dari masker akan melambung tinggi.

• Perkembangan Teknologi

Di negara maju, perkembangan teknologi terbilang lebih cepat dibandingkan negara berkembang. Ini berpengaruh terhadap terpenuhinya kebutuhan masyarakat. Teknologi yang rendah pastinya hanya mampu memenuhi kebutuhan yang lebih sedikit dibandingkan teknologi yang tinggi. Contohnya ialah kasus yang terjadi di beberapa tahun ini, yakni telepon genggam merek Xiaomi yang beberapa kali langka di pasaran. Hal yang menyebabkan kasus kelangkaan tersebut ialah karena tidak adanya pabrik Xiaomi di Indonesia waktu itu, sehingga harus menunggu terlebih dahulu dari negara yang membuat Handphone tersebut.

Untuk mencegah ataupun menanggulangi kasus kelangkaan, kamu harus membuat skala prioritas. Apa itu?. Yaitu dengan menentukan mana kebutuhan yang lebih penting dan harus dipenuhi terlebih dahulu. Tapi, bagaimana cara menentukan skala prioritas itu?. Berdasarkan tingkat kepentingannya, kebutuhan dapat dikategorikan sebagai berikut:

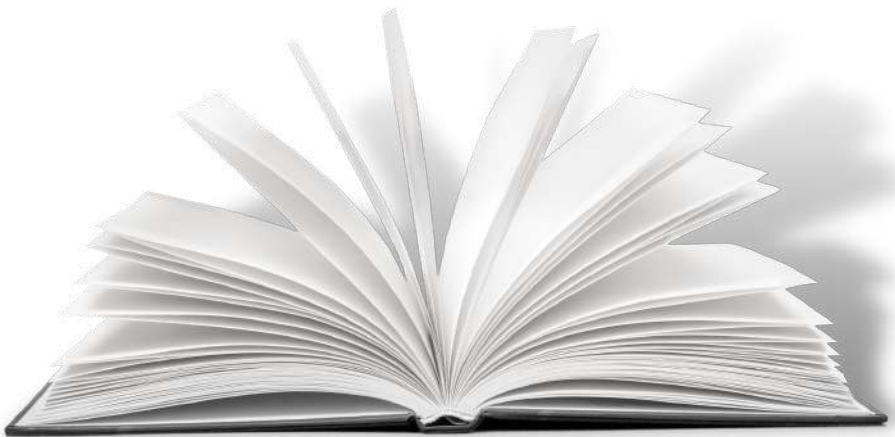
Penentuan Skala Prioritas?

1. Lebih penting & Lebih Mendesak
 2. Lebih penting tapi kurang Mendesak
 3. Kurang penting tapi Lebih Mendesak
 4. Kurang penting & kurang Mendesak
- 

Artinya, dalam menentukan sesuatu, kamu harus memilih untuk mengerjakan yang penting dan mendesak terlebih dahulu, kemudian penting tapi kurang mendesak, lalu kurang penting tapi mendesak, *nah* yang terakhir melakukan yang kurang penting dan kurang mendesak.

Sekarang, sudah mulai paham *kan*, apa itu pengertian ilmu ekonomi, kelangkaan, dan penyebab terjadinya kelangkaan?

Supaya apa yang kamu mau bisa terpenuhi secara optimal, yuk mulai tentukan skala prioritasmu!



Biaya Peluang



VS



Teman-teman millennial, pernahkah kamu mengalami kebingungan di saat kamu istirahat jam pelajaran dan berencana jajan di kantin sekolah. Bingung mau makan soto Ayam atau gado-gado tapi kamu hanya memiliki uang jajan yang cukup untuk satu jenis makanan saja?. Lalu akhirnya kamu harus memutuskan untuk memilih satu dari pilihan tersebut, misalnya kamu akhirnya memilih soto ayam.

Jika kamu pernah mengalami kejadian seperti itu ataupun kasus yang hampir sama dengan kasus tersebut, maka selamat, kamu telah mengalami kasus biaya peluang.

Biaya peluang dari kasus tersebut adalah seporsi gado-gado. Karena dengan kamu memilih makanan soto ayam, maka kamu harus mengorbankan tidak memakan seporsi gado-gado dan kamu kehilangan untuk membeli gado-gado.

Dengan demikian biaya peluang ialah biaya yang muncul akibat dari kita mengorbankan salah satu pilihan kebutuhan. *Nah*, pertanyaan selanjutnya kenapa biaya peluang bisa muncul?.

Biaya peluang muncul karena sumber-sumber daya ekonomi bersifat terbatas sehingga memaksa orang-orang untuk melakukan pilihan dalam memenuhi kebutuhannya yang tentunya didasarkan pada skala prioritas kebutuhan. Pilihan yang dibuat akan mengakibatkan pengorbanan pada pilihan yang lain.

Dalam menghitung biaya peluang, tidak selalu berhubungan dengan uang. Bisa juga berupa waktu, kesenangan, keuntungan di masa depan, dan faktor-faktor lainnya.

Dalam pengambilan keputusannya biaya peluang ini tergantung pada tujuan dan situasi yang dialami setiap orang.

Untuk mencari biaya peluang itu ialah dengan cara mencari pilihan yang ditinggalkan dengan nilai tertinggi. Misalkan Mas Eko sementara bekerja sebagai teknisi dengan gaji lima juta perbulan tapi dengan kerjaan yang berat, kemudian ia keluar dari pekerjaannya dan ikut bergabung menjadi mandor bangunan dengan gaji hanya tiga juta perbulan. Maka biaya peluang dari Mas Eko itu sebesar lima juta rupiah.

Walaupun biaya peluang (*opportunity cost*) terkadang sulit untuk dihitung, efek dari biaya peluang sangatlah universal dan nyata pada tingkat perorangan. Bahkan, prinsip ini dapat diaplikasikan kepada semua keputusan, dan bukan hanya bidang ekonomi. Sejak kemunculannya dalam karya seorang ekonom Jerman bernama Freidrich von Wieser, sekarang biaya peluang dilihat sebagai dasar dari teori nilai marjinal.

Biaya peluang merupakan salah satu cara untuk melakukan perhitungan dari sesuatu biaya. Bukan saja untuk mengenali dan menambahkan biaya ke proyek, tetapi juga mengenali cara alternatif lainnya untuk menghabiskan suatu jumlah uang yang sama.

Keuntungan yang akan hilang sebagai akibat dari alternatif terbaik lainnya; adalah merupakan biaya peluang dari pilihan pertama. Sebuah contoh umum lagi misalkan seorang petani yang memilih mengolah pertaniannya dibandingkan dengan menyewakannya ke tetangga. Maka, biaya peluangnya adalah keuntungan yang hilang dari menyewakan lahan tersebut.

Dalam kasus ini, sang petani mungkin mengharapkan untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar dari pekerjaan yang dilakukannya sendiri.

Begitu juga dengan memasuki universitas dan mengabaikan upah yang akan diterima jika memilih menjadi karyawan, yang dibanding dengan biaya pendidikan, buku, dan barang lain yang diperlukan (sebagai biaya total yang muncul selama kuliah di universitas).

Contoh lainnya lagi ialah biaya peluang dari liburan ke Cappadocia, Turki untuk naik balon gas raksasa, yang mungkin merupakan uang untuk pembayaran cicilan rumah.

Perlu juga kamu ingat bahwa biaya peluang bukanlah jumlah dari alternatif yang ada, melainkan lebih kepada keuntungan dari suatu pilihan alternatif yang terbaik.

Biaya peluang yang mungkin dari keputusan sebuah kota membangun rumah sakit di lahan kosong, merupakan kerugian dari lahan untuk gelanggang olahraga, atau ketidakmampuan untuk menggunakan lahan menjadi sebuah tempat parkir, atau uang yang bisa didapat dari menjual lahan tersebut, atau kerugian dari penggunaan-penggunaan lainnya yang beragam, tapi bukan merupakan total dari semuanya.

Biaya peluang yang sebenarnya, merupakan keuntungan yang akan hilang dalam jumlah terbesar diantara alternatif-alternatif yang telah disebutkan tadi. Satu pertanyaan yang muncul dari ini ialah bagaimana menghitung keuntungan dari alternatif yang tidak sama.

Kamu harus menentukan sebuah nilai uang yang dihubungkan dengan tiap alternatif untuk memfasilitasi perbandingan dan penghitungan biaya peluang, yang hasilnya lebih-kurang akan menyulitkan untuk dihitung, tergantung dari benda yang akan kita bandingkan.

Contohnya, untuk keputusan-keputusan yang melibatkan dampak lingkungan, nilai uangnya sangat sulit untuk dihitung karena ketidakpastian ilmiah. Menilai kehidupan seorang manusia atau dampak ekonomi dari tumpahnya minyak di Alaska, akan melibatkan banyak pilihan subjektif dengan implikasi etisnya.

Kebutuhan

Kebutuhan dan keinginan manusia itu banyak dan beraneka ragam, bukan hanya beraneka ragam tetapi bertambah terus dan tidak ada habisnya sejalan dengan perkembangan jaman dan kemajuan ilmu dan teknologi.



Misalnya hari ini kamu sangat membutuhkan gadget dan kuota internet untuk bersosial media, kamu membutuhkan berbagai macam jenis pakaian untuk mengikuti fashion yang sedang trend, kamu membutuhkan berbagai macam olahan kuliner yang lagi marak digaungkan, bahkan di masa pandemi covid-19 sekarang ini kamu membutuhkan masker wajah hingga handsanitiser sebagai usaha melindungi diri.

Satu kebutuhan telah dipenuhi, akan datang lagi kebutuhan yang lainnya. Namun demikian, dalam ekonomi kamu dapat menggolongkan kebutuhan-kebutuhan sebagai berikut:

- **Kebutuhan berdasarkan intensitasnya**

Kebutuhan ini dilihat dari (*urgent*) atau mendesak tidaknya suatu kebutuhan. Kebutuhan ini dikelompokkan menjadi Kebutuhan primer (Kebutuhan ini mutlak harus dipenuhi agar kamu tetap hidup, seperti kebutuhan akan makanan, pakaian, tempat tinggal), kemudian kebutuhan sekunder (Kebutuhan ini disebut juga kebutuhan kultural, kebutuhan ini timbul bersamaan meningkatnya peradaban manusia seperti pendidikan, tamasya, olah raga, *gadget*/telepon genggam), dan kebutuhan tertier (kebutuhan ini ditujukan untuk kesenangan manusia, seperti kebutuhan akan perhiasan, mobil mewah, rumah mewah).

Dewasa ini banyak barang yang dulu dipandang mewah, sekarang telah digolongkan menjadi kebutuhan sekunder, seperti televisi, telepon, dan komputer.

Demikian juga pendidikan dan kesehatan yang telah digolongkan menjadi kebutuhan primer, karena kebutuhan ini sangat mendesak dan penting bagi kehidupan manusia.

- **Kebutuhan berdasarkan wujudnya**

Kebutuhan ini meliputi kebutuhan material, yaitu kebutuhan berupa barang-barang yang dapat diraba dan dilihat. Misalnya buku, sepeda, dan radio.

- **Kebutuhan berdasarkan subjeknya**

Kebutuhan ini dibedakan menurut pihak-pihak yang membutuhkannya. Kebutuhan ini meliputi: Kebutuhan individu (kebutuhan yang dapat dilihat dari segi orang yang membutuhkan, misalnya kebutuhan petani berbeda dengan kebutuhan seorang guru). dan kebutuhan masyarakat/kebutuhan kolektif atau kebutuhan bersama (produk pemuas kebutuhan yang digunakan bersama, misalnya telepon umum, jalan umum, WC umum, dan rasa aman).

- **Kebutuhan menurut sifatnya**

Kebutuhan ini dibedakan menurut dampak atau pengaruhnya terhadap jasmani dan rohani. Kebutuhan jasmani, seperti makanan, pakaian, tempat tinggal, dan sebagainya. Kebutuhan rohani, seperti musik, menonton bola, ibadah, dan sebagainya.

- **Kebutuhan menurut waktu**

Kebutuhan ini dibedakan menurut waktu sekarang dan waktu masa yang akan datang. Kebutuhan sekarang, yaitu kebutuhan yang harus dipenuhi sekarang juga, seperti makan disaat lapar, atau obat-obatan pada saat sakit. Kebutuhan masa depan, yaitu pemenuhan kebutuhan yang dapat ditunda untuk waktu yang akan datang, misalnya tabungan hari tua, asuransi kesehatan, dan sebagainya.

Seperti itulah penjelasan tentang kebutuhan dalam ekonomi serta beberapa macam kebutuhan dalam ilmu ekonomi. Selanjutnya akan dibahas tentang jenis-jenis barang dalam ilmu ekonomi.

Barang

Dalam ilmu ekonomi, barang ialah produk yang dibuat/dihasilkan/diproduksi yang memiliki wujud, dapat disentuh dan digunakan. Ketika kamu merasa lapar dan ingin makan, kamu pun membeli makanan. Makanan inilah yang disebut barang, karena memiliki wujud dan dapat disentuh dan dirasakan oleh lidah.

Nah, dalam ekonomi, barang dapat digolongkan menjadi barang ekonomi dan barang bebas/cuma-cuma.

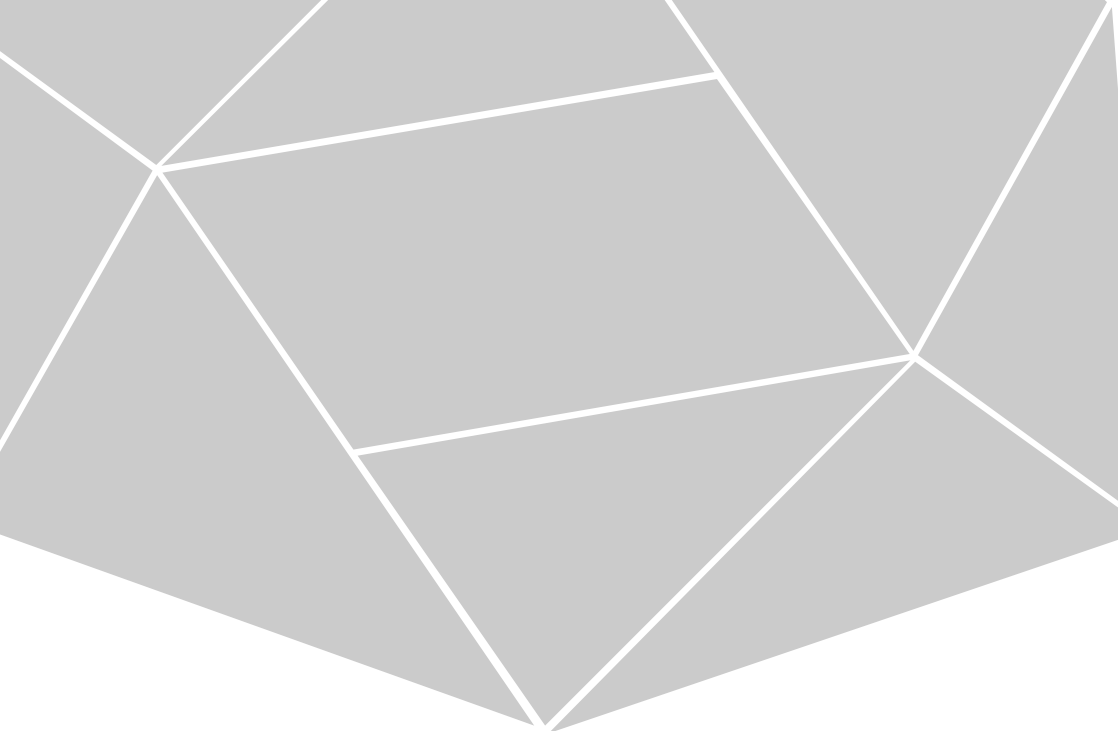
Barang Ekonomi ialah barang yang memerlukan usaha untuk memperolehnya, Seperti beras, makanan, dan barang hasil industri. Barang ekonomi juga dapat dibedakan menjadi barang konsumsi, contohnya makanan, pakaian, sepeda motor dan sebagainya. Barang modal contohnya mesin, peralatan bengkel, bangunan dan sebagainya.



Barang yang kita beli ialah contoh barang ekonomi, karena kita harus mengeluarkan uang (pengorbanan) ketika ingin mendapatkannya.

Sedangkan barang cuma-cuma ialah barang yang dapat dinikmati tanpa melakukan kegiatan produksi contohnya udara, sinar matahari, air hujan dan sebagainya.





BAGIAN KEDUA

CABANG - CABANG EKONOMI

- ILMU EKONOMI TERAPAN -
- ILMU EKONOMI DESKRIPTIF -
- ILMU EKONOMI TEORI -



GROWTH

ECONOMY

CABANG-CABANG EKONOMI?



Setelah kamu tahu apa itu arti ilmu ekonomi, kemudian permasalahan dalam ekonomi itu apa saja, lalu kebutuhan dan jenis barang dalam ekonomi itu apa saja, maka selanjutnya akan dibahas mengenai pembagian dari ilmu ekonomi itu.

Menurut tokoh ekonomi dunia lainnya, Alfred W. Stoiner dan Douglas C. Hagues, ilmu ekonomi terbagi menjadi tiga cabang. Ketiga cabang itu akan dibahas bersama-sama selanjutnya. *Check this out!*

Ilmu Ekonomi Terapan (*Applied Economics*)

Pernah dong kamu pergi ke Bank?. Entah dalam rangka menemani keluarga untuk menabung, meminjam uang, ataupun untuk mengambil KPR rumah. Sangat banyak program layanan yang ditawarkan oleh bank untuk masyarakat. Bahkan saat ini, beberapa bank yang sudah mempunyai program layanan tabungan untuk para pelajar.



Tau *kah* kamu jika layanan yang ditawarkan oleh bank tersebut merupakan praktek langsung dari ilmu ekonomi terapan?. Jika kamu belum mengetahuinya, selamat, kamu mendapatkan ilmu baru dari contoh ilmu ekonomi terapan.

Ilmu ekonomi terapan itu ialah pemanfaatan ilmu ekonomi secara praktis/praktek langsung oleh orang-orang dalam mengambil kebijakan, pedoman, atau standar dengan tujuan untuk mengatasi masalah ekonomi tertentu.

Selain contoh dari perbankan tadi, beberapa contoh lain dari ilmu ekonomi terapan ialah ekonomi yang berlangsung di perusahaan, ekonomi moneter, dan sebagainya.

Ilmu ekonomi Deskriptif (*Descriptive Economics*)

Sesuai dengan namanya, ilmu ekonomi deskriptif akan memberikan deskripsi atau gambaran-gambaran terhadap data-data yang menggambarkan berbagai kenyataan serta fenomena yang terjadi di dunia ini.

Melalui ilmu ekonomi deskriptif ini, kamu dapat melakukan analisis untuk menggambarkan keadaan sebenarnya atau fakta yang terjadi di dalam kegiatan perekonomian *loh*.

Untuk mendapatkan gambaran yang sesuai fakta (valid), maka data yang diperoleh tentang kenyataan atau fakta ini harus disusun secara sistematis dan juga lebih bervariasi, baik itu dari sisi angka, kurva, grafik, maupun bentuk penyajian lainnya.

Di Indonesia, ilmu ekonomi deskriptif ini lebih sering digunakan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) dalam menyediakan gambaran terkait kondisi ekonomi Indonesia secara luas (makro) maupun sempit (mikro).

Berikut ini beberapa contoh penerapan ilmu ekonomi deskriptif:

Ekonomi Amerika pasca perang dunia II

Sistem keuangan (moneter) internasional saat itu sempat mengalami masa keterpurukan di masa dua perang dunia.

Dimuat di laman accurate.id, dampak dari perang dunia itu selain merusak mekanisme seluruh pasar bebas juga menurunkan tingkat volume perdagangan di seluruh dunia. Bahkan, Amerika sendiri pun turut terancam kehilangan pasar di wilayah Eropa Barat.

Sudah pasti pihak Amerika tidak ingin kehilangan pasar ini dan segera saja membuat suatu tindakan dengan memperbaiki sistem moneter dunia dengan membentuk suatu sistem yang disebut Bretton Woods.

Namun dalam kenyataannya, proses evaluasi ini tidak hanya dilakukan oleh Amerika saja, tapi juga dengan negara Inggris. Sehingga, perlahan-lahan perekonomian dunia pun tampak membaik.

Setelah Perang Dunia II inilah yang melahirkan negara Uni Soviet sebagai salah satu kekuatan ekonomi yang lebih dominan.

Keadaan ekonomi Indonesia tahun 70-an

Perekonomian di Indonesia tahun 1970an berada pada kondisi yang sangat baik. Seluruh industri juga perekonomian nasional saat itu berada pada puncak kesuksesan

•
Seperti yang disampaikan oleh Menteri koordinator bidang perekonomian, Darmin Nasution yang terdapat di laman online economy.okezone.com memuat bahwa fokus ekonomi pada tahun 70-an adalah industri substitusi impor dan pada saat itu kebijakan industri sangat banyak diatur (diintervensi) oleh struktur perlindungan (proteksi) pada industri yang ada di dalam negeri.

Pada tahun tersebut, struktur proteksi sudah mulai dikembangkan, yang mana sektor tersebut mulai dijadikan sebagai tulang punggung perekonomian Indonesia.

Namun, perkembangan ini tidak berjalan mulus dan tidak konsisten. Di tahun 80-an, kebijakan industri pengganti produk luar negeri ke dalam negeri (substitusi impor) ini mulai mengalami perlambatan yang mengakibatkan banyaknya industri yang mengubah usahanya.

Walaupun sempat mengalami pelemahan, namun hal ini menjadi salah satu cara dalam menyiapkan suatu sistem yang baru. Sehingga, saat melakukan kebijakan substitusi impor pun diubah secara besar-besaran, ketika masa orde baru tersebutlah perekonomian Indonesia nampak semakin kuat. Perkembangan transaksi pun sudah mulai berjalan mulus.



Contoh ilmu ekonomi deskriptif selanjutnya ialah berita tentang kasus inflasi yang pernah terjadi di Indonesia.

Inflasi Indonesia meningkat di tahun 1998

Perekonomian Indonesia pada tahun 1997 sebenarnya tidak mengalami minus. Tapi tahun setelahnya, perekonomian dalam negeri pun mengalami guncangan hebat.

Dilansir di laman ekonomi.accurate.id, pada tahun 1998 perekonomian Indonesia semakin menurun. Walaupun di akhir tahun 1998, ekonomi mulai mengalami peningkatan yang sangat kecil.

Lantas bagaimana krisis moneter pada tahun 1998 bisa terjadi? Jawabannya sederhana, karena sudah rendahnya tingkat kepercayaan pasar dan masyarakat, sehingga memicu efek bola salju krisis yang semakin besar. Hal tersebut juga didukung dengan masalah politik yang terjadi. Jumlah nilai utang luar negeri juga semakin membengkak.

Pada bulan maret tahun 1998, utang luar negeri Indonesia menyentuh angka USD 13 miliar yang dilakukan oleh pihak swasta. 2/3 diantaranya adalah utang jangka pendek yang juga jatuh tempo pada tahun tersebut. Sementara cadangan devisa yang dimiliki Indonesia pada saat itu hanya USD 14,44 miliar.

Dampak dari krisis moneter tersebut terus menjalar pada banyak sektor industri, mulai dari perusahaan, hingga sektor perbankan.

Selain kasus inflasi tadi, contoh ilmu ekonomi deskripsi selanjutnya ialah berita yang berkaitan dengan penetapan anggaran Indonesia.

Penetapan APBN tahun 2019

Jumlah APBN pada tahun 2019 tidak mengalami nilai minus (defisit). Jumlah APBN malah menuju pada angka yang positif. Angka kemiskinan pada saat itu cenderung menurun.

Dilansir dalam ekonomi.kompas.com, Sri Mulyani menjelaskan bahwa alokasi belanja Pemerintah Pusat pada tahun 2019 digunakan untuk meningkatkan daya saing bangsa dengan meningkatkan Sumber Daya Manusia, memperkuat infrastruktur, meningkatkan efektivitas program perlindungan sosial, pelaksanaan agenda demokrasi, memperkuat birokrasi dan juga mengantisipasi ketidakpastian bencana.

Target penerimaan perpajakan pada tahun 2019 juga meningkat 15,4% dari data (outlook) APBN tahun 2018. Rasio pajak berada sekitar 12,2%. Sehingga kontribusi penerimaan pajak juga meningkat dan bisa digunakan dalam meningkatkan iklim investasi dan juga daya saing.

Lebih lanjut tentang contoh ilmu ekonomi deskriptif, teman-teman millennial, berita terkait dengan keadaan ekonomi Indonesia di masa pandemi Covid-19 juga termasuk loh.

Kondisi ekonomi Indonesia di masa covid-19

Dilansir dari ekonomi.uui.ac.id, Indonesia dihadapkan dengan banyak persoalan dalam aspek ekonomi akibat dari pandemi Covid-19. Kondisi ekonomi di Indonesia nampak memprihatinkan, ekonomi secara global tahun 2020 diperkirakan bisa jatuh seperti depresi tahun 1930, bukan lagi seperti tahun 2008 atau 1998.

Kondisi ini juga memicu penurunan sektor perdagangan dalam negeri bahkan perdagangan internasional.

Di Indonesia sendiri berbagai sektor harus terkendala dalam proses operasi, seperti pabrik-pabrik yang harus menghentikan proses operasi karena kondisi tidak memungkinkan.

Kementerian ketenagakerjaan sendiri melaporkan ada 2,9 Juta karyawan yang di PHK (per Mei 2020), sedangkan KADIN (Kamar Dagang dan Industri Indonesia) justru lebih tinggi, ada 6,4 juta karyawan.

Tidak hanya PHK secara massal, dari bagian pemilik usaha sendiri juga mendapati kerugian. Kemudian usaha-usaha jadi gulung tikar.

Selain beberapa contoh yang telah dibahas sebelumnya, sebetulnya masih sangat banyak contoh lain dari ekonomi deskriptif ini. Tidak hanya dilihat secara makro saja, namun secara mikro juga masih ada contoh kongkrit lainnya.

Untuk ekonomi mikro, contohnya adalah kondisi perekonomian rumah tangga, perhitungan biaya rumah tangga dalam kurun waktu satu bulan, dan lain sebagainya.

Selain itu, contoh ekonomi deskriptif lainnya yang dengan mudah dapat kamu temui adalah organisasi yang ada di desa. Seperti saat rapat dengan takmir atau rapat desa yang membahas perkembangan ekonomi desa, termasuk di dalamnya pendapatan asli desa sampai perencanaan anggaran hidup para karyawan yang kos selama satu bulan pun bisa dijadikan sebagai contoh ekonomi deskriptif dalam kehidupan sehari-hari.

Sedangkan untuk contoh ekonomi deskriptif dalam kehidupan sehari-hari yang paling sederhana dan sudah biasa kita semua alami adalah kenaikan gaji upah minimum regional (UMR). Adanya kenaikan gaji UMR per tahun adalah salah satu contoh ekonomi deskriptif. Bahkan masalah terkait kenaikan laju inflasi di perusahaan juga bisa dijadikan salah satu bagiannya.



Masalah terkait laju inflasi di perusahaan ini bisa diatasi bila perusahaan mampu melakukan manajemen keuangan yang baik dengan cara mencatat seluruh arus kas yang masuk dan melalui pengelolaan lainnya.

Nah, temn-teman millennial, itulah beberapa contoh dari ekonomi deskriptif, semoga bisa membantu kamu memahami apa itu ekonomi deskriptif. Selanjutnya ialah ilmu ekonomi teori.

Ilmu ekonomi teori (*Theoretical Economics*)

Setelah kamu membaca tentang ilmu ekonomi deskriptif barusan, maka selanjutnya akan dibahas tentang apa itu ilmu ekonomi teori.

Pernah kah kamu mendengar berita tentang negara-negara Eropa akan melaporkan Indonesia ke pengadilan dunia akhir tahun 2021 lalu lantaran Indonesia untuk sementara waktu tidak melakukan penjualan (ekspor) batu bara, yang mengakibatkan harga batu bara pada waktu itu menjadi melonjak tinggi?. Atau kamu tau pendapat seorang tokoh ekonomi yang menyebutkan semakin tinggi harga suatu barang, maka jumlah yang diminta dari barang tersebut akan turun?. Ya, kasus itu merupakan salah satu contoh ilmu ekonomi teori.

Ilmu ekonomi teori merupakan ilmu ekonomi yang berupaya untuk menjelaskan pengertian dan hubungan sebab akibat serta cara kerja dari sistem perekonomian itu sendiri.

Ilmu ekonomi teori berlandaskan pada hasil observasi terhadap aksi dan reaksi yang berhubungan dengan ekonomi dalam kehidupan masyarakat. Saat ini ilmu ekonomi teori berkembang dan terbagi menjadi dua:

Ilmu Ekonomi Makro

Ilmu ekonomi makro ialah ilmu ekonomi yang membahas tentang keseluruhan kegiatan ekonomi. Analisis ilmu ekonomi makro bersifat mendunia (global) dan berfokus kepada perekonomian secara keseluruhan/Luas.

Permasalahan yang terjadi dalam ekonomi makro adalah permasalahan secara keseluruhan/luas juga, misalnya:

- Pertumbuhan stagnan, yang terjadi apabila pasokan produk tidak meningkat atau malah menurun.
- Suku bunga, yang bilamana mengalami kenaikan akan menyebabkan peningkatan beban bunga.
- Inflasi, yang disebabkan oleh meningkatnya harga secara terus-menerus.
- Pengangguran, yang menandakan bahwa perekonomian tidak mencapai tujuannya untuk menyerap seluruh tenaga kerja.



Suatu bidang dalam ilmu ekonomi yang menganalisis mengenai keseluruhan kegiatan perekonomian. Analisis bersifat umum dan tidak memperhatikan kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh unit-unit kecil dalam perekonomian.

Ekonomi makro membahas aktivitas ekonomi secara keseluruhan, terutama mengenai pertumbuhan ekonomi, inflasi, pengangguran, berbagai kebijakan perekonomian yang berhubungan, serta dampak atas beragam tindakan pemerintah (misalnya perubahan tingkat pajak) terhadap hal-hal tersebut.

Jadi dalam teori ekonomi makro, kegiatan pembeli (konsumen) dianalisis bukan perilaku seorang pembeli, tetapi keseluruhan pembeli yang ada dalam perekonomian. Begitu pula dengan perilaku produsen, yang dianalisis bukan perilaku seorang produsen, tetapi kegiatan keseluruhan produsen yang ada dalam perekonomian.

Ilmu ekonomi Mikro

Ilmu ekonomi mikro (*micro-economics*) merupakan cabang dari ilmu ekonomi yang mempelajari perilaku konsumen dan perusahaan serta penentuan harga-harga pasar dan kuantitas faktor input, barang, dan jasa yang diperjualbelikan.



Ekonomi mikro meneliti bagaimana berbagai keputusan dan perilaku tersebut mempengaruhi penawaran dan permintaan atas barang dan jasa, yang akan menentukan harga; dan bagaimana harga menentukan penawaran dan permintaan barang dan jasa selanjutnya. Individu yang melakukan kombinasi konsumsi atau produksi secara optimal, bersama-sama individu lainnya di pasar, akan membentuk suatu keseimbangan.

Ilmu ekonomi mikro juga mempelajari kegiatan perekonomian dalam ruang lingkup yang kecil atau khusus. Permasalahan yang terjadi dalam ekonomi mikro juga bersifat kecil/khusus, misalnya:

- Kenaikan harga bahan bakar, yang dapat menyebabkan penurunan pendapatan bagi pengusaha serta pengemudi.
- Harga dasar dan harga tertinggi, yang perlu ditetapkan apabila tidak terciptanya keseimbangan antara permintaan dan penawaran dalam pasar.
- Panjangnya saluran distribusi, yang menyebabkan tingginya harga barang pada saat sampai pada konsumen.
- Praktik monopolistik, yang mempersempit peluang bisnis sehingga menghilangkan semangat kewirausahaan masyarakat.

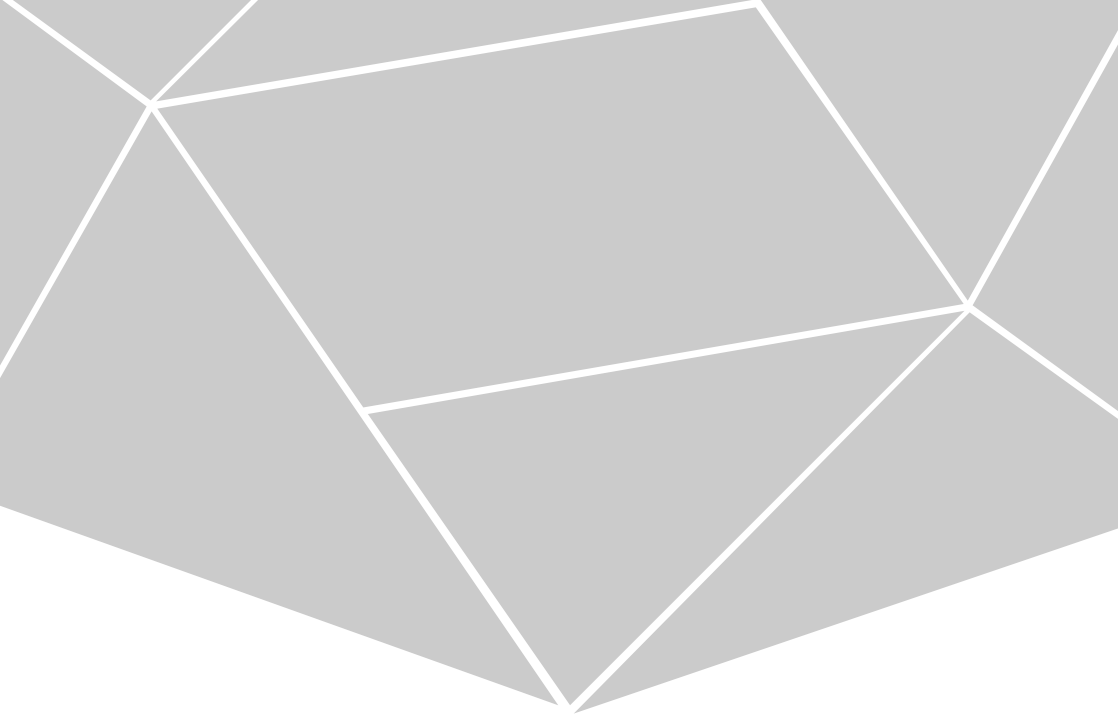
Suatu bidang dalam ilmu ekonomi yang menganalisis mengenai bagian-bagian kecil dari keseluruhan kegiatan perekonomian dan isu pokok yang dianalisis adalah bagaimana caranya menggunakan faktor-faktor produksi yang tersedia secara efisien agar kemakmuran masyarakat dapat dimaksimumkan.

Salah satu tujuan ekonomi mikro adalah menganalisa pasar beserta mekanismenya yang membentuk harga relatif pada barang dan jasa, dan alokasi dari sumber terbatas diantara banyak penggunaan alternatif. Analisis dalam teori ekonomi mikro dibuat berdasarkan pemikiran bahwa: Kebutuhan dan keinginan manusia adalah tidak terbatas.

Hmm, kalau teori tentang permintaan kenaikan uang jajan kamu masuk ilmu ekonomi apa yah, teman-teman millennial?. Jika berdasarkan dari pemaparan yang sudah tertera pada bahasan sebelumnya, maka tentu saja itu masuk di teori ekonomi Mikro.

Pada buku ini juga, kamu akan disajikan konsep yang lebih jauh tentang lingkup dari ekonomi mikro itu. *Keep reading yah, Teman-teman Millennial!*





BAGIAN KETIGA

EKONOMI MIKRO

- PELAKU DALAM KEGIATAN EKONOMI -
- PERMINTAAN & PENAWARAN -
- KESEIMBANGAN PASAR -
- PERILAKU KONSUMEN -
- KONSEP PASAR -
- KONSEP PRODUKSI -
- BADAN USAHA? PERUSAHAAN? -

FINANCIAL

BANKING

INFLATION

DATA

PLAN

GLOBAL

GROWTH

INVESTMENT

ACCOUNTING

TRADING

MARKET

ASSESSMENT

TAX

ECONOMY

INDUSTRIAL

MONEY

CRISIS

TREND

EXCHANGE

PRODUCTION

JOBS

FISCAL

COMMERCE

REPORT

BALANCE

TRUST

TRADE



Siapa *nih* yang *nggak* kenal dengan Rafi Ahmad dan Nagita Slavina?. *Yah*, mereka adalah pasangan selebriti Indonesia yang sekarang disebut sebagai salah satu Sultan lantaran hartanya yang luar biasa banyak.

Mereka memulai karir dengan menjadi artis. Kian hari makin terkenal, mereka merambah ke bisnis dan sekarang menjadi salah satu youtuber dengan pengikut terbanyak di Indonesia *loh*.

Tau kah kamu jika yang mereka lakukan itu salah satu contoh penerapan dari ilmu ekonomi mikro?. Bisnis yang mereka buat dimulai dari bisnis produk kecantikan, rumah produksi, bahkan sekarang mulai mendirikan klub sepak bola di tanah air.

Nah, di bagian selanjutnya kamu akan membaca tentang materi “Ekonomi Mikro”. Cabang dari ilmu ekonomi yang mencakup materi tentang permintaan dan penawaran, kemudian perilaku konsumen, konsep pasar, hingga ke teori produksi akan dibahas. *Keep reading, yah*, teman-teman millennial.

Pelaku dalam kegiatan Ekonomi

Jika sebelumnya telah dibahas tentang apa itu ekonomi, permasalahan pokok di dalam ekonomi, apa itu kebutuhan dan jenis barang, hingga macam dari ilmu ekonomi. Selanjutnya kamu akan berkenalan dengan ilmu ekonomi mikro.

Telah dibahas sebelumnya *kalo* mikro ekonomi itu membahas tentang ekonomi lingkup kecilnya terlebih dahulu, maka ada baiknya kita mulai dengan tahu para pelaku dalam kegiatan ekonomi itu siapa-siapa saja.

Ibaratkan di dunia peran, ilmu ekonomi juga memiliki para pelaku atau biasa kita kenal dengan istilah aktor di dalamnya. Terkhusus untuk kegiatan ekonomi. Adapun para sang aktor itu ialah:



Pelaku Ekonomi ?



Rumah Tangga

Rumah tangga ialah yang memiliki berbagai faktor produksi yang tersedia dalam perekonomian, aktor ini menyediakan tenaga kerja dan tenaga usahawan, barang-barang model, kekayaan alam, dan harta tetap lainnya.

Pemerintah

Pemerintah di sini ialah aktor yang bertugas untuk mengatur kegiatan ekonomi, termasuk di dalamnya adalah departemen pemerintah, badan yang mengatur penanaman modal, bank sentral, pemerintah daerah, angkatan bersenjata dan sebagainya.

Perusahaan

Perusahaan ialah organisasi yang dikembangkan oleh seorang atau sekumpulan orang yang bertujuan menghasilkan berbagai jenis produk (barang dan jasa) yang dibutuhkan masyarakat.

Kegiatan aktor ini dalam perekonomian ialah mengorganisasikan faktor-faktor produksi sedemikian rupa sehingga kebutuhan rumah tangga berupa barang dan jasa dapat diproduksi dengan sebaik-baiknya.

Nah, itulah para aktor dalam kegiatan ekonomi. Adakah diantaranya yang memiliki peran antagonis ataupun protagonis seperti di film-film ataupun di drama-drama favorit kamu?.

Permintaan dan Penawaran

“Harga Iphone 13 melambung tinggi menjelang *launching* dikarenakan tingkat Permintaan masyarakat di Pasar sangat besar”

Pernahkah kamu melihat *headline* berita tersebut di tahun 2021 kemarin?. Kira-kira sudah tepat alasan harga dari produknya menjadi mahal atau memang karena merek dari produknya sangat terkenal?. Kemudian bagaimana ekonomi menjelaskan contoh kasus tersebut?.

Jika berkaca pada aspek ekonomi, ada beberapa hal yang patut dibahas bersama untuk berita tersebut. *Check it dot !*

Interaksi/hubungan antara pembeli dan penjual di “pasar”; (Pasar dalam ekonomi disebut sebagai tempat bertemunya antara penjual/produsen dan pembeli/konsumen yah, bukan seperti bayangan kamu yang “mungkin” menganggap pasar itu seperti pasar tradisional).

Selanjutnya akan menentukan tingkat harga barang dan jumlah barang yang dijual atau yang dibeli di pasar. Muncul teori permintaan (*demand*) dan teori penawaran (*supply*), di mana teori permintaan menerangkan tentang sifat permintaan para pembeli terhadap suatu produk (barang/jasa), sedangkan teori penawaran menerangkan sifat para penjual dalam menawarkan suatu barang yang akan dijualnya.

Dengan menggabungkan permintaan oleh pembeli dan penawaran oleh penjual, maka dapat ditunjukkan bagaimana hubungan antara pembeli dan penjual dalam menentukan harga keseimbangan (harga pasar) dan jumlah barang yang akan diperjual-belikan.

Teori penawaran dan permintaan (*supply and demand*) dalam ilmu ekonomi, adalah menggambarkan atas hubungan-hubungan di pasar, antara para calon pembeli dan penjual dari suatu barang. Model penawaran dan permintaan digunakan untuk menentukan harga dan kuantitas yang terjual di pasar.



Model ini sangat penting untuk melakukan analisa ekonomi mikro terhadap perilaku para pembeli dan penjual, serta interaksi mereka di pasar. Ia juga digunakan sebagai titik tolak bagi berbagai model dan teori ekonomi lainnya.

Model ini memperkirakan bahwa dalam suatu pasar yang kompetitif, harga akan berfungsi sebagai penyeimbang antara kuantitas yang diminta oleh konsumen dan kuantitas yang ditawarkan oleh produsen, sehingga terciptalah keseimbangan ekonomi antara harga dan kuantitas.

Selanjutnya, model ini mengakomodasi kemungkinan adanya faktor-faktor yang dapat mengubah keseimbangan, yang kemudian akan ditampilkan dalam bentuk terjadinya pergeseran dari permintaan atau penawaran.

Teori penawaran dan permintaan biasanya menganggap jika pasar yang ada merupakan pasar persaingan sempurna. Penerapannya ialah terdapat banyak pembeli dan penjual di dalam pasar, dan tidak satu pun diantara mereka memiliki kapasitas untuk mempengaruhi harga barang dan jasa secara signifikan.

Dalam berbagai aktivitas di kehidupan nyata, anggapan ini ternyata gagal, karena beberapa orang (baik pembeli maupun penjual) memiliki kemampuan untuk mempengaruhi harga.

Contohnya saja ada penjual yang mengendalikan harga barang dengan cara menimbun barang terlebih dahulu, ada pula produsen yang mampu menghasilkan barang yang menjadi terkenal sehingga mampu memengaruhi harga di pasar.

Seringkali, dibutuhkan analisa yang lebih mendalam untuk memahami persamaan penawaran permintaan terhadap suatu barang. Bagaimanapun, teori ini bekerja dengan baik dalam situasi yang sederhana.

Permintaan

Arti dari permintaan jika dikutip dari buku pengantar ekonomi karya Raharja ialah keinginan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga selama periode waktu tertentu (hubungan antara permintaan dan harga).

Setiap orang tentunya memerlukan barang atau jasa untuk kebutuhan sehari-hari dan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Akibatnya ada keinginan untuk memenuhi kebutuhan hidup, maka terbentuklah suatu tempat yang disebut pasar.

Karena pasarlah yang menjadi pusat kebutuhan hidup manusia akan barang maupun jasa. Dan di dalam pasar itulah terjadi suatu kegiatan yang dilakukan orang-orang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Aktivitas di pasar itulah yang menimbulkan adanya kegiatan permintaan dan penawaran akan suatu barang dan jasa dari seseorang, kepada seseorang dan untuk seseorang, seperti slogan wakil rakyat *yah*.

Dari hal itu, terjadilah sebuah permintaan akan suatu barang yang diminta pada suatu pasar dengan tingkat harga pada tingkat pendapatan dan dalam waktu tertentu.

Permintaan ini juga bermacam-macam menurut harga setiap barang/jasa yang beragam, iklim pada suatu daerah, pendapatan masyarakat yang juga menentukan jenis barang yang dibutuhkan, jumlah penduduk suatu daerah, dan juga kebutuhan yang akan banyak diminta oleh pembeli.

Permintaan pembeli juga diimbangi oleh kegiatan “penawaran” penjual pada suatu pasar. Jika semakin tinggi harga suatu barang, semakin banyak jumlah barang tersebut akan ditawarkan oleh para penjual, namun sebaliknya jika harga barang semakin rendah, maka semakin sedikit jumlah barang yang ditawarkan.

Kegiatan ini yang terjadi terus menerus, antara penjual dan pembeli yang saling memberikan hubungan dengan menawarkan dan meminta suatu barang/jasa, suatu saat akan mencapai titik kesepakatan antara jumlah barang atau jasa yang ditawarkan dengan jumlah barang atau jasa yang diminta yang biasanya disebut keseimbangan pasar.

Teori permintaan menerangkan tentang ciri hubungan antara jumlah permintaan dan harga. Faktor-faktor terpenting dalam penentuan permintaan antara lain: harga barang itu sendiri, harga barang lain yang berkaitan erat dengan barang tersebut, jumlah penduduk, cita rasa masyarakat, distribusi pendapatan.

Dalam Masyarakat, ramalan mengenai keadaan masa yang akan datang, usaha-usaha produsen untuk meningkatkan penjualan, pendapatan rumah tangga dan pendapatan rata-rata masyarakat.

Faktor yang Menentukan Permintaan

- Harga barang itu sendiri. Jika suatu barang semakin murah, maka permintaan terhadap barang itu akan bertambah. Begitu pun sebaliknya, apabila suatu barang semakin mahal, maka permintaan terhadap barang tersebut berkurang. Hal ini berkaitan dengan hukum permintaan.
- Harga barang-barang lain/ harga barang substitusi/ komplementer. Harga barang lain juga dapat mempengaruhi permintaan suatu barang, tetapi kedua macam barang tersebut harus memiliki keterkaitan.
- Keterkaitan dua macam barang dapat bersifat substitusi (pengganti) atau bersifat komplemen (penggenap). Contohnya, barang substitusi dari daging ayam adalah daging sapi, atau ikan. Sedangkan untuk barang komplementer adalah BBM dan kendaraan bermotor.

- Suatu barang menjadi substitusi barang lain bila terpenuhi paling tidak salah satu syarat dari dua syarat yaitu memiliki fungsi yang sama dan atau kandungan yang sama. Dalam hal ini, bila harga substitusi daging ayam (misalnya daging sapi) meningkat, harga relatif daging ayam menjadi lebih murah sehingga permintaan daging ayam meningkat.
- Suatu barang menjadi komplementer terhadap barang lain jika untuk menggunakan barang yang satu maka barang kedua harus dibutuhkan. Contoh dua macam barang yang mempunyai hubungan komplementer adalah BBM dan mobil. Mobil akan bisa dijalankan jika ada bahan bakarnya, sehingga semahal apapun harga bahan bakar, pengguna mobil akan tetap membelinya.
- Selanjutnya jika dua macam barang tidak mempunyai keterkaitan, maka perubahan harga suatu barang tidak mempengaruhi permintaan barang satunya lagi. Misal jika harga pensil naik, tidak ada pengaruhnya terhadap permintaan daging ayam. Karena antara pensil dan daging ayam tidak berkaitan, baik sebagai barang substitusi maupun barang komplemen.
- Jumlah penduduk sebagai makanan pokok rakyat Indonesia, maka permintaan beras berhubungan positif dengan jumlah penduduk. Makin banyak jumlah penduduk, permintaan beras akan semakin banyak.

- Selera atau kebiasaan masyarakat. Selera atau kebiasaan masyarakat juga dapat menentukan permintaan suatu barang, misalnya beras. Meski harganya sama, tapi permintaan beras per-tahun di daerah Papua lebih rendah dibanding dengan di daerah Sulawesi Selatan. Itu dikarenakan orang-orang Papua lebih menyukai sagu (dari lahir mereka makan sagu). Sebaliknya, di Sulawesi selatan lebih menyukai beras, dikarenakan memang nasi sebagai makanan pokok di daerah tersebut, ada juga kebiasaan (adat) yang membutuhkan beras terutama di kalangan masyarakat Bugis-Makassar, pada saat acara pernikahan.
- Distribusi pendapatan dalam masyarakat. Tingkat pendapatan bisa memberikan kesimpulan yang salah apabila distribusi pendapatan buruk. Jika distribusi pendapatan buruk, artinya kemampuan untuk membeli barang secara umum melemah, sehingga permintaan terhadap suatu barang menurun.
- Pendapatan masyarakat tingkat pendapatan masyarakat dapat mencerminkan daya beli. makin tinggi tingkat pendapatan, daya beli makin kuat, sehingga permintaan terhadap suatu barang meningkat.
- Ramalan mengenai keadaan di masa datang. Sudah seperti peramal, jika kita memperkirakan harga suatu barang akan naik, maka lebih baik kita membeli barang itu sekarang, sehingga mendorong orang untuk membeli lebih banyak saat ini guna menghemat belanja di masa mendatang.

- Usaha-usaha penjual/produsen dalam meningkatkan penjualan pada perekonomian yang modern. Usaha para penjual untuk membeli barang itu sangat besar peranannya dalam mempengaruhi orang-orang. Sarana promosi dalam bentuk “iklan” memungkinkan orang-orang untuk mengenal suatu barang baru sehingga menimbulkan permintaan terhadap barang tersebut. Selain itu, untuk barang-barang yang sudah lama dijual, pengiklanan akan mengingatkan kembali orang-orang tentang adanya barang tersebut dan menarik minat untuk membeli.
- Usaha-usaha promosi lainnya, seperti pemberian hadiah kepada pembeli/konsumen jika membeli suatu barang dari penjual atau iklan pemberian potongan harga sering mendorong orang untuk membeli lebih banyak dibanding jika tidak dilakukan upaya promosi tersebut. Sehingga sangat sulit untuk secara sekaligus kita melakukan analisis pengaruh berbagai faktor tersebut terhadap permintaan sesuatu barang.

Berdasarkan kasus tersebut, dalam membicarakan teori permintaan, ahli ekonomi membuat analisis yang lebih sederhana yang menganggap bahwa permintaan suatu barang itu dipengaruhi oleh tingkat harganya.

Oleh sebab itu, dalam buku Pengantar Ekonomi Mikro karya Sadono Sukirno, teori permintaan yang penting untuk dianalisis adalah hubungan antara jumlah permintaan suatu barang dengan harga barang tersebut. Dalam analisis itu, diasumsikan bahwa “faktor–faktor lain tidak mengalami perubahan” atau ceteris paribus. Tapi dengan asumsi ini tidaklah berarti bahwa kita mengabaikan faktor–faktor yang dianggap tetap tersebut.

Sebagai contoh permintaan terhadap suatu barang akan berubah apabila selera atau pendapatan atau harga barang-barang lain mengalami perubahan. Dalam analisis ekonomi dianggap bahwa “permintaan suatu barang terutama dipengaruhi oleh tingkat harganya”.



Kemudian dalam hukum permintaan dijelaskan sifat hubungan antara permintaan suatu barang dengan tingkat harganya. “makin rendah harga suatu barang, maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut dan sebaliknya makin tinggi harga suatu barang, maka makin sedikit permintaan terhadap barang tersebut”.

Di dalam buku karangan Sukirno pula menjelaskan jika jumlah permintaan dan tingkat harga memiliki hubungan berlawanan dikarenakan harga barang yang naik menyebabkan pendapatan para pembeli berkurang, pendapatan yang merosot tersebut memaksa para pembeli untuk mengurangi pembelian terhadap berbagai jenis barang terutama barang yang mengalami kenaikan harga.

Selain itu kenaikan harga menyebabkan para pembeli mencari barang lain yang dapat digunakan sebagai pengganti terhadap barang yang mengalami kenaikan harga. Sebaliknya, apabila harga turun, maka orang mengurangi pembelian terhadap barang lain yang sama jenisnya dan menambah pembelian terhadap barang yang mengalami penurunan harga.

Hukum permintaan ini dapat membantu pemerintah sebagai sang penentu kebijakan membuat keputusan tentang pelayanan kesehatan dan promosi kesehatan.

Pernah dong kamu mendengarkan berita jika tahun 2022 pemerintah Indonesia akan menaikkan harga rokok ?. Asal muasal harga rokok menjadi naik itu karena kebijakan yang ditetapkan pemerintah Indonesia dari hukum permintaan ini loh. Dengan meningkatkan cukai (pajak) rokok.

Jika harga rokok dinaikkan, maka dapat mengurangi jumlah orang merokok (terutama bagi orang yang akan memulai merokok) dikarenakan mereka akan berfikir untuk mengeluarkan uang yang lebih jika ingin merokok. Peningkatan cukai rokok adalah strategi yang bagus untuk mengurangi jumlah perokok pemula.

Jenis Permintaan

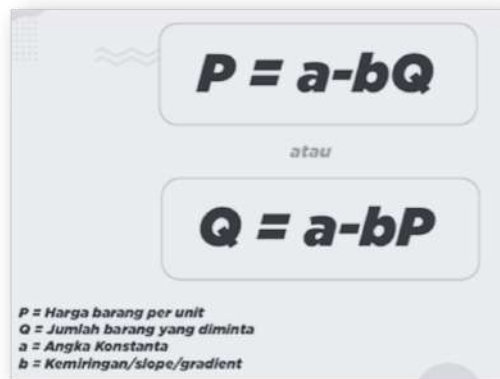
Setelah dijelaskan tentang seluk beluk permintaan itu, maka akan dibahas jenis-jenis permintaan. Jika berdasarkan daya belinya, pada buku pengantar ekonomi mikro karangan Dwiloka, Aris dan Dede, ada beberapa jenis permintaan.

Permintaan absolut ialah permintaan dari pembeli/konsumen terhadap suatu barang atau jasa yang tidak disertai dengan daya beli. Pada permintaan absolut pembeli tidak mempunyai kemampuan (uang) untuk membeli barang yang diinginkan. Contohnya Mas Eko ingin membeli Celana jeans. Akan tetapi uang yang dimiliki Mas Eko tidak cukup untuk membeli celana jeans tersebut. Oleh karena itu keinginan Mas Eko untuk membeli celana jeans tidak dapat terpenuhi.

- Permintaan potensial ialah permintaan orang-orang terhadap suatu barang dan jasa yang sebenarnya memiliki kemampuan untuk membeli, tetapi belum melaksanakan pembelian barang atau jasa tersebut. Contohnya Mbak Nomi sebenarnya mempunyai uang yang cukup untuk membeli membeli Meja makan namun belum melakukan pembelian meja makan tersebut.
- Permintaan efektif ialah permintaan masyarakat terhadap suatu barang atau jasa yang disertai dengan daya beli atau kemampuan membayar. Pada permintaan jenis ini, seorang konsumen memang membutuhkan barang itu dan ia mampu membayarnya.

Kurva Permintaan

Pengertian permintaan, sudah. Hukum permintaan, juga sudah. Hingga ke jenis-jenis permintaan pun sudah dibahas. Maka tidak afdol rasanya jika tidak membahas tentang apa dan seperti apa bentuk kurva dari permintaan itu. *So check this out!*



$P = a - bQ$

atau

$Q = a - bP$

P = Harga barang per unit
 Q = Jumlah barang yang diminta
 a = Angka Konstanta
 b = Kemiringan/slope/gradient

Pada buku Mikro Ekonomi karya Sadono Sukirno, Kurva permintaan dapat kita artikan sebagai suatu grafik yang menggambarkan sifat hubungan antara harga suatu barang tertentu dengan jumlah barang tersebut yang diminta para pembeli.

Permintaan akan suatu barang dan jasa dapat dilihat dari dua sudut, yakni Permintaan yang dilakukan oleh seseorang, dan Permintaan yang dilakukan oleh semua orang.

Dalam pasar, jika garis kurva permintaan yang terbentuk bergeser ke kanan, maka yang terjadi adalah penambahan jumlah barang yang diminta atau disebut juga dengan pertambahan permintaan. Sedangkan jika garis kurva permintaan yang terbentuk bergeser ke kiri, maka yang terjadi adalah pengurangan jumlah barang yang diminta atau disebut juga dengan pengurangan permintaan.

Sama halnya dengan hukum permintaan, ada banyak faktor yang menyebabkan pergeseran kurva permintaan, adapun faktornya yaitu Pendapatan, Harga barang lain: barang substitusi dan komplementer, selera masyarakat, hingga ramalan mengenai keadaan di masa depan.

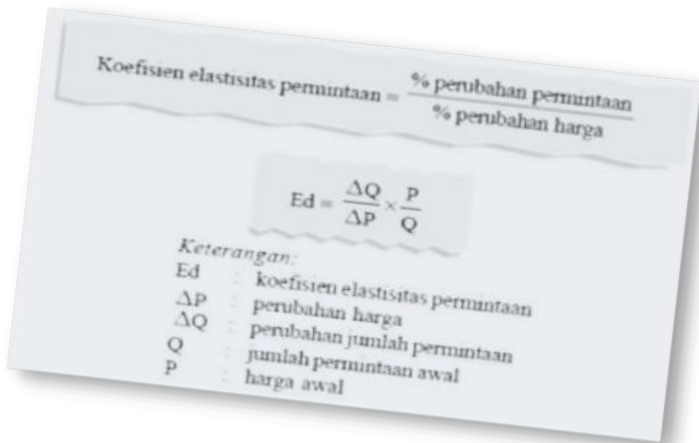
Teman-teman millennial, misalkan ada dua barang *nih*, beras dan laptop. Dalam ilmu ekonomi, biasanya kamu dihadapkan dengan kondisi kemungkinan adanya perubahan harga.

Jika keduanya sama-sama mengalami kenaikan harga, bagaimana respon kamu terhadap perubahan ini?. Tentu saja berbeda *yah*, karena kedua barangnya memiliki sifat yang berbeda juga.

Untuk beras, perubahannya tidak cukup banyak, karena walaupun harganya naik, kamu akan tetap membelinya, karena beras dibutuhkan untuk dikonsumsi sehari-hari (kebutuhan pokok). Beda halnya jika harga laptop yang mengalami kenaikan. Kamu tentu saja akan menurunkan pembelian laptop tersebut karena barang tersebut tidak begitu dibutuhkan.

Pengertian Elastisitas Permintaan

Elastisitas permintaan adalah suatu alat atau konsep yang digunakan untuk mengukur derajat kepekaan atau respon perubahan jumlah atau kualitas barang yang dibeli sebagai akibat perubahan faktor yang mempengaruhi.



Koefisien elastisitas permintaan = $\frac{\% \text{ perubahan permintaan}}{\% \text{ perubahan harga}}$

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

Keterangan:

- Ed : koefisien elastisitas permintaan
- ΔP : perubahan harga
- ΔQ : perubahan jumlah permintaan
- Q : jumlah permintaan awal
- P : harga awal

Pengetahuan akan konsep elastisitas ini sangat penting bagi produsen sebagai pedoman untuk tindakan yang akan ia lakukan yang berkaitan dengan konsumen, misalnya menaikkan harga. Hal ini penting dipahami produsen karena sangat berkaitan dengan berapakah perolehan penjualan (pendapatan) yang akan ia peroleh.

Jika dengan menaikkan harga, permintaan konsumen menurun dalam jumlah kecil, kenaikan harga akan menutupi biaya produksi sehingga produsen masih mendapatkan keuntungan. Tetapi jika dengan menaikkan harga, permintaan konsumen menurun dalam jumlah yang sangat besar, maka produsen akan menderita kerugian.

Dengan demikian, produsen akan berfikir ulang jika ingin menaikkan harga produknya sepuluh persen, dua puluh persen, atau seterusnya.

Faktor Penentu Elastisitas Permintaan

Teman-teman millennial, *kan* telah dibahas sebelumnya jika elastisitas itu merupakan ukuran sejauh mana pembeli dan penjual bereaksi terhadap perubahan kondisi yang ada. Kondisi yang dimaksud berkaitan dengan perubahan harga.

Namun, selain kaitan perubahan harga, ada juga beberapa faktor yang menjadi penentu dalam elastisitas permintaan, Beberapa faktor itu antara lain:

- Banyaknya Barang Pengganti yang Tersedia

Bila suatu barang mempunyai banyak barang pengganti, permintaan cenderung untuk bersifat elastis. Perubahan harga yang kecil saja akan menimbulkan perubahan yang besar terhadap permintaan. Permintaan terhadap barang yang tidak banyak mempunyai barang pengganti adalah bersifat tidak elastik.

Hal itu dikarenakan jika harga naik, para pembeli sukar memperoleh barang pengganti, sehingga permintaan tidak banyak berkurang. Sementara jika harga turun permintaannya tidak banyak bertambah, karena tidak banyak tambahan pembeli yang pindah dari membeli barang yang bersaing dengannya.

Dengan kata lain, semakin banyak jenis barang pengganti terhadap suatu barang, semakin elastis sifat permintaannya.

- Presentasi Pendapatan yang Dibelanjakan

Besarnya bagian pendapatan yang digunakan untuk membeli suatu barang dapat mempengaruhi elastisitas permintaan terhadap barang tersebut. Dengan kata lain, semakin besar bagian pendapatan yang diperlukan untuk membeli suatu barang, semakin elastis permintaan akan barang tersebut.

- Jangka Waktu Analisis

Lamanya pengamatan terhadap perubahan harga barang berpengaruh terhadap elastisitas. Semakin lama jangka waktu yang digunakan analisis terhadap permintaan, semakin elastis permintaan akan barang tersebut.

Jenis-jenis Elastisitas Permintaan

Pengertian elastisitas?, sudah. Faktor yang mempengaruhi tingkat elastisitas?, juga sudah. Nah!, selanjutnya kamu akan membaca beberapa macam elastisitas permintaan. *Check it dot!*

Elastisitas Permintaan?



Elastisitas Sempurna jika $E = \text{tidak terhingga}$
Tidak Elastis Sempurna jika $E = 0$
Elastis jika $E > 1$
Tidak Elastis jika $E < 1$
Elastis Uniter jika $E = 1$

- **Permintaan elastis sempurna**

Permintaan elastis sempurna: Elastisitas tak terhingga. Di mana pada suatu harga tertentu pasar sanggup membeli semua barang yang ada di pasar. Namun, kenaikan harga sedikit saja akan menjatuhkan permintaan menjadi 0. Dengan demikian, kurvanya berbentuk horizontal.

Contoh produk yang permintaannya bersifat tidak elastis sempurna diantaranya barang/jasa yang bersifat komoditi, yaitu barang/jasa yang memiliki karakteristik dan fungsi sama meskipun dijual di tempat yang berbeda atau diproduksi oleh produsen yang berbeda.

- **Permintaan tidak elastis sempurna**

Permintaan tidak elastis sempurna: elastisitas = 0. Perubahan harga tidak mempengaruhi jumlah yang diminta. Dengan demikian, kurvanya berbentuk vertikal. Kurva berbentuk vertikal ini berarti bahwa berapa pun harga yang ditawarkan, kuantitas barang/jasa tetap tidak berubah. Contoh barang yang permintaannya tidak elastis sempurna adalah tanah (meskipun harganya naik terus, kuantitas yang tersedia tetap terbatas).

- **Permintaan elastis**

Permintaan elastis: elastisitas > 1. Persentase perubahan kuantitas permintaan > persentase perubahan harga. Ini sering terjadi pada produk yang mudah dicari substitusinya. Misalnya saja pakaian, makanan ringan, dan lain sebagainya. Ketika harganya naik, konsumen akan dengan mudah menemukan barang penggantinya.

- **Permintaan tidak elastis**

Permintaan tidak elastis: elastisitas < 1. Persentase perubahan kuantitas permintaan < dari persentase perubahan harga. Contoh permintaan tidak elastis ini dapat dilihat diantaranya pada produk kebutuhan. Misalnya beras, meskipun harganya naik, orang akan tetap membutuhkan konsumsi beras sebagai makanan pokok.

Karenanya, meskipun mungkin dapat dihemat penggunaannya, namun cenderung tindakan sebesar kenaikan harga yang terjadi. Sebaliknya pula, jika harga beras turun konsumen tidak akan menambah konsumsinya sebesar penurunan harga. Ini karena konsumsi beras memiliki keterbatasan (misalnya rasa kenyang).

- **Permintaan uniter elastis**

Permintaan uniter elastis: elastisitas = 1. Persentase perubahan kuantitas permintaan = persentase perubahan harga. Contoh produk yang elastisitasnya uniter tidak dapat disebutkan secara spesifik. Jenis permintaan ini sebenarnya lebih sebagai pembatas antara permintaan elastis dan tidak elastis, sehingga belum tentu ada produk yang dapat dikatakan memiliki permintaan uniter elastis.

Kasus Pengecualian

Dalam kehidupan nyata, sering kali hukum permintaan yang telah dibahas tidak berlaku. Kapan itu?. Yaitu jika harga suatu barang naik justru permintaan terhadap barang tersebut meningkat, begitu pun sebaliknya. Dalam buku karangan Rahardja, setidaknya ada tiga kelompok barang dimana hukum permintaan tidak berlaku. Apa itu ?, mari kita *Cek !*

Barang giffen (*giffen good*)

Yaitu barang-barang yang apabila harganya turun menyebabkan jumlah barang yang diminta akan berkurang. Ini terjadi karena efek pendapatan yang negatif dari barang giffen lebih besar daripada naiknya jumlah barang yang diminta karena berlakunya efek pengganti/substitusi yang selalu positif.

Dalam hal ini jika harga suatu barang turun, maka pendapatan nyata (*real income*) konsumen bertambah. Untuk kasus barang giffen, kenaikan pendapatan nyata konsumen justru akan membuat permintaan terhadap barang tersebut menjadi berkurang.

Pendapatan nyata adalah pendapatan yang berdasarkan daya beli, yang artinya sudah memperhitungkan faktor kenaikan atau penurunan harga. Pendapatan yang belum memperhatikan faktor perubahan harga dinamakan pendapatan nominal atau *money income*.

Contoh dari barang giffen ialah ketika orang-orang sedang tidak mampu (dari segi ekonomi) mereka akan makan/mengonsumsi ubi yang harganya murah. Saat mereka sudah mulai sukses/mampu dalam ekonomi, mereka akan mengganti ubi dengan nasi.

Barang yang memiliki unsur spekulasi

Contoh dari barang ini seperti emas, tanah (di kota), dan saham. Barang-barang itu dapat menyebabkan orang akan menambah pembeliannya pada saat harganya naik, karena ada unsur spekulasi (memperoleh keuntungan di kemudian hari). Diharapkan harga akan naik lagi pada saat harga barang itu naik, dengan demikian mereka mengharapkan akan memperoleh keuntungan.

Barang *prestise*

Yakni barang-barang yang dapat menambah *prestise* (status sosial atau kehormatan) seseorang yang memilikinya. Pada umumnya barang ini harganya mahal.

Apabila harga barang tersebut naik, maka dapat menyebabkan permintaan terhadap barang tersebut juga ikut meningkat dikarenakan orang yang membelinya memperoleh keuntungan status sosialnya naik. Contohnya ialah jam mewah, mobil mewah, lukisan dari pelukis terkenal atau barang-barang antik.

Dari pemaparan materi tentang permintaan tersebut dapat disimpulkan beberapa hal. Teori permintaan adalah hubungan antara jumlah permintaan suatu barang dengan harga barang tersebut. Kemudian diasumsikan bahwa “faktor-faktor” lain tidak mengalami perubahan” (*ceteris paribus*).

Kemudian dalam hukum permintaan dijelaskan sifat hubungan antara permintaan suatu barang dengan tingkat harganya. “makin rendah harga suatu barang, maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut dan sebaliknya makin tinggi harga suatu barang, maka makin sedikit permintaan terhadap barang tersebut”.

Jumlah permintaan dan tingkat harga memiliki hubungan seperti itu dikarenakan harga barang naik menyebabkan pendapatan para pembeli berkurang, pendapatan yang berkurang tersebut memaksa para pembeli untuk mengurangi pula pembelian terhadap berbagai jenis barang terutama barang yang mengalami kenaikan harga.

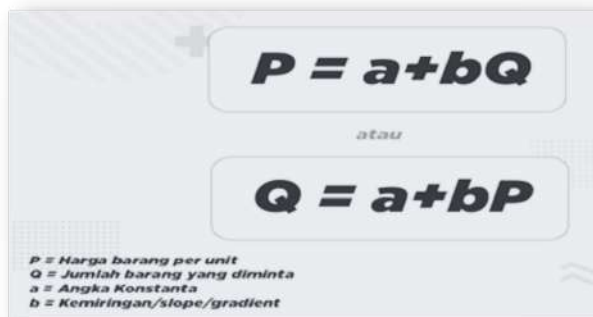
Selain itu kenaikan harga menyebabkan para pembeli mencari barang lain yang dapat digunakan sebagai pengganti terhadap barang yang mengalami kenaikan harga. Sebaliknya, apabila harga turun, maka orang mengurangi pembelian terhadap barang lain yang sama jenisnya dan menambah pembelian terhadap barang yang mengalami penurunan harga.

Dengan demikian, jika harga suatu barang meningkat, maka kuantitas/jumlah barang yang diminta masyarakat akan berkurang atau menurun. Jumlah barang tertentu yang diminta itu tergantung atas tingkat harga barang tersebut, ataupun harga barang lain yang bersifat substitusi/komplementer.

Teori Penawaran

Arti dari penawaran jika dilihat dari buku pengantar ekonomi karya Rahardja ialah banyaknya barang yang ditawarkan oleh penjual/produsen pada suatu pasar tertentu, pada periode tertentu, dan pada tingkat harga tertentu.

Permintaan hanya akan terpengaruhi bila para penjual dapat menyediakan barang-barang yang diperlukan. Hal ini akan mempengaruhi tingkah laku penjual dalam menyediakan atau menawarkan barang-barang yang diperlukan masyarakat di pasar serta menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi produksi dan penawaran barang yang akan dijual.


$$P = a + bQ$$

atau

$$Q = a + bP$$

*P = Harga barang per unit
Q = Jumlah barang yang diminta
a = Angka Konstanta
b = Kemiringan/slope/gradient*

Faktor-faktor terpenting dalam penentuan penawaran antara lain: harga barang itu sendiri, harga barang-barang lain yang berkaitan erat dengan barang tersebut, harga faktor produksi, biaya produksi, tingkat teknologi yang digunakan, jumlah dagang atau penjual, tujuan perusahaan, dan kebijakan pemerintah.

Hukum Penawaran

Hukum penawaran pada dasarnya mengatakan bahwa makin tinggi harga sesuatu barang, semakin banyak jumlah barang tersebut akan ditawarkan oleh para penjual.

Penawaran?

Jika
Harga (P)

Maka

Jumlah
Barang
yang
ditawarkan
(Q)



Sebaliknya, makin rendah harga sesuatu barang semakin sedikit jumlah barang tersebut yang ditawarkan. Pembahasan mengenai fungsi penawaran ini menggunakan asumsi bahwa jumlah barang yang ditawarkan oleh produsen hanya dipengaruhi oleh harga barang tersebut, sehingga faktor lain yang dapat mempengaruhi penawaran barang tersebut dianggap tetap (*ceteris paribus*). Materi ini terdapat pada buku karya Dwika, Aris, dede yang judulnya pengantar ekonomi mikro.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penawaran

Dalam buku mikro ekonomi karangan Rahardja, terdapat beberapa faktor yang memengaruhi penawaran, yaitu:

- Harga barang itu sendiri jika harga suatu barang naik, maka produsen cenderung akan menambah jumlah barang yang dihasilkan.
- Harga barang lain yang terkait barang-barang substitusi dapat mempengaruhi penawaran suatu barang. Misalkan dikarenakan kenaikan biaya produksi diluar negeri, atau kenaikan tarif impor, baju yang diimpor menjadi bertambah mahal harganya. Konsumen baju impor sekarang lebih suka membeli baju buatan dalam negeri sehingga permintaan terhadap baju produksi dalam negeri meningkat. Kenaikan permintaan ini pada gilirannya akan mendorong para produsen dalam negeri untuk meningkatkan hasil produksinya, sehingga penawaran baju meningkat.

Secara umum dapat dikatakan bahwa apabila harga barang substitusi naik, maka penawaran suatu barang akan bertambah. Dan sebaliknya sedangkan untuk barang komplemen, dapat dinyatakan bahwa apabila harga barang komplemen naik, maka penawaran suatu barang berkurang dan sebaliknya.

- Harga faktor produksi. Kenaikan harga faktor produksi seperti tingkat upah yang lebih tinggi, harga bahan baku yang meningkat, atau kenaikan tingkat bunga modal akan menyebabkan perusahaan memproduksi outputnya lebih sedikit dengan jumlah anggaran yang tetap. Kenaikan harga faktor produksi ini juga akan mengurangi laba perusahaan. Apabila tingkat laba suatu industri tidak menarik lagi, mereka akan pindah ke industri lain dan hal ini akan mengakibatkan berkurangnya penawaran barang.
- Biaya Produksi. Kenaikan harga input sebenarnya juga menyebabkan kenaikan biaya produksi. Dengan demikian, bila biaya produksi meningkat, maka produsen akan mengurangi hasil produksinya, berarti penawaran itu berkurang.
- Teknologi produksi. Kemajuan teknologi menyebabkan penurunan biaya produksi dan menciptakan barang-barang baru. Dalam hubungannya dengan penawaran suatu barang, kemajuan teknologi menyebabkan kenaikan dalam penawaran barang.

- Jumlah pedagang atau penjual. Apabila jumlah penjual suatu produk tertentu semakin banyak, maka penawaran barang tersebut akan bertambah.
- Tujuan perusahaan. Tujuan perusahaan adalah memaksimalkan laba, bukan memaksimalkan hasil produksinya. Akibatnya, tiap produsen tidak berusaha untuk memanfaatkan kapasitas produksinya secara maksimum, tetapi akan menggunakannya pada tingkat produksi yang memberikan keuntungan maksimum. Namun demikian, sering ditemui produsen yang mempunyai tujuan lain dalam berproduksi. Contohnya, ada perusahaan yang tidak mau menanggung risiko mereka cenderung melakukan kegiatan produksi yang lebih aman meskipun hal tersebut menyebabkan tingkat keuntungannya menjadi lebih sedikit. Sedangkan BUMN misalnya, lebih mementingkan mencapai tingkat produksi yang maksimum (agar tingkat kemakmuran masyarakat meningkat) dan bukan keuntungan yang maksimum. Dengan demikian, penawaran suatu barang dipengaruhi oleh tujuan yang ingin dicapai produsen.
- Kebijakan pemerintah. Kebijakan pemerintah juga dapat mempengaruhi penawaran suatu barang. Di Indonesia, beras merupakan makanan utama.

Kebijakan pemerintah untuk mengurangi beras impor dan meningkatkan produksi dalam negeri guna tercapainya swasembada beras, menyebabkan para petani menanam padi tertentu yang memberikan hasil banyak setiap panennya. Kebijakan ini jelas menambah penawaran/*supply* beras dan keperluan impor beras dapat dikurangi.

Dalam analisis mengenai penawaran akan dilakukan analisis satu per satu faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran. Dengan memisalkan faktor-faktor lain dianggap tetap (*ceteris paribus*), maka analisis yang utama adalah “penawaran suatu barang terutama dipengaruhi oleh harga (ada hubungan tingkat harga dengan jumlah barang yang ditawarkan penjual)”

Penawaran diartikan sebagai kuantitas barang yang ditawarkan di pasar pada berbagai tingkat harga. Hukum penawaran menyatakan: bila harga sesuatu barang meningkat, maka produsen akan berusaha meningkatkan jumlah barang yang dijualnya. Sebaliknya, jika harga turun, produsen cenderung akan mengurangi jumlah barang yang dijual.

Pengaruh Faktor Bukan Harga terhadap Penawaran

Dalam kenyataan di hidup kita ini, banyaknya penawaran terhadap sesuatu barang juga ditentukan oleh banyak faktor lain. Oleh sebab itu dalam melakukan analisis mengenai teori penawaran, juga perlu melakukan analisis bagaimana faktor penting lainnya dapat mempengaruhi penawaran.

- **Harga Barang Lain**

Apabila terjadi kenaikan harga pada barang lain, pembeli/konsumen akan membeli barang yang mempunyai fungsi yang sama dengan harga yang terjangkau, kenaikan permintaan ini akan mendorong produsen untuk menaikkan produksi dan penawarannya.

- **Biaya untuk Memperoleh Faktor Produksi**

Kenaikan pengeluaran faktor produksi (biaya produksi) akan berakibat mengurangi keuntungan suatu perusahaan/produsen, sehingga mereka akan melakukan efisiensi atau pindah ke usaha lain. Tindakan ini dapat mengurangi penawaran dalam suatu kegiatan ekonomi tertentu.

- **Tujuan-Tujuan Perusahaan**

Tujuan-tujuan yang berbeda dari setiap perusahaan untuk memaksimalkan keuntungan, menimbulkan efek yang berbeda terhadap tingkat produksi. Dengan demikian penawaran sesuatu barang akan berbeda sifatnya bila terjadi perubahan dalam tujuan yang ingin dicapai perusahaan.

- **Tingkat Teknologi**

Kenaikan produksi dan perkembangan ekonomi yang sangat pesat dapat disebabkan oleh penggunaan teknologi yang semakin modern. Penggunaan teknologi dapat mengurangi biaya produksi, mempertinggi produktivitas, mempertinggi mutu barang dan menciptakan barang-barang yang baru, sehingga menimbulkan efek: produksi dapat ditambah dengan cepat dan biaya semakin murah. Jadi kemajuan teknologi dapat menimbulkan kenaikan penawaran.

Kurva Penawaran

Pengertian penawaran, sudah. Hukum penawaran juga sudah. Hingga ke faktor-faktor yang memengaruhi penawaran juga sudah dibahas. Sama dengan Konsep permintaan, tidak adil rasanya jika kita tidak membahas tentang apa dan seperti apa bentuk kurva dari penawaran itu. Jadi, Mari *Cek!*

Pada buku Mikro Ekonomi karya Sadono Sukirno, Kurva penawaran dapat kita artikan sebagai suatu grafik yang menggambarkan sifat hubungan antara harga suatu barang tertentu dengan jumlah barang tersebut yang ditawarkan para penjual/produsen.

Penawaran akan suatu barang dan jasa dapat dilihat dari dua sudut, yakni penawaran yang dilakukan oleh seseorang, dan penawaran yang dilakukan oleh semua orang. Pada umumnya garis kurva penawaran menaik dari kiri bawah ke kanan atas.

Dalam pasar, jika terjadi pergeseran garis kurva penawaran ke kanan maka akan terjadi penambahan penawaran barang. Sedangkan jika terjadi pergeseran garis kurva penawaran ke kiri disebut penurunan penawaran.

Sama halnya dengan hukum penawaran, ada banyak faktor yang menyebabkan pergeseran kurva penawaran, adapun faktornya yaitu harga barang substitusi, biaya produksi, tujuan Penjual/Produsen, dan jumlah penjual/produsen di pasar.

Teman-teman millennial, misalkan lagi ada dua barang *nih*, beras dan laptop. Dalam ilmu ekonomi, biasanya kamu sebagai penjual/produsen dan dihadapkan dengan kondisi kemungkinan adanya perubahan harga.

Jika keduanya sama-sama mengalami kenaikan harga, bagaimana respon kamu terhadap perubahan ini?. Tentu saja berbeda yah, karena kedua barangnya memiliki sifat yang berbeda juga.

Untuk beras, perubahannya tidak cukup banyak, karena walaupun harganya naik, kamu akan tetap menawarkan/menjualnya dengan keadaan yang sama sebelum perubahan terjadi, karena beras dibutuhkan untuk dikonsumsi sehari-hari (kebutuhan pokok). Beda halnya jika harga laptop yang mengalami kenaikan. Kamu tentu saja akan menaikkan penawaran laptop tersebut untuk mendapatkan keuntungan.

Pengertian Elastisitas Penawaran

Elastisitas penawaran adalah suatu alat atau konsep yang digunakan untuk mengukur derajat kepekaan atau respon perubahan jumlah atau kualitas barang yang dijual/ditawarkan sebagai akibat perubahan faktor yang mempengaruhi.

$$E_s = \frac{\text{Persentase perubahan jumlah barang yang ditawarkan}}{\text{Persentase perubahan harga}}$$
$$E_s = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P}{Q}$$

Keterangan:

- E_s : koefisien elastisitas penawaran
- ΔP : perubahan harga
- ΔQ : perubahan jumlah penawaran
- Q : jumlah penawaran awal
- P : harga awal

Pengetahuan akan konsep elastisitas ini sangat penting bagi produsen sebagai pedoman untuk tindakan yang akan ia lakukan yang berkaitan dengan produsen, misalnya menaikkan harga. Hal ini penting dipahami produsen karena sangat berkaitan dengan berapakah perolehan penjualan (pendapatan) yang akan ia peroleh.

Jika dengan menaikkan harga, permintaan konsumen menurun dalam jumlah kecil, kenaikan harga akan menutupi biaya produksi sehingga produsen masih mendapatkan keuntungan. Tetapi jika dengan menaikkan harga, permintaan konsumen menurun dalam jumlah yang sangat besar, maka produsen akan menderita kerugian.

Dengan demikian, produsen akan berfikir ulang jika ingin menaikkan harga produknya sepuluh persen, dua puluh persen, atau seterusnya.

Faktor Penentu Elastisitas Penawaran

Teman-teman millennial, kan telah dibahas sebelumnya jika elastisitas itu merupakan ukuran sejauh mana pembeli dan penjual bereaksi terhadap perubahan kondisi yang ada. Kondisi yang dimaksud berkaitan dengan perubahan harga.

Namun, selain kaitan perubahan harga, ada juga beberapa faktor yang menjadi penentu dalam elastisitas penawaran, Beberapa faktor itu antara lain:

- Sifat Perubahan Biaya Produksi

Penawaran akan tidak bersifat elastis apabila kenaikan penawaran hanya dapat dilakukan dengan mengeluarkan biaya yang sangat tinggi. Bila biaya tambahan yang dikeluarkan tidak terlalu tinggi, penawaran akan bersifat elastis.

- Jangka Waktu Analisis

Dalam menganalisis pengaruh waktu kepada elastisitas penawaran, dibedakan atas 3 jenis jangka waktu. Masa sangat singkat, masa waktu di mana para penjual tidak dapat mengubah penawarannya (penawaran bersifat tidak elastis sempurna). Jangka Pendek, di mana kapasitas alat-alat produksi yang ada tidak dapat ditambah, kenaikan produksi dilakukan dengan cara menggunakan faktor-faktor produksi secara lebih intensif (penawaran bersifat tidak elastis). Jangka Panjang, produksi dan jumlah barang yang ditawarkan dapat dengan mudah ditambah dalam jangka panjang (penawaran bersifat elastis).

Jenis-jenis Elastisitas Permintaan

Pengertian elastisitas?, sudah. Faktor yang mempengaruhi tingkat elastisitas?, juga sudah. *Nah!*, selanjutnya kamu akan membaca beberapa macam elastisitas permintaan. *Check it dot !*.

Elastisitas Penawaran?



Elastisitas Sempurna jika $E = \text{tidak terhingga}$
Tidak Elastis Sempurna jika $E = 0$
Elastis jika $E > 1$
Tidak Elastis jika $E < 1$
Elastis Uniter jika $E = 1$

- **Penawaran elastis sempurna**

Penawaran elastis sempurna: Elastisitas tak terhingga. Di mana pada suatu harga tertentu pasar sanggup membeli semua barang yang ada di pasar. Namun, kenaikan harga sedikit saja akan menjatuhkan penawaran menjadi 0. Dengan demikian, kurvanya berbentuk horizontal. Contoh produk yang permintaannya bersifat tidak elastis sempurna diantaranya barang/jasa yang bersifat komoditi, yaitu barang/jasa yang memiliki karakteristik dan fungsi sama meskipun dijual di tempat yang berbeda atau diproduksi oleh produsen yang berbeda.

- **Penawaran tidak elastis sempurna**

Penawaran tidak elastis sempurna: elastisitas = 0. Perubahan harga tidak mempengaruhi jumlah yang ditawarkan. Dengan demikian, kurvanya berbentuk vertikal. Kurva berbentuk vertikal ini berarti bahwa berapa pun harga yang ditawarkan, kuantitas barang/jasa tetap tidak berubah. Contoh barang yang penawarannya tidak elastis sempurna adalah tanah (meskipun harganya naik terus, kuantitas yang tersedia tetap terbatas).

- **Penawaran elastis**

Penawaran elastis: elastisitas > 1. Persentase perubahan kuantitas penawaran > persentase perubahan harga. Ini sering terjadi pada produk yang mudah dicari substitusinya. Misalnya saja pakaian, makanan ringan, dan lain sebagainya. Ketika harganya naik, konsumen akan dengan mudah menemukan barang penggantinya.

- **Penawaran tidak elastis**

Penawaran tidak elastis: elastisitas < 1. Persentase perubahan kuantitas penawaran < dari persentase perubahan harga. Contoh penawaran tidak elastis ini dapat dilihat diantaranya pada produk kebutuhan. Misalnya beras, meskipun harganya naik, orang akan tetap membutuhkan konsumsi beras sebagai makanan pokok. Karenanya, meskipun mungkin dapat dihemat penggunaannya, namun cenderung tindakan sebesar kenaikan harga yang terjadi.

Sebaliknya pula, jika harga beras turun konsumen tidak akan menambah konsumsinya sebesar penurunan harga. Ini karena konsumsi beras memiliki keterbatasan (misalnya rasa kenyang).

- **Penawaran uniter elastis**

Penawaran uniter elastis: elastisitasnya = 1. Persentase perubahan kuantitas penawaran = persentase perubahan harga. Contoh produk yang elastisitasnya uniter tidak dapat disebutkan secara spesifik. Jenis penawaran ini sebenarnya lebih sebagai pembatas antara penawaran elastis dan tidak elastis, sehingga belum tentu ada produk yang dapat dikatakan memiliki penawaran uniter elastis.

Harga dan Penawaran

Dalam buku pengantar mikro ekonomi karya Dwika aris dede, hukum penawaran dijelaskan bahwa suatu pernyataan yang menjelaskan tentang sifat hubungan antara harga suatu barang dan jumlah barang tersebut yang ditawarkan para penjual.

Jadi inti dari hukum penawaran itu menyatakan “semakin tinggi harga suatu barang, maka semakin banyak jumlah barang tersebut akan ditawarkan oleh para penjual dan sebaliknya semakin rendah harga suatu barang, maka semakin sedikit jumlah barang tersebut yang ditawarkan”.

Kasus Permintaan atau Penawaran yang Berubah Secara Serentak

Kasus permintaan ataupun penawaran yang berubah secara serentak yang biasanya terjadi dalam kehidupan kita itu disebabkan oleh beberapa kemungkinan.

- Perubahan mungkin berlaku ke arah yang sama, yakni sama-sama mengalami kenaikan atau sama-sama mengalami penurunan.
- Perubahan mungkin berlaku ke arah yang berlawanan, yaitu permintaan turun tetapi penawaran bertambah atau sebaliknya.
- Apabila pertambahan permintaan sama dengan pertambahan penawaran, maka tingkat harga tidak berubah.
- Apabila pertambahan permintaan kurang dari pertambahan penawaran harga akan merosot.

Keseimbangan Pasar

Apakah kamu telah membaca bahasan sebelumnya tentang rumus fungsi dan kurva permintaan-penawaran? Sudah paham belum? Kalau kamu sudah paham, kamu bisa loh memakainya untuk memerhatikan dan mengawasi perkembangan terbentuknya keseimbangan harga pasar.

Penasaran seperti apa proses terbentuknya harga keseimbangan pasar? Dan apa hubungannya dengan kurva permintaan-penawaran? mari simak pembahasannya. *Check This Out!*

Keseimbangan pasar ialah terbentuknya suatu harga keseimbangan (harga yang seimbang/stabil), harga keseimbangan itu merupakan harga dimana pembeli atau penjual sama-sama tidak ingin menambah atau mengurangi barang/jasa yang dijual atau dibeli.

Selalu kamu ingat *yah*, kamu bisa menyebut harga keseimbangan hanya jika permintaan dan penawaran ada pada titik yang sama, tidak kurang, pun tidak lebih, seperti sayur dan garam, biar enak, garamnya harus tidak kurang dan tidak lebih.

Keseimbangan Pasar?



Kondisi dimana Jumlah Barang yang diminta dan jumlah barang yang ditawarkan itu SAMA

Karena jika harga ada di bawah harga keseimbangan, maka akan terjadi kelebihan permintaan, di mana permintaan akan meningkat akibat harga yang rendah, dan kemudian penawaran menurun.

Sebaliknya, jika harga pasar melebihi harga keseimbangan maka akan terjadi kelebihan penawaran, tetapi pembeli akan enggan membeli dan jumlah permintaan akan menurun.

Pada kondisi keseimbangan pasar (market *equilibrium*), jumlah permintaan suatu barang/jasa akan sama dengan jumlah penawaran dari barang/jasa itu. Dengan kata lain akan terbentuk keseimbangan jumlah.

Harga yang diminta pun akan sama dengan harga yang ditawarkan sehingga terbentuk keseimbangan harga. Secara grafik harga keseimbangan ini terjadi pada titik potong antara kurva permintaan dengan kurva penawaran (titik E/titik *equilibrium*).

Biar lebih afdol, berkelanjutan dan asik, dipake lagi contoh tukang bakso. Pada contoh kasus bakso sebelumnya, jika jumlah yang diminta dan jumlah yang ditawarkan sama yaitu 160 mangkok dengan harga yang diterapkan itu Rp 16.000,00 per mangkok, maka dalam kasus ini harga keseimbangan adalah Rp 16.000,00 dan jumlah keseimbangan adalah 160 mangkok.

Teman-teman sekalian, siapa di sini yang hobi membaca?. Pasti banyak nih teman-teman yang suka baca. Termasuk kamu yang lagi membaca buku ini sekarang. *Nah*, teman-teman tau tidak kalau membaca itu merupakan salah satu contoh sederhana dari kegiatan konsumsi.

Lah, kok bisa?. Nah, arti dari konsumsi adalah kegiatan mengurangi atau menghabiskan nilai atau kegunaan dari barang dan jasa. Lantas mengapa membaca merupakan salah satu contoh kegiatan konsumsi?. Karena pada saat membaca kamu telah mengurangi nilai guna dari buku yang kamu baca.

Terus kenapa barang atau jasa yang dikonsumsi oleh setiap orang berbeda-beda? Mengapa bisa?. Jawabannya karena banyak faktor yang dapat memengaruhi konsumsi seseorang; antara lain, pendapatan, harga, adat-istiadat atau kebiasaan, jumlah penduduk dan selera.

Selanjutnya, orang yang melakukan konsumsi itu disebut konsumen. Konsumen sendiri dalam ilmu ekonomi itu memiliki karakter dan perilaku. Materi selanjutnya akan dibahas tentang perilaku tersebut dalam teori.

Prilaku konsumen

Dalam sejarah ekonomi, teori nilai guna (*utility*) merupakan teori yang lebih dahulu dikembangkan untuk menerangkan kelakuan individu dalam memilih barang-barang yang akan dibeli dan dikonsumsi. Kelemahan penting dari teori nilai guna, yaitu menyatakan kepuasan dalam angka-angka adalah kurang tepat, karena kepuasan adalah sesuatu yang tidak mudah untuk diukur.

Sir John R. Hicks dalam salah satu karyanya yang berjudul *microeconomics analitic* telah mengembangkan suatu pendekatan untuk mewujudkan prinsip pemaksimalan kepuasan oleh seorang konsumen yang mempunyai pendapatan terbatas. Analisis yang dikembangkan adalah analisis kurva kepuasan sama, yang menggambarkan dua macam kurva, kurva kepuasan sama dan garis anggaran pengeluaran.

Garis kurva kepuasan yang sama menggambarkan keinginan konsumen untuk memperoleh barang-barang dan kepuasan yang akan dinikmatinya dari mengkonsumsi barang-barang tersebut.

Dalam kenyataannya, konsumen tidak dapat memperoleh semua barang yang diinginkannya, sebab dibatasi oleh pendapatan yang dapat dibelanjakannya.

Bagaimana konsumen harus membelanjakan pendapatannya sehingga pengeluaran tersebut menciptakan kepuasan yang paling maksimum?.

Analisis yang digunakan dengan menggambarkan garis anggaran pengeluaran (*budget line*) yang menunjukkan berbagai gabungan barang-barang yang dapat dibeli oleh sejumlah pendapatan tertentu.

Berdasarkan uraian di atas dapat kita simpulkan bahwa teori perilaku konsumen menerangkan tentang perilaku konsumen dalam membeli dan memilih barang/jasa yang akan dibeli. Terdapat dua bentuk pengembangan teori perilaku konsumen yaitu, teori nilai guna (*utility*) dan analisis kurva kepuasan sama.

Kedua teorinya dapat digunakan untuk membentuk garis kurva permintaan, di mana sesuai dengan teori permintaan yang berbunyi 'semakin rendah harga suatu barang permintaan akan barang tersebut akan bertambah'.

Dalam pendekatan teori nilai guna kepuasan yang diperoleh oleh konsumen dinyatakan secara data angka (kuantitatif). Sedangkan dalam pendekatan analisis kurva kepuasan sama, kepuasan konsumen dalam mengonsumsi gabungan barang dinyatakan secara data kualitas (kualitatif).

Dalam dunia kesehatan, teori perilaku konsumen dapat diterapkan. Misalnya petugas kesehatan dapat menganalisa perilaku pasien dalam menjalankan jenis pengobatan yang disetujuinya. Ada pasien yang setuju pada pengobatan atau pelayanan kesehatan tertentu karena pasien merasa puas atau telah mencapai kepuasan maksimum.

Hal tersebut juga dipengaruhi oleh tingkat pendapatan pasien itu sendiri. Apabila pasiennya diberikan pelayanan kesehatan yang berlebihan/kurang dari tingkat kepuasan yang dicapainya, maka nilai marjinalnya akan negatif. Maksudnya, kepuasan pasien terhadap pelayanan kesehatan akan berkurang. Jadi, hendaknya pelayanan kesehatan harus disesuaikan dengan kebutuhan pasien. Hal ini sesuai dengan teori perilaku konsumen.

Teori perilaku konsumen memberikan latar belakang yang penting di dalam memahami sifat permintaan pembeli di pasar. Dari analisis itu sekarang telah dapat dipahami alasan yang mendorong para pembeli menaikkan permintaannya terhadap suatu barang apabila harganya turun dan mengurangi pembelian sekiranya harga naik.

Dalam ekonomi yang sudah modern, uang memiliki peranan penting serta ukuran efisiensi yang paling baik. Seiring dengan berkembangnya ilmu teknologi, ilmu pengetahuan, dan bertambahnya penduduk, yang kemudian memaksa kebutuhan hidup pun terus meningkat.

Pada saat ini kebutuhan hidup tidak bisa diambil langsung dari alam, akan tetapi harus diolah dahulu dengan cepat, efisien, dan jika perlu dengan harga yang terjangkau. Keadaan ini dimanfaatkan dengan baik oleh sebagian orang untuk memperoleh keuntungan.

Akan tetapi, permintaan pasar berubah-ubah sehingga menyulitkan perusahaan untuk melakukan kegiatan produksinya, produk apa yang akan di produksi?. Namun, dalam melakukan proses produksi suatu barang, perusahaan seharusnya memperhatikan beberapa hal sebelum melakukan produksi, salah satunya kekuatan aspek keuangan yang mereka miliki, seperti biaya produksi.

Pemahaman teori produksi juga sangat penting bagi suatu perusahaan karena dengan teori itu, perusahaan dapat memperhitungkan biaya-biaya apa saja yang memang diperlukan untuk menghasilkan suatu barang dan dengan itu pula maka perusahaan dapat menentukan harga satuan output barang.

Biaya Produksi pun merupakan faktor penting yang harus diperhatikan ketika suatu perusahaan hendak menghasilkan suatu barang untuk diproduksi. Hal ini dikarenakan setiap perusahaan tentu menginginkan keuntungan yang besar dalam setiap usaha produksinya.

Berdasarkan hal tersebut, maka dalam materi selanjutnya akan dibahas mengenai teori produksi dan biaya produksi, serta beberapa bentuk perusahaan karena ketiga hal tersebut saling berhubungan dan tidak dapat dipisahkan.

Hai teman-teman millennial, pernah tau festival terbesar yang diselenggarakan di timur Indonesia, namanya F8 (*Festival Eight*)?, Festival andalan Kota Makassar yang memadukan pameran budaya dan tempat memasarkan segala sesuatu yang berbau khas daerah Sulawesi selatan terkhusus kota Makassar dan rutin dilaksanakan sebelum pandemi covid-19. Atau kamu pernah datang sendiri ke festival itu?. *Nah*, F8 itu salah satu contoh dari pasar *loh*.



Jika kamu mendengar kata 'pasar', mungkin yang ada di pikiran kamu adalah tempat yang kotor, becek, lengkap dengan penjual sayur mayur, ikan dan berbagai kebutuhan pokok lain. Tapi ternyata pasar bukan cuma identik dengan hal-hal seperti itu *ya*, teman-teman millennial. Masih banyak jenis pasar lainnya selain pasar tradisional, salah satunya ya F8 itu tadi.

Selain F8, contoh pasar lainnya yaitu pasar malam yang identik dengan berbagai wahana permainan seperti *carousel* atau komidi putar, bianglala, dan lain sebagainya. Selain wahana permainan, di pasar malam biasanya juga banyak dijual berbagai makanan atau camilan seperti gorengan, dan permen kapas berwarna-warni.

Konsep Pasar

Pasar secara sederhana merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual-beli barang dan jasa. Adapun pasar menurut kajian Ilmu Ekonomi memiliki pengertian yaitu suatu tempat atau proses interaksi antara permintaan (pembeli) dan penawaran (penjual) dari suatu barang/jasa tertentu, sehingga akhirnya dapat menetapkan harga keseimbangan (harga pasar) dan jumlah yang diperdagangkan.



Setiap proses yang mempertemukan pembeli dan penjual, maka akan membentuk harga yang disepakati pembeli dan penjual. Struktur pasar Struktur Pasar memiliki pengertian penggolongan produsen kepada beberapa bentuk pasar berdasarkan pada ciri-ciri seperti jenis produk yang dihasilkan, banyaknya perusahaan dalam industri, mudah tidaknya keluar atau masuk ke dalam industri dan peranan iklan dalam kegiatan industri.

Analisa ekonomi membedakan struktur pasar menjadi 4 jenis yaitu Pasar Persaingan Sempurna, Pasar Monopoli, Persaingan Monopolistik, dan Pasar Oligopoli.

Jenis-jenis struktur pasar

Dalam kehidupan sehari-hari kita dapat melihat pasar dalam bentuk fisik seperti pasar barang (barang konsumsi). Secara sederhana pasar dapat dikelompokkan menjadi:

- Menurut segi fisiknya, pasar dapat dibedakan menjadi beberapa macam, di antaranya pasar tradisional, pasar raya, pasar abstrak, pasar konkret, toko swalayan, toko serba ada, dan lain sebagainya.
- Berdasarkan jenis barang yang dijual, pasar dibedakan menjadi beberapa macam di antaranya pasar ikan, pasar sayuran, pasar buah-buahan, pasar barang elektronik, pasar barang perhiasan, pasar bahan bangunan, bursa efek, saham, dan lain sebagainya.

Aktivitas usaha yang dilakukan di pasar pada dasarnya akan melibatkan dua subjek pokok, yaitu penjual (produsen) dan (konsumen). Kedua subjek tersebut masing-masing mempunyai peranan yang sangat besar terhadap pembentukan harga barang di pasar.

Struktur Pasar

Teman-teman millennial, struktur pasar memiliki pengertian yakni penggolongan produsen kepada beberapa bentuk pasar berdasarkan pada ciri-ciri seperti jenis produk yang dihasilkan, banyaknya perusahaan dalam industri, mudah tidaknya keluar atau masuk ke dalam industri dan peranan iklan dalam kegiatan industri. Analisa ekonomi membedakan struktur pasar menjadi 4 jenis yaitu Pasar Persaingan Sempurna, Pasar Monopoli, Persaingan Monopolistis, dan Pasar Oligopoli.

Pasar Persaingan Sempurna

Persaingan sempurna merupakan struktur pasar yang paling ideal karena dianggap sistem pasar ini adalah struktur pasar yang akan menjamin terwujudnya kegiatan memproduksi barang atau jasa yang tinggi (optimal) efisiensinya.

Perekonomian merupakan pasar persaingan sempurna. Akan tetapi dalam praktiknya tidaklah mudah untuk menentukan jenis industri yang struktur organisasinya digolongkan kepada persaingan sempurna yang murni, yaitu yang ciri-cirinya sepenuhnya bersamaan dengan dalam teori.

Yang ada adalah yang mendekati ciri-cirinya, yaitu struktur pasar dari berbagai kegiatan di sektor pertanian. Namun demikian, walaupun pasar persaingan sempurna yang murni tidak wujud di dalam praktik.

Pasar persaingan sempurna dapat didefinisikan sebagai struktur pasar atau industri di mana terdapat banyak penjual dan pembeli. Dan setiap penjual ataupun pembeli tidak dapat mempengaruhi keadaan di pasar.

Ciri-ciri Pasar Persaingan Sempurna

- Setiap perusahaan adalah “pengambil harga”. Artinya suatu perusahaan yang ada di dalam pasar tidak dapat menentukan atau mengubah harga pasar. Adapun perusahaan di dalam pasar tidak akan menimbulkan perubahan ke atas harga pasar yang berlaku. Harga barang di pasar ditentukan oleh interaksi diantara keseluruhan produsen dan keseluruhan pembeli. Setiap perusahaan mudah keluar atau masuk. Artinya sekiranya perusahaan mengalami kerugian, dan ingin meninggalkan industri tersebut, langkah ini dengan mudah dilakukan. Sebaliknya apabila ada produsen yang ingin melakukan kegiatan di industri tersebut. Produsen tersebut dapat dengan mudah melakukan kegiatan tersebut.
- Setiap perusahaan menghasilkan barang yang sama. Artinya bahwa barang yang dihasilkan berbagai perusahaan tidak mudah untuk dibeda-bedakan. Pembeli tidak dapat membedakan yang mana dihasilkan oleh produsen A atau B.

- Banyak perusahaan dalam pasar. Artinya karena jumlah perusahaan sangat banyak dan relatif kecil jika dibandingkan dengan jumlah produksi dalam industri tersebut. Menyebabkan kenaikan atau penurunan harga, sedikitpun tidak mempengaruhi harga yang berlaku dalam pasar tersebut.
- Pembeli mempunyai pengetahuan yang sempurna tentang keadaan di pasar. Artinya bahwa pembeli mengetahui tingkat harga yang berlaku dan perubahan-perubahan ke atas harga tersebut. Sehingga produsen tidak dapat menjual barangnya dengan harga yang lain lebih tinggi dan pada yang berlaku di pasar.

Beberapa kelemahan persaingan sempurna yaitu persaingan sempurna tidak mendorong inovasi, persaingan sempurna adakalanya menimbulkan biaya sosial, membatasi pilihan konsumen, biaya produksi dalam persaingan sempurna mungkin lebih tinggi, distribusi pendapatan tidak selalu merata.

Pasar Monopoli

Masih ingat *kah* kamu dengan permainan monopoli?. Atau sampai sekarang kamu masih memainkannya?. Atau kamu masih belum pernah memainkan permainan itu?.

Apakah ada hubungannya permainan monopoli tersebut dengan pasar monopoli dalam ilmu ekonomi?. Ya, karena sama-sama hanya ada satu “pemain” yang memonopoli keadaan.

Struktur pasar persaingan monopoli dapat diartikan sebagai struktur pasar atau industri di mana terdapat hanya seorang penjual saja dan banyak pembelinya. Struktur pasar yang seperti ini haruslah diatur oleh pemerintah sehingga harga tetap stabil.

Contoh Pasar Monopoli ?



Contohnya adalah perusahaan listrik, perusahaan BBM, dan perusahaan air. Di mana sektor ini sangat dibutuhkan oleh semua orang-orang, maka negara lah yang harus menangani sehingga tidak ada orang yang memonopoli.

Ciri-ciri Pasar Monopoli

- Pasar monopoli adalah industri satu perusahaan. Artinya bahwa barang-barang atau jasa yang dihasilkan tidak dapat dibeli dari tempat lain. Para pembeli tidak punya pilihan lain, kalau mereka menginginkan barang tersebut, maka mereka harus membeli dari perusahaan tersebut, maka mereka harus membeli dari perusahaan tersebut. Para pembeli tidak dapat berbuat suatu apapun di dalam menentukan syarat jual beli.
- Tidak mempunyai barang pengganti yang “mirip”. Artinya barang yang dihasilkan perusahaan tidak dapat digantikan oleh barang lain yang ada dalam perekonomian, begitu pula dengan kegunaannya.
- Menguasai penentuan harga. Artinya karena perusahaan monopoli merupakan satu-satunya penjual di dalam pasar, maka penentuan harga dapat dikuasai.
- Mempromosikan penjualan secara iklan kurang diperlukan artinya karena perusahaan monopoli merupakan satu-satunya perusahaan di dalam industri, ia tidak perlu melakukan promosi penjualan secara iklan.

Penetapan Harga Pasar Monopoli.

Monopoli bisa terjadi karena perusahaan-perusahaan lain menganggap tidak menguntungkan untuk masuk pasar, atau memang terhalang (dihalang-halangi) masuk pasar. Halangan masuk pasar disebut dengan istilah *Barriers to Entry*.

Halangan masuk pasar dibedakan atas dua jenis, yaitu

- Alasan teknis (*technical barriers to entry*)

Ditinjau dari segi teknis, memang ada perusahaan yang bersifat memasuki suatu pasar tetapi terhambat secara teknis. Biasanya produksi untuk barang yang bersangkutan mencirikan biaya marjinal yang semakin menurun, dan level output yang memberikan biaya minimum sangat besar sekali. Dengan demikian, teknologi produksi yang efisien adalah yang berskala besar saja, sedang yang beroperasi dengan skala kecil sangat tidak efektif. Modal yang dibutuhkan untuk menghasilkan jenis produksi ini biasanya sangat besar.

- Karena alasan hukum atau undang-undang (*legal barriers to entry*)

Kebanyakan monopoli murni tercipta karena alasan hukum atau undang-undang, bukan karena alasan teknis atau ekonomis. Banyak monopoli yang diizinkan (dilindungi) dengan paten. Perbedaan monopoli dibanding persaingan sempurna antara lain: bisa menentukan outputnya, bisa menentukan harga jual, ekuilibrium perusahaan = ekuilibrium pasar

Karena dalam pasar monopoli terdapat beberapa efek negatif, maka setidaknya harus diterapkan cara mengatasi efek negatif tersebut. Cara mengatasi efek negatif monopoli yaitu mencegah timbulnya monopoli itu sendiri dengan Undang-undang, pemerintah mendirikan perusahaan tandingan, membuka "kran impor", dan membuat ketentuan khusus terhadap operasi perusahaan Monopoli.

Pasar Monopolistis

Teman-teman millennial, pada dasarnya pasar monopolistis itu adalah pasar yang berada di antara dua jenis pasar yang extreme atau dapat didefinisikan: Persaingan monopolistis terdapat bila dalam suatu pasar ada banyak produsen, tetapi ada unsur-unsur deferensiasi produk (perbedaan merek, bungkus, dsb) diantara produk-produk yang dihasilkan oleh masing-masing produsen.

Ciri-ciri Pasar Monopolistis

- Terdapat banyak perusahaan di dalam pasar maka pasar persaingan monopolistis mempunyai ukuran yang relatif sama, keadaan ini menyebabkan produksi sesuatu
- Perusahaan adalah sedikit kalau dibandingkan dengan keseluruhan produksi perusahaan-perusahaan dalam pasar tersebut.
- Barang produksinya bersifat berbeda corak. Produksi perusahaan-perusahaan dalam pasar persaingan monopolis berbeda coraknya, sehingga secara fisik mudah dibedakan di antara produksi sesuatu perusahaan dengan produksi perusahaan lainnya. Perbedaan di sini antara lain bentuk fisik barang, pembungkusannya, bentuk jasa perusahaan setelah penjualan dan perbedaan dalam cara membayar barang yang dibeli.

- Perusahaan mempunyai sedikit kekuatan dalam menentukan dan mempengaruhi harga. Perusahaan dalam pasar persaingan monopolistik dapat mempengaruhi harga, dan ini bersumber dari sifat produksi yang dihasilkannya, yaitu yang bersifat berbeda corak. Perbedaan ini menyebabkan para pembeli bersifat memilih, yaitu lebih menyukai produksi sesuatu perusahaan menaikkan harga barangnya, ia masih dapat menarik pembeli walaupun jumlah pembelinya tidak sebanyak seperti sebelum kenaikan harga.
- Pemasukan kedalam industri relatif mudah. Perusahaan yang akan masuk dan menjalankan usaha di dalam pasar persaingan monopolistik tidak akan banyak mengalami kesukaran, hambatan yang dihadapi tidaklah seberat seperti di dalam oligopoli dan monopoli.

Pasar Oligopoli

Jika sebelumnya kita sudah membahas pasar monopolistik, maka selanjutnya teman-teman millennial akan disajikan apa itu pasar oligopoli. Pasar oligopoli adalah suatu pasar di mana terdapat beberapa produsen yang menghasilkan barang-barang yang saling bersaing. Ini merupakan sifat utama dari pasar oligopoli.

Oligopoli, yaitu keadaan di mana hanya ada beberapa (misal: antara 2 - 10) perusahaan yang menguasai pasar baik secara independen (sendiri-sendiri) maupun secara diam-diam bekerja sama.

Ciri-ciri Pasar Oligopoli

- Jumlah perusahaan sangat sedikit. Pasar oligopoli hanya terdiri dari kelompok kecil perusahaan. Biasanya struktur dari perusahaan oligopoli adalah terdapat beberapa perusahaan raksasa yang menguasai sebagian besar pasar oligopoli dan di samping itu, terdapat pula beberapa perusahaan kecil. Pasar oligopoli di sini mempunyai sifat yang khusus yaitu saling mempengaruhi satu sama lain.
- Barang yang diproduksi adalah barang “standart” atau barang berbeda corak.
- Dalam pasar oligopoli di sini menghasilkan barang standar pasar yang bersifat seperti dijumpai dalam industri penghasil bahan mentah seperti industri baja dan aluminium / industri bahan baku seperti industri semen dan bahan bangunan.
- Kekuatan menentukan harga ada kalanya lemah dan ada kalanya sangat tangguh.
- Kekuatan menentukan harga menjadi lebih terbatas, bila suatu perusahaan menurunkan harga, dalam waktu singkat akan menarik pembeli. Tetapi bila perusahaan dalam pasar oligopoli bekerja sama dalam menentukan harga, maka harga dapat distabilkan pada tingkat yang mereka kehendaki.
- Hambatan untuk masuk ke industri cukup tangguh.
- Terdapat hambatan yang cukup kuat yang menghalangi perusahaan yang baru untuk memasuki pasar oligopoli antara lain hak paten, dan modal yang terlalu besar.

- Pada umumnya perusahaan oligopoli perlu promosi secara iklan. Iklan secara terus menerus sangat diperlukan oleh perusahaan oligopoli yang menghasilkan barang yang berbeda corak. Kegiatan promosi secara iklan yang sangat aktif tersebut adalah untuk tujuan antara lain: menarik pembeli baru dan mempertahankan pembeli lama.

Konsep Produksi

Teman-teman millennial, tau tidak, jika beras yang kita nikmati setiap hari merupakan hasil dari kegiatan produksi petani di sawah?. Nah, kegiatan yang dilakukan petani dengan mengolah sawah dan menghasilkan padi kemudian menjadi beras yang kita konsumsi setiap hari merupakan salah satu contoh kegiatan produksi.

Menurut artinya, produksi dapat dipahami sebagai suatu kegiatan ekonomi untuk menghasilkan atau menambah nilai guna suatu barang atau jasa. Sementara itu, orang atau badan usaha yang melakukan kegiatan produksi disebut dengan produsen.

Ternyata hasil dari kegiatan produksi tidak hanya berupa barang saja loh, tapi bisa juga berupa jasa. Contohnya seperti dokter, bengkel kendaraan, guru, dan lain sebagainya.

Proses produksi dapat dikatakan berjalan secara efisien, jika proses produksi dapat menghasilkan keluaran (*output*) tertentu dengan masukan (*input*) minimum atau dengan kata lain dapat menghasilkan keluaran (*output*) maksimum dengan masukan (*input*) tertentu.

Teman-teman pasti bertanya-tanya apa *sih* tujuan dari produksi itu?. Nah, kegiatan produksi ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, mencari keuntungan bagi produsen dan kepuasan bagi konsumen, serta mempertahankan kelangsungan hidup.

Tentunya untuk mencapai tujuan itu, kegiatan produksi membutuhkan faktor-faktor produksi untuk menghasilkan produk, baik barang atau jasa seperti sumber daya alam, tenaga kerja, modal dan kewirausahaan.

Selanjutnya, teori produksi pada intinya ialah bahwa kepuasan produsen diperoleh dengan memaksimalkan keuntungan produksi (*maximization of profit*). Semakin tingginya tingkat keuntungan produksi maka diperkirakan kepuasan produsen tercapai.

Sumber-sumber daya dalam Produksi

Teman-teman, pada bahasan sebelumnya kita sempat membahas tentang tukang bakso yang mampu membuat dan menjual bakso untuk memperoleh keuntungan. Tapi tau kah kamu bahwa bakso yang dibuat maupun dijual oleh tukang bakso itu berasal dari berbagai sumber daya. Baik itu dari bahan-bahan untuk membuat bakso, maupun tenaga dan *skill* yang dimiliki oleh tukang bakso dalam membuat dan menjual baksonya.

Nah! bahasan selanjutnya, akan dipaparkan sumber-sumber daya dalam membuat dan menjual suatu produk (barang dan jasa). Dalam buku pengantar mikro ekonomi karya Dwika, Aris, Dede memuat tentang sumber-sumber produksi tersebut.

Sumber-sumber daya produksi ialah bahan berupa benda-benda yang disediakan oleh alam ataupun dibuat oleh manusia yang dapat digunakan untuk membuat/memproduksi barang-barang dan jasa-jasa.

Faktor-faktor produksi yang tersedia dalam perekonomian akan menentukan sampai di mana sih suatu negara itu dapat menghasilkan barang dan jasa. Faktor produksi yang tersedia dalam perekonomian dibedakan dalam 4 jenis, yaitu

Sumber-sumber daya Produksi?



- Tanah dan Sumber Alam

Sumber daya produksi yang disediakan alam, itu meliputi: tanah, berbagai jenis barang tambang, hasil hutan dan sumber alam lainnya yang dapat dijadikan modal. Kekayaan alam meliputi: (1) Tanah dan keadaan iklim, (b) kekayaan hutan, (c) kekayaan di bawah tanah (bahan pertambangan), (d) kekayaan air, sebagai sumber tenaga penggerak, untuk pengangkutan, sebagai sumber bahan makanan (perikanan), sebagai sumber pengairan dan lain sebagainya.

Keadaan alam, khusus tanah dipengaruhi oleh: luas tanah, mutu tanah dan keadaan iklim. Sumber-sumber alam merupakan dasar untuk kegiatan di sektor pertanian, kehewanan, perikanan dan di sektor pertambangan. Sektor-sektor itu lazim disebut produksi primer (industri pabrik dipandang sebagai produksi sekunder).

- Tenaga Kerja

Tenaga kerja ialah segala sesuatu yang bersedia dan sanggup bekerja. Golongan ini meliputi yang bekerja untuk kepentingan sendiri, baik anggota-anggota keluarga yang tidak menerima bayaran berupa uang maupun mereka yang bekerja untuk gaji dan upah. Juga yang menganggur, tetapi yang sebenarnya bersedia dan mampu untuk bekerja. Berdasarkan umur tenaga kerja dibagi menjadi: Penduduk di bawah usia kerja (di bawah 15 tahun), Golongan antara 15 - 64 tahun, dan Golongan yang sebenarnya sudah melebihi umur kerja, di atas 65 tahun.

Faktor produksi berupa tenaga kerja ini ialah manusia/Sumber Daya Manusia yang mempunyai keahlian dan keterampilan, yaitu:

- Tenaga kerja kasar, yang merupakan tenaga yang tidak berpendidikan atau berpendidikan rendah dan tidak memiliki keahlian dalam suatu bidang pekerjaan (contoh: tukang sapu jalan, kuli bangunan dan lain sebagainya).
- Tenaga kerja terampil, merupakan tenaga kerja yang memiliki keahlian dari pelatihan atau pengalaman kerja (contoh: montir mobil, tukang kayu, perbaikan TV dan lain sebagainya).
- Tenaga kerja terdidik, merupakan tenaga kerja yang memiliki pendidikan cukup tinggi dan ahli dalam bidang tertentu, contohnya dokter, akuntan, insinyur, dan lain sebagainya.

- Modal

Sumber daya produksi berupa benda yang diciptakan manusia akan digunakan untuk memproduksi barang-barang dan jasa-jasa yang mereka butuhkan (contoh: bangunan pabrik, mesin-mesin dan peralatan pabrik, alat-alat angkutan, dan lain sebagainya). Setiap waktu terdapat persediaan barang-barang yang disimpan di gudang-gudang atau toko-toko dan sudah siap untuk dijual. Semua bahan-bahan mentah dan barang-barang selesai yang ada dalam persediaan tadi disebut *stock (inventory)*.

- Keahlian Keusahawanan (pengelolaan)

Sumber produksi ini berbentuk keahlian dan kemampuan usaha untuk mendirikan dan mengembangkan keterampilan berupa benda yang diciptakan manusia dan digunakan untuk memproduksi barang-barang dan jasa-jasa yang mereka butuhkan.

Keahlian keusahawanan meliputi kemahiran mengkoordinasi berbagai sumber atau faktor produksi tersebut secara efektif dan efisien, sehingga usahanya berhasil dan berkembang serta dapat menyediakan barang dan jasa untuk masyarakat. Tugas pengelolaan adalah untuk mengatur ketiga faktor produksi tadi untuk kerja sama dalam proses produksi.

Peranan pengelolaan (skills), yaitu memimpin usaha-usaha yang bersangkutan, mengatur organisasinya dan menaikkan mutu tenaga manusia untuk mempergunakan unsur-unsur modal dan alam dengan sebaik-baiknya.

Pengertian *skills* meliputi:

- *Managerial skills* atau *entrepreneurial skills*. Yaitu kemampuan untuk mempergunakan kesempatan-kesempatan yang ada dengan sebaik-baiknya.
- *Technological skills*. Yaitu kemampuan yang berhubungan dengan keahlian yang khusus bersifat ekonomis teknis yang diperlukan untuk kegiatan ekonomi dan produksi.
- *Organizational skills*. Yaitu kecerdasan untuk mengatur berbagai usaha. Hal ini bertalian dengan hal-hal di dalam lingkungan sebuah perusahaan (hal-hal internal dari perusahaan) maupun dengan kegiatan-kegiatan di dalam masyarakat seperti usaha menyusun koperasi, bank-bank, dan sebagainya.

Jenis-jenis Fungsi Produksi

Teman-teman millennial, Fungsi produksi merupakan suatu hubungan matematis yang menggambarkan suatu cara di mana jumlah dari hasil produksi barang tertentu itu bergantung dari jumlah masukan tertentu yang digunakan.

Suatu fungsi produksi memberikan keterangan mengenai jumlah hasil yang mungkin diharapkan apabila masukan (input-input) dikombinasikan dalam suatu cara yang khusus.

Adapun jenis-jenis fungsi Produksi yang bisa teman-teman millennial untuk jadikan referensi yaitu:

- *Constant return*, hubungan yang menunjukkan jumlah hasil produksi meningkat dengan jumlah yang sama untuk setiap kesatuan tambahan input.
- *Increasing return*: Hubungan di mana kesatuan tambahan input menghasilkan suatu tambahan hasil produksi yang lebih besar dari kesatuan-kesatuan sebelumnya.
- *Decreasing return*: Hubungan yang mana kesatuan-kesatuan tambahan input menghasilkan suatu kenaikan hasil produksi yang lebih kecil dari kesatuan-kesatuan sebelumnya.

Teori Biaya Produksi

Jika sebelumnya sempat kita bahas tentang sumber-sumber daya yang dipakai dalam membuat dan menjual bakso. *Nah!*. Kali ini akan dibahas tentang biaya biaya yang timbul dari membuat dan menjual produk bakso tadi. Apa sajakah itu?. *Check it out!*

Pengertian biaya produksi ialah pengeluaran yang dilakukan perusahaan untuk memperoleh faktor-faktor produksi dan bahan mentah untuk menghasilkan barang dan jasa. Secara garis besar biaya produksi dapat dikelompokkan menjadi biaya produksi eksplisit dan biaya produksi implisit (*imputed cost*).

Dari sudut pandangan teori ekonomi mikro, seorang penjual/produsen dapat dikatakan untung apabila pekerjaan yang ia terima dari hasil penjualan lebih besar dari biaya produksi secara keseluruhan baik yang bersifat eksplisit maupun implisit.

- Biaya Eksplisit adalah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memperoleh faktor-faktor produksi. Contohnya biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan, membeli peralatan, membayar gaji karyawan, dan sebagainya.
- Biaya Implisit atau tersembunyi (*imputed cost*) adalah taksiran biaya atas faktor-faktor produksi yang dimiliki dan digunakan perusahaan dalam proses produksinya. Contohnya modal sendiri yang digunakan dalam perusahaan.

Materi ini terdapat dalam buku ekonomi mikro karangan Sadono Sukirno. Selanjutnya kamu akan membaca tentang analisis biaya produksi perusahaan yang dibedakan dalam dua jangka waktu, yaitu:

- Biaya produksi dalam jangka pendek. Dimana teori produksi menggambarkan tentang hubungan antara tingkat produksi suatu barang dengan jumlah tenaga kerja yang digunakan untuk menghasilkan berbagai tingkat produksi barang tersebut. Dengan demikian, dalam analisis faktor-faktor lainnya dianggap tetap.

- Biaya produksi dalam jangka panjang. Dimana teori produksi menggambarkan tentang hubungan antara tingkat produksi suatu barang dengan jumlah tenaga kerja yang digunakan untuk menghasilkan berbagai tingkat produksi barang tersebut. Dengan demikian dalam analisis faktor-faktor lainnya dianggap tetap.

Menganalisis Biaya Produksi

Teman-teman millennial, sebelumnya telah dibahas sedikit tentang bagaimana membuat analisis biaya produksi. Dalam menganalisis biaya produksi perusahaan dibedakan dalam jangka waktu berikut:

Biaya Produksi Dalam Jangka Pendek

Periode produksi jangka pendek, yaitu periode produksi di mana penjual/produsen tidak dapat mengubah input tetap atau jangka waktu di mana sebagian faktor produksi tidak dapat ditambah jumlahnya.

Untuk menganalisis hubungan secara fungsi antara biaya produksi dan jumlah barang, biaya produksi dikelompokkan menjadi dua macam, yaitu biaya tetap dan biaya variabel.

Biaya tetap adalah biaya yang tidak berubah terhadap perubahan jumlah barang yang diproduksi.

Contohnya seperti pada saat kamu membuka usaha warung bakso, nah, ongkos yang kamu keluarkan untuk membayar sewa kios, ataupun ketika kamu membayar tukang untuk memperbaiki kios kita jika ada kerusakan.

Biaya variabel ialah biaya yang berubah-ubah terhadap perubahan jumlah barang yang diproduksi. Contohnya seperti pada saat kamu membuka usaha warung bakso, jika kamu ingin menambah jumlah produksi bakso maka harus mengeluarkan ongkos tambahan untuk membeli daging, bumbu, dan bahan-bahan yang lain untuk membuat bakso.

Dalam periode jangka pendek, biaya produksi digolongkan menjadi biaya total dan biaya rata-rata. Biaya total dapat diturunkan menjadi dua ukuran biaya, yaitu biaya total rata-rata merupakan biaya total dibagi jumlah produksi dan biaya marginal merupakan kenaikan biaya total apabila terjadi kenaikan produksi sebanyak satu unit.

Jenis-jenis Biaya ?



Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

Contohnya: Sewa Gedung,
Biaya perbaikan gedung



Biaya Variabel (*Variable Cost*)

Contohnya: Biaya Bahan Baku

Berikut ini adalah jenis-jenis biaya produksi dalam jangka pendek, yaitu:

- Biaya tetap (*Total Fixed Cost-TFC*) ialah biaya produksi perusahaan yang tidak tergantung pada tingkat produksi perusahaan. Biaya tetap sering disebut juga *overhead cost*. Kurva biaya tetap (TFC) berbentuk garis lurus karena penambahan atau pengurangan jumlah produksi tidak mempengaruhi biaya tetap yang harus dikeluarkan perusahaan.
- Biaya variabel (*Total Variable Cost-TVC*) ialah biaya yang dikeluarkan perusahaan tergantung pada jumlah barang yang diproduksi. Kurva biaya variabel (TVC) bersifat positif karena apabila jumlah produksi nol, biaya variabel juga nol. Apabila jumlah produksi bertambah, biaya variabel juga bertambah.
- Biaya total (*Total Cost-TC*) ialah keseluruhan jumlah biaya produksi yang dikeluarkan. Biaya total diperoleh dengan menjumlahkan biaya tetap dan biaya variabel. Garis kurva biaya total dan biaya variabel memiliki bentuk kemiringan yang sama karena besarnya biaya total perusahaan sama dengan biaya tetap ditambah dengan biaya variabel yang dikeluarkan.

- Biaya tetap rata-rata (*Average Fixed Cost-AFC*) ialah perbandingan biaya tetap dan jumlah barang yang diproduksi. Garis kurvanya bergerak turun dari kiri atas ke kanan bawah. Kurva biaya tetap bersifat negatif karena semakin besar jumlah produksi, biaya tetap rata – rata semakin kecil.
- Biaya variabel rata-rata (*Average Variable Cost-AVC*) ialah perbandingan antara biaya variabel dan jumlah barang yang diproduksi. Garis kurvanya merupakan turunan dari kurva biaya variabel total, kurva biaya variabel rata-rata bergerak turun sampai titik belok dan naik kembali.
- Biaya rata-rata (*Average Cost-AC*) ialah rata-rata biaya total yang dikeluarkan perusahaan, baik biaya tetap maupun biaya variabel. Garis kurvanya merupakan turunan dari kurva Biaya Total. Garis kurvanya bergerak turun dari kiri atas hingga titik belok dan akan naik kembali jika jumlah barang yang diproduksi bertambah.

- Biaya marginal (*Marginal Cost*-MC) ialah tambahan biaya produksi yang harus dikeluarkan perusahaan setiap memproduksi 1 unit. Garis kurvanya bergerak menurun seiring dengan meningkatnya jumlah barang yang diproduksi, ketika mencapai titik terendah kurvanya akan naik kembali. Bagian garis kurva biaya marjinal yang naik selalu memotong kurva biaya variabel rata-rata dan biaya rata-rata pada titik terendahnya.

Biaya Produksi dalam Jangka Panjang

Periode produksi jangka panjang, yaitu periode produksi di mana produsen dapat mengubah faktor produksi tetap atau jangka waktu di mana semua faktor produksi dapat mengalami perubahan.

Dalam periode produksi jangka panjang, perusahaan dapat mengubah faktor produksi (input tetap) yang digunakan dalam proses produksi. Dalam jangka panjang tidak ada biaya tetap, semua jenis biaya yang dikeluarkan merupakan biaya yang berubah (variabel), yang artinya perusahaan dapat menambah tenaga kerja, jumlah mesin, peralatan, dan luas bangunan.

Garis kurva biaya total rata-rata per satu unit output jangka panjang merupakan kurva amplop (*envelope curve*) dari garis kurva-kurva hasil/output rata-rata per satu unit output jangka pendek. Garis kurva biaya total rata-rata jangka panjang atau kurva LRAC (*Long Run Average Cost*) ialah garis kurva yang menunjukkan biaya rata-rata minimum untuk berbagai tingkat produksi apabila perusahaan dapat selalu mengubah kapasitas produksinya.

Titik persinggungan dalam kurva-kurva biaya rata-rata tersebut merupakan biaya produksi yang paling optimum/minimum untuk berbagai tingkat produksi yang akan dicapai produsen dalam jangka panjang. Peminimalan biaya jangka panjang tergantung kepada faktor tingkat produksi yang ingin dicapai, dan sifat dari pilihan kapasitas pabrik yang tersedia.

Jika teman-teman millennial ingin mengetahui lebih jauh dengan penjelasan dalam bentuk video pembelajaran, silahkan scan untuk QR *barcode* ini:



Skala Ekonomi dan Skala Tidak Ekonomi

Bercermin pada kasus usaha bakso tadi, pernah *kah* kamu berfikir akan membeli banyak bahan untuk membuat bakso ketika melihat usaha bakso mu sangat ramai pembeli?. Padahal kamu belum berfikir mengapa hal tersebut bisa terjadi sehingga pada akhirnya banyak bahan yang rusak karena salah memprediksi pembeli esok harinya.

Kasus tadi merupakan contoh tindakan yang tidak membuat skala dalam konsep biaya produksi.

Materi yang dibahas dalam buku pengantar ekonomi mikro karya Dwika, Aris dan Dede mengemukakan bahwa periode produksi jangka panjang ada kecenderungan bahwa pada tingkat permulaan dengan semakin diperluasnya skala usaha akan meningkatkan efisiensi usaha, tetapi mulai titik tertentu perluasan usaha yang lebih lanjut akan berakibat semakin menurunnya efisiensi usaha secara keseluruhan.

Skala usaha di mana tingkat efisiensi perusahaan mencapai nilai tertinggi disebut dengan skala usaha yang optimal (*optimum scale of plant*).

- Skala ekonomi

Skala kegiatan produksi jangka panjang dikatakan bersifat mencapai skala ekonomi apabila pertambahan produksi menyebabkan biaya produksi rata-rata menjadi semakin rendah.

Produksi yang semakin tinggi menyebabkan perusahaan menambah kapasitas produksi, dan pertambahan kapasitas ini menyebabkan kegiatan produksi bertambah efisien. Pada garis kurva LRAC keadaan ini ditunjukkan oleh bagian kurva yang semakin menurun apabila produksi bertambah.

Beberapa faktor penting yang menimbulkan skala ekonomi yaitu spesialisasi faktor-faktor Produksi, pengurangan harga bahan mentah dan kebutuhan produksi lain, memungkinkan produk sampingan (*by-products*) diproduksi, mendorong perkembangan usaha lain, dan penggunaan intensif personil dengan keahlian tinggi yang lebih banyak dan penggunaan modal yang lebih banyak (misalnya dengan jadwal shift).

- Skala tidak ekonomi

Skala tidak ekonomi terjadi ketika ukuran perusahaan berlebihan. Perusahaan memang bisa meningkatkan ukurannya untuk memperoleh keuntungan dari skala ekonomis, tetapi keuntungan menghilang ketika perusahaan mencapai ukuran tertentu.

Skala tidak ekonomi termasuk jangka panjang dan secara jelas harus dibedakan dari pendapatan yang semakin berkurang yang timbul dalam jangka pendek. Seringkali diperdebatkan bahwa skala tidak ekonomi itu jarang terjadi. Sesungguhnya jika diamati dalam industri karena perusahaan akan kembali memotong ukuran mereka.

Beberapa kemungkinan penyebab skala tidak ekonomi yaitu kesukaran pengendalian dan pengawasan, pembuatan keputusan yang lamban sehubungan dengan kelebihan ukuran administrasi, dan kekurangan motivasi karyawan.

Perubahan dalam permintaan memiliki dampak yang berbeda jika terjadi pada jangka waktu yang berbeda pula. Pada jangka pendek, peningkatan permintaan meningkatkan harga dan membawa keuntungan, sementara turunnya permintaan akan menurunkan harga dan membawa kerugian. Tetapi, jika perusahaan dapat masuk atau keluar pasar dengan mudah, maka dalam jangka panjang jumlah perusahaan akan selalu berubah hingga tercapai keseimbangan utama ada keuntungan di pasar tersebut.

Catatan penting dalam Produksi

Teman-teman millennial, kamu telah tau kan jika dalam ekonomi khususnya kegiatan produksi itu tentu saja memiliki tujuan untuk menghasilkan keuntungan, serta memaksimalkan keuntungan yang nantinya diharapkan akan didapatkan.

Jika kita menganggap semua perusahaan membuat keputusan yang masuk akal (rasional), dan akan memproduksi pada keluaran untuk memaksimalkan keuntungan. Dalam anggapan ini, setidaknya ada beberapa kategori di mana keuntungan perusahaan akan kita pertimbangkan:

- Sebuah perusahaan akan dikatakan membuat sebuah keuntungan ekonomi ketika rata-rata biaya totalnya (*average total cost*) lebih rendah dibandingkan dengan setiap produk tambahan pada keluaran pemaksimalan keuntungan. Keuntungan ekonomi yang didapatkan ialah setara dengan kuantitas keluaran dikalikan dengan perbedaan antara rata-rata biaya totalnya (*average total cost*) dan harga.
- Sebuah perusahaan dikatakan membuat sebuah keuntungan normal ketika keuntungan ekonominya sama dengan nol. Keadaan ini terjadi ketika rata-rata biaya totalnya (*average total cost*) setara dengan harga pada keluaran pemaksimalan keuntungan.

- Jika harga berada di antara rata-rata biaya totalnya (*average total cost*) dan rata-rata biaya variabel (*average variable cost*) pada keluaran pemaksimalan keuntungan, maka perusahaan tersebut dalam kondisi kerugian yang minim. Perusahaan ini harusnya masih meneruskan produksi, karena kerugiannya akan makin membesar jika berhenti produksi. Dengan produksi terus menerus, perusahaan bisa menaikkan biaya variabel dan akhirnya biaya menjadi tetap. Tapi dengan menghentikan semuanya akan mengakibatkan kehilangan semua biaya tetapnya.
- Jika harga di bawah rata-rata biaya variabel (*average variable cost*) pada pemaksimalan keuntungan, perusahaan harus melakukan penghentian. Kerugian diminimalisir dengan tidak memproduksi sama sekali, karena produksi tidak akan menghasilkan keuntungan yang cukup signifikan untuk membiayai semua biaya tetap dan bagian dari biaya variabel.
- Dengan tidak berproduksi, kerugian perusahaan hanya pada biaya tetap. Dengan kehilangan biaya tetapnya, perusahaan menemui tantangan. Akan keluar dari pasar seutuhnya atau tetap bersaing dengan resiko kerugian menyeluruh.

Simpulan yang bisa ditarik dari konsep Produksi

Nah! Teman-teman millennial, setelah kamu membaca konsep dari produksi dalam ilmu ekonomi, maka ada beberapa yang dapat kita simpulkan. *Check this out!*

- Produksi merupakan hasil akhir dari proses atau aktivitas ekonomi dengan memanfaatkan beberapa masukan atau input. Untuk melakukan produksi tersebut diperlukan suatu fungsi produksi yaitu hubungan di antara faktor-faktor produksi dan tingkat produksi itu sendiri.
- Fungsi produksi merupakan hasil jumlah produksi dengan menggabungkan faktor-faktor produksi yang digunakan yaitu, tenaga kerja, modal, kekayaan alam, dan teknologi. Pendekatan produksi terdiri dari teori produksi dengan satu faktor berubah yaitu tenaga kerja, dan teori produksi dua faktor berubah misalnya tenaga kerja dan modal.
- Biaya produksi adalah pengeluaran yang dilakukan perusahaan untuk memperoleh faktor-faktor produksi dan bahan mentah untuk menghasilkan barang dan jasa. Biaya produksi jangka pendek meliputi biaya-biaya total, biaya rata-rata, dan biaya marjinal.

Pada biaya jangka panjang menyatakan bahwa biaya tersebut semuanya dapat berubah. Pada biaya ini harus ditentukan besarnya kapasitas pabrik untuk meminimumkan biaya produksi dan hal tersebut dapat diketahui dengan menggunakan kura LRAC. Dalam biaya jangka panjang dapat terjadi skala ekonomi jika pertambahan produksi menyebabkan biaya produksi rata-rata menjadi semakin rendah, dan dikatakan skala tidak ekonomi apabila ukuran untuk meningkatkan keuntungan perusahaan menjadi berlebihan.

Nah! Teman-teman millennial, itulah tadi pembahasan tentang konsep produksi dalam ilmu ekonomi mikro. Mulai dari pengertiannya, faktor-faktor produksi, hingga pada biaya produksi lengkap dengan analisisnya.

Jika teman-teman millennial ingin mengetahui lebih jauh tapi dengan penjelasan dalam bentuk video pembelajaran, silahkan *scan* untuk QR *barcode* ini:



Badan Usaha? Perusahaan?



Firma?
Perseroan Terbatas?
Badan Usaha Perseorangan?
CV? Koperasi?

Kamu pernah dengar istilah PT, CV, Firma, atau Badan Usaha Perseorangan, teman-teman millennial?. Kalau pernah, apakah kamu tahu maksudnya? Coba *deh* perhatikan, saat melintasi jalanan di kota Makassar misalnya, di mana terdapat gedung-gedung yang besar, seringkali terpampang tulisan PT atau CV. Nah, biar kamu tahu maksud dari semua itu, mari pahami melalui penjelasannya.

PT, CV, Firma, dan Badan Usaha Perseorangan ialah bentuk-bentuk badan usaha, sedangkan lapangan yang dikelola oleh sebuah badan usaha dinamakan perusahaan. Contohnya seperti ini, PT. Telkom adalah badan usaha yang bergerak di bidang telekomunikasi. Artinya PT. Telkom adalah perusahaan telekomunikasi.

Badan usaha terbagi menjadi beberapa jenis dalam penyelenggaraan lapangan usahanya, beberapa jenisnya yaitu:

- **Badan Usaha Jasa**

Badan usaha dengan aktivitas memberikan pelayanan untuk masyarakat melalui penyewaan barang, pembantuan pekerjaan, pengantaran barang atau penumpang untuk mendapat balas jasa berupa uang. Contohnya perusahaan sewa kendaraan, cukur rambut, transportasi hingga pendidikan.

- **Badan Usaha Perdagangan**

Badan usaha ini bergerak pada bidang pembelian barang lalu menjualnya kembali tanpa merubah sifat atau bentuk barang untuk mendapat keuntungan. Maksudnya seperti ini, kamu membeli ikan dari nelayan seharga dua ribu per kilogram, kemudian di pasar, di lapak milikmu, kamu menjual kembali ikan tersebut sebesar tiga ribu rupiah per kilogram. Contohnya minimarket atau pedagang pasar.

- **Badan Usaha Industri**

Badan usaha yang mengelola bahan baku untuk dijadikan barang baru yang bernilai guna. Misalnya industri minuman ringan yang membuat air, gula, perisa, dan wadahnya menjadi sebuah minuman kemasan yang bisa kamu nikmati di siang hari yang panas.

- **Badan Usaha Agraris**

Yaitu perusahaan yang mencakup kegiatan pengolahan bahan dari alam khususnya melalui pengolahan tanah. Misalnya industri pertanian atau perikanan.

- **Badan Usaha Ekstraktif**

Merupakan perusahaan dengan kegiatan mengambil, mengolah, dan menggali kekayaan alam. Misalnya pertambangan, pengeboran minyak.

Oke, teman-teman millennial, perbedaan perusahaan dan badan usaha sudah dijelaskan, jenis-jenis badan usaha pun sudah dijelaskan. Sekarang saatnya membahas tentang apa itu Badan Usaha Milik Swasta.

Selain dimiliki oleh negara atau daerah, badan usaha terkadang juga dimiliki oleh perorangan atau beberapa pihak orang atau pihak swasta. Badan usaha ini sesuai kepemilikannya dinamakan BUMS (Badan Usaha Milik Swasta) yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin guna mengembangkan usaha, serta membuka lapangan pekerjaan.

Sama seperti BUMN atau BUMD, BUMS juga memiliki fungsi dalam perekonomian suatu negara, berikut ini adalah fungsinya: membantu pemerintah melakukan kegiatan produksi barang/jasa serta distribusi yang tidak dapat dilakukan pemerintah, membantu meningkatkan pendapatan nasional, membantu meningkatkan pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, sebagai mitra BUMN dalam mengelola dan menjaga sumber daya untuk mendorong pertumbuhan ekonomi, dan sebagai penyedia lapangan pekerjaan.

Nah, teman-teman millennial, sebelumnya telah dibahas tentang Badan usaha dan perusahaan serta perbedaannya. *Nah!* Selanjutnya akan dibahas tentang beberapa bentuk perusahaan.

Perusahaan Perorangan

Merupakan perusahaan yang dimiliki, dikelola dan dipimpin oleh seseorang yang bertanggung jawab penuh terhadap semua risiko dan aktivitas perusahaan. Tidak ada pemisahan modal antara kekayaan pribadi dan kekayaan perusahaan.

Kelebihan dari bentuk perusahaan ini ialah pemilik bebas mengambil keputusan, seluruh keuntungan perusahaan menjadi hak pemilik perusahaan, rahasia perusahaan terjamin, pemilik lebih giat berusaha.

Selain kelebihan, terdapat juga kelemahan dari bentuk perusahaan ini yaitu tanggungjawab pemilik tidak terbatas, sumber keuangan perusahaan terbatas, kelangsungan hidup perusahaan kurang terjamin, dan seluruh aktivitas manajemen dilakukan sendiri, sehingga pengelolaan manajemen menjadi kompleks.

Firma

Persekutuan antara dua orang atau lebih dengan bersama untuk melaksanakan usaha, umumnya dibentuk oleh orang-orang yang memiliki Keahlian sama atau seprofesi dengan tanggungjawab masing-masing anggota tidak terbatas, laba ataupun kerugian akan ditanggung bersama.

Kelebihan dari bentuk perusahaan ini ialah kemampuan manajemen lebih besar, karena ada, pembagian kerja diantara para anggota, pendiriannya relatif mudah, baik dengan Akta atau tidak, memerlukan Akta Pendirian, dan kebutuhan modal lebih mudah terpenuhi.

Selain kelebihan, terdapat juga kelemahan dari bentuk perusahaan ini yaitu tanggungjawab pemilik tidak terbatas, kerugian yang disebabkan oleh seorang anggota, harus ditanggung bersama anggota lainnya, dan kelangsungan hidup perusahaan tidak menentu.

Perseroan Komanditer (CV)

Bentuk badan usaha CV ialah bentuk perusahaan kedua setelah PT yang paling banyak digunakan para pelaku bisnis untuk menjalankan kegiatan usahanya di Indonesia. Namun tidak semua bidang usaha dapat dijalankan perseroan komanditer (CV), hal ini mengingat adanya beberapa bidang usaha tertentu yang diatur secara khusus dan hanya dapat dilakukan oleh badan usaha perseroan terbatas (PT).

Perseroan komanditer adalah bentuk perjanjian kerja sama berusaha bersama antara dua orang atau dengan Akta Otentik sebagai Akta pendirian yang dibuat di hadapan notaris yang berwenang. Para pendiri perseroan komanditer terdiri dari pesero aktif dan pesero pasif yang membedakan adalah tanggung jawabnya dalam perseroan.

Pesero aktif yaitu orang yang aktif menjalankan dan mengelola perusahaan termasuk bertanggung jawab secara penuh atas kekayaan pribadinya. Pesero pasif yaitu orang yang hanya bertanggung jawab sebatas uang yang disetor saja kedalam perusahaan tanpa melibatkan harta dan kekayaan pribadinya.

Kelebihan dari bentuk perusahaan ini yaitu kemampuan manajemen lebih besar, proses pendiriannya relatif mudah, modal yang dikumpulkan bisa lebih besar, dan mudah memperoleh kredit.

Selain kelebihan, terdapat juga kelemahan dari bentuk perusahaan ini yaitu sebagian sekutu yang menjadi persero aktif memiliki tanggung tidak terbatas, sulit menarik kembali modal, dan kelangsungan hidup perusahaan tidak menentu.

Perseroan Terbatas (PT)

Bentuk badan usaha PT adalah bentuk perusahaan yang paling populer dalam bisnis dan paling banyak digunakan oleh para pelaku bisnis di Indonesia dalam menjalankan kegiatan usaha di berbagai bidang. Selain memiliki landasan hukum yang jelas seperti yang diatur dalam Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas bentuk PT ini juga dirasakan lebih menjaga keamanan para pemegang saham/pemilik modal dalam berusaha.

Sama halnya dengan CV, pendirian PT juga dilakukan minimal oleh 2 (dua) orang atau lebih, karena sistem hukum di Indonesia menganggap dasar dari perseroan terbatas adalah suatu perjanjian maka pemegang saham dari perseroan terbatas pun minimal haruslah berjumlah 2 (dua) orang, dengan jumlah modal dasar minimum Lima puluh juta rupiah, sedangkan untuk bidang usaha tertentu jumlah modal dapat berbeda seperti yang ditentukan serta berlaku aturan khusus yang mengatur tentang bidang usaha tersebut.

Kelebihan dari bentuk perusahaan ini yaitu pemegang saham bertanggung jawab terbatas terhadap hutang-hutang perusahaan, mudah mendapatkan tambahan dana/modal misalnya dengan mengeluarkan saham baru, kelangsungan hidup perusahaan lebih terjamin, terdapat efisiensi pengelolaan sumber dana dan efisiensi pimpinan, karena pimpinan dapat diganti sewaktu-waktu melalui Rapat Umum Pemegang Saham.

Kepengurusan perseroan memiliki tanggung jawab yang jelas kepada pemilik atau pemegang saham, dan diatur dengan jelas oleh undang-undang perseroan terbatas serta peraturan lain yang mengikat dan melindungi kegiatan perusahaan.

Selain kelebihan, terdapat juga kelemahan dari bentuk perusahaan ini yaitu merupakan subjek pajak tersendiri dan deviden yang diterima pemegang saham akan dikenakan pajak, kurang terjamin rahasia perusahaan, karena semua kegiatan harus dilaporkan kepada pemegang saham, proses pendiriannya membutuhkan waktu lebih lama dan biaya yang lebih besar dari CV, serta proses Pembubaran, Perubahan Anggaran Dasar, Penggabungan, dan Pengambilalihan perseroan membutuhkan waktu dan biaya serta persetujuan dari Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).

Koperasi

Bagi masyarakat Indonesia, koperasi sudah tidak asing lagi. Karena kita sudah merasakan jasa koperasi dalam rangka keluar dari kesulitan hutang lintah darat.

Secara harfiah, koperasi yang berasal dari bahasa Inggris (*Cooperation*) terdiri dari dua suku kata: *Co* berarti bersama dan *operation* berarti bekerja. Jadi koperasi berarti bekerja sama, sehingga setiap bentuk yang bekerja sama selalu disebut dengan koperasi.

Pengertian pokok tentang koperasi yaitu merupakan tempat perkumpulan orang-orang termasuk badan hukum yang mempunyai kepentingan dan tujuan yang sama. Kerugian dan keuntungan ditanggung dan dinikmati bersama secara adil.

Setelah kamu membaca tentang beberapa jenis bentuk perusahaan dan beberapa kelebihan juga kelemahan beberapa bentuk perusahaan, kira-kira teman-teman millennial tertarik akan membuat bentuk perusahaan yang seperti apa?.

Perusahaan jika Ditinjau dari Sudut Teori Ekonomi

Dalam teori ekonomi yang dibahas dalam buku karangan Sadono Sukirno, berbagai jenis perusahaan dipandang sebagai unit-unit badan usaha yang mempunyai tujuan sama yaitu “mencapai keuntungan yang maksimum”.

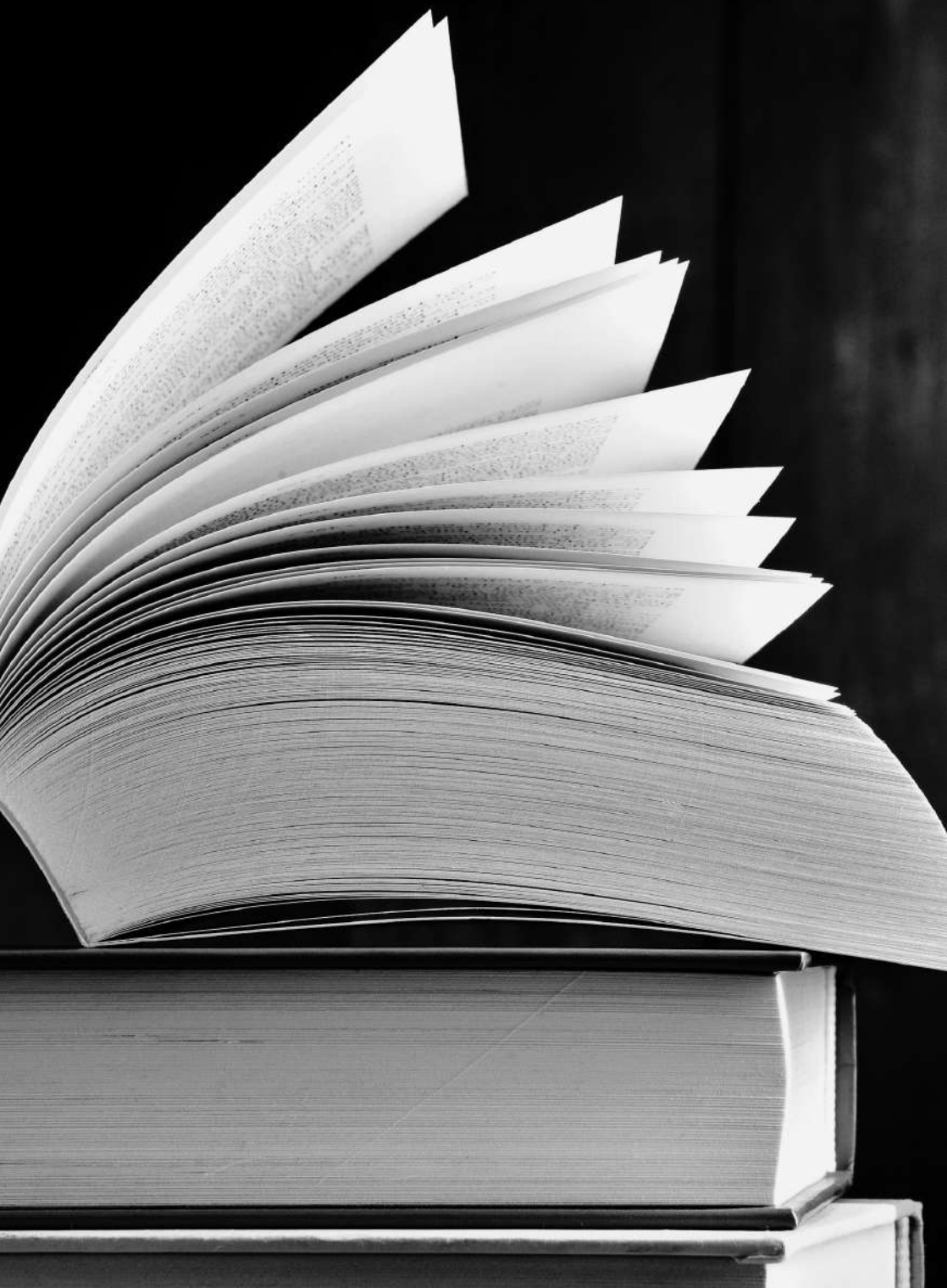
- Cara Memaksimalkan Keuntungan. Keuntungan yang maksimum dapat dicapai apabila perbedaan antara hasil penjualan dan biaya produksi mencapai tingkat yang paling besar.
- Masalah pokok yang harus dipecahkan produsen adalah: Komposisi faktor produksi yang bagaimana perlu digunakan untuk mencapai tingkat produksi yang tinggi. Sehingga perlu memperhatikan fungsi produksi, yaitu hubungan antara faktor-faktor produksi dan tingkat produksi yang diciptakannya. Serta Komposisi faktor produksi yang bagaimana meminimalkan biaya produksi yang dikeluarkan untuk mencapai satu tingkat produksi tertentu. Produsen perlu memperhatikan besarnya pembayaran kepada faktor produksi tambahan yang akan digunakan.

Nah! Teman-teman millennial, itulah pembahasan tentang Badan Usaha dan Perusahaan dalam ilmu ekonomi mikro. Mulai dari pengertiannya, hingga jenis-jenis perusahaan lengkap dengan analisis kelebihan dan kelemahannya.

Jika teman-teman millennial ingin mengetahui lebih jauh dengan penjelasan dalam bentuk video pembelajaran, silahkan *scan* untuk QR *barcode* ini:



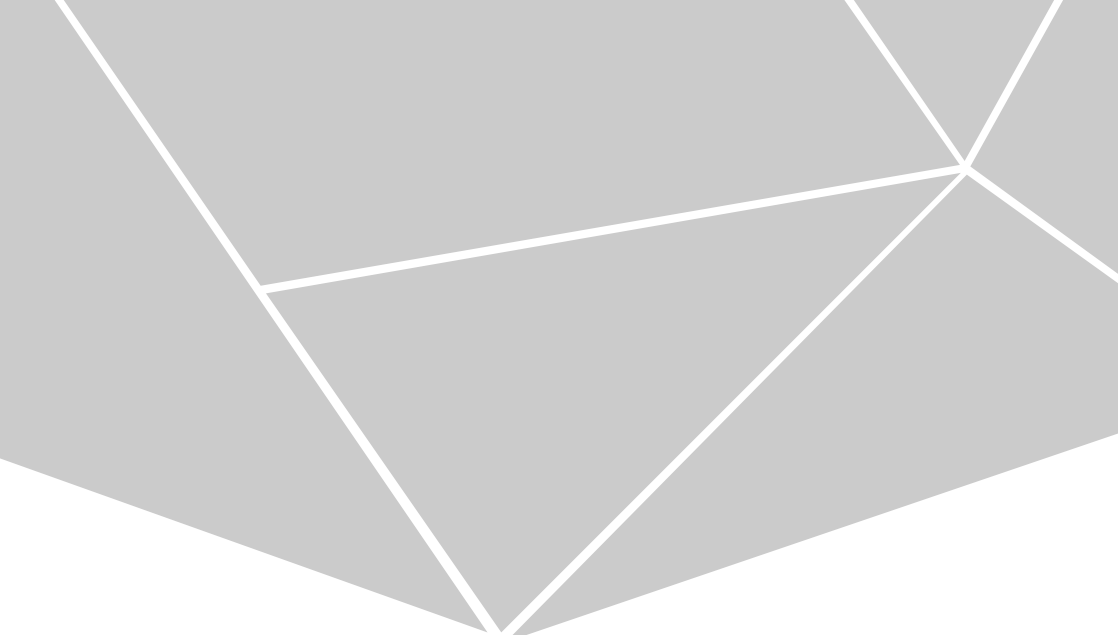
KAMUS KATA
EKONOMI
MIKRO



KAMUS KATA EKONOMI MIKRO

- **Barang berbeda corak (*differentiated product*):** Jenis barang yang sama yang ada di pasar akan tetapi penampilannya berbeda sebagai akibat reka-bentuk dan pengemasan barang yang berbeda.
- **Barang serupa (*identical/homogenous product*):** Barang yang sejenis yang dipromosikan berbagai perusahaan yang bentuk fisiknya tidak mudah dibedakan satu sama lain.
- **Biaya sosial:** Kerugian, berupa material tetapi terutama dalam bentuk pencemaran lingkungannya, yang ditanggung masyarakat sebagai akibat operasi perusahaan menimbulkan efek buruk tersebut.
- **Break Event Point:** Terdapat pembeli dan penjual yang impas, tidak memperoleh keuntungan dan kerugian karena harga pokok sama dengan harga pasar serta kemampuan membeli sama dengan harga pasar.
- **Demand:** permintaan
- **Diferensiasi produksi:** Kebijakan suatu perusahaan yang pada dasarnya mengeluarkan suatu jenis barang, tetapi kemudian dibedakan dari segi mutu, reka bentuk, kandungan bahan mentah dan pengemasan yang berlainan.
- **Efisiensi produktif:** Kegiatan firma menghasilkan suatu barang yang operasinya mencapai suatu tingkat produksi di mana tingkat harga sama dengan biaya marjinal.
- **Efisiensi produktif:** Kegiatan firma menghasilkan suatu barang yang operasinya mencapai suatu tingkat produksi di mana biaya rata-ratanya adalah yang paling minimum
- **Elastis:** Terjadinya perubahan jumlah permintaan/penawaran lebih besar dari perubahan harga (permintaan/penawaran elastis).

- **Elastis Sempurna:** Terjadinya perubahan jumlah permintaan/penawaran tidak berpengaruh sama sekali terhadap perubahan harga (permintaan/penawaran elastis sempurna).
- **Elastis Uniter:** Terjadinya perubahan jumlah permintaan/penawaran sebanding dengan perubahan harga (permintaan/penawaran elastis uniter).
- **Elastisitas:** Dalam pengertian ekonomi berarti tingkat kepekaan permintaan/penawaran terhadap barang atau jasa di pasar yang terjadi akibat perubahan harga barang atau jasa yang dimaksud.
- **Elastisitas Penawaran:** Tingkat perubahan penawaran atas barang dan jasa yang diakibatkan karena adanya perubahan harga barang tersebut.
- **Elastisitas Permintaan:** Tingkat perubahan permintaan terhadap barang/jasa yang diakibatkan adanya perubahan harga barang tersebut.
- **Grafik :** Garis titik-titik yang menghubungkan tingkat
- **Supply :** Penawaran



SUMBER INSPIRASI



SUMBER INSPIRASI

Buku Pengantar Teori Mikroekonomi Edisi Ketiga Karya Sadono Sukirno tahun 2004 Penerbit Raja Grafindo Persada.

Buku Pengantar ekonomi mikro karya Dwika, Aris, dan Dede tahun 2021.

Buku Sir John R. Hicks dalam salah satu karyanya yang berjudul microeconomics analitic edisi ketiga tahun 2001.

laman Youtube Hippo Academy:

https://www.youtube.com/channel/UCHyxQDLW_G2YzNs6JJEDKWg

Laman <https://accurate.id/ekonomi-keuangan/ekonomi-deskriptif/>

Laman <https://www.okezone.com>

Laman <https://detik.com>

Laman <https://www.uui.ac.id/ekonomi>

Laman <https://ruangguru.com>

Laman <https://quipper.com>



TENTANG PENULIS

Annas, S.Pd. Penulis lahir di Ujung Pandang, 27 Oktober , saat ini penulis merupakan salah seorang Tenaga pendidik di SMA Islam Athirah I Makassar yang mengampu mata pelajaran Ekonomi, pernah menjalani pekerjaan sebagai praktisi Marketing, Akunting, dan Credit Analyst untuk beberapa perusahaan swasta. Penulis berdomisili di Jln. Dangko No.14, Balang baru, Tamalate, Makassar. 081398676163. "Hal yang paling membahagiakan ialah ketika melihat orang lain bahagia terlebih jika bahagiannya karena kita"