

Sri Rahayu, Lahir 6 Januari 1967, Saat ini sebagai Dosen pada Pascasarjana UM Palembang. Buku yang telah diterbitkan, Pengantar Ekonomi Mikro, Teori Ekonomi Mikro (2 Edisi), Memahami dan Mengukur Loyalitas, Kepuasan & Loyalitas Pelanggan Terhadap Obyek Wisata. Aktif Menulis di Jurnal Baik Jurnal Lokal, Nasional, Internasional, dan jurnal terindex scopus. Telp. 0812 7833088



Dina begitu panggilan dari Dinarossi Utami, dilahirkan di Kota Palembang tanggal 20 Januari 1989. Dina anak pertama dari dua bersaudara pasangan Ir. Mat Syafrudin dan Ir. Rosmiah, M.Si.

Masa kecil Dina dilalui di Kota Bengkulu dan Palembang. Pendidikan S1 dan S2 diselesaikan di Universitas Sriwijaya pada jurusan Ilmu Ekonomi dan Manajemen. Saat ini, Dina terdaftar sebagai mahasiswa S3 Angkatan 2016 pada Program Doktor Ilmu Manajemen Universitas Sriwijaya dengan konsentrasi Manajemen Keuangan.

Bagi Dina, menjadi Dosen adalah anugerah yang tak terhingga dikarenakan harus membimbing orang lain untuk lebih dekat kepada Pencipta dan menyalurkan ilmu pengetahuan dan teknologi dengan sebaik baiknya. Semoga Allah memberikan kemudahan untuk kita semua dalam mengabdikan kepada bangsa dan negara.

ISBN : 978-602-72231-0-3

# BUKU AJAR TEORI EKONOMI MIKRO



SRI RAHAYU  
DINAROSI UTAMI

---

# BUKU AJAR

## TEORI EKONOMI MIKRO

---

Penulis : **SRI RAHAYU**  
**DINAROSI UTAMI**

Layout :

Desain Cover :

Hak Penerbit Univ. Muhammadiyah Palembang

Jl. Jendral Ahmad Yani Kel. 13 Ulu - Palembang

Palembang - Indonesia

Phone : 0711-513022, 514700

Fax, : 0711-513078

Email : [info@umpalembang.ac.id](mailto:info@umpalembang.ac.id)

Hak Cipta dilindungi undang-undang pada penulis

ISBN : 978-602-72231-0-3

Sanksi Pelanggaran Pasal 113 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, sebagaimana yang telah diatur dan diubah dari Undang-undang Nomor 19 Tahun 2002, bahwa:

Kutipan Pasal 113

- (1) Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagai- mana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf l untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan / atau pidana denda paling banyak Rp. 100.000.000,- (seratur juta rupiah).
- (2) Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/ atau pidana denda paling banyak Rp. 500.000.000,- (limat ratus juta rupiah)
- (3) Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp.1.000.000.000,- (satu miliar rupiah)
- (4) Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 4.000.000.000,- (empat miliar rupiah).



# **BUKU AJAR TEORI EKONOMI MIKRO**



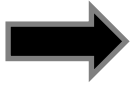
**SRI RAHAYU  
DINAROSSY UTAMI**

## DAFTAR ISI

<b>BAB I KONSEP UMUM EKONOMI MIKRO.....</b>	<b>1</b>
1.1 Ruang Lingkup Dan Definisi Ilmu Ekonomi.....	2
1.2 Pernyataan Positif dan Pernyataan Normatif .....	3
1.3 Alat-alat Analisis Ekonomi.....	4
1.4 Mikro Ekonomi dan Makro Ekonomi.....	5
1.5 Tingkah Laku Penjual dan Pembeli.....	6
1.6 Permasalahan Pokok Ekonomi.....	11
1.7 Jenis-jenis dan Alat Analisis Ekonomi.....	12
1.8 Pernyataan Positif dan Normatif.....	14
1.9 Perbedaan Mikro Ekonomi Dan Makro Ekonomi.....	15
1.10 Berbagai Alternatif Sistem Ekonomi.....	16
<b>BAB II TEORI PERMINTAAN DAN PENAWARAN.....</b>	<b>19</b>
2.1 Teori Permintaan Dan Kurva Permintaan.....	20
2.2 Harga Dan Permintaan.....	21
2.3 Daftar Permintaan .....	22
2.4 Kurva Permintaan.....	22
2.5 Permintaan Perseorangan Dan Permintaan Pasar .....	24
2.6 Efek Faktor Bukan-Harga Terhadap Permintaan .....	25
2.7 Beberapa Faktor lain .....	27
2.8 Gerakan Sepanjang Dan Perubahan Kurva Permintaan.....	28
2.9 Teori Penawaran Dan Kurva Penawaran.....	30
2.10 Pengaruh Faktor Bukan-Harga Terhadap Penawaran.....	33
2.11 Gerakan Sepanjang Kurva Penawaran Dan Pergeseran Kurva Penawaran.....	34
<b>BAB III ELASTISITAS.....</b>	<b>37</b>
3.1 Elastisitas Permintaan( <i>Demand Elasticity</i> ).....	38
3.2 Elastisitas Permintaan Terhadap Pendapatan .....	41
3.3 Elastisitas Silang .....	41
3.4 Macam-Macam Elastisitas Pemintaan .....	42
3.5 Elastisitas Titik Pada Garis .....	43
3.6 Faktor-Faktor Yang Menentukan Elastisitas Pemintaan.....	44

3.7 Elastisitas Penawaran .....	45
3.8 Macam-Macam Elastisitas Penawaran .....	46
3.9 Faktor-Faktor Yang Menentukan Elastisitas Penawaran.....	49
<b>BAB IV TINGKAH LAKU KONSUMEN.....</b>	<b>51</b>
4.1 Teori Nilai Guna (Utiliti) .....	52
4.2 Nilai Guna Total Dalam Angka Dan Grafik.....	53
4.3 Grafik Nilai Guna.....	54
4.4 Pemaksimalan Nilai Guna.....	56
4.5 Syarat Pemaksimalan Nilai Guna .....	56
4.6 Teori Nilai Guna Dan Teori Permintaan .....	57
4.7 Teori Tingkah Laku Konsumen.....	58
<b>BAB V TEORI PRODUKSI.....</b>	<b>64</b>
5.1 Bentuk-Bentuk Perusahaan Perusahaan Perorangan .....	65
5.2 Perusahaan Ditinjau Dari Sudut Teori Ekonomi.....	69
5.3 Teori Produksi Dalam Ilmu Ekonomi .....	70
5.4 Faktor-Faktor Produksi.....	71
5.5 Konsepsi dari Suatu Fungsi Produksi .....	74
<b>BAB VI BIAYA PRODUKSI .....</b>	<b>78</b>
6.1 Teori Biaya Produksi .....	79
6.2 Berbagai Pengertian Biaya Produksi Jangka Pendek .....	80
6.3 Biaya Produksi Dalam Jangka Panjang.....	84
<b>BAB VII MEMAKSIMUMKAN LABA .....</b>	<b>89</b>
7.1 Pendekatan Totalitas ( <i>totality approach</i> ) .....	90
7.2 Pendekatan rata-rata ( <i>average approach</i> ) .....	92
7.3 Pendekatan Marjinal ( <i>marginal approach</i> ) .....	93
<b>BAB VIII PASAR PERSAINGAN SEMPURNA.....</b>	<b>97</b>
8.1 Karakteristik Pasar Persaingan Sempurna .....	98
8.2 Hasil Penjualan Marjinal, Rata-rata dan Total .....	100
8.3 Penawaran dalam Pasar Persaingan Sempurna .....	103
8.4 Kebaikan dan Keburukan Pasar Persaingan Sempurna .....	108

<b>BAB IX MONOPOLI.....</b>	<b>113</b>
<b>9.1 Faktor-faktor yang menimbulkan pasar persaingan.....</b>	<b>114</b>
<b>9.2 Karakteristik pasar persaingan monopoli .....</b>	<b>116</b>
<b>9.3 Permintaan dan Penerimaan Perusahaan Monopoli .....</b>	<b>118</b>
<b>9.4 Keseimbangan Dan Memaximumkan Keuntungan Jangka         Pendek Pasar Monopoli .....</b>	<b>119</b>
<b>9.5 Keseimbangan Dan Memaximumkan Keuntungan Jangka         Panjang Pasar Monopoli.....</b>	<b>121</b>
<b>9.6 Monopoli Dan Diskriminasi Harga.....</b>	<b>122</b>
<b>9.7 Monopoli Alamiah (<i>Natural Monopoly</i>).....</b>	<b>124</b>
<b>9.8 Pengaturan Perusahaan Monopoli .....</b>	<b>126</b>
<b>9.9 Monopoli dan Kesejahteraan Masyarakat.....</b>	<b>127</b>
<b>BAB X MONOPOLISTIK.....</b>	<b>130</b>
<b>10.1 Karakteristik Pasar Persaingan Monopolistik .....</b>	<b>131</b>
<b>10.2 Keseimbangan Perusahaan Jangka Pendek .....</b>	<b>133</b>
<b>10.3 Pasar Persaingan Monopolistik dan Efisiensi Ekonomi .....</b>	<b>134</b>
<b>BAB XI OLIGOPOLI.....</b>	<b>139</b>
<b>11.1 Karakteristik pasar persaingan oligopoli.....</b>	<b>140</b>
<b>11.2 Faktor-faktor Penyebab Terbentuknya Pasar Oligopoli.....</b>	<b>142</b>
<b>BAB XII PASAR FAKTOR PRODUKSI .....</b>	<b>152</b>
<b>12.1 Konsep-konsep dasar .....</b>	<b>153</b>
<b>12.2 Faktor-faktor penentu permintaan terhadap .....</b>	<b>155</b>
<b>12.3 Penawaran Faktor Produksi .....</b>	<b>156</b>
<b>12.4 Pasar Tenaga Kerja Berstruktur Persaingan Sempurna .....</b>	<b>156</b>
<b>12.5 Pasar Tenaga Kerja Berstruktur Monopoli.....</b>	<b>157</b>
<b>12.6 Monopsoni .....</b>	<b>158</b>
<b>12.7 Monopoli Bilateral.....</b>	<b>159</b>
<b>12.8 Pasar Tanah .....</b>	<b>159</b>
<b>DAFTAR RUJUKAN.....</b>	<b>165</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>166</b>



## **BAB I**

### **KONSEP UMUM EKONOMI MIKRO**

#### **TIU :**

Setelah mengikuti kuliah ini mahasiswa akan dapat memahami tentang pengertian ruang lingkup dari ekonomi mikro serta tujuan dari pembelajaran ekonomi mikro.

#### **TIK :**

Setelah mengikuti perkuliahan ini mahasiswa dapat memahami definisi ilmu ekonomi secara umum dan pengertian ekonomi mikro secara khusus. Disamping itu juga mahasiswa dapat memahami permasalahan pokok dalam ekonomi dan menggunakan statistik yang berupa grafik dan kurva dalam membahas permasalahan-permasalahan ekonomi mikro. Selanjutnya mahasiswa dapat, menghubungkan teori ekonomi dengan dunia nyata atau aplikasinya.

#### **Pokok Pembahasan :**

Ruang lingkup ilmu ekonomi, Definisi ilmu ekonomi, Pernyataan positif dan normatif, Permasalahan pokok ilmu ekonomi, Variabel dalam ilmu ekonomi, Ekonomi terapan, Asumsi-asumsi, Ekonomi deskriptif, Grafik, Hipotesis, Pelaku-pelaku ekonomi, Kerangka, pemikiran ekonomi mikro, Organisasi sistem dan siklus perekonomian dan sistem pasar.

## KONSEP UMUM EKONOMI MIKRO

### 1.1. Ruang Lingkup Dan Definisi Ilmu Ekonomi

Ilmu ekonomi adalah suatu bidang ilmu pengetahuan yang sudah berkembang sejak beberapa abad yang lalu. Sebelum masa Adam Smith sudah banyak pemikiran-pemikiran yang dikemukakan mengenai persoalan-persoalan ekonomi yang dihadapi sesuatu negara, tetapi tulisan-tulisan tersebut tidak dikemukakan secara sistematis. Dalam masa hidup Adam Smith, Revolusi Industri baru saja akan bermula. Sedangkan di masa ini kegiatan industri sudah sangat canggih, dan teknologi yang digunakan sudah sangat berbeda dengan yang terdapat pada zamannya Adam Smith. Organisasi perusahaan juga sudah jauh lebih kompleks dan system kegiatan memproduksi sudah jauh lebih rumit daripada dalam zaman Adam Smith.

Ilmu ekonomi adalah suatu bidang ilmu pengetahuan yang sudah berkembang sejak beberapa abad yang lalu. Perkembangannya sebagai suatu bidang ilmu pengetahuan bermula sejak tahun 1776, yaitu setelah Adam Smith, seorang pemikir dan ahli ekonomi Inggris, menerbitkan bukunya yang berjudul; *“An Inquiry in to the Nature and Causes of The Wealth Nations”*. Sangatlah sukar untuk membuat definisi yang akan memberikan gambaran yang tepat mengenai analisis-analisis yang diliputi oleh ilmu ekonomi, namun demikian ini tidaklah berarti bahwa suatu definisi yang secara ringkas menerangkan bidang studi dari ilmu ekonomi sama sekali tidak dapat dilakukan. Dalam usaha untuk memberikan gambaran ringkas mengenai bidang studi ilmu ekonomi, definisi ilmu tersebut selalu dihubungkan kepada keadaan ketidak seimbangan diantaranya : (1) kemampuan faktor-faktor produksi untuk menghasilkan barang dan jasa, dan (2) keinginan masyarakat untuk mendapatkan barang dan jasa.



Menurut Professor P.A. Samuelson:

“Ilmu ekonomi adalah suatu studi mengenai individu-individu dan masyarakat membuat pilihan, dengan atau tanpa penggunaan uang, dengan menggunakan sumber-sumber daya yang terbatas tetapi dapat digunakan dalam berbagai cara untuk menghasilkan berbagai jenis barang dan jasa dan mendistribusikannya untuk kebutuhan konsumsi, sekarang dan dimasa mendatang, kepada berbagai individu dan golongan masyarakat.”

Menurut Alfred Marshall:

“Ilmu ekonomi merupakan studi tentang umat manusia dalam kehidupan sehari-hari.” atau dengan rumusan yang lebih tajam adalah sebagai berikut: Ilmu ekonomi adalah suatu studi tentang pemanfaatan sumber daya yang langka untuk memenuhi kebutuhan manusia yang tak terbatas”. Kelangkaan merupakan pusat permasalahan ekonomi, mengapa kelangkaan tidak dapat dielakkan lagi, dan apa yang menjadi konsekuensi dari adanya kelangkaan. Kelangkaan atau kekurangan terjadi sebagai akibat adanya ketidak seimbangan antara kebutuhan masyarakat dengan faktor-faktor produksi yang tersedia dalam masyarakat. Di satu sisi setiap masyarakat selalu terdapat keinginan yang relatif tidak terbatas untuk menikmati berbagai jenis barang dan jasa, sebaliknya disisi lain, sumber-sumber daya atau faktor-faktor produksi yang dapat digunakan untuk menghasilkan barang dan jasa tersebut adalah terbatas, oleh karena itu maka masyarakat harus mampu membuat pilihan.

## **1.2. Pernyataan Positif dan Pernyataan Normatif**

Pernyataan positif adalah pernyataan yang mengandung arti: apakah yang wujud, atau telah wujud, atau akan wujud. Kebenaran dari pernyataan positif dapat dengan mudah dilihat dengan membandingkannya dengan kenyataan yang wujud. Pada hakekatnya pernyataan positif adalah pernyataan mengenai fakta-fakta yang wujud dalam masyarakat, oleh sebab

itu kebenarannya dapat dibuktikan dengan memperhatikan kenyataan yang berlaku.

Pernyataan normatif adalah pernyataan yang mengandung arti: apakah yang sebaiknya harus wujud? Jadi pernyataan normatif adalah suatu pandangan subjektif atau suatu *value judgement*, pernyataan itu bukan mengemukakan pendapat mengenai keadaan yang akan wujud tetapi mengemukakan apa yang sebaiknya harus wujud.

Pernyataan, hipotesa dan persoalan dalam ilmu ekonomi ada yang merupakan pernyataan positif dan ada yang merupakan pernyataan normatif. Pernyataan normatif selalu dijumpai dalam ilmu ekonomi terapan atau ilmu ekonomi kebijakan. Masalah ekonomi dapat diatasi dengan berbagai cara, dan cara manakah yang terbaik sangat tergantung kepada *value judgement* dari yang merumuskan kebijakan ekonomi tersebut.

### **1.3. Alat-alat Analisis Ekonomi**

Ilmu ekonomi memerlukan beberapa alat analisis untuk menerangkan teori-teorinya dan untuk menguji kebenaran teori-teori tersebut. Grafik dan kurva adalah alat analisis yang utama dalam teori ekonomi. Sedangkan Statistik juga merupakan alat analisis untuk mengumpulkan fakta dan menguji kebenaran teori ekonomi.

Teori, dan penjelasan-penjelasan ilmiah memerlukan alat-alat agar dapat dengan lebih mudah dipelajari. Dalam ilmu ekonomi, usaha untuk memberikan penerangan yang lebih jelas mengenai teori-teori ekonomi dilakukan dengan pertolongan grafik dan kurva.

Suatu grafik mempunyai dua sumbu: sumbu datar dan sumbu tegak. Sumbu datar adalah sumbu yang letaknya horizontal, sedang sumbu tegak adalah sumbu yang tegak lurus dengan sumbu horizontal. Pertemuan di antara kedua sumbu tersebut dinamakan "Origin" dan nilainya adalah 0, tiap sumbu menjelaskan nilai dari pada suatu variabel. Pada titik 0 nilai variabel

adalah 0, dan makin jauh dari titik 0 nilai variabel menjadi bertambah tinggi.

Bagaimana grafik tersebut membantu menerangkan teori-teori ekonomi? Untuk menjawab pertanyaan ini suatu gambaran hipotesis mengenai sifat perkaitan di antara dua variabel perlu ditunjukkan. Kalau titik A, B, C, D, dan E dirangkaikan akan diperoleh suatu kurva. Kurva ini menggambarkan hubungan fungsional di antara tingkat harga dan permintaan ke atas suatu barang. Kurva tersebut dinamakan kurva permintaan ke atas barang tersebut.

Ilmu statistik memegang peranan yang sangat penting di dalam mengumpulkan data mengenai berbagai aspek dari kegiatan perekonomian. Berbagai metode statistik memungkinkan dilakukannya pengumpulan data-data penting mengenai kegiatan ekonomi seperti tingkat produksi nasional, besarnya dan perkembangan jumlah penduduk, jumlah dan jenis-jenis pengangguran, dan perkembangan tingkat harga-harga.

Peranan lain ilmu statistik dalam analisis ekonomi adalah untuk menguji kebenaran dari teori-teori ekonomi, dan seterusnya apabila teori itu benar, ilmu statistik dapat pula digunakan untuk menyatakan dengan lebih spesifik (secara angka-angka) sifat perkaitan di antara variabel-variabel di dalam teori tersebut.

#### **1.4. Mikro Ekonomi dan Makro Ekonomi**

Telah dinyatakan bahwa ilmu ekonomi adalah sangat luas liputannya, oleh sebab itu ia dibagi-bagi kepada bidang pengkhususan. Beberapa contoh dari pengkhususan itu ialah ekonomi moneter, ekonomi keuangan pemerintah, ekonomi regional, dan ekonomi pembangunan.

Anda telah memahami artinya “Mikro” yaitu kecil. Dengan demikian teori mikro ekonomi atau ekonomi mikro boleh diartikan sebagai “ilmu ekonomi kecil”. Menerangkan arti teori mikro ekonomi dengan menterjemahkan masing-masing perkataan dalam istilah tersebut tidak akan memberikan penerangan yang tepat mengenai arti mikro ekonomi.

Pasar adalah suatu institusi, yang ada pada umumnya tidak wujud secara fisik, yang mempertemukan penjual dan pembeli sesuatu barang. Melalui interaksi di antara penjual dan pembeli pasar akan menentukan tingkat harga sesuatu barang dan jumlah barang yang diperjualbelikan. Pada hakekatnya corak di antara penjual dan pembeli di dalam setiap pasar tersebut adalah sama. Maka untuk menunjukkan bagaimana sesuatu pasar berfungsi dan beroperasi, teori mikroekonomi hanya menerangkan tentang interaksi di antara penjual dan pembeli di sesuatu pasar barang.

### **1.5. Tingkah Laku Penjual dan Pembeli**

Aspek penting lain yang dianalisis teori mikroekonomi adalah interaksi penjual dan pembeli di pasar faktor-faktor produksi. Individu-individu dalam perekonomian adalah pemilik faktor-faktor produksi. Mereka menawarkan faktor-faktor produksi tersebut untuk memperoleh pendapatan. Pendapatan tersebut seterusnya akan digunakan untuk membeli barang dan jasa yang mereka butuhkan. Sebaliknya, penjual-penjual membutuhkan faktor-faktor produksi untuk memproduksi barang dan jasa.

Kebutuhan masyarakat adalah keinginan masyarakat untuk memperoleh barang dan jasa. Keinginan untuk memperoleh barang dan jasa dapat dibedakan menjadi dua bentuk berikut :

1. Keinginan yang disertai oleh kemampuan untuk membeli (permintaan efektif)
2. Keinginan yang tidak disertai oleh kemampuan untuk membeli.

Barang yang dibutuhkan manusia terdiri dari:

1. Benda yang dapat dilihat dan diraba secara fisik, seperti: baju, sepatu, makanan dan minuman.
2. Benda yang tidak dapat dilihat dan diraba secara fisik, yaitu: udara.

Jasa, merupakan layanan seorang atau suatu barang yang akan memenuhi kebutuhan masyarakat, seperti: kegiatan tukang pangkas, pelayanan di restoran, kegiatan pengangkutan orang atau pun siaran radio dan televisi yang memberi hiburan.

Jenis barang dalam perekonomian, yaitu:

1. Barang ekonomi: barang yang untuk memperolehnya diperlukan usaha atau pengorbanan, contoh: beras, makanan, dan barang-barang produksi industri. Barang ekonomi dibedakan menjadi:
  - a. Barang konsumsi (*consumer goods*), yaitu: barang yang dibeli oleh konsumen akhir (pengguna akhir), contoh: makanan, pakaian, dan sepeda motor
  - b. Barang modal (*capital goods*), yaitu: barang yang dibeli untuk menghasilkan barang lain, contoh: mesin, peralatan bengkel, dan bangunan perkantoran
  - c. Barang akhir, contoh roti, kursi, dan mobil
  - d. Barang setengah jadi, contoh: tepung gandum, karet dan minyak kelapa sawit
2. Barang Cuma-Cuma: barang yang dapat dinikmati tanpa harus melakukan kegiatan memproduksi, contoh: udara, oksigen, sinar matahari, dan air hujan.

Dalam teori ekonomi terdapat dua cara penggolongan lain, yaitu:

1. Penggolongan barang berdasarkan kepentingan barang tersebut dalam kehidupan manusia, berdasarkan penggolongan ini barang-barang dibedakan menjadi:
  - a. Barang inferior, contoh: ikan asin, ubi kayu
  - b. Barang esensial, contoh: beras, gula, kopi
  - c. Barang normal, contoh: baju, buku
  - d. Barang mewah, contoh: mobil, emas.

2. Penggolongan barang berdasarkan cara penggunaan barang tersebut oleh masyarakat, barang tersebut dibedakan menjadi:
  - a. Barang pribadi, contoh: makanan, pakaian, mobil
  - b. Barang publik, contoh: jalan raya, lampu lalu lintas, mercu suar

Faktor-faktor produksi, adalah benda-benda yang disediakan oleh alam atau diciptakan oleh manusia yang dapat digunakan untuk memproduksi barang dan jasa. Faktor-faktor produksi dalam perekonomian dibedakan menjadi:

1. Tanah dan sumber alam, yaitu faktor produksi yang disediakan oleh alam, contoh: tanah, berbagai jenis barang tambang, hasil hutan, dan sumber alam yang dapat dijadikan modal, seperti air yang dibendung untuk irigasi atau untuk pembangkit tenaga listrik.
2. Tenaga kerja, yaitu faktor produksi yang terdiri dari buruh yang meliputi juga keahlian dan keterampilan yang mereka miliki. Berdasarkan keahlian dan pendidikannya, tenaga kerja dibedakan menjadi tiga golongan:
  - a. Tenaga kerja kasar: tenaga kerja yang tidak berpendidikan atau berpendidikan rendah dan tidak memiliki keahlian dalam suatu bidang pekerjaan.
  - b. Tenaga kerja terampil: tenaga kerja yang memiliki keahlian dari pelatihan atau pengalaman kerja, seperti montir mobil, tukang kayu, dan ahli mereparasi TV dan Radio.
  - c. Tenaga kerja terdidik: tenaga kerja yang memiliki pendidikan cukup tinggi dan ahli dalam bidang tertentu seperti: dokter, akuntan, ahli ekonomi dan insinyur.
3. Modal, faktor produksi ini merupakan benda yang diciptakan oleh manusia dan digunakan untuk memproduksi barang-barang dan jasa-jasa yang mereka butuhkan. Contoh: sistem pengairan, jaringan jalan



raya, bangunan pabrik dan pertokoan, mesin-mesin dan peralatan pabrik dan alat-alat pengangkutan.

4. Keahlian Keusahawanan: faktor produksi ini berbentuk keahlian dan kemampuan pengusaha untuk mendirikan dan mengembangkan berbagai kegiatan usaha.

Kelangkaan menyiratkan bahwa pilihan harus dibuat, dan membuat pilihan menyiratkan adanya biaya.

Kelangkaan                      Pilihan →                      → Biaya

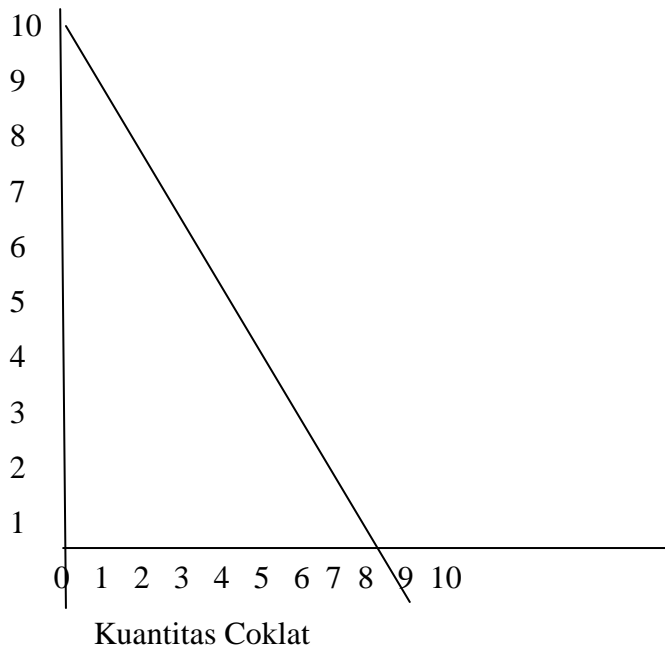
Contoh : Ada suatu pilihan yang harus diambil oleh seorang anak yang memiliki uang Rp. 1.000,- dan dia memutuskan untuk membeli makanan. Hanya ada dua pilihan untuk anak ini, yaitu permen seharga Rp.100., per bungkus dan coklat seharga Rp.200,- per bungkus. Anak ini ingin sekali membeli 10 bungkus permen 10 bungkus coklat, tetapi ia tahu bahwa keinginannya tidak akan mungkin terjadi (dalam istilah ekonomi bukan merupakan kombinasi yang bisa dicapai dengan terbatasnya sumber daya).

Ada beberapa kombinasi yang bisa tercapai, yaitu:

- a. 1 permen dan 4 coklat
- b. 2 permen dan 4 coklat
- c. 3 permen dan 3 coklat
- d. 4 permen dan 3 coklat
- e. 5 permen dan 2 coklat
- f. 6 permen dan 2 coklat
- g. 7 permen dan 1 coklat
- h. 8 permen dan 1 coklat

Dari sebagian kombinasi tersebut membuat sebagian uang tidak terpakai dan ini tidak diinginkan oleh anak tersebut. Kombinasi mana yang mungkin dicapai dapat dilihat pada gambar kurva berikut :

Kuantitas Permen



Ada 6 kombinasi yang bisa dicapai dengan menghabiskan semua uangnya Setelah mempertimbangkan dengan cermat, maka si anak hampir sampai pada keputusan untuk membeli 6 permen dan 2 coklat, tetapi pada keputusan akhir anak ini harus memiliki 3 coklat, maka berapa tambahan biaya untuk memperoleh tambahan coklat ini, yaitu 2 bungkus permen. 2 bungkus permen yang dia korbankan untuk memperoleh tambahan satu bungkus coklat ini disebut dengan sebagai biaya peluang (opportunity cost). Sehingga biaya peluang adalah: biaya yang dikorbankan untuk menggunakan sumber daya bagi tujuan tertentu, yang diukur dengan manfaat yang dilepasnya karena tidak menggunakan untuk tujuan lain.

## 1.6. Permasalahan Pokok Ekonomi

Permasalahan pokok yang dipelajari oleh para ahli ekonomi dapat dikelompokkan kedalam empat kategori pokok, yaitu :

1. Apa yang diproduksi dan bagaimana

Alokasi sumber daya yang terbatas pada beberapa kebutuhan alternative disebut alokasi sumber daya. Alokasi ini menentukan kuantitas berbagai barang yang diproduksi. Memproduksi satu jenis barang dalam jumlah banyak mengharuskan kita bahwa banyak sumber daya yang harus dialokasikan untuk memproduksinya. Selain itu karena langkanya sumber daya, pemanfaatannya harus diusahakan secara efisien. Dengan demikian, masalahnya terletak pada metode produksi apa yang tersedia untuk memproduksi setiap barang yang harus dihasilkan.

2. Apa yang dikonsumsi dan oleh siapa

Apa hubungan antara produksi komoditi dan konsumsi yang dinikmati oleh masyarakat dalam system perekonomian

3. Berapa besar tingkat pengangguran dan laju inflasi

Apakah dua kejadian ini memang berkaitan. Mengapa pemerintah kuatir bahwa kemerosotan jangka pendek dalam tingkat pengangguran maupun laju inflasi merupakan biaya peningkatan faktor lain.

4. Apakah kapasitas produksi meningkat

Kapasitas untuk menghasilkan komoditi dalam rangka memuaskan keinginan manusia berkembang pesat di beberapa Negara, lambat di beberapa Negara lain, dan bahkan merosot.

Pertanyaan 1 dan 2 termasuk dalam mikro ekonomi sedangkan masalah 3 dan 4 termasuk dalam makro ekonomi.

## 1.7. Jenis-jenis dan Alat Analisis Ekonomi

Alat analisis ekonomi dapat dibedakan menjadi 3 jenis, yaitu :

1. Ekonomi Deskriptif, adalah analisis ekonomi yang menggambarkan keadaan yang sebenarnya wujud dalam perekonomian.
2. Teori Ekonomi, adalah pandangan-pandangan yang menggambarkan sifat-sifat hubungan yang wujud dalam kegiatan ekonomi dan ramalan tentang peristiwa yang terjadi apabila suatu keadaan yang mempengaruhi mengalami perubahan.
3. Ekonomi Terapan, atau ilmu ekonomi kebijakan adalah cabang ilmu ekonomi yang menelaah tentang kebijakan yang perlu dilaksanakan untuk mengatasi masalah-masalah ekonomi.

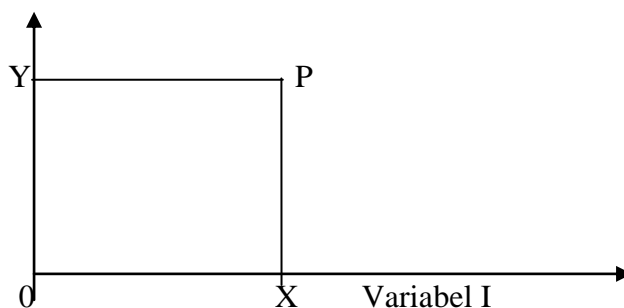
Alat-alat analisis dalam ilmu ekonomi adalah:

### a. Grafik dan kurva

Sifat grafik:

- Mempunyai dua sumbu, yaitu sumbu datar dan sumbu tegak  
Sumbu datar: sumbu yang letaknya horizontal  
Sumbu tegak: sumbu yang tegak lurus dengan sumbu horizontal
- Mempunyai titik origin dengan nilai nol (pertemuan antara kedua sumbu)
- Pada titik 0 nilainya adalah nol, dan makin jauh dari titik nol nilai variabelnya menjadi bertambah tinggi
- Pada sumbu tegak, makin ke atas nilai yang ditunjukkan adalah makin besar dan pada sumbu datar semakin kekanan nilainya makin tinggi.

Variabel II

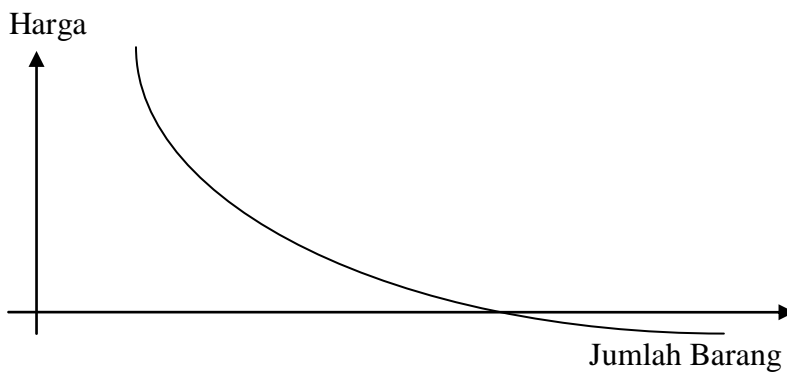


Contoh:

#### Permintaan Tas

Keadaan	Harga (ribu rupiah)	Jumlah yang diminta
A	500	3.000
B	400	4.000
C	300	6.000
D	200	10.500
E	100	18.000

Gambar Kurvanya



Kurva : menggambarkan hubungan fungsional diantara variabel X dan Y.

## b. Statistik

Peran statistik adalah:

- Menyediakan berbagai jenis angka indeks untuk menunjukkan kecenderungan perkembangan variabel-variabel ekonomi tertentu dari waktu ke waktu.
- Menguji atau menyelidiki kebenaran pandangan yang dikemukakan teori-teori ekonomi.
- Mengumpulkan data-data penting mengenai kegiatan ekonomi, tingkat produksi nasional, besarnya dan perkembangan jumlah penduduk, jenis-jenis pengangguran, dan perkembangan tingkat harga-harga.

c. Angka indeks: sebagai angka yang menunjukkan besarnya perubahan rata-rata dari sekumpulan data tertentu dari waktu ke waktu. Dua angka indeks yang penting, yaitu:

1. Indeks Harga, yaitu menunjukkan besarnya perubahan rata-rata dari harga sekumpulan barang tertentu dari waktu ke waktu lainnya. Untuk menunjukkan besarnya perubahan tersebut diperlukan suatu masa/tahun yang akan dijadikan titik tolak.
2. Indeks Produksi, yaitu: menunjukkan perubahan tingkat produksi

## 1.8. Pernyataan Positif dan Normatif

Pernyataan Positif : pernyataan yang mengandung arti apakah yang wujud, atau telah wujud, atau akan wujud, atau menyangkut apa yang sedang, telah atau akan terjadi. Kebenaran dari pernyataan positif dapat dengan mudah dilihat dengan membandingkannya dengan kenyataan yang wujud. Pada hakekatnya pernyataan positif adalah pernyataan mengenai fakta-fakta yang wujud dalam masyarakat, oleh sebab itu kebenarannya dapat dibuktikan dengan memperhatikan kenyataan yang berlaku.



Contoh :

- Kalau produksi beras turun maka harganya akan naik
- Kalau beras dijual ke kota maka harganya lebih mahal daripada akan dijual didesa.

Pernyataan normatif: suatu pandangan subjektif atau suatu value judgment, pernyataan itu bukan mengemukakan pendapat mengenai keadaan yang akan wujud tetapi menyatakan tentang apa yang sebaiknya harus wujud. Atau dengan kata lain pernyataan normatif membuat atau didasarkan pada pertimbangan tentang apa yang baik dan apa yang buruk. Pernyataan normatif adakalanya sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor yang tidak bersifat rasional, seperti faktor kebudayaan, filsafat, dan keagamaan. Karena sifatnya tersebut, kebenaran pernyataan normatif tidak dapat dibuktikan dengan melihat kepada kenyataan.

Contoh:

- “Peningkatan kesejahteraan masyarakat harus dilakukan dengan mempercepat pertumbuhan pendapatan nasional”
- “Peningkatan kesejahteraan masyarakat harus dilakukan dengan berusaha agar pertumbuhan pendapatan dinikmati secara merata oleh seluruh lapisan masyarakat”

### **1.9. Perbedaan Mikro Ekonomi Dan Makro Ekonomi**

Mikro ekonomi: suatu studi tentang hal-hal yang terinci yang ada pada setiap pasar dan hubungan antara pasar-pasar itu.

Contoh: penetapan harga, jumlah dalam masing-masing pasar, hubungan antar pasar-pasar, misalnya :

- Berapa banyak tenaga kerja yang berada di industri makanan cepat saji dan mengapa sekarang ini tumbuh dengan cepat,

- Bagaimana harga barang-barang tersebut (mengapa harga naik sementara yang lainnya turun)

Makro ekonomi: suatu studi yang memusatkan pembahasan pada perilaku agregat yang lebih luas. Ilmu ini mengamati hal-hal seperti jumlah orang yang bekerja dan menganggur, tingkat harga rata-rata dan bagaimana perubahannya sepanjang waktu, output nasional, dan konsumsi agregat.

### **1.10. Berbagai Alternatif Sistem Ekonomi**

Sistem Ekonomi: metode tersendiri untuk memberikan jawaban bagi pertanyaan ekonomi dasar.

Sistem ini mencakup:

- Produsen dari segala jenis: produsen milik pemerintah dan swasta, maupun produsen dalam dan luar negeri
- Konsumen dari segala jenis: muda dan tua, kaya dan miskin, bekerja dan menganggur.
- Undang-undang, seperti yang berhubungan dengan hak property, peraturan, pajak, subsidi, dan semua yang lain yang digunakan pemerintah untuk mempengaruhi apa yang diproduksi, bagaimana memproduksinya, dan siapa yang mendapatkannya
- Kebiasaan dari segala jenis yang dapat dipikirkan, dan keseluruhan jajaran adat istiadat dan nilai kontemporer.

Jenis-jenis Sistem Ekonomi:

1. Sistem Tradisional, sistem dimana perilaku didasarkan terutama pada tradisi, adat, dan kebiasaan.

Contoh :

- Seorang pemuda mengikuti pekerjaan ayah mereka berburu, menangkap ikan, dsb

- Wanita mengerjakan apa yang ibu mereka kerjakan, biasanya memasak dan pekerjaan di ladang

2. Sistem Terpimpin, perilaku ekonomi ditentukan oleh semacam otoritas sentral, yang mengambil sebagian besar dari keputusan yang diperlukan mengenai apa yang harus diproduksi, bagaimana memproduksinya, dan siapa mendapatkannya.

Ciri ekonomi ini: sentralisasi pengambilan keputusan

3. Sistem Pasar: Keputusan tentang alokasi sumber daya dibuat tanpa arahan dari pusat. Keputusan tersebut merupakan hasil dari keputusan bebas yang dibuat oleh produsen dan konsumen perorangan. Dalam sistem ini keputusan yang berhubungan dengan isu ekonomi dasar didesentralisasikan, tetapi tetap saja terkoordinasi.

4. Sistem Campuran, sistem ini menggabungkan unsure-unsur signifikan dari ketiga sistem: tradisional, terpimpin, dan pasar dalam menentukan perilaku ekonomi.

## Latihan Soal

1. Terdapat tiga bagian penting dari pengertian Ilmu Ekonomi seperti kelangkaan (*scarcity*), pilihan (*choices*), dan biaya kesempatan (*opportunity cost*). Jelaskan masing-masing ketiga hal tersebut?
2. Jelaskan perbedaan dari pernyataan positif dan pernyataan normatif? Berikan contoh dari kedua pernyataan tersebut.
3. Ilmu Ekonomi memerlukan alat analisis untuk menerangkan kebenaran dari teori-teorinya. Jelaskan hal tersebut?
4. Terangkan ciri-ciri dari jenis-jenis sistem ekonomi.
5. Berikut daftar tingkat harga dan jumlah permintaan dalam suatu pasar barang.

Harga (Rp)	Permintaan (Unit)
40.000	1000
35.000	2000
30.000	3000
25.000	4000
20.000	5000

Pertanyaan:

- a. Gambarkan kurva permintaan barang tersebut.
- b. Apabila pendapatan masyarakat bertambah dan menyebabkan permintaan naik sebanyak 20 persen pada setiap tingkat harga. Hitunglah jumlah permintaan barang beserta gambar kurva permintaan barang yang baru.



## **BAB II**

### **TEORI PERMINTAAN DAN PENAWARAN**

TIU :

Agar mahasiswa memahami teori dasar permintaan dan penawaran

TIK :

Agar mahasiswa dapat mengerti dan memahami definisi permintaan dan penawaran, Hukum permintaan dan penawaran, Dapat membuat tabel permintaan dan penawaran, Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan dan penawaran, Permintaan individu dan permintaan dan penawaran pasar

Pokok Bahasan:

Definisi permintaan dan penawaran, Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan dan penawaran, Perubahan jumlah barang diminta versus perubahan permintaan dan penawaran, Hukum permintaan dan penawaran, Tabel permintaan dan penawaran, Kurva permintaan dan penawaran, Pergerakan disepanjang kurva permintaan dan penawaran, Pergeseran kurva permintaan dan penawaran

## **PERMINTAAN DAN PENAWARAN**

### **2.1. Teori Permintaan Dan Kurva Permintaan**

Teori permintaan menerangkan tentang ciri hubungan antara jumlah permintaan dan harga. Berdasarkan ciri hubungan antara permintaan dan harga dapat dibuat grafik kurva permintaan. Analisis dalam bagian ini akan menerangkan ciri perhubungan antara permintaan dan harga dan pembentukan kurva permintaan.

#### **Beberapa Penentu Permintaan**

Permintaan seseorang atau sesuatu masyarakat kepada suatu barang di tentukan oleh banyak faktor. Diantara faktor-faktor tersebut yang penting adalah seperti yang dinyatakan di bawah ini :

- a. Harga barang itu sendiri.
- b. Harga barang lain yang berkaitan erat dengan barang tersebut.
- c. Pendapatan rumah tangga dan pendapatan rata-rata masyarakat.
- d. Corak distribusi pendapatan dalam masyarakat .
- e. Citra rasa masyarakat.
- f. Jumlah penduduk.
- g. Ramalan mengenai keadaan di masa yang akan datang.

Adalah sangat sukar untuk secara sekaligus menganalisis pengaruh berbagai faktor tersebut terhadap permintaan sesuatu barang. Oleh sebab itu, dalam membicarakan teori permintaan, ahli ekonomi membuat analisis yang lebih sederhana. Dalam analisis ekonomi dianggap bahwa permintaan suatu barang terutama di pengaruhi oleh tingkat harganya. Oleh sebab itu, dalam teori permintaan yang terutama dianalisis adalah hubungan antara jumlah



permintaan suatu barang dengan harga barang tersebut.

Dalam analisis tersebut di asumsikan bahwa “faktor-faktor lain tidak mengalami perubahan” atau *ceteris paribus*. Tetapi dengan asumsi dinyatakan ini tidaklah berarti bahwa kita mengabaikan dan tingkat harga maka kita selanjutnya boleh mengasumsikan bahwa harga adalah tetap dan lainnya. Dengan demikian dapatlah diketahui bagaimana permintaan terhadap suatu barang akan berubah apabila sebagai contoh, cita rasa atau pendapat atau harga barang-barang lain mengalami perubahan pula.

## 2.2. Harga Dan Permintaan

Dalam hukum permintaan dijelaskan sifat hubungan antara permintaan suatu barang dengan tingkat harganya. **Hukum Permintaan** pada hakikatnya merupakan suatu hipotesis yang menyatakan: *Makin rendah harga barang maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut*. Sebaliknya, *makin tinggi harga suatu barang maka makin sedikit permintaan barang tersebut*.

Mengapa jumlah permintaan dan tingkat harga memiliki sifat hubungan seperti yang baru saja dinyatakan di atas? Yang pertama, sifat hubungan seperti itu disebabkan karena 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. Yang kedua, kenaikan harga menyebabkan pendapatan riil para pembeli berkurang. Pendapatan yang merosot tersebut memaksa para pembeli untuk mengurangi pembelian terhadap berbagai jenis barang, dan terutama barang yang mengalami kenaikan harga.

### 2.3. Daftar Permintaan

Pada dasarnya, daftar permintaan adalah suatu tabel yang memberi gambaran dalam angka-angka tentang hubungan antara harga dengan jumlah barang yang diminta masyarakat. Ia menggambarkan besarnya permintaan yang wujud pada berbagai tingkat harga. Satu contoh dari daftar permintaan ditunjukkan dalam Tabel 2.1. Dalam tabel tersebut digambarkan tentang permintaan terhadap buku tulis pada berbagai tingkat harga. Dalam gambaran itu jelas di tunjukan bahwa makin tinggi harga buku tulis maka makin sedikit jumlah buku tulis yang di minta dan sebaliknya semakin rendah harganya akan semakin banyak buku tulis yang di minta. Pada harga Rp 5000, hanya 200 buku tulis yang akan dibeli sedangkan pada harga Rp 1000, ternyata sebanyak 1300 buku tulis akan dibeli.

### 2.4. Kurva Permintaan

Dengan menggunakan data yang terdapat dalam daftar permintaan kita dapat membuat kurva permintaan. Berdasarkan angka-angka dalam Tabel 2.1, dalam Gambar 2.1, dapat dilihat kurva permintaan terhadap buku tulis. Pada sumbu tegak di gambarkan berbagai tingkat harga, dan pada sumbu daftar digambarkan berbagai jumlah buku tulis yang akan dibeli. Dengan demikian **Kurva Permintaan** dapat didefinisikan sebagai *suatu kurva yang menggambarkan sifat hubungan antara harga suatu barang tertentu dengan jumlah barang tersebut yang di minta para pembeli*. Dalam Gambar 2.1, pada kurva permintaan DD terdapat 5 titik yaitu P, Q, R, S dan T. Masing-masing titik menggambarkan keadaan yang berbeda. Sebagai contoh, dalam Tabel 2.1 keadaan P menggambarkan bahwa pada harga Rp 5000 jumlah buku tulis yang akan dibeli adalah 200. Dalam Gambar 2.1, titik P juga menggambarkan keadaan seperti itu.

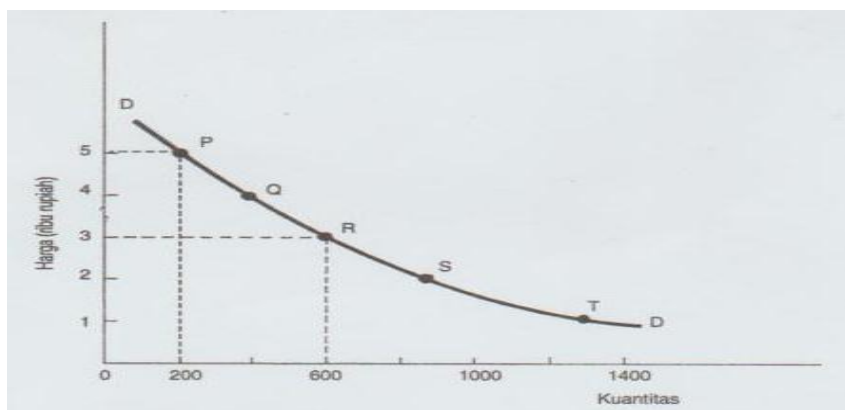
Dalam menganalisis permintaan perlu disadari perbedaan antara dua istilah berikut: *permintaan dan jumlah barang yang diminta*. Apabila ahli

ekonomi mengatakan ‘’permintaan’’ yang mereka maksudkan adalah keseluruhan dari pada kurva permintaan. Jadi permintaan menggambarkan keadaan keseluruhan dari pada hubungan antara harga dan jumlah permintaan. Sedangkan jumlah barang yang diminta’’maksud sebagai banyaknya permintaan pada suatu tingkat harga tertentu. Sebagai contoh, titik R menggambarkan bahwa pada harga p 3000 jumlah barang (buku tulis) yang di minta adalah 600 buah.

Tabel 2.1

Permintaan Terhadap Buku Tulis Pada Berbagai Tingkat Harga

Keadaan	Harga(rupiah)	Jumlah yang diminta (unit)
P	5000	200
Q	4000	400
R	3000	600
S	2000	900
T	1000	1300



Gambar 2.1

Kurva permintaan sebagai jenis barang pada umumnya menurun dari kiri ke atas ke kanan bawah. Kurva yang sedemikian disebabkan oleh sifat hubungan antara harga dan jumlah barang yang diminta, yang mempunyai sifat hubungan yang terbalik. Kalau salah satu variabel naik (misalnya harga) maka variabel lainnya akan turun (misalnya jumlah yang di minta)

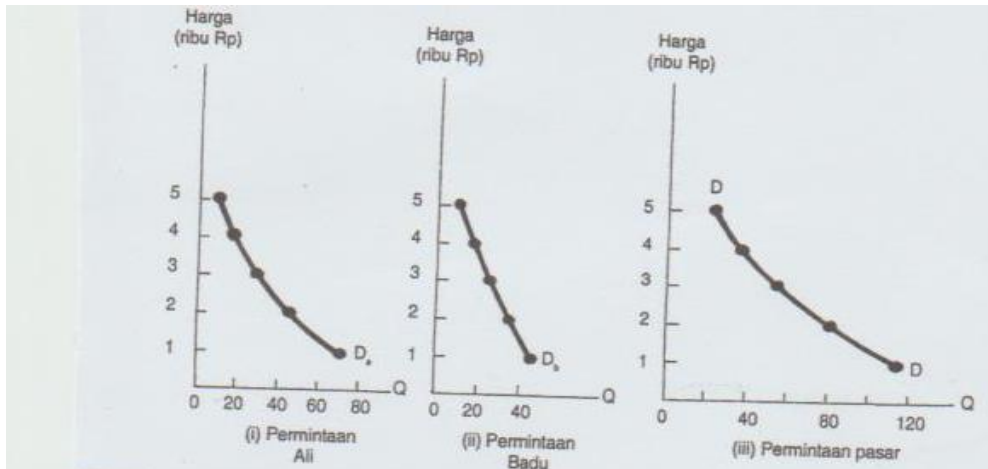
## 2.5. Permintaan Perseorangan Dan Permintaan Pasar

Permintaan terhadap suatu barang dapat di lihat dari dua sudut, yaitu permintaan yang di lakukan oleh seseorang dan permintaan dilakukan oleh semua orang dalam pasar. Oleh karna itu, dalam analisis perlu di bedakan antara kurva permintaan perseorangan dan kurva permintaan pasar. Untuk memperoleh kurva permintaan pasar, kurva permintaan sebagai individu dalam pasar harus di jumlahkan.

Dalam Tabel 2.2 ditunjukkan suatu gambaran hipotesis untuk memperoleh permintaan pasar dengan menjumlahkan permintaan dari individu-individu dalam pasar. Dalam contoh itu di misalkan hanya terdapat dua individu dalam pasar buku tulis, yaitu Ali dan Badu. Dalam tabel tersebut di gambarkan permintaan Ali maupun Badu terhadap buku tulis pada harga-harga diantara Rp 5.000 dan Rp 1.000. Permintaan pasar diperoleh dengan menjumlahkan banyaknya barang yang di minta oleh Ali dan Badu pada setiap tingkat harga. Berdasarkan kepada data dalam Tabel berikut :

Tabel 2.2  
Permintaan Pasar Terhadap Buku

Harga	Jumlah yang diminta		
	Permintaan Ali	Permintaan Badu	Permintaan Pasar
Rp. 5.000	10	10	20
Rp. 4.000	15	15	30
Rp. 3.000	30	20	50
Rp. 2.000	50	30	80
Rp. 1.000	70	45	115



Gambar 2.2

dapat dibuat kurva permintaan terhadap buku tulis oleh Ali, Badu dan pasar. Kurva permintaan tersebut dapat dilihat pada Gambar 2.2 Kurva D<sub>A</sub> adalah kurva permintaan Ali sedangkan D<sub>B</sub> adalah kurva permintaan Badu. Apabila dijumlahkan diperoleh kurva permintaan pasar D<sub>D</sub>.

## 2.6. Efek Faktor Bukan-Harga Terhadap Permintaan

Hukum permintaan terutama memperhatikan sifat hubungan antara harga suatu barang dengan jumlah barang yang di minta. Sedangkan dalam kenyataan sebenarnya- seperti sudah dinyatakan sebelum ini – banyaknya permintaan terhadap suatu barang yang di tentukan oleh banyak faktor lain. Oleh sebab itu, untuk melengkapi analisis teori permintaan, adalah perlu untuk menganalisis bagaimana faktor lainnya dapat mempengaruhi permintaan.

### Harga Barang-Barang Lain

Hubungan antara sesuatu barang dengan berbagai jenis-jenis barang lainnya dapat dibedakan kepada 3 golongan, yaitu:

- Barang lain itu merupakan pengganti
- Barang lain itu merupakan pelengkap
- Kedua barang tidak mempunyai kaitan sama sekali (barang netral).

### **Barang Pengganti**

Sesuatu barang dinamakan barang pengganti kepada barang lain apabila dapat digantikan fungsi barang lain tersebut. Kopi dan Teh adalah barang yang dapat saling menggantikan fungsinya. Seseorang yang suka minum teh selaludapat menerima minum kopi apabila teh tidak ada. Sebaliknya seseorang minum kopi apabila kopi tidak ada maka tidak akan menolak minum kopi.

### **Barang Pelengkap**

Apabila suatu barang selalu digunakan bersama dengan barang lainnya, maka barang tersebut dinamakan barang pelengkap kepada barang pelengkap kepada barang lain tersebut. Gula adalah barang. Gula adalah barang pelengkap kepada kopi atau teh karena pada umumnya kopi dan teh yang kita minum harus dibubuhi gula.

### **Barang Netral**

Permintaan terhadap beras dan buku tulis tidak mempunyai hubungan sama sekali.

### **Pendapatan Para Pembeli**

#### **a. Barang inferior**

Barang inferior adalah barang yang banyak diminta oleh orang-orang yang berpendapatan rendah. Contoh ubi, kerak, dll

#### **b. Barang Efensial**

Barang efensial adalah barang yang sangat penting artinya dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Contoh: beras, kopi, gula, dll.

#### **c. Barang Normal**

Sesuatu barang yang dinamakan barang normal apabila ia mengalami kenaikan dalam permintaan sebagai akibat kenaikan dari kenaikan pendapatan. Contoh: sepatu, baju, dan kebutuhan rumah tangga

#### **d. Barang Mewah**

Jenis-jenis barang yang dibeli orang apabila pendapatan mereka sudah relatif tinggi termasuk dalam golongan ini. Contoh: Emas, Burlian, Intan, Mobil, dll

### **2.7. Beberapa Faktor lain**

Beberapa faktor lain yang cukup penting peranannya dalam mempengaruhi permintaan terhadap suatu barang adalah distribusi pendapatan, cita rasa, jumlah penduduk, dan ekspektasi mengenai keadaan masa depan. Efek faktor-faktor ini terhadap permintaan diterangkan dalam uraian berikut:

#### **a. Distribusi pendapatan**

Distribusi pendapatan juga dapat mempengaruhi corak permintaan terhadap berbagai jenis barang.

#### **b. Cita rasa masyarakat**

Cita rasa mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap keinginan masyarakat untuk membeli.

#### **c. Jumlah Penduduk**

Pertambahan penduduk tidak dengan sendirinya menyebabkan pertambahan permintaan. Tetapi biasanya pertambahan penduduk diikuti oleh perkembangan dalam kesempatan kerja.

#### **d. Ekspektasi Tentang Masa Depan**

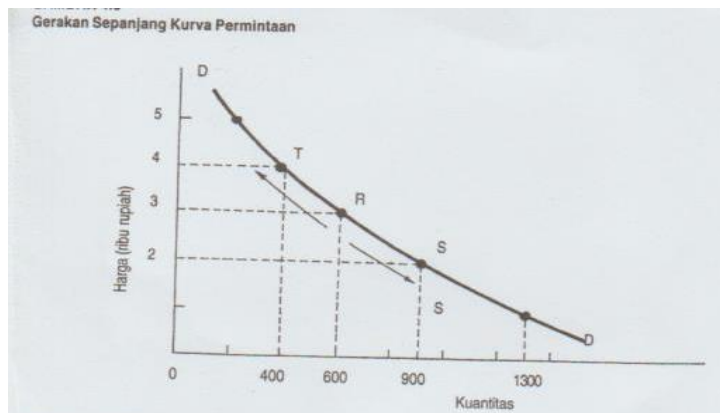
Perubahan-perubahan yang diramalkan mengenai keadaan pada masa yang akan datang dapat mempengaruhi permintaan. Ramalan para konsumen bahwa harga-harga yang akan menjadi bertambah tinggi pada masa depan akan mendorong mereka untuk membeli lebih banyak pada masa kini, untuk menghemat pengeluaran pada masa yang akan datang.

## 2.8. Gerakan Sepanjang Dan Perubahan Kurva Permintaan

### 1. Gerakan Sepanjang Kurva Permintaan

Perubahan sepanjang kurva permintaan berlaku apabila harga barang yang diminta menjadi makin tinggi atau makin menurun. Perhatikan Gambar 2.3. Misalkan DD adalah kurva permintaan pasar terhadap buku tulis dan permulaannya harga adalah Rp 3000 dan jumlah barang yang diminta adalah 600 keadaan ini di tunjukkan oleh titik R.

Seharusnya misalkan para produsen buku tulis menurunkan harga buku tulis hanya menjadi Rp 2.000 per buku. Perubahan bagaimanakah yang terjadi terhadap jumlah yang diminta? Dari kurva DD dalam Gambat 2.3 Dapat di lihat bahwa perubahan harga tersebut menyebabkan keadaan permintaan berubah, yaitu dari yang di tunjukan oleh titik R kepada titik S. Ini berarti penurunan harga buku dari Rp 3.000 menjadi Rp 2.000 telah menambah jumlah yang diminta dari 600 kepada 900 buku tulis. Kenaikan harga akan mengurangi jumlah yang di minta. Akibat dari kenaikan harga juga dapat diikuti sepanjang kurva permintaan. Katakanlah yang berlaku adalah kenaikan harga dari Rp 3.000 menjadi Rp 4.000. Ini berarti kedudukan dalam kurva DD berubah dari R menjadi T, yang menggambarkan kenaikan harga itu telah mengurangi jumlah barang yang diminta dari 600 kepada 400 buku tulis.



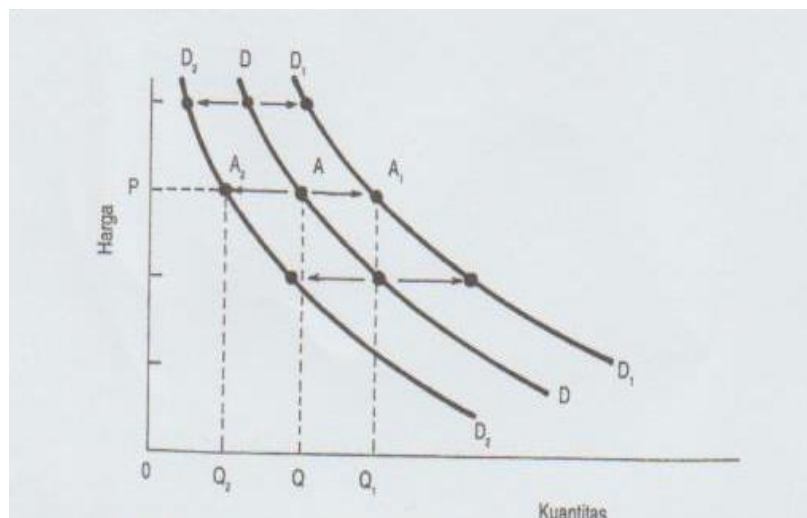
Gambar 2.3.



## 2. Pergeseran Kurva Permintaan

Kurva permintaan akan bergerak kekanan atau kekiri, yaitu seperti yang di tunjukkan dalam gambar 2.3, apabila terdapat perubahan permintaan yang timbul oleh faktor bukan-harga. Keadaan seperti ini di gambarkan oleh perpindahan kurva permintaan dan menurut contoh dalam Gambar 2.3 perubahan itu adalah dari kurva DD menjadi D1D1.

Perhatikanlah sekarang titik A dan titik A1. Titik A menggambarkan pada bahwa harga P, jumlah yang di minta adalah Q sedangkan titik A1 menggambarkan pada harga P dan berarti kenaikan pendapatan jumlah yang diminta adalah Q1. Dapat dilihat bahwa  $Q_1 > Q$  dan berarti kenaikan pendapatan menyebabkan pada harga Permintaan bertambah sebesar  $QQ_1$ . Contoh ini menunjukkan bahwa apabila kurva permintaan bergerak ke sebelah kanan, maka perpindahan itu menunjukkan pertambahan dalam permintaan. Sebaliknya pergeseran kurva permintaan ke sebelah kiri, misalnya menjadi D2 D2, berarti bahwa permintaan telah berkurang. Sebagai akibat dari perubahan ini pada harga P, jumlah barang yang diminta adalah Q2,. Keadaan ini ditunjukkan oleh titik A2.



Gambar 2.4.

## **2.9. Teori Penawaran Dan Kurva Penawaran**

Terdapatnya permintaan belum merupakan syarat yang cukup untuk mewujudkan transaksi dalam pasar Permintaan yang wujud hanya dapat di penuhi apabila para penjual dapat menyediakan barang-barang yang diperlukan tersebut.

Pada tingkat ini analisis hanya dibatasi kepada menerangkan dua hal berikut:

- Sifat hubungan antara harga dan penawaran.
- Faktor-faktor penting yang dipengaruhi penawaran.

### **1. Penentu-Penentu Penawaran**

Keinginan para penjual dalam menawarkan barangnya pada berbagai tingkat harga yang ditentukan oleh beberapa faktor. Yang terpenting adalah:

1. Harga barang itu sendiri
2. Harga barang-barang lain
3. Biaya produksi
4. Tujuan-tujuan operasi perusahaan tersebut
5. Tingkat teknologi yang di gunakan

### **2. Ciri Hubungan Antara Harga Dan Penawaran**

#### **a. Hukum Penawaran**

Hukum penawaran adalah makin tinggi harga suatu barang, semakin banyak jumlah barang tersebut akan ditawarkan oleh para penjual. Sebaliknya, makin rendah harga sesuatu barang semakin sedikit jumlah barang tersebut ditawarkan. Contoh berikut menerangkan tentang hukum penawaran

#### **b. Daftar Penawaran**

Berdasarkan kepada hukum penawaran di atas, sekarang dapatlah

dibuat suatu gambaran mengenai jumlah penawaran sesuatu barang pada berbagai tingkat harga. Gambaran tersebut ditunjukkan dalam tabel 2.2.

Gambaran yang menunjukkan jumlah penawaran pada berbagai tingkat harga dinamakan daftar penawaran. Contoh dalam tabel 2.2 menunjukkan penawaran buku tulis yang wujud di suatu pasar. Pada harga Rp 5.000 maka para penjual akan menawarkan sebanyak 900 buku tulis. Jumlah yang akan ditawarkan menjadi semakin sedikit pada harga yang lebih rendah. Pada harga Rp 1.000, para penjual hanya bersedia menawarkan 100 buku tulis.

### **c. Kurva Penawaran**

Berdasarkan data yang terdapat dalam tabel 2.2, sekarang dapat dibuat kurva penawaran. Kurva penawaran adalah suatu kurva yang menunjukkan hubungan antara harga sesuatu barang tertentu dengan jumlah barang tersebut yang ditawarkan. Dengan menggunakan data dalam tabel 2.2 dapat dilukiskan kurva penawaran buku tulis, yaitu seperti dalam. Titik A, B, C, D dan E dalam Gambar 2.5 secara berturut-turut menggambarkan keadaan A, B, C, D dan E dalam Tabel 2.3. Kurva SS, yaitu kurva yang melalui titik A, B, C, D dan E adalah kurva penawaran.

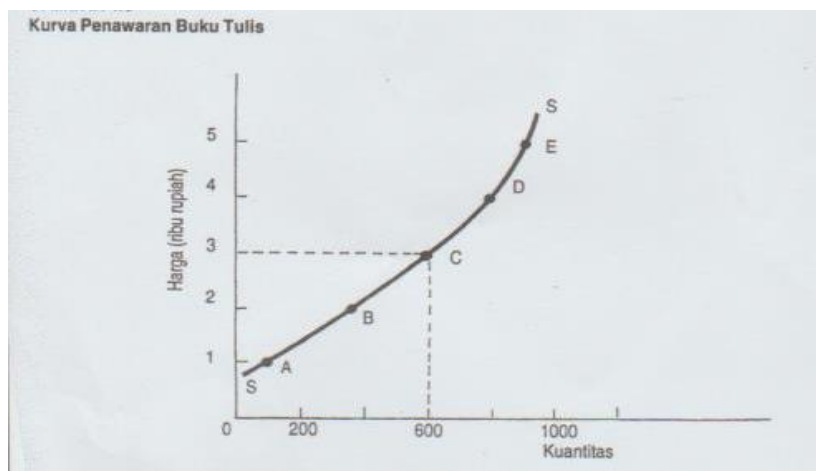
Seperti kita menganalisis kurva permintaan, dalam menganalisis kurva penawaran perlu dibedakan antara dua pengganti, yaitu: "penawaran" dan "jumlah barang yang ditawarkan". Dalam analisis ekonomi, penawaran berarti keseluruhan kurva penawaran. Sedangkan jumlah barang yang ditawarkan berarti jumlah barang yang ditawarkan pada suatu tingkat harga tertentu. Sebagai Contoh, titik C menggambarkan keadaan berikut: pada harga Rp 3000 jumlah barang (buku tulis) yang ditawarkan adalah 6000 buah. Informasi ini

menunjukkan “jumlah barang yang ditawarkan” pada harga Rp 3.000.  
 “Penawaran” digambarkan oleh kurva ABCDE.

**Tabel 2.2.**

**Daftar Penawaran Buku Tulis**

Keadaan	Harga (rupiah)	Jumlah barang ditawarkan (unit)
A	500	900
B	400	800
C	300	600
D	200	375
E	100	100



Gambar 2.5.

Pada umumnya kurva penawaran menaik dari kiri kebawah kekanan atas. Berarti arah pergerakannya berlawanan dengan arah pergerakan kurva permintaan.

## **2.10. Pengaruh Faktor Bukan-Harga Terhadap Penawaran**

### **1. Harga Barang Lain**

Telah diterangkan dalam membahas teori permintaan bahwa barang-barang yang ada yang saling menggantikan satu sama lain dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Perhatikan contoh berikut. Oleh karena kenaikan biaya produksi luar negeri maka buku tulis diimpor bertambah mahal harganya. Beberapa konsumen buku tulis impor sekarang lebih suka membeli buku tulis buatan dalam negeri dan menaikkan permintaan terhadapnya.

### **2. Biaya untuk Memperoleh Faktor produksi**

Pembayaran kepada faktor-faktor produksi merupakan pengeluaran sangat penting dalam proses produksi berbagai perusahaan. Pengeluaran tersebut mempunyai peranan yang sangat besar dalam menentukan biaya produksi. Tanpa adanya biaya kenaikan produktivitas dan efisiensi, kenaikan faktor-faktor produksi akan menaikkan biaya produksi.

### **3. Tujuan Perusahaan**

Dalam teori ekonomi selalu dimisalkan perusahaan berusaha memaksimalkan keuntungan. Dengan pemisalan ini tetap perusahaan tidak berusaha untuk menggunakan kapasitas memproduksi secara maksimal, tetapi akan menggunakannya pada tingkat kapasitas memaksimalkan keuntungannya. Dalam prakteknya perusahaan-perusahaan banyak yang mempunyai tujuan lain.

Tujuan berbeda-beda tersebut akan menimbulkan efek yang berbeda terhadap penentuan tingkat produksi.

#### **4. Tingkat Teknologi**

Tingkat teknologi memegang peranan yang sangat penting dalam menentukan banyak jumlah barang yang dapat di tawarkan. Kenaikan produksi dan perkembangan ekonomi yang sangat pesat di berbagai negara terutama yang disebabkan oleh pengguna teknologi semakin modern. Kemajuan teknologi telah dapat mengurangi biaya produksi, mengurangi produktivitas, mempertinggi mutu barang dan menciptakan barang-barang baru. Dalam hubungan dengan penawaran suatu barang, kemajuan teknologi menimbulkan dua efek berikut:

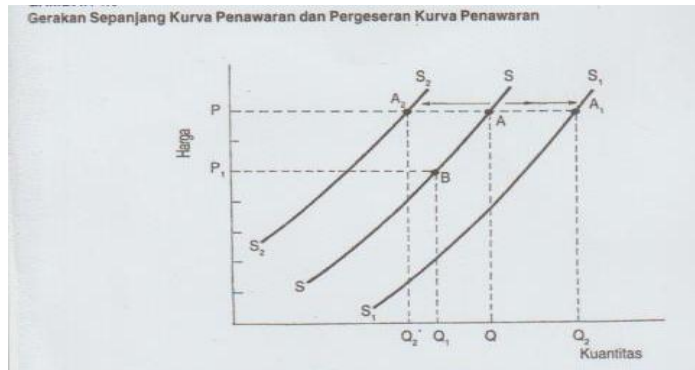
- (1) Produksi dapat bertambah lebih cepat, dan
- (2) Biaya produksi semakin murah.

#### **2.11. Gerakan Sepanjang Kurva Penawaran Dan Pergeseran Kurva Penawaran**

Perubahan harga menimbulkan gerakan sepanjang kurva penawaran, sedangkan perubahan faktor-faktor lain diluar harga menimbulkan pergeseran kurva tersebut.

Perhatikanlah kedua keadaan ini di Gambar 2.6. Dimisalkan pada mulanya kurva penawaran adalah SS. Titik A menggambarkan bahwa pada waktu harga adalah P jumlah barang yang ditawarkan adalah Q. Semakin P1 hubungan antara jumlah yang ditawarkan hanyalah sebanyak Q1. Perubahan ini menggambarkan gerakan sepanjang kurva penawaran.

Perubahan dalam jumlah yang ditawarkan dapat pula berlaku berakibat dari pergeseran kurva penawaran. Pergeseran dari SS menjadi S1 S1 atau S2 S2 menggambarkan perubahan penawaran. Gambar 2.6 menunjukkan pergeseran kurva penawaran dari SS menjadi S1S1 menyebabkan jumlah yang ditawarkan bertambah dari Q menjadi Q2 walaupun harga tetap sebesar P. Keadaan ini di tujukan oleh titik A1. Pergeseran SS menjadi S2S2 menggambarkan pengurangan



Gambar 2.6

Penawaran. Sebagai akibat dari pada pergeseran tersebut, seperti ditunjukkan oleh titik A2, pada harga P sekarang hanya sebanyak Q3 yang ditawarkan para penjual, berbanding dengan sebanyak Q sebelum ia bergeser.

## Latihan Soal

1. Jelaskan yang dimaksud dengan *ceteris paribus*?
2. Mengapa kurva permintaan berbentuk menurun dari kiri atas ke kanan bawah sedangkan kurva penawaran berbentuk menaik dari kiri bawah ke kanan atas?
3. Berikut daftar permintaan dan penawaran minyak sayur pada berbagai tingkat harga dalam suatu pasar.

Harga (Rupiah)	Permintaan (unit)	Penawaran (unit)
20.000	1000	250
21.000	950	350
22.000	850	500
23.000	700	700
24.000	500	950

Pertanyaan :

- a. Gambarkan kurva permintaan dan penawaran minyak sayur di atas.
  - b. Berapakah jumlah barang yang diperjualbelikan pada tingkat harga keseimbangan pasar.
4. Apabila permintaan mobil ditunjukkan dengan persamaan  $Q_d = 200 - 10P$  sedangkan penawaran mobil ditunjukkan dengan persamaan  $Q_s = -40 + 5P$ . Hitunglah tingkat harga pada keseimbangan dan jumlah barang yang diperjualbelikan, serta gambarkan kurva kurva permintaan dan penawaran mobil tersebut.
  5. Jika fungsi permintaan telur ditunjukkan dengan persamaan  $P = 10 + Q$  dan fungsi penawaran ditunjukkan dengan persamaan  $P = 20 + 2Q$ . Berapakah harga dan jumlah barang yang diperjualbelikan saat keseimbangan terjadi, serta gambarkan kurva permintaan dan penawaran telur tersebut.





## **BAB III**

### **ELASTISITAS**

#### **TIU :**

Agar mahasiswa memahami dan mengetahui pengaruh elastisitas harga, pendapatan dan substitusi terhadap permintaan

#### **TIK :**

Mahasiswa dapat menentukan perubahan permintaan akibat adanya perubahan harga, perubahan pendapatan dan perubahan harga barang lain

#### **Pokok Pembahasan :**

Pengukuran Elastisitas : Elastisitas Harga, Elastisitas Pendapatan, Elastisitas Silang

**ELASTISITAS PERMINTAAN DAN PENAWARAN****3.1. Elastisitas Permintaan (*Demand Elasticity*)**

Pengertian Elastisitas adalah perbandingan antara perubahan variabel tidak bebas (dependent) dengan variabel bebas (independent).

Elastisitas Permintaan Terdiri dari:

1. Elastisitas permintaan terhadap harga
2. Elastisitas permintaan terhadap pendapatan
3. Elastisitas permintaan silang

**Elastisitas Permintaan terhadap Harga**

Rumus:

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

Dimana:

$$\Delta Q = Q_1 - Q$$

$$\Delta P = P_1 - P$$

Keterangan:

P = Harga mula-mula

Q = Kuantitas permintaan mula-mula

$\Delta P$  = Perubahan Harga

$\Delta Q$  = Perubahan kuantitas permintaan

Rumus Elastisitas permintaan diberi tanda minus (-) karena sudut atau slope kurva permintaan negatif (-) sesuai dengan hukum permintaan. Jika hasil perhitungan angkanya diantara lebih besar dari 0 tetapi masih lebih kecil dari 1, dikatakan “in Elastis” artinya prosentase perubahan harga (naik dan turun) menyebabkan prosentase perubahan permintaan (naik dan turun) lebih kecil dari prosentase perubahan harga. Jika hasil perhitungan angkanya = 1, disebut dengan uniter, berarti prosentase perubahan harga besarnya sama dengan prosentase perubahan permintaan. Jika hasil perhitungan angkanya >1, disebut elastis, ini berarti perubahan harga kecil dari perubahan permintaan, dengan kata lain jika harga berubah dengan prosentase yang kecil akan menyebabkan kuantitas permintaan berubah dengan prosentase yang lebih besar.

**Contoh:**

Jika harga beras Rp 10.000 per kilogram, banyaknya beras yang diminta atau dibeli konsumen 10 kg, jika harga beras naik menjadi Rp 15.000 per kilogram, maka konsumen hanya membeli 8 kilogram saja.

Pertanyaannya:

Hitunglah berapa besar elastisitas permintaannya:

**Jawab:**

$$P_0 = 10.000$$

$$\Delta P = 5.000$$

$$P_1 = 15.000$$

$$Q_0 = 10$$

$$\Delta Q = -2$$

$$Q_1 = 8$$

$$E_d = - \frac{-2}{5.000} \times \frac{10.000}{10} = -0,4$$

Hasilnya lebih kecil dari 1, berarti elastisitasnya bersifat in elastis.

Rumus Elastisitas di atas bisa dikatakan kurang sempurna karena apabila di putar antara harga dan kuantitas sesudah terjadi perubahan dengan belum terjadi perubahan maka hasilnya akan berbeda misalnya:

$$P_0 = 15.000$$

$$P_1 = 10.000$$

$$Q_0 = 8$$

$$Q_1 = 10$$

$$E_d = - \frac{\frac{10-8}{8}}{\frac{10.000-15.000}{15.000}} = \frac{\frac{2}{8}}{\frac{-5.000}{15.000}} = - \frac{2}{8} \times - \frac{3}{1} = \frac{6}{8} = 0,75$$

Hasilnya tetap lebih kecil dari 1 yaitu 0,75 berarti elastisitasnya bersifat inelastis.

Untuk menyempurnakan rumus di atas maka digunakan rumus elastisitas titik tengah (*Arc Elasticity*), yaitu

$$E_d = - \frac{\frac{\Delta Q}{(Q+Q_1)/2}}{\frac{\Delta P}{(P+P_1)/2}}$$

Tetap menggunakan soal elastisitas permintaan awal maka bisa dihitung elastisitas titik tengah:

$$E_d = - \frac{\frac{-2}{(10+8)/2}}{\frac{5.000}{(10.000+15.000)/2}} = - \frac{\frac{-2}{9}}{\frac{5.000}{12.500}}$$

$$= \frac{2}{9} \times \frac{125}{50} = \frac{250}{450} = 0,55$$

### 3.2. Elastisitas Permintaan Terhadap Pendapatan

#### (Elastisitas Pendapatan)

Elastisitas ini mengukur berapa besar perubahan kuantitas permintaan terhadap suatu komoditi (asumsi barang normal), karena adanya perubahan pendapatan.

Rumusnya sama dengan menghitung elastisitas harga permintaan, hanya saja variabel harga diganti dengan pendapatan dan tanda (-) di depan rumus dihilangkan. Rumus elastisitas permintaan terhadap pendapatan:

$$EY = \frac{\frac{\Delta Q}{Q}}{\frac{\Delta Y}{Y}} = \frac{\Delta Q}{Q} \times \frac{P}{\Delta Y} = \frac{\Delta Q}{\Delta Y} \times \frac{Y}{Q}$$

Untuk barang normal, elastisitas pendapatannya akan positif, sedangkan untuk barang inferior elastisitasnya akan negatif.

### 3.3. Elastisitas Silang

Untuk melihat bagaimana perubahan permintaan komoditi Y disebabkan oleh perubahan harga komoditi X, digunakanlah elastisitas silang.

Jika hasil perhitungan tandanya (+), berarti komoditi Y merupakan barang substitusi (pengganti), jika hasil perhitungan tandanya (-), berarti barang komoditi Y adalah barang komplement (Pelengkap).

$$Es = \frac{\Delta QY}{\Delta PX} \times \frac{PX}{QY}$$

Keterangan:

PX = Harga dari komoditi X

QY = Kuantitas komoditi Y

**Contoh:**

Kenaikkan harga beras menyebabkan permintaan terhadap jagung naik, elastisitasnya + (pengganti).

Kenaikkan harga kompor menyebabkan permintaan minyak lampu menurun, elastisitasnya (komplement).

Bentuk elastisitas yang lain adalah elastisitas titik tengah. Elastisitas ini berguna untuk menutupi kelemahan dari elastisitas harga permintaan, karena dengan menggunakan data yang sama hasil perhitungan untuk harga naik dan turun hasilnya tidak sama.

**Contoh:**

1) P0 = 4	Q0 = 6	
P1 = 8	Q1 = 4	Σ = 1/3
2) P0 = 8	Q0 = 4	
P1 = 4	Q1 = 6	Σ = 1

Jika dihitung dengan menggunakan elastisitas titik tengah, hasil kedua perhitungan diatas akan sama.

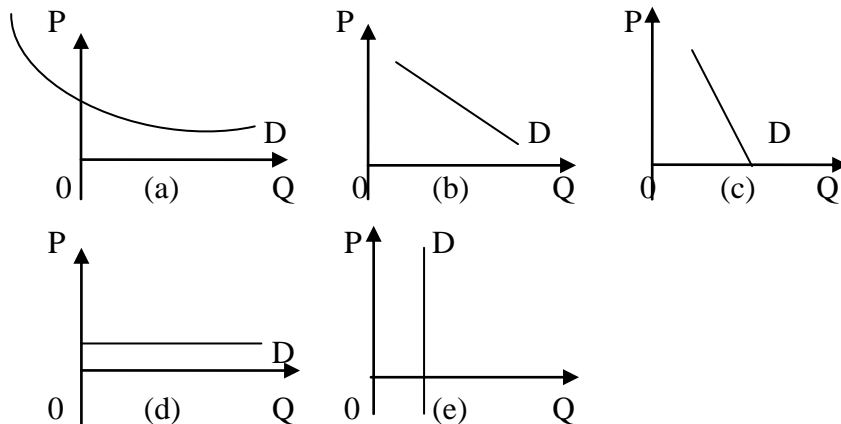
Rumusnya:

$$\Sigma = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{\frac{1}{2}(P_0+P_1)}{\frac{1}{2}(Q_0+Q_1)} = 0,6$$

Dengan demikian angka elastisitas 0,6 berada diantara 1/3 dan 1, sehingga dikatakan elastisitas titik tengah.

**3.4. Macam-Macam Elastisitas Pemintaan**

Macam-macam elastisitas permintaan dapat lebih jelas dilihat pada gambar di bawah ini:



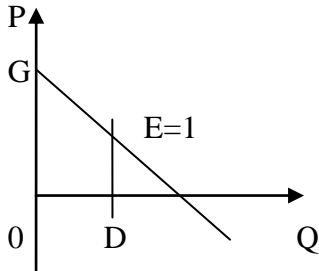
**Keterangan Gambar:**

- a. Sisi kurva permintaan pada sumbu harga sama panjang dengan sumbu kuantitas, kurva ini bersifat unitary,  $\% \Delta P = \% \Delta Q$
- b. Sisi kurva demand pada sumbu harga lebih pendek dibandingkan dengan sumbu kuantitas, kurva ini bersifat elastic,  $\Delta P \% < \% \Delta Q$
- c. Sisi kurva demand pada sumbu harga lebih panjang dibandingkan dengan sumbu kuantitas, kurva ini bersifat in elastis,  $\% \Delta P > \% \Delta Q$
- d. Kurva demand horizontal atau sejajar sumbu kuantitas, kurva ini bersifat elastisitas tak terhingga (sempurna), yaitu pembeli ataupun penjual siap menjual atau membeli dengan segala kemampuan mereka pada tingkat harga berlaku atau tidak sama sekali jika harga berubah.
- e. Kurva demand bersifat vertikal atau sejajar sumbu harga, kurva ini bersifat in elastis sempurna, yaitu jumlah yang diminta tidak berubah walaupun terjadi perubahan harga.

**3.5. Elastisitas Titik Pada Garis**

Bagaimana elastisitas dapat dibentuk / diketahui yaitu dengan menggeser elastisitas titik pada garis, seperti contoh pada gambar di bawah ini:

**Gambar 3.2**  
**Elastisitas Titik Pada Garis**



Titik E berada ditengah-tengah GF, besarnya elastisitas pada titik E = 1

$$ED = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P}{Q} \quad \Delta Q = DF \quad P = ED$$

$$\Delta P = ED \quad Q = OD$$

**EF = EG maka DF = OD**

Sehingga :

$$\frac{DF}{ED} = \frac{ED}{OD} = \frac{DF}{OD} = 1$$

Semakin titik E bergerak ke atas akan semakin “Elastis” karena sisi DF akan semakin panjang, sedangkan sisi OD akan semakin pendek, berarti hasil baginya >1. Sebaliknya semakin titik E bergerak kebawah akan semakin “In elastis” karena sisi DF akan semakin pendek, sedangkan sisi OD akan semakin panjang, berarti hasil baginya <1.

### **3.6. Faktor-Faktor Yang Menentukan Elastisitas Pemintaan**

#### **1. Tersedianya barang substitusi**

Semakin banyak tersedianya barang substitusi akan semakin elastis pengaruh perubahan harga suatu komoditi. Kenaikan harga suatu komoditi akan menyebabkan konsumen beralih ke komoditi lain yang sifatnya sama.



Sehingga permintaan terhadap komoditi yang naik tersebut akan cepat menurun. Jika tidak tersedia barang substitusi, kenaikan harga suatu komoditi akan bersifat in elastis, karena konsumen tidak punya pilihan lain, mungkin hanya menghemat pemakaian komoditi tersebut. Demikian juga jika harga turun, konsumen akan meninggalkan komoditi substitusi dan beralih kepada komoditi yang harganya turun tersebut.

## **2. Jangka Waktu**

Dalam jangka pendek, konsumen belum mempunyai informasi mengenai perubahan harga, sedangkan dalam jangkauan panjang pembeli akan membandingkan kenaikan harga dengan harga barang substitusi. Dengan demikian makin lama waktu yang digunakan untuk menganalisa perubahan harga, akan semakin elastis.

## **3. Besarnya Pendapatan Konsumen yang digunakan untuk membeli barang tersebut.**

Jika pengeluaran konsumen terhadap komoditi tersebut kecil, maka kenaikan harga komoditi tersebut akan bersifat in elastis, akan tetapi semakin besar pendapatan konsumen yang digunakan untuk membeli barang tersebut, akan semakin elastis pengaruh kenaikan harganya.

### **Misalnya:**

Dengan mobil yang kondisinya sudah transaksi ulang. Apabila harga garam naik 100%, orang-orang tidak begitu memperdulikannya, tetapi jika harga mobil naik 100%, orang-orang menunda membelinya atau mensubstitusi.

## **3.7 Elastisitas Penawaran**

Seperti halnya elastisitas permintaan, elastisitas penawaran juga mengukur perubahan harga, akan tetapi terhadap barang yang ditawarkan.

Rumus:

$$Es = \frac{\Delta Q_s}{\Delta P} \times \frac{P}{Q_s}$$

Keterangan:

$\Delta Q_s$  = Perubahan quantity barang yang ditawarkan

$\Delta P$  = Perubahan harga

$Q_s$  = Kuantitas barang yang ditawarkan mula-mula

$P$  = Harga mula-mula

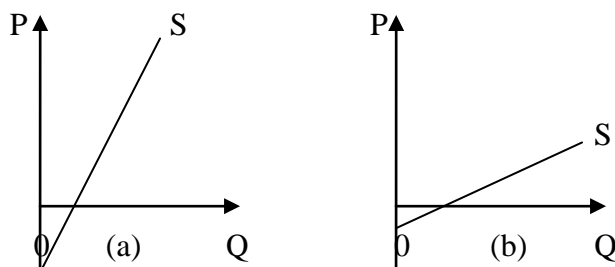
Perbedaan dengan elastisitas harga permintaan, elastisitas penawaran tidak diberi tanda minus (-) pada bagian depan rumus.

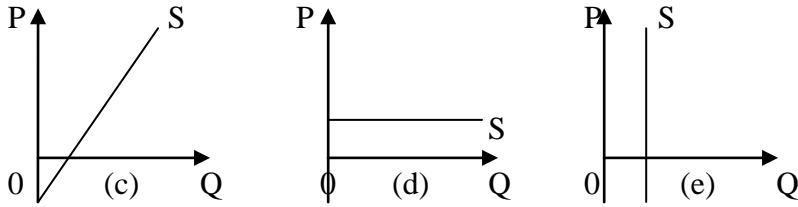
Hasil perhitungannya akan positif (+) baik untuk turun, maupun harga naik, karena sudut (slope) kurva penawaran adalah positif sesuai hukum penawaran. Sedangkan sudut (slope) kurva permintaan negatif (-) sesuai hukum permintaan.

### 3.8. Macam-Macam Elastisitas Penawaran

Elastisitas penawaran mempunyai lima macam golongan, seperti halnya elastisitas permintaan. 5 bentuk-bentuk elastisitas penawaran dapat dilihat dibawah ini:

**Gambar 3.3**  
**Macam – Macam Elastisitas Penawaran**





**Keterangan Gambar:**

- a. Kurva Penawaran yang bersifat in elastic, prosentase perubahan harga lebih besar dari prosentase perubahan kuantitas yang ditawarkan.
- b. Kurva Penawaran yang bersifat elastis, prosentase perubahan kuantitas yang ditawarkan lebih besar daripada prosentase perubahan harga.
- c. Kurva Penawaran yang bersifat uniter, yaitu prosentase perubahan jumlah barang yang ditawarkan sama dengan prosentase perubahan harga.
- d. Kurva Penawaran yang bersifat elastis sempurna. Pada harga tersebut produsen bersedia menawarkan sebanyak-banyaknya. Penurunan harga sedikit saja mengurangi jumlah penawaran yang luar biasa.
- e. Kurva Penawaran yang in elastis sempurna. Berapapun harga, jumlah yang ditawarkan tetap, tidak mengalami perubahan.

**Contoh:**

Jika harga jeruk Rp 50 per ton, jumlah jeruk yang ditawarkan sebanyak 10 ton, jika jeruk naik menjadi Rp 75 per ton, maka jumlah jeruk yang ditawarkan naik menjadi 20 ton.

**Pertanyaan:**

Hitung koefisien elastisitas penawaran

**Jawab:**

$$Es = \frac{\Delta Qs}{\Delta P} \times \frac{P}{Qs}$$

$$P_0 = 50$$

$$QS_0 = 10$$

$$P = 25$$

$$P_1 = 75$$

$$QS_1 = 20$$

$$Qs = 10$$

$$Es = 10/25 \times 5/10$$

$$= 500/250 = 2 \text{ (elastis)}$$

Dengan Prosentase:

- Prosentase Perubahan Harga

$$\begin{aligned} &= \frac{P_1 - P_0}{P_0} \times 100\% \\ &= \frac{25}{50} \times 100\% = 50\% \end{aligned}$$

- Prosentase Perubahan Penawaran

$$\begin{aligned} &= \frac{Q_1 - Q_0}{Q_0} \times 100\% \\ &= \frac{20 - 10}{10} \times 100\% = 100\% \end{aligned}$$

Elastis: Prosentase perubahan jumlah yang ditawarkan (100%), lebih besar dari prosentase perubahan harga (50%), (kurvanya adalah B, lebih condong ke sumbu kuantitas).

Sama dengan elastisitas permintaan, agar lebih sempurna maka nilai elastisitas penawaran dapat dihitung dengan menggunakan rumus titik tengah.

$$Es = \frac{\frac{\Delta Q}{(QA + QB)/2}}{\frac{\Delta P}{(PA + PB)/2}}$$

Misal: Seperti soal elastisitas penawaran di atas, dengan rumus titik tengah menghasilkan:

$$\begin{aligned} Es &= \frac{\frac{10}{(10+20)/2}}{\frac{25}{(50+75)/2}} = \frac{\frac{10}{15}}{\frac{25}{62.5}} = \frac{2/3}{10/25} \\ &= 2/3 \times 25/10 = 50/30 = 1,67 \end{aligned}$$

Hasilnya lebih besar dari satu yaitu 1,67 artinya penawaran bersifat elastis.

### **3.9. Faktor-Faktor Yang Menentukan Elastisitas Penawaran**

#### **1. Biaya Produksi**

Kenaikan harga akan meningkatkan jumlah yang ditawarkan, tetapi jika biaya produksi tinggi ataupun input sukar diperoleh akan menyebabkan elastisitas penawaran menjadi in elastis. Jika biaya produksinya rendah maka elastisitas penawaran akan elastis.

#### **2. Jangka Waktu**

Setelah adanya kenaikan harga, dalam jangka waktu pendek, kemungkinan perusahaan tidak mampu untuk menambah input, tenaga kerja, bahan baku maupun barang modal lainnya guna meningkatkan produksi, sehingga penawaran bersifat elastis. Dalam jangka waktu yang lebih panjang, pengusaha dapat menyesuaikan diri sehingga penawaran akan elastis.

Dalam jangka waktu yang sangat pendek (*very short run*), kurva supply akan bersifat “in elastis sempurna”, adanya kenaikan permintaan hanya akan menaikkan harga, karena produsen tidak mampu menambah penawaran.

Dalam jangka waktu pendek (*short run*), perusahaan tidak bisa menambah kapasitas produksi, tetapi untuk meningkatkan penawaran dalam jumlah kecil bisa menambah jam kerja atau kerja lembur, sehingga kurva penawaran akan “in elastis”

Dalam jangka panjang (*long run*) banyak cara yang dapat dilakukan perusahaan untuk meningkatkan produksi, sehingga kurva penawaran akan “elastis”.

## Latihan Soal

1. Jelaskan yang dimaksud dengan elastisitas serta jelaskan perbedaan dari elastisitas permintaan harga, elastisitas permintaan silang serta elastisitas permintaan pendapatan?
2. Jelaskan pengertian dari elastisitas penawaran serta factor-faktor yang mempengaruhi elastisitas penawaran?
3. Jika tingkat harga Rp.75.000per unit, barang X diminta sejumlah 500kg. Ketika harga turun menjadi Rp.60.000 per unit, jumlah yang diminta naik menjadi 700kg. hitunglah koeisien elastisitas permintaan karena adanya perubahan tersebut.
4. Apabila tingkat harga tepung terigu Rp.15.000 per unit, jumlah barang yang ditawarkan di Pasar Cinde Palembang sebanyak 2500 satuan. Ketika harga tepung terigu turun menjadi Rp.13.000 perunit, jumlah yang ditawarkan turun menjadi 2100 satuan. Hitunglahkoeisien elastisitas penawarannya.
5. Berikut variasi tingkat harga dan jumlah barang yang diminta berupa gula pasir, gula jawa dan gula batu untuk semester I dan semester II pada tahun 2015 berdasarkan laporan dari penjual eceran.

Barang	Semester I		Semester II	
	P/kg	Q (kg)	P/kg	Q (kg)
Gula Pasir (P)	13000	20000	15000	24000
Gula Jawa (J)	8000	15000	9000	13000
Gula Batu (B)	9000	7000	10000	4000



## **BAB IV**

### **TINGKAH LAKU KONSUMEN**

#### **TIU :**

Agar mahasiswa memahami pengaruh harga dan pendapatan terhadap jumlah barang yang dikonsumsi untuk mencapai kepuasan maksimum.

#### **TIK :**

Mahasiswa dapat mengerti penggunaan pendekatan kardinal  
Mahasiswa dapat menentukan besarnya perubahan konsumsi barang akibat perubahan harga dari pendapatan

#### **POKOK BAHASAN :**

Teori Tingkah Laku Konsumen, Pendekat Ordinal (ICC, PCC), Kurva Angel, Efeksubstitusi, Efek pendapatan, efek total dari Marshaal Hicks dan Stutsky untuk barang normal, inferior, dan giffen

## BAB IV

### TINGKAH LAKU KONSUMEN

Teori tingkah laku konsumen dapat dibedakan dalam dua macam pendekatan :

1. Pendekatan nilai guna (utility) cardinal
2. Pendekatan nilai guna ordinal

Dalam pendekatan nilai guna cardinal dianggap manfaat atau kenikmatan yang diperoleh seorang konsumen dapat dinyatakan secara kuantitatif. Dalam pendekatan nilai guna ordinal, manfaat atau kenikmatan yang diperoleh masyarakat dari mengkonsumsi barang-barang tidak dikuatifikasi. Tingkah laku seorang konsumen untuk memilih barang-barang yang akan memaksimumkan kepuasannya ditunjukkan dengan bantuan kurva kepuasan sama, yaitu kurva yg menggambarkan gabungan barang yang akan memberikan nilai guna (kepuasaan) yang sama.

#### 4.1 Teori Nilai Guna (Utiliti)

Di dalam teori ekonomi kepuasan atau kenikmatan yang diperoleh seseorang dari mengkonsumsi barang-barang dinamakan nilai guna atau utility. Kalau kepuasan itu semakin tinggi maka makin tinggilah nilai gunanya atau utilitinya.

Dalam membahas mengenai nilai guna perlu dibedakan diantara dua pengertian nilai guna total dan nilai guna marjinal. Nilai guna total dapat diartikan sebagai jumlah seluruh kepuasan yang diperoleh dari mengkonsumsi sejumlah barang tertentu. Sedangkan nilai guna marjinal berarti penambahan (atau pengurangan) kepuasan sebagai akibat dan penambahan (atau pengurangan) penggunaan satu unit barang tertentu.



## **Hipotesis Utama Teori Nilai Guna**

Hipotesis utama teori nilai guna, atau lebih dikenal sebagai hukum nilai guna marjinal yang semakin menurun, menyatakan bahwa tambahan nilai guna yang akan diperoleh seseorang dari mengkonsumsi suatu barang akan menjadi semakin sedikit apabila orang tersebut terus menerus menambah konsumsinya ke atas barang tersebut.

Pada akhirnya tambahan nilai guna akan menjadi negatif yaitu apabila konsumsi ke atas barang tersebut ditambah satu unit lagi, maka nilai guna total akan menjadi sedikit. Pada hakikatnya hipotesis menjelaskan bahwa pertambahan yang terus menerus dalam mengkonsumsi suatu barang tidak secara terus menerus menambah kepuasan yang dinikmati orang yang mengkonsumsinya.

### **4.2. Nilai Guna Total Dalam Angka Dan Grafik**

Hukum nilai guna marjinal yang semakin menurun akan dapat dimengerti dengan lebih jelas apabila digambarkan dalam contoh secara angka dan selanjutnya contoh itu digambarkan secara grafik.

#### **Contoh :**

Dalam tabel tersebut menunjukkan bahwa hingga mangga yang kedelapan nilai guna marjinal adalah positif, maka nilai guna total terus menerus bertambah jumlahnya. Ketika memakan mangga yg kesembilan nilai guna marjinal adalah negatif. Ini berarti kepuasan dari memakan mangga mencapai tingkat yang paling maksimum apabila jumlah mangga yang dimakan adalah delapan.

Tambahan-tambahan yang selanjutnya akan menguramgi kepuasan yang didapat dari memakan lebih banyak buah mangga. Dalam contoh ditunjukkan apabila konsumen tersebut memakan sembilan, sepuluh atau sebelas mangga, kepuasan yang didapat dari konsumsi tersebut adalah lebih rendah daripada kepuasan yang didapat dari memakan delapan mangga.

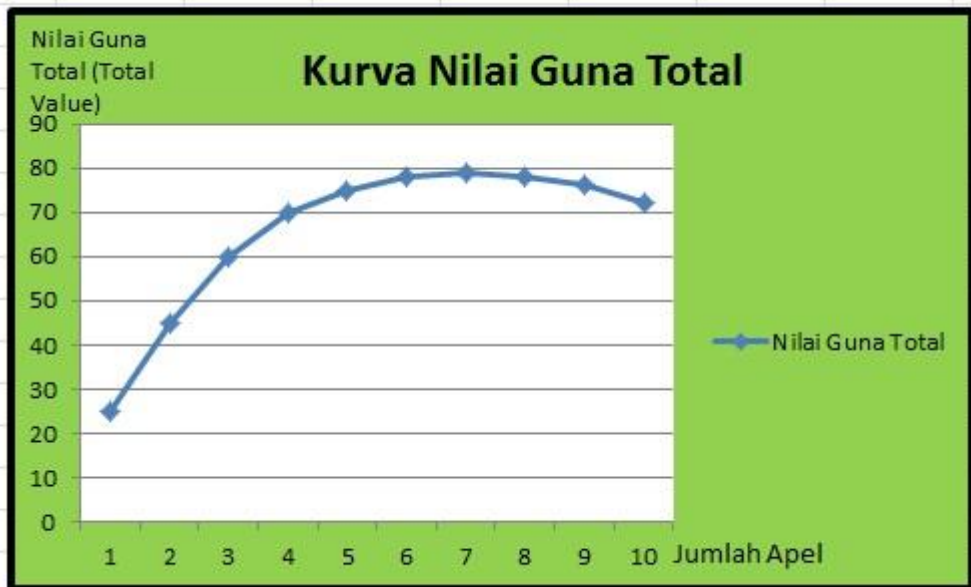
### Nilai guna total dan nilai guna marjinal dalam angka

Jumlah Mangga Yang Dimakan	Nilai Guna Total	Nilai Guna Marjinal
0	0	-
1	30	30
2	50	20
3	65	15
4	75	10
5	83	8
6	87	4
7	89	2
8	90	1
9	89	-1
10	85	-4
11	78	-7

#### 4.3. Grafik Nilai Guna

Kurva nilai guna total (TU) bermula dari titik 0, yang berarti pada waktu tidak terdapat konsumsi, maka nilai guna total adalah nol. Pada mulanya kurva nilai guna total adalah menaik, yang berarti kalau jumlah konsumsi mangga bertambah, maka nilai guna total bertambah tinggi. Kurva nilai guna total mulai menurun pada waktu konsumsi mangga melebihi delapan buah. Kurva nilai guna marjinal (MU) turun dari kiri atas ke kanan bawah. Gambaran ini mencerminkan hukum nilai guna marjinal yang semakin menurun. Kurva nilai guna marjinal memotong sumbu datar sesudah jumlah mangga yang kedelapan.

## Grafik nilai guna total marjinal



#### **4.4. Pemaksimalan Nilai Guna**

Salah satu pemisalan penting dalam teori ekonomi adalah : setiap orang akan berusaha untuk memaksimalkan kepuasan yang dapat dinikmatinya. Dengan perkataan lain, setiap orang akan berusaha untuk memaksimalkan nilai guna dari barang-barang yang dikonsumsi. Apabila yang dikonsumsi hanya satu barang saja, tidak sukar untuk menentukan pada tingkat mana nilai guna dari memperoleh dan kenikmatan barang itu akan mencapai tingkat yang maksimum.

#### **Cara Memaksimalkan Nilai Guna**

Kerumitan yang timbul untuk menentukan susunan / komposisi dan jumlah barang yang akan mewujudkan nilai guna yang maksimum bersumber dari perbedaan harga-harga berbagai barang. Kalau harga setiap barang adalah adalah bersamaan, nilai guna akan mencapai tingkat yang maksimum apabila nilai guna marginal dari setiap barang adalah sama besarnya. Misalnya seseorang mengkonsumsi tiga macam barang, yaitu sejenis pakaian, sejenis makanan, dan sejenis hiburan (katakanlah hiburan itu berupa menonton film). disebabkan oleh perbedaan harga tersebut pemaksimalan nilai guna tidak akan tercapai kalau digunakan syarat pemaksimalan kepuasan seperti yang diterangkan di atas.

#### **4.5. Syarat Pemaksimalan Nilai Guna**

Syarat yang harus dipenuhi adalah setiap rupiah yang dikeluarkan untuk membeli unit tambahan berbagai jenis barang akan memberikan nilai guna marginal yang sama besarnya.

1. Seseorang akan memaksimalkan nilai guna dari barang-barang yang dikonsumsi apabila perbandingan nilai guna marginal berbagai barang tersebut adalah sama dengan perbandingan harga barang-barang tersebut. Perbandingan harga makanan dan pakaian adalah 5000:50000 atau 1:10, dan ini adalah sama dengan perbandingan nilai guna marginal makanan dan

pakaian, yaitu 5:50 atau 1:10

### Atau

2. Seseorang akan memaksimumkan nilai guna dari barang-barang yang dikonsumsikannya apabila nilai guna marginal untuk setiap rupiah yang dikeluarkan adalah sama untuk setiap barang yang dikonsumsikan. dalam contoh di atas nilai guna marginal per rupiah dari tambahan makanan adalah: nilai guna marginal/harga =  $5/5000 = 1/1000$ . Dan nilai guna marginal per rupiah dari tambahan pakaian adalah ; nilai guna marginal/harga =  $50/50000 = 1/1000$

Kedua hipotesis tersebut mengandung pengertian yang sama. Syarat pemaksimuman nilai guna seperti yang dinyatakan dalam (1) dan (2) biasanya dinyatakan secara rumus aljabar, yaitu secara berikut :

$$\frac{\text{MU barang A}}{\text{PA}} = \frac{\text{MU barang B}}{\text{PB}} = \frac{\text{MU barang C}}{\text{PC}}$$

Dalam persamaan di atas MU adalah nilai guna marginal dan Pa, Pb, dan Pc berturut-turut adalah harga barang A, barang B, dan barang C

#### 4.6. Teori Nilai Guna Dan Teori Permintaan

Dengan menggunakan teori nilai guna dapat diterapkan sebabnya kurva permintaan bersifat menurun dari kiri atas kekanan bawah yang menggambarkan bahwa semakin rendah harga suatu barang, semakin banyak permintaan ke atasnya, ada dua faktor yang menyebabkan permintaan ke atas suatu barang berubah apabila harga barang itu mengalami perubahan : efek penggantian dan efek pendapatan.

## Efek Penggantian

Perubahan harga suatu barang mengubah nilai guna marjinal per rupiah dari barang yang mengalami perubahan tersebut. Kalau harga mengalami kenaikan, nilai guna marjinal per rupiah yang diwujudkan oleh barang tersebut menjadi semakin rendah. Misalnya harga barang A bertambah tinggi, maka sebagai akibatnya MU barang A/Pa menjadi kecil dari semula.

## 4.7. Teori Tingkah Laku Konsumen

Harga barang-barang lainnya tidak mengalami perubahan lagi maka perbandingan diantara nilai guna marjinal barang-barang itu dengan harganya (atau nilai guna marjinal per rupiah dan barang-barang itu) tidak mengalami perubahan

$$\frac{\text{MU barang A}}{\text{PA}} < \frac{\text{MU barang B}}{\text{PB}}$$

## Efek Pendapatan

Kalau pendapatan tidak mengalami perubahan maka kenaikan harga menyebabkan pendapatan riil menjadi semakin sedikit. Maka kenaikan harga menyebabkan konsumen mengurangi jumlah berbagai barang yang dibelinya, termasuk barang yang mengalami kenaikan harga. Penurunan harga suatu barang menyebabkan pendapatan riil bertambah, dari ini akan mendorong konsumen menambah jumlah barang yang dibelinya.

## Mewujudkan Kurva Permintaan

Keseimbangan konsumen

$$\frac{\text{Mum}}{\text{Pm}} = \frac{\text{MUK}}{\text{Pk}}$$

Misalkan harga pakaian tidak berubah tetapi harga makanan turun dari Rp 10000 menjadi Rp 5000, maka

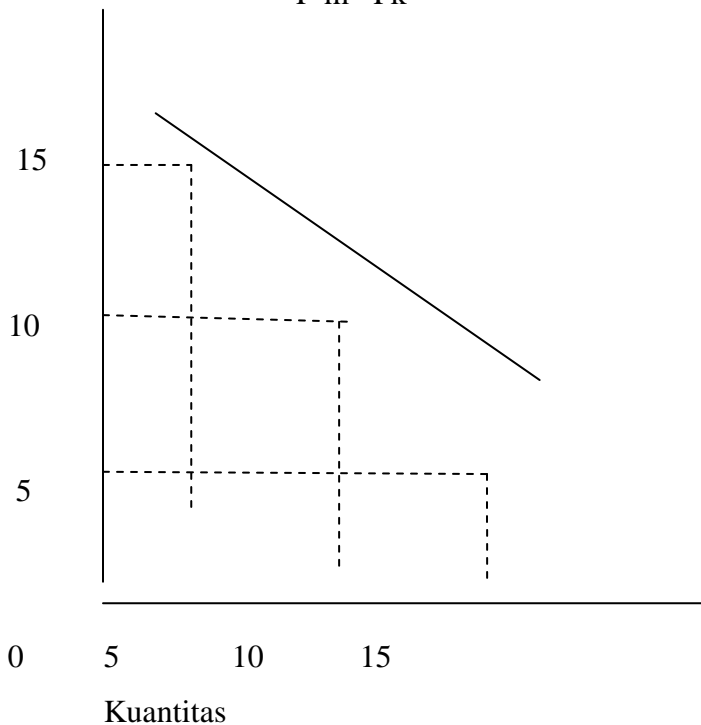
$$\frac{Mum}{P^1_m} > \frac{Mum}{P_m} \quad \text{atau} \quad \frac{Mum}{P_k} > \frac{MUK}{\quad}$$

Misalkan bahwa harga makanan naik menjadi Rp15000 dan harga pakaian tidak mengalami perubahan. Sebagai akibat nya.

$$\frac{Mum}{15000} < \frac{Mum}{10000}$$

Maka perubahan itu menyebabkan

$$\frac{Mum}{P^1_m} < \frac{Muk}{P_k}$$



## **Paradoks Nilai**

Ahli-ahli ekonomi menghadapi kesulitan di dalam menerangkan perbedaan yang mencolok di antara harga air dan harga berlian. Terdapat dua alasan yang dapat digunakan untuk menerangkan keadaan tersebut. yang pertama adalah alasan yang sudah lama disadari oleh ahli-ahli ekonomi, yaitu perbedaan dalam biaya produksi. Air merupakan benda yang mudah didapat di berbagai tempat sehingga untuk memperolehnya tidak diperlukan biaya yang terlalu besar, tetapi tidak demikian halnya dengan berlian sebab ia merupakan barang yang sangat sukar untuk diperoleh dan biaya untuk memproduksinya sangat tinggi. Maka alasan bahwa barangnya sangat langka dan biaya produksinya sangat mahal merupakan jawaban yang belum memuaskan untuk menerangkan perbedaan yang sangat mencolok diantara air dan berlian.

## **Surplus Konsumen**

Teori nilai guna dapat pula menerangkan tentang wujudnya kelebihan kepuasan yang dinikmati oleh para konsumen. Kelebihan kepuasan ini, dalam analisis ekonomi, dikenal sebagai surplus konsumen. Contoh : seorang konsumen pergi ke pasar membeli mangga dan bertekad membeli satu buah yang cukup besar apabila harganya RP1500. Sesampainya di pasar dia mendapati bahwa mangga yang diinginkannya hanya berharga RP 1000. Jadi ia memperoleh mangga yang diinginkannya dengan harga RP500 lebih murah daripada harga yang bersedia dibayarkannya nilai RP 500 ini dinamakan surplus konsumen

## **Contoh Angka**

Surplus konsumen wujud sebagai akibat dari nilai guna marjinal yang semakin sedikit. Uraian sebelum ini telah menunjukkan bahwa harga suatu



barang berkaitan rapat dengan nilai guna marjinalnya. Misalkan pada barang ke-n yang dibeli, nilai guna marjinalnya sama dengan harga. Dengan demikian, oleh karena nilai guna marjinal dari barang ke-n adalah lebih rendah dari barang sebelumnya, maka nilai guna marjinal barang yang sebelumnya adalah lebih tinggi dari harga barang itu dan perbedaannya merupakan surplus konsumen.

Surplus konsumen yang dinikmati seorang pembeli mangga

Jumlah konsumsi Mangga setiap Minggu	harga yang bersedia dibayar konsumen	surplus konsumen jika harga makan RP700/buah	jumlah surplus konsumen
(1)	(2)	(3)	(4)
Mangga pertama	RP 1700	RP 1000	RP 1000
Mangga kedua	1500	800	1800
Mangga ketiga	1300	600	2400
Mangga keempat	1100	400	2800
Mangga kelima	900	200	3000
Mangga keenam	700	0	3000
Mangga ketujuh	500	-	-
mangga kedelapan	300	-	-

### Grafik Surplus Konsumen

Surplus konsumen dapat juga digambarkan secara grafik, sumbu tegak menggambarkan tingkat harga, sedangkan sumbu datar menggambarkan jumlah barang yang dikonsumsi. Nilai guna total yang diperoleh dari mengkonsumsi  $Q$  buah mangga digambarkan oleh AOQB. Untuk memperoleh mangga tersebut si pembeli harus membayar OQBP. Maka segitiga APB menggambarkan surplus konsumen yang dinikmati oleh pembeli mangga tersebut.

### Latihan Soal

1. Jelaskan perbedaan arti nilai guna total dan nilai guna marjinal.
2. Jelaskan yang dimaksud dengan tingkat penggantian marjinal serta bagaimana sifat dan akibat sifat tersebut ke atas bentuk kurva kepuasan yang sama?
3. Seorang konsumen membeli apel dan pepaya, nilai guna total dari memakan masing-masing buah tersebut adalah sebagai berikut:

Apel		Pepaya	
Jumlah	Nilai Guna Total	Jumlah	Nilai Guna Total
1	400	1	500
2	610	2	780
3	780	3	980
4	910	4	1110
5	1000	5	1180

Pertanyaan:

- a. Tentukan nilai guna marjinal dari memakan Apel dan Pepaya.
  - b. Apabila harga apel dan pepaya masing-masing adalah Rp.1500. berapakah jumlah apel dan manga yang akan dibelinya apabila uang yang akan dibelanjakan adalah sebanyak Rp.15000?
4. Apabila seorang konsumen ingin membeli minuman dan beras untuk keluarganya dengan harga minuman adalah Rp.1000 dan beras per kg seharga Rp.10.000. Nilai guna total yang diperoleh dari mengkonsumsi kedua barang tersebut adalah sebagai berikut :

<b>Minuman</b>		<b>Beras</b>	
<b>Jumlah</b>	<b>Nilai Guna Total</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Nilai Guna Total</b>
1	1000	1	18000
2	1500	2	28000
3	1900	3	36000
4	2200	4	38000
5	2400	5	38500

Pertanyaan:

- a. Tentukan nilai guna marjinal untuk minuman dan beras tersebut.
  - b. Apabila alokasi pendapatan yang akan dibelanjakan oleh konsumen sebesar Rp.50000, berapa banyak minuman dan beras yang akan dibelinya untuk memaksimalkan kepuasannya?
5. Seorang konsumen mempunyai uang yang berjumlah Rp.100000. Apabila Ia ingin membeli jeruk dan sirsak seharga Rp.2500 dan Rp.5000.

Pertanyaan:

- a. Buatlah garis anggaran pengeluaran konsumen tersebut.
- b. Apabila harga sirsak turun menjadi Rp.3000, bagaimanakah yang terjadi dengan garis anggaran pengeluaran konsumen tersebut?



## **BAB V**

### **TEORI PRODUKSI**

#### **TIU :**

Setelah mengikuti kuliah ini mahasiswa akan dapat mengerti bentuk-bentuk perusahaan, pengertian produksi, bentuk-bentuk produksi dan jangka waktu produksi

#### **TIK :**

Setelah mengikuti perkuliahan ini mahasiswa dapat mengetahui bentuk dan badan hukum suatu perusahaan, mampu menjelaskan konsep teori produksi jangka pendek, mampu menganalisis periode produksi, mampu menjelaskan tentang tahap produksi.

#### **Pokok Pembahasan :**

Bentuk-bentuk perusahaan, Teori produksi, Fungsi Produksi, Tahap-tahap produksi Keseimbangan isoquant dan isocost.

## TEORI PRODUKSI

### 5.1. Bentuk-Bentuk Perusahaan Perusahaan Perorangan

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

#### **Kebaikan :**

- Pemilik bebas mengambil keputusan
- Seluruh keuntungan perusahaan menjadi hak pemilik perusahaan
- Rahasia perusahaan terjamin
- Pemilik lebih giat berusaha

#### **Keburukan :**

- Tanggung jawab pemilik tidak terbatas
- Sumber keuangan perusahaan terbatas
- Kelangsungan hidup perusahaan kurang terjamin
- 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 tanggung jawab masing-masing anggota tidak terbatas, laba ataupun kerugian akan ditanggung bersama.

**Kebaikan :**

- Kemampuan manajemen lebih besar, karena ada pembagian kerja diantara para anggota
- Pendiriannya relatif mudah, baik dengan Akta atau tidak memerlukan Akta Pendirian
- Kebutuhan modal lebih mudah terpenuhi

**Keburukan :**

- Tanggung jawab pemilik tidak terbatas
- Kerugian yang disebabkan oleh seorang anggota, harus ditanggung bersama anggota lainnya
- Kelangsungan hidup perusahaan tidak menentu.

**PERSEROAN KOMANDITER (CV)**

Bentuk Badan Usaha CV adalah 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 kerjasama berusaha bersama antara 2 (dua) orang atau dengan AKTA OTENTIK sebagai AKTA PENDIRIAN yang dibuat dihadapan NOTARIS yang berwenang. Para pendiri perseroan komanditer terdiri dari PESERO AKTIF dan PERSERO PASIF yang membedakan adalah tanggung jawabnya dalam perseroan.

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

**Kebaikan :**

- Kemampuan manajemen lebih besar
- Proses pendiriannya relatif mudah
- Modal yang dikumpulkan bisa lebih besar
- Mudah memperoleh kredit

**Keburukan :**

- Sebagian sekutu yang menjadi Persero Aktif memiliki tanggung tidak terbatas
- Sulit menarik kembali modal
- 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 diberbagai bidang. Selain memiliki landasan huk um 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 Rp. 50.000.000,-, sedangkan untuk bidang usaha tertentu jumlah modal dapat berbeda seperti yang ditentukan serta berlaku aturan khusus yang mengatur tentang bidang usaha tersebut. Berdasarkan Jenis Perseroan, maka Perseroan Terbatas (PT) dibagi menjadi :

- PT-Non Fasilitas Umum atau PT. Biasa
- PT-Fasilitas PMA
- PT-Fasilitas PMDN
- PT-Persero BUMN
- PT-Perbankan
- PT-Lembaga Keuangan Non Perbankan
- PT-Uusaha Khusus

Berdasarkan penanaman modalnya jenis perseroan terbatas dibagi menjadi :

1. Perseroan Terbatas dalam rangka Penanaman Modal Asing (PT-PMA)
2. Perseroan Terbatas dalam rangka Penanaman Modal Dalam Negeri (PT-PMDN)
3. Perseroan Terbatas yang modalnya dimiliki oleh Warga Negara Indonesia/Badan Hukum Indonesia (PT-SWASTA NASIONAL)

PT-Perseron BUMN,Perseroan Terbatas yang telah go public (PT-Go Public) yaitu perseroan yang sebagian modalnya telah dimiliki Publik dengan jalan membeli saham lewat pasar modal (Capital Market) melalui bursa-bursa saham. Walaupun populer dalam kegiatan bisnis bentuk PT pun memiliki kebaikan dan keburukan antara lain :

**Kebaikan :**

- 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.
- Diatur dengan jelas oleh undang-undang perseroan terbatas serta peraturan lain yang mengikat dan melindungi kegiatan perusahaan

#### **Keburukan :**

- 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
- Proses Pembubaran, Perubahan Anggaran Dasar, Penggabungan dan Pengambilalihan perseroan membutuhkan waktu dan biaya serta persetujuan dari Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS)

## **5.2 Perusahaan Ditinjau Dari Sudut Teori Ekonomi**

Dalam teori ekonomi, berbagai jenis perusahaan dipandang sebagai unit-unit badan usaha yang mempunyai tujuan sama yaitu : “mencapai keuntungan yang maksimum”.

### **Cara Memaksimalkan Keuntungan**

Keuntungan yang maksimum 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.

- Komposisi faktor produksi yang bagaimana meminimumkan biaya produksi yang dikeluarkan untuk mencapai satu tingkat produksi tertentu. Produsen perlu memperhatikan :
  1. Besarnya pembayaran kepada faktor produksi tambahan yang akan digunakan.
  2. Besarnya pertambahan hasil penjualan yang diwujudkan oleh faktor produksi yang ditambah tersebut.

### **Fungsi Produksi**

Menunjukkan sifat hubungan antara faktor-faktor produksi dan tingkat produksi yang dihasilkan, faktor-faktor produksi disebut sebagai input dan jumlah produksi disebut sebagai output.

### **5.3 Teori Produksi Dalam Ilmu Ekonomi**

Teori produksi menyebutkan bahwa kepuasan produsen diperoleh dengan memaksimumkan keuntungan produksi (*maksimation of profit*).

1. Proses produksi : rangkaian dari kegiatan-kegiatan produksi.
2. Proses distribusi : rangkaian dari kegiatan-kegiatan distribusi
3. Proses konsumsi : rangkaian dari kegiatan-kegiatan konsumsi
4. Kegiatan produksi : kegiatan menciptakan/meningkatkan Kefaedahan

Produksi : Proses mempergunakan unsur-unsur produksi dengan maksud menciptakan faedah untuk memenuhi kebutuhan manusia. Kebutuhan manusia ada dua : barang-barang dan jasa. Barang : alat penemuan kebutuhan manusia yang tampak. Jasa : alat penemuan kebutuhan manusia yang tidak tampak tapi dapat dirasa.

Dalam ilmu ekonomi, teori produksi dalam analisis dibedakan pada dua pendekatan, yaitu :

### **1. Teori Produksi dengan Satu Faktor Berubah**

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.

### **2. Teori Produksi dengan Dua Faktor Berubah**

Teori produksi menggambarkan tentang hubungan antara tingkat produksi suatu barang dengan dua jenis faktor produksi (tenaga kerja dan modal) dapat diubah yang digunakan untuk menghasilkan berbagai tingkat produksi yang tersebut.

Pada prinsipnya kegiatan produksi yang dilakukan oleh produsen-produsen dalam pendekatannya dibagi 3 bagian :

- Jangka pendek (*short run*) : (1). Waktunya cukup pendek sehingga ada faktor input tetap (*fixed input*), (2). teknologi yang digunakan tidak berubah (*konstan*), (3). satu siklus produksi dapat diselesaikan.
- Jangka panjang (*long run*) : (1). Tidak ada input tetap lagi, hanya input variabel (*variable input*) saja yang ada, (2). Teknologi konstan.
- Jangka sangat panjang (*very long run*) : teknologi berubah, dan biasanya tidak hanya membicarakan satu fungsi produksi saja.

## **5.4 Faktor-Faktor Produksi**

Faktor-faktor produksi (sumber-sumber daya) adalah benda-benda yang disediakan oleh alam atau diciptakan oleh manusia yang dapat digunakan untuk memproduksi barang-barang dan jasa-jasa.

Faktor-faktor produksi yang tersedia dalam perekonomian akan menentukan sampai dimana suatu negara dapat menghasilkan barang dan

jasa. Faktor produksi yang tersedia dalam perekonomian dibedakan dalam 4 jenis, yaitu :

### **1. Tanah dan Sumber Alam**

Faktor produksi yang disediakan alam, meliputi : tanah, berbagai jenis barang tambang, hasil hutan dan sumber alam lainnya yang dapat dijadikan modal. Kekayaan alam meliputi : (a) 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 dll.

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

### **2. Tenaga Kerja**

Tenaga kerja adalah semua 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 tiga :

- a. Penduduk dibawah usia kerja : dibawah 15 tahun
- b. Golongan antara 15 - 64 tahun
- c. Golongan yang sebenarnya sudah melebihi umur kerja, diatas 65 tahun.

Faktor produksi berupa tenaga kerja ini adalah manusia/SDM yang mempunyai keahlian dan ketrampilan yang dibedakan 3 golongan, yaitu :

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

### **3. Modal**

Faktor 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, dll). Setiap waktu ada persediaan barang-barang yang ditanam 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)*.

### **4. Keahlian Keusahawanan (pengelolaan)**

Faktor 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 kemahirannya 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 di atas 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 :

1) *Managerial skills atau entrepreneurial skills.*

Kemampuan untuk mempergunakan kesempatan-kesempatan yang ada dengan sebaik-baiknya.

2) *Technological skills*

Berhubungan dengan keahlian yang khusus bersifat ekonomis teknis yang diperlukan untuk kegiatan ekonomi dan produksi.

3) *Organizational skills*

Kecerdasan untuk mengatur berbagai usaha. Hal ini bertalian dengan hal-hal didalam lingkungan sebuah perusahaan (hal-hal intern dari perusahaan) maupun dengan kegiatan-kegiatan di dalam rangka masyarakat seperti usaha menyusun koperasi, bank-bank dsb.

## **5.5 Konsepsi dari Suatu Fungsi Produksi**

Fungsi produksi, yaitu suatu hubungan matematis yang menggambarkan suatu cara dimana jumlah dari hasil produksi tertentu tergantung dari jumlah input tertentu yang digunakan. Suatu fungsi produksi memberikan keterangan mengenai jumlah output yang mungkin diharapkan apabila input-input dikombinasikan dalam suatu cara yang khusus. Macam-macam kombinasi ini banyak macamnya. Macam hasil produksi dan banyaknya hasil produksi yang akan diperoleh tergantung pada (merupakan fungsi dari pada) macam dan jumlah input yang digunakan.

Fungsi produksi umumnya ditulis sebagai  $Y = f(X)$ , dimana  $Y$  menunjukkan hasil produksi;  $f$  sebelum tanda kurung menyatakan : "tergantung" yaitu "suatu fungsi dari"; dan huruf  $X$  menunjukkan suatu input yang digunakan. Apabila jumlah input yang digunakan lebih dari 1 maka fungsi produksi tersebut dapat dituliskan :  $Y = f(X_1, X_2, \dots, X_n)$ ; dimana

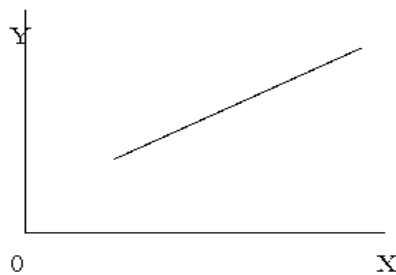
$X_1, X_2, \dots, X_n$  merupakan jenis input yang digunakan.

Asumsi-asumsi dari fungsi produksi tersebut adalah :

1. Fungsi produksi bersifat kontinyu
2. Fungsi produksi bernilai tunggal dari masing-masing variabel di dalamnya
3. Derivasi I dan II fungsi ini tetap kontinyu
4. Fungsi produksi harus relevan (bernilai positif) baik untuk input  $X$  maupun output  $Y$
5. Penggunaan teknologi adalah maksimal pada tingkatnya.

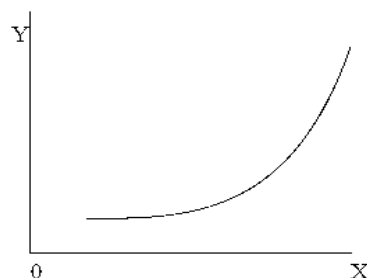
### Jenis-jenis Fungsi Produksi

1. *Constant return*, hubungan yang menunjukkan jumlah hasil produksi meningkat dengan jumlah yang sama untuk setiap kesatuan tambahan input.



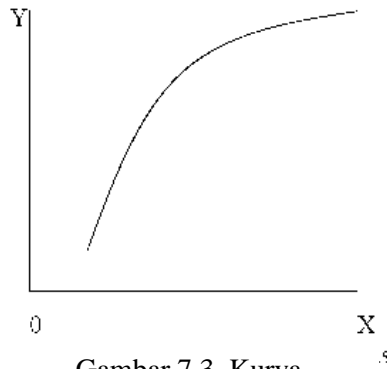
Gambar 7.1. Kurva Constant Returns

2. *Increasing return*: Hubungan dimana kesatuan tambahan input menghasilkan suatu tambahan hasil produksi yang lebih besar dari kesatuan-kesatuan sebelumnya.



Gambar 7.2. Kurva Increasing Returns

3. Decreasing return: Hubungan yang mana kesatuan-kesatuan tambahan input menghasilkan suatu kenaikan hasil produksi yang lebih kecil dari kesatuan-kesatuan sebelumnya.



Gambar 7.3. Kurva Decreasing Returns

#### Latihan Soal

1. Jelaskan tujuan dari setiap perusahaan di dalam teori ekonomi?
2. Jelaskan bagaimana hukum hasil lebih yang semakin berkurang mempengaruhi fungsi produksi?
3. Jelaskan dengan menggunakan kurva produksi sama (*isoquant*) dan garis biaya sama (*isocost*), bagaimana meminimumkan biaya untuk mencapai tingkat produksi tertentu dan memaksimumkan produksi dengan sejumlah biaya yang tersedia.
4. Apabila suatu perusahaan memproduksi suatu barang. Jumlah tenaga kerja dan tingkat produksi yang akan dicapai pada setiap jumlah tenaga kerja yang dikerjakan adalah sebagai berikut:



Jumlah Pekerja (orang)	Jumlah Produksi (unit)
1	2
2	5
3	9
4	14
5	20

Hitunglah produksi marjinal dan produksi rata-rata. Pada tenaga kerja yang manakah produksi marjinal dan produksi rata-rata mencapai maksimum?

5. Apabila suatu perusahaan ingin menghasilkan 200 ton beras, perusahaan mempunyai kombinasi dari modal dan tenaga kerja sebagai berikut :

Jumlah Pekerja (orang)	Jumlah Modal (unit)
100	5
70	7
50	10
36	12
30	15

Hitunglah biaya yang harus dikeluarkan perusahaan untuk menggunakan kombinasi modal dan tenaga kerja jika upah tenaga kerja Rp.10000 dan harga modal seunit adalah Rp.20000.



## **BAB VI** **BIAYA PRODUKSI**

### **TIU :**

Setelah mengikuti kuliah ini mahasiswa akan dapat memahami bagaimana kombinasi biaya jangka pendek dan biaya jangka panjang.

### **TIK :**

Setelah mengikuti perkuliahan ini mahasiswa dapat menentukan kombinasi – kombinasi faktor produksi yang dapat menghasilkan produksi maksimum dan biaya per unit minimum.

### **Pokok Pembahasan :**

Biaya Produksi, Produksi Dalam Jangka Pendek, Biaya Tetap Dan Jenis – Jenis Biaya Total, Biaya Rata – Rata, Dan Marjinal serta Biaya Produksi Dalam Jangka Panjang.

**BIAYA PRODUKSI****6.1 Teori Biaya Produksi**

Biaya produksi dapat didefinisikan sebagai semua pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh factor-faktor produksi dan bahan-bahan mentah yang akan digunakan untuk menciptakan barang-barang yang diprouksikan perusahaan tersebut. Biaya produksi yang dikeluarkan setiap perusahaan dapat dibedakan kepada dua jenis: biaya eksplisit dan biaya tersembunyi (imputed cost). Biaya eksplisit adalah pengeluaran-pengeluaran perusahaan yang berupa pembayaran dengan uang untuk mendapatkan factor-faktor produksi dan bahan mentah yang dibutuhkan, sedangkan biaya tersembunyi adalah taksiran pengeluaran terhadap factor-faktor produksi yang dimiliki oleh perusahaan itu sendiri.

Pengeluaran yang tergolong sebagai biaya tersembunyi anatara lain adalah pembayaran untuk keahlian keusahaan produsen tersebut, modalnya sendiri yang digunakan dalam perusahaan, dan bangunan perusahaan yang dimilikinya. Cara menaksir pengeluaran seperti itu dalah dengan melihat pendapatan yang paling tinggi yang diperoleh apabila produsen itu bekerja diperusahaaan lain, modalnya dipinjamkan atau diinvestasikan dalam kegiatan lain, dan bangunan yang dimilikinya dan disewakan kepada orang lain.

**Biaya Produksi Dalam Jangka Pendek**

1. Jangka pendek, yaitu jangka waktu dimana sebagian factor produksi tidak dapat ditambah jumlahnya,
2. Jangka panjang, yaitu jangka waktu dimana semua factor produksi dapat mengalami perubahan.

## 6.2 Berbagai Pengertian Biaya Produksi Jangka Pendek

Nilai-nilai berbagai pengertian biaya produksi yang dikeluarkan untuk menghasilkan sesuatu barang. Tenaga kerja adalah factor produksi yang berubah-ubah jumlahnya, sedangkan factor-faktor produksi lain jumlahnya tetap. Apabila jumlah sesuatu factor produksi yang digunakan selalu berubah-ubah, maka biaya produksi yang dikeluarkan juga berubah-ubah nilainya. Dan apabila jumlah sesuatu factor produksi yang digunakan adalah tetap, maka biaya produksi yang dikeluarkan untuk memperolehnya adalah tetap nilainya. Dengan demikian keseluruhan jumlah biaya produksi yang dikeluarkan produsen dapat dibedakan kepada dua jenis pembiayaan yaitu biaya yang selalu berubah dan biaya tetap. Berikut ini secara lebih terperinci diterangkan arti dari berbagai jenis pengertian biaya produksi diatas, dan selanjutnya dijelaskan pula cara menghitung nilainya.

### Biaya Total Dan Jenis-Jenis Biaya Total

Biaya total adalah keseluruhan jumlah biaya produksi yang dikeluarkan. Konsep biaya total dibedakan kepada tiga pengertian: biaya total (*totalCosts*). Biaya tetap total (*total Fixed costs*), dan biaya berubah total (*total variable costs*). Berikut diterangkan arti dari ketiga konsep tersebut.

#### Biaya Total (*Total Costs/TC*)

Keseluruhan jumlah biaya produksi yang dikeluarkan dinamakan biaya total.

$$TC = TFC + TVC$$

#### Biaya Tetap Total (*Total Fixed Costs /TFC*)

Keseluruhan biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh factor produksi (input) yang tidak dapat diubah jumlahnya dinamakan biaya tetap total. Membeli mesin, mendirikan bangunan pabrik adalah contoh dari factor

produksi yang dianggap tidak mengalami perubahan dalam jangka pendek.

### **Biaya Berubah Total (*Total Variable Costs /TVC*)**

Keseluruhan biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh faktor produksi yang dapat diubah jumlahnya dinamakan biaya berubah total.

### **Biaya rata-rata dan marjinal**

Dalam mengenai biaya, konsep-konsep yang lebih diutamakan adalah biaya rata-rata dan marjinal. Biaya rata-rata dibedakan kepada tiga pengertian: biaya tetap rata-rata (*Average total Costs*).

### **Biaya Tetap Rata-Rata**

Apabila biaya tetap total (*TFC*) untuk memproduksi sejumlah barang tertentu (*Q*) dibagi dengan jumlah produksi tersebut, nilai yang diperoleh adalah biaya tetap rata-rata. Dengan demikian rumus untuk menghitung biaya tetap rata-rata atau *AFC* adalah

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

### **Biaya Berubah Rata-rata**

Apabila biaya berubah total (*TVC*) untuk memproduksi sejumlah barang (*Q*) dibagi dengan jumlah produksi tersebut, nilai yang diperoleh adalah biaya berubah rata-rata.

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

### **Biaya total rata-rata**

Apabila biaya total (*TC*) untuk memproduksi sejumlah barang tertentu (*Q*) dibagi dengan jumlah produksi tersebut, nilai yang diperoleh adalah biaya rata-rata.

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

$$AC = AFC + AVC$$

### Biaya Marjinal (MC)

Kenaikan biaya produksi yang dikeluarkan untuk menambah produksi sebanyak satu unit dinamakan biaya marjinal.

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

Dimana MC adalah biaya marjinal produksi ke-n TC adalah biaya total pada waktu jumlah produksi adalah n dan TC adalah biaya total pada waktu jumlah produksi adalah n-1.

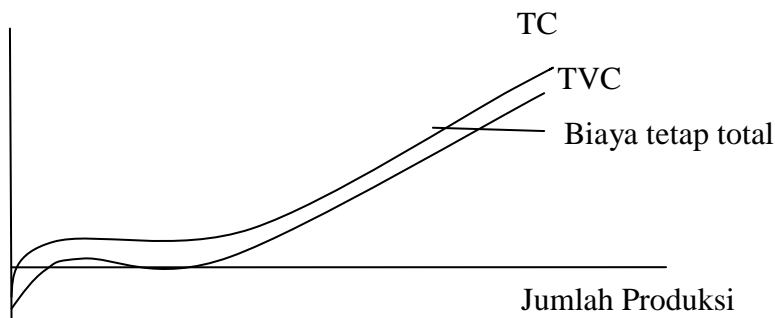
Apabila rumus seperti yang telah diterangkan sebelum ini tidak dapat dipergunakan rumus yang akan digunakan untuk menghitung biaya marjinal adalah:

$$MC_n = \frac{ATC}{AQ}$$

Contoh kenaikan produksi dan biaya produksi pada waktu tenaga kerja ditambah dari 5 menjadi 6. Ternyata produksi naik sebanyak 6 unit, yaitu dari 27 menjadi 33 unit dan biaya produksi naik sebanyak Rp. 50.000, yaitu dari Rp.300.000 menjadi Rp.350.000

Dengan demikian besarnya biaya marjinal adalah

$$Mc = \frac{350.000 - 300.000}{33 - 27} = \frac{50.000}{6} = \text{Rp. } 8333$$



## Teori biaya produksi

Kenaikan produksi dan biaya produksi pada waktu tenaga kerja ditambah dari 5 menjadi 6, ternyata produksi naik sebanyak 6 unit, yaitu dari 27 menjadi 33 unit, dan biaya produksi naik sebanyak Rp 50000, yaitu dari Rp 300000 menjadi 350000 dengan demikian besarnya biaya marjinal adalah

$$MC = \frac{350000 - 300000}{33 - 27} = \frac{50000}{6} = \text{Rp } 8333$$

## Kurva Biaya Total

- Kurva TFC, yang menggambarkan biaya tetap total
- Kurva TVC, yang menggambarkan biaya berubah total
- Kurva TC, yang menggambarkan biaya total

Kurva TFC bentuknya adalah horizontal karena nilainya tidak berubah walau berapa pun banyaknya barang yang diproduksi. Sedangkan kurva TVC bermula dari titik 0 dan semakin lama semakin bertambah tinggi.

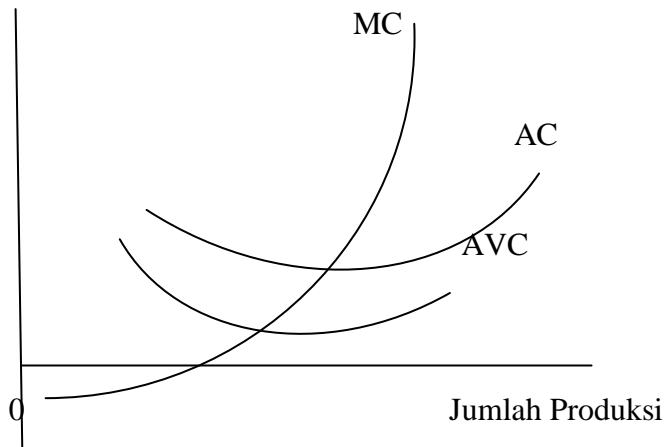
Hukum tersebut menimbulkan efek berikut ke atas kurva TVC (i) pada permulaannya apabila jumlah faktor berubah adalah sedikit, produksi marjinal dan menyebabkan TVC berbentuk agak landai (lihat bagian ab) tetapi, (ii) apabila produksi sudah semakin banyak, produksi marjinal semakin kurang dan menyebabkan kurva TVC semakin tegak (lihat bagian bc).

## Hubungan kurva MC dengan AVC dan AC

Dalam menggambarkan kurva-kurva biaya rata-rata perlulah disadari dan diingat bahwa kurva AVC dan AC dipotong oleh Kurva MC pada titik terendah dari masing-masing kurva tersebut. Hal itu harus dibuat agar tidak menyalahi hukum matematik.

1. Apabila  $MC < AVC$ , maka nilai AVC menurun ( berarti kalau kurva MC dibawah kurva AVC maka kurva AVC sedang menurun).

2. Apabila  $MC > AVC$  maka nilai  $AVC$  akan semakin besar (berarti kalau kurva  $MC$  diatas  $AVC$  maka kurva  $AVC$  sedang menarik).



### Mengambarkan Kurva Mc

Kurva  $MC$  menimbulkan sedikit masalah dalam menggambarkan , karena ia menunjukkan pertambahan biaya kalau produksi naik satu unit. Dengan demikian ada dua tingkat produksi yang berkaitan dengan nilai tersebut, tingkat produksi sebelum dan sesudah kenaikan produksi.

### 6.3 Biaya Produksi Dalam Jangka Panjang

Dalam rangka perubahan dapat menambah semua factor produksi atau input yang akan digunakannya. Oleh karena itu, biaya produksi tidak perlu lagi dibedakan antara biaya tetap dan biaya berubah. Di dalam jangka panjang tidak ada biaya tetap, semua jenis biaya yang dikeluarkan merupakan biaya berubah.

Faktor yang menentukan kapasitas produksi yang digunakan adalah tingkat produksi yang ingin dicapai.

Teori biaya produksi

- Tingkat produksi yang ingin dicapai
- Sifat dari pilihan kapasitas pabrik yang tersedia



## **Kurva Biaya Total Rata-Rata Jangka Panjang (LRAC)**

Kurva LRAC dapat didefinisikan sebagai kurva yang menunjukkan biaya rata-rata yang paling minimum untuk berbagai tingkat produksi apabila perusahaan dapat selalu mengubah kapasitas memproduksinya.

Kurva LRAC bukanlah dibentuk berdasarkan kepada kurva AC saja, tetapi berdasarkan kepada kurva AC yang tidak terhingga banyaknya. Kurva LRAC tersebut merupakan kurva yang menyinggung berbagai kurva AC jangka pendek. Titik persinggungan tersebut merupakan biaya produksi yang paling optimum / minimum untuk berbagai tingkat produksi yang akan dicapai pengusaha di dalam jangka panjang.

## **Skala Ekonomi Dan Tidak Ekonomi**

Kurva LRAC dan AC hamper bersamaan bentuknya, yaitu sama-sama berbentuk huruf U. bedanya hanya bentuk AC jauh lebih mirip U, sedangkan LRAC lebih berbentuk kuadrat. Telah diterangkan sebabnya AC berbentuk huruf U, yaitu sebagai akibat pengaruh hukum hasil lebih yang semakin berkurang.

## **Skala Ekonomi**

Skala kegiatan produksi jangka panjang dikatakan bersifat mencapai skala ekonomi (*economics of scale*) apabila pertambahan produksi menyebabkan biaya produksi rata-rata menjadi semakin rendah.

## **Spesifikasi Faktor-Faktor Produksi**

Dalam perusahaan yang kecil ukurannya para pekerja harus menjalankan beberapa tugas. Oleh sebab itu mereka tidak dapat mencapai keterampilan yang tinggi di dalam mengerjakan pekerjaan tertentu.

## **Pengurangan Harga Bahan Mentah Dan Kebutuhan Produksi Lain**

Setiap perusahaan membeli bahan mentah, mesin-mesin, dan berbagai jenis peralatan untuk melakukan kegiatan memproduksi. Harga bahan-bahan tersebut akan menjadi bertambah murah apabila pembelian bertambah

banyak. Memungkinkan produk sampingan (*by-products*) di Produksi

Di dalam perusahaan-perusahaan adakalanya bahan-bahan yang terbuang (*waste*), yaitu barang-barang yang tidak terpakai yang merupakan residu yang diciptakan oleh proses produksi di dalam perusahaan yang kecil biasanya jumlahnya tidak banyak dan adalah tidak ekonomis untuk proses menjadi barang sampingan.

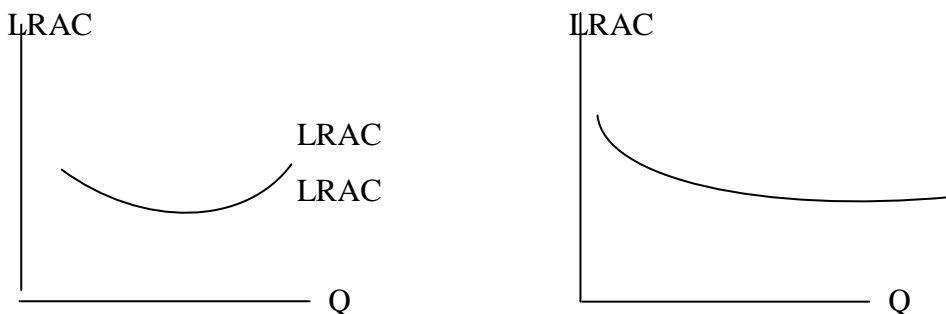
### **Mendorong Perkembangan Usaha Lain**

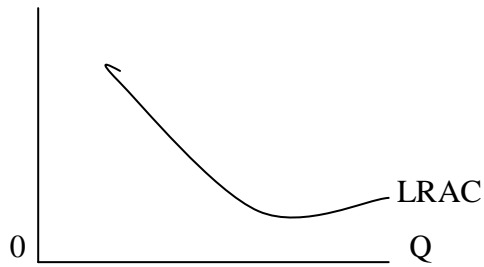
Kalau sesuatu perusahaan telah menjadi sangat besar, timbul permintaan yang cukup ekonomis untuk mengembangkan kegiatan dibidang usaha lain yang menghasilkan barang-barang atau fasilitas yang dibutuhkan perusahaan yang besar tersebut.

### **Skala Tidak Ekonomi**

Kegiatan memproduksi suatu perusahaan dikatakan mencapai skala tidak ekonomi (*diseconomies of scale*) apabila pertambahan produksi menyebabkan biaya produksi rata-rata menjadi semakin tinggi. Wujudnya skala tidak ekonomi terutama disebabkan oleh organisasi perusahaan yang sudah menjadi sangat besar sekali sehingga menimbulkan kerumitan di dalam mengatur dan memimpinya. Perusahaan yang terus menerus membesar biasanya berarti jumlah tenaga kerja yang digunakan meliputi beribu-ribu orang, dan mempunyai pabrik dan cabang tempat.

#### Beberapa Bentuk Kurva LRAC





### **Biaya Produksi**

Aktor yang sangat penting dalam menentukan jumlah perusahaan didalam sesuatu industri keadaan ini juga akan mempengaruhi bentuk kurva biaya total rata-rata jangka panjang yang dihadapi setiap perusahaan.

## Latihan Soal

1. Jelaskan hubungan di antara kurva biaya berubah rata-rata, biaya total rata-rata, dan biaya marjinal.
2. Biaya tetap total yang dikeluarkan perusahaan sebesar Rp.50000. Sedangkan biaya berubah total perusahaan ditunjukkan pada tabel berikut :

Jumlah Produksi (unit)	3	5	8	12	18
Biaya Berubah Total (Rupiah)	30000	45000	64000	72000	90000

Hitunglah biaya total, biaya rata-rata, dan biaya marjinal serta gambarkan kurvanya.

3. Berikut tabel biaya berubah total perusahaan :

Jumlah Produksi (unit)	2	4	7	11	16
Biaya Berubah Total (Rupiah)	300000	450000	700000	770000	800000

Hitunglah biaya total, biaya rata-rata, dan biaya marjinal serta gambarkan kurvanya apabila biaya tetap total adalah Rp.350000.

4. Apabila suatu proses produksi menggunakan tenaga kerja (L) dan modal (K) untuk menghasilkan suatu produk. Apabila tenaga kerja merupakan input variabel dan modal sebagai input tetap pada tingkat 20 unit. Persamaan produksi total yang dihasilkan dari proses produksi tersebut ditunjukkan oleh persamaan :  $Q=6L+20$ . Berdasarkan informasi tersebut, tentukan jumlah output (Q) yang dihasilkan pada tingkat penggunaan input L sebanyak 10 unit.
5. Diketahui fungsi biaya total adalah  $TC=1000+20Q-2Q^2+Q^3$ . Hitunglah besarnya biaya marjinal pada saat output sebesar 200 satuan.



## **BAB VII** **MEMAKSIMUMKAN LABA**

**TIU** :

Mahasiswa dapat memahami penghitungan laba maksimum

**TIK** :

Mahasiswa dapat memahami tiga pendekatan penghitungan laba maksimum

**Sub Pembahasan :**

Pendekatan Totalitas (*totality approach*), Pendekatan rata-rata (*average approach*), Pendekatan Marjinal (*marginal approach*)

## BAB VII

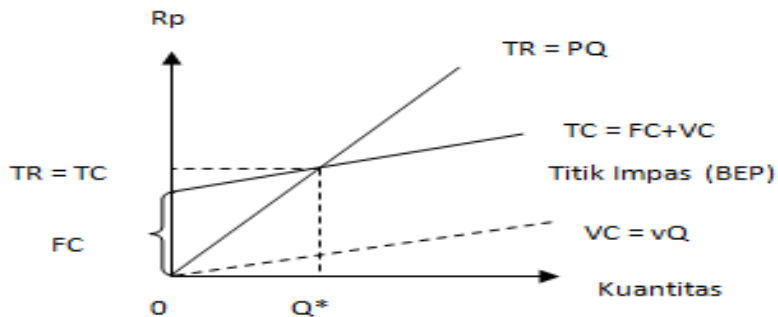
### MEMAKSIMUMKAN LABA

Pada pembahasan-pembahasan sebelumnya telah dikatakan bahwa tujuan perusahaan adalah mencari keuntungan atau laba (*profit*). Laba merupakan kompensasi atas risiko yang ditanggung oleh perusahaan. Semakin besar resiko, kemungkinan mendapatkan laba yang diperoleh juga semakin besar. Laba atau keuntungan adalah nilai penerimaan total perusahaan dikurangi biaya total yang dikeluarkan perusahaan. Jika laba dinotasikan  $\pi$ , pendapatan total sebagai TR dan biaya total adalah TC, maka  $\pi = TR - TC$ .

Perusahaan dikatakan memperoleh laba apabila nilai  $\pi$  positif ( $\pi > 0$ ) dimana  $TR > TC$ . Laba maksimum tercapai bila nilai  $\pi$  mencapai maksimum. Terdapat tiga pendekatan penghitungan laba maksimum yang akan dibahas, yakni Pendekatan totalitas, Pendekatan rata-rata, dan pendekatan marginal.

#### 7.1 Pendekatan Totalitas (*totality approach*)

Pendekatan totalitas membandingkan pendapatan total (TR) dan biaya total (TC). Pendapatan total adalah sama dengan jumlah unit *output* yang terjual (Q) dikalikan harga *output* per unit (P). Total biaya adalah sama dengan biaya tetap (FC) ditambah dengan biaya variabel (VC). Dengan demikian,  $\pi = P \cdot Q - (FC + VQ)$ . Persamaan tersebut juga dapat dipresentasikan ke dalam bentuk diagram berikut :



Gambar 7.1. Kurva TR dan TC (Pendekatan Totalitas)

Dari diagram dapat dilihat bahwa pada awalnya perusahaan mengalami kerugian dimana kurva TR di bawah kurva TC. Akan tetapi jika *output* ditambah, kerugian akan semakin kecil yang terlihat dari mengecilnya jarak kurva TR dengan kurva TC. Pada saat jumlah *output* mencapai  $Q^*$ , kurva TR berpotongan dengan kurva TC yang artinya pendapatan total sama dengan biaya total. Titik perpotongan ini disebut titik impas (*break event point*). Setelah BEP, perusahaan terus mengalami laba yang semakin membesar yang terlihat dari posisi kurva TR di atas kurva TC. Titik impas tercapai apabila  $\pi = nol$ , maka perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned}\pi &= P \cdot Q^* - (FC + VQ^*) \\ 0 &= P \cdot Q^* - (FC + VQ^*) \\ &= (P - V)Q^* - FC \\ Q^* &= \frac{FC}{(P - V)}\end{aligned}$$

### Contoh Kasus :

Hafsha adalah seorang ibu rumah tangga yang tinggal di Kota Palembang. Dia merencanakan untuk menambah penghasilan keluarga dengan menjual jajanan anak-anak berupa pempek buatan sendiri. Produknya dipasarkan ke beberapa sekolah yang ada di sekitar tempat tinggalnya. Jumlah perkiraan

permintaan potensial adalah 500 orang per hari. Untuk mewujudkan rencananya, ibu tersebut harus membeli alat-alat produksi seharga Rp. 1.000.000. Biaya produksi satu buah pempek Rp.500. Sedangkan harga jual per pempek Rp.1.000. Apakah rencana Ibu Hasfa tersebut layak untuk dilaksanakan?

**Penyelesaian :**

Biaya pembelian alat produksi adalah biaya tetap (FC), karena besarnya tidak tergantung jumlah produksi. Biaya variabel per unit (v) adalah Rp.500 dan harga jual (P) Rp.1.000. Untuk mencapai titik impas, maka jumlah pempek yang harus dijual (Q\*) adalah :

$$Q^* = \frac{Rp.1.000.000}{(1000-500)} = 2.000 \text{ pempek}$$

Pempek yang harus terjual ibu Hafsha adalah sebanyak 2.000 pempek. Setelah 2.000 pempek terjual, maka penjualan selanjutnya akan memberi keuntungan sebesar Rp.500 per pempek sehingga semakin banyak pempek yang dijual semakin besar pula laba yang diperoleh.

**7.2 Pendekatan rata-rata (*average approach*)**

Dalam pendekatan ini, perhitungan laba per unit dilakukan dengan membandingkan antara biaya produksi rata-rata (AC) dengan harga jual *output* (P). Laba total adalah laba per unit dikalikan jumlah output yang terjual, yakni :  $\pi = (P - AC). Q$

Perusahaan hanya mencapai impas apabila P sama dengan AC. Apabila harga jual per unit (P) lebih tinggi dari biaya rata-rata (AC) maka perusahaan mencapai laba.

**Contoh Kasus :**

PT.Subur Tani ingin menanam singkong di Banyuasin. Produk singkong akan dibeli langsung di lahan dengan harga jual Rp.150 per kg oleh produsen tepung tapioka. Setiap hektar diperkirakan akan menghasilkan singkong



minimal 25 ton. Biaya produksi PT.Subur Tani terdiri dari : biaya persiapan lahan Rp.500.000 per hektar; biaya penanaman dan perawatan (pupuk, obat-obatan, tenaga kerja) Rp.1.000.000 per hektar; serta biaya panen (pencabutan dan pematangan) Rp.10 per kg. Apabila perusahaan menargetkan keuntungan sebesar 1 milyar rupiah pada musim tanam mendatang, berapa hektar singkong yang harus ditanam?

Penyelesaian :

Biaya rata-rata per kilogram :

$$- \text{ Biaya persiapan lahan} = \frac{\text{Rp.500.000 per hektar}}{25 \text{ ton}} = \frac{\text{Rp.500.000 per hektar}}{25.000 \text{ kg}} =$$

20kg/hektar

$$- \text{ Biaya penanaman\&perawatan} = \frac{\text{Rp.1.000.000 per hektar}}{25.000 \text{ kg}} = 40\text{kg/hektar}$$

$$- \text{ Biaya panen} = \text{Rp.10 per kg}$$

Jumlah biaya rata-rata per kg = Rp.70 per kg.

Karena harga jual singkong (P) adalah Rp. 150 per kg, maka :

$$\pi = (P - AC)Q$$

$$1.000.000.000 = (150-70).Q$$

$$Q = 1.000.000.000 : 80\text{kg} = 12.500.000\text{kg} = 12.500 \text{ ton.}$$

Jumlah singkong yang harus dihasilkan untuk mencapai laba 1 milyar rupiah adalah 12.500 ton. Karena per hektar menghasilkan 25 ton, maka jumlah yang harus ditanam adalah 500 hektar

### 7.3 Pendekatan Marjinal (*marginal approach*)

Dalam pendekatan marjinal, perhitungan laba dilakukan dengan membandingkan biaya marjinal (MC) dan pendapatan marjinal (MR). Laba maksimum akan tercapai pada saat MR=MC. Kondisi tersebut dapat dijelaskan secara matematis, grafis dan verbal.

a. Penjelasan secara matematis

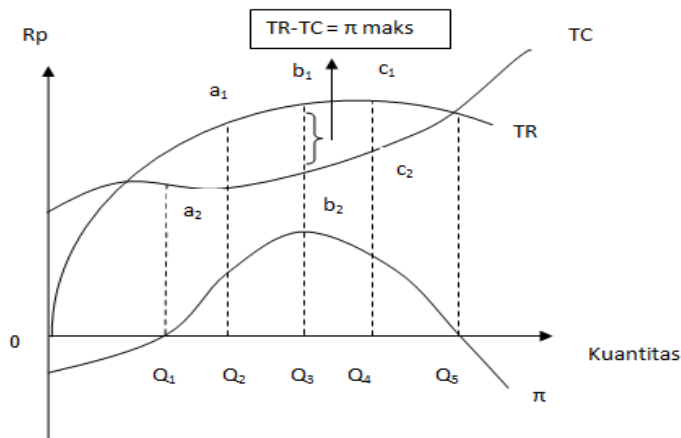
$\pi = TR - TC$ , jika masing-masing fungsi diturunkan maka :

$$\frac{\partial \pi}{\partial Q} = \frac{\partial TR}{\partial Q} - \frac{\partial TC}{\partial Q} = 0$$

$$= MR - MC = 0$$

$MR = MC$ ,  $\pi$  maksimum atau kerugian maksimum apabila perusahaan memproduksi pada output dimana  $MR=MC$ .

b. Penjelasan secara grafis



Pada diagram terlihat bahwa tingkat output yang memberikan laba adalah interval  $Q_1$ - $Q_5$ . Jika *output* di bawah  $Q_1$  maka perusahaan mengalami kerugian karena  $TR < TC$  dan begitu juga jika *output* di atas jumlah  $Q_5$ . Garis singgung  $b_1$  adalah turunan pertama dari fungsi TR atau sama dengan MR. Sedangkan garis singgung  $b_2$  adalah turunan pertama fungsi TC atau sama dengan MC. Garis singgung  $b_1$  sejajar dengan garis singgung  $b_2$  yang artinya  $MR=MC$ .

c. Penjelasan secara verbal

Perusahaan akan mencapai laba maksimum apabila memproduksi dengan kuantitas produk di  $Q_3$ . Perhatikan pergerakan kurva laba di sepanjang interval  $Q_1$ - $Q_5$ .

- ✓ Apabila terjadi penambahan *output* sepanjang sub-interval  $Q_1$ - $Q_3$ .  
Laba naik apabila *output* ditambah dari  $Q_1$  ke  $Q_2$ , akan tetapi sudut kecuraman garis singgung  $a_1(\text{MR})$  lebih besar daripada  $a_2(\text{MC})$ . Apabila *output* ditambah satu unit maka tambahan pendapatan (MR) lebih besar daripada tambahan biaya (MC), sehingga akan lebih baik jika perusahaan menambah kuantitas produk yang dihasilkan sampai kepada  $Q_3$ .
- ✓ Pada saat *output*  $Q_3$   
Pada saat kuantitas produk yang dihasilkan sebanyak  $Q_3$ , garis singgung  $b_1(\text{MR})$  sejajar dengan garis singgung  $b_2(\text{MC})$ , sehingga tambahan pendapatan (MR) akan sama dengan tambahan biaya (MC).
- ✓ Interval  $Q_3$ - $Q_5$   
Jika *output* ditambah dari  $Q_3$  ke  $Q_4$ , terlihat bahwa sudut kemiringan garis singgung  $c_1$  (MR) sudah lebih kecil dari sudut kemiringan garis singgung  $c_2$  (MC). Maksudnya, apabila kuantitas produk ditambah satu unit maka tambahan pendapatan (MR) akan lebih kecil dibandingkan tambahan biaya (MC). Sehingga perusahaan akan mengalami kerugian yang terlihat dari menurunnya kurva  $\pi$ .

## Latihan Soal

1. Apabila seorang pedagang ingin menjual barang dagangannya dengan perkiraan penjualan 25 unit per hari. Biaya yang akan dikeluarkan untuk membeli peralatan adalah sebesar Rp.500.000. Apabila harga jual barang per unit sebesar Rp.40.000 dan biaya produksi satu unit barang sebesar Rp.25.000. Jelaskan kelayakan rencana usaha pedagang tersebut?
2. PT.Beras Jaya ingin menanam padi di Baturaja. Padi yang siap panen akan dibeli langsung di lahan dengan harga jual Rp.400 per kg oleh produsen. Setiap hektar diperkirakan akan menghasilkan beras minimal 30 ton. Biaya produksi terdiri dari : biaya persiapan lahan Rp.1.000.000 per hektar; biaya penanaman dan perawatan (pupuk, obat-obatan, tenaga kerja) Rp.1.500.000 per hektar; serta biaya panen Rp.10 per kg. Apabila perusahaan mentargetkan keuntungan sebesar 2 milyar rupiah pada musim tanam mendatang, berapa hektar padi yang harus ditanam?
3. Sebuah perusahaan mempunyai fungsi permintaan  $Q=100-2P$ . Hitunglah fungsi MR?
4. Jika diketahui fungsi harga per unit adalah  $P=200-2Q$  dan fungsi biaya adalah  $C=50Q+20000$ . Hitunglah Laba Maksimal perusahaan.
5. Apabila diketahui  $TR=75Q-Q^2$  dan  $TC=4Q^2+15Q$ . Hitunglah laba maksimum yang akan didapatkan?



## **BAB VIII**

### **PASAR PERSAINGAN SEMPURNA**

#### **TIU :**

Mahasiswa dapat memahami struktur pada pasar persaingan sempurna

#### **TIK :**

Mahasiswa dapat memahami karakteristik pasar persaingan sempurna, permintaan dan penawaran dalam pasar persaingan sempurna, maksimisasi keuntungan jangka pendek, serta efek ekonomi (kebaikan dan keburukan) pasar persaingan sempurna.

#### **Pokok Pembahasan :**

Karakteristik Pasar Persaingan Sempurna, Permintaan dalam Pasar Persaingan Sempurna, Penawaran dalam Pasar Persaingan Sempurna, Kebaikan dan Keburukan Pasar Persaingan Sempurna

## **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 prakteknya tidaklah mudah untuk menentukan jenis industri yang struktur organisasinya digolongkan kepada persaingan sempurna yang murni, yaitu yang ciri-cirinya sepenuhnya bersamaan dengan dalam teori.

### **8.1 Karakteristik Pasar Persaingan Sempurna**

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

#### **a. Perusahaan Adalah Pengambil Harga**

Pengambil harga atau price taker berarti suatu perusahaan yang ada di dalam pasar tidak dapat menentukan atau mengubah harga pasar. Harga barang di pasar ditentukan oleh interaksi di antara keseluruhan produsen dan keseluruhan pembeli.

#### **b. Setiap Perusahaan Mudah Keluar Atau Masuk**

Penjual dapat dengan mudah untuk masuk maupun keluar dari industri tersebut.

#### **c. Menghasilkan Barang Serupa**

Barang yang dihasilkan sangat sama atau serupa. Barang seperti itu dinamakan dengan istilah barang identical atau homogenous dikarenakan barang-barang tersebut adalah sangat serupa dan para pembeli tidak dapat membedakan yang mana yang dihasilkan oleh produsen A atau B atau produsen lainnya.

**d. Terdapat Banyak Perusahaan di Pasar**

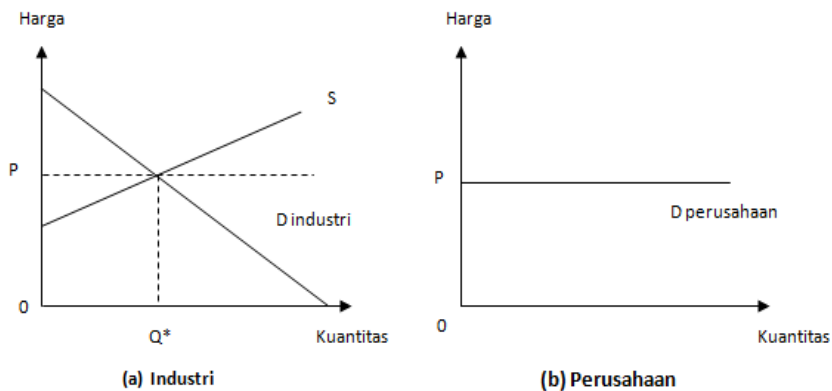
Perusahaan tidak mempunyai kekuasaan untuk mengubah harga. Sifat ini meliputi dua aspek, yaitu jumlah perusahaan sangat banyak dan masing-masing perusahaan adalah relatif kecil kalau dibandingkan dengan keseluruhan jumlah perusahaan di dalam pasar.

**e. Pembeli Mempunyai Pengetahuan Sempurna Mengenai Pasar**

Para pelaku ekonomi (konsumen dan produsen) memiliki pengetahuan sempurna mengenai produk dan harga barang yang dijual. Sehingga konsumen tidak akan mengalami pelakuan harga jual yang berbeda dari setiap perusahaan lainnya.

**Permintaan Dalam Pasar Persaingan Sempurna**

Tingkat harga dalam pasar persaingan sempurna ditentukan oleh permintaan dan penawaran. Perusahaan secara individu harus menerima harga tersebut sebagai harga jual dikarenakan jumlah barang perusahaan relatif sangat kecil dibanding barang pasar, sehingga berapapun barang yang dijual perusahaan maka harga relatif tidak berubah. Sehingga kurva permintaan yang dihadapi perusahaan secara individu berbentuk garis lurus horizontal seperti yang terlihat diagram dibawah ini.

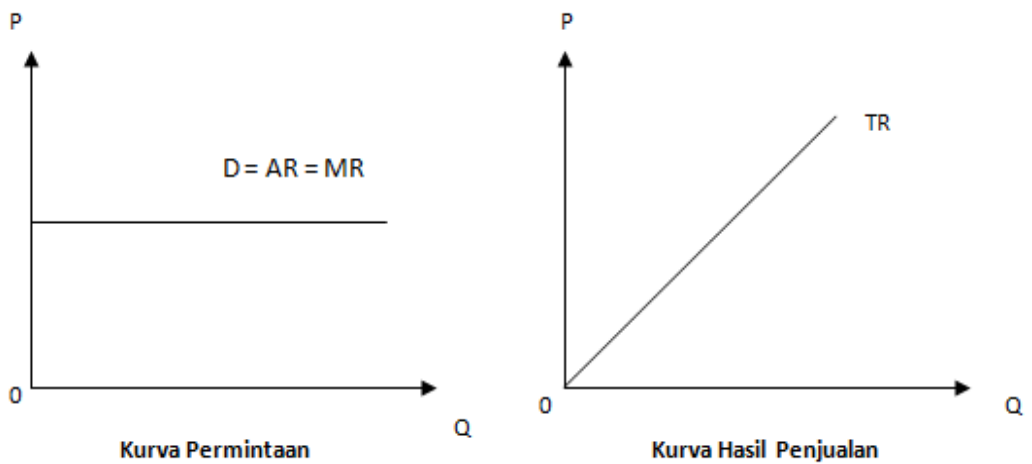


Gambar 8.1. Kurva Permintaan Industri dan Perusahaan dalam Pasar Persaingan Sempurna

## Hasil Penjualan Marjinal, Rata-rata dan Total

### Hasil Penjualan Rata-rata

Kurva permintaan pada dasarnya digambarkan dengan tujuan untuk menjelaskan tentang jumlah permintaan terhadap sesuatu barang pada berbagai tingkat harga. Dalam menganalisis kegiatan perusahaan, menunjukkan pula hasil penjualan rata-rata yang diterima produsen pada berbagai tingkat produksinya. Untuk suatu perusahaan dalam pasar persaingan sempurna hasil penjualan rata-rata (AR) adalah seperti yang ditunjukkan dalam Gambar 8.2.



Gambar 8.2. Kurva Hasil Penjualan rata-rata, Marjinal dan Total

### Hasil Penjualan Marjinal

Satu konsep (istilah) mengenai hasil penjualan yang sangat penting untuk diketahui dalam analisis penentuan harga dan produksi oleh suatu perusahaan adalah pengertian hasil penjualan marjinal (MR), yaitu tambahan hasil penjualan yang diperoleh perusahaan dari menjual satu unit lagi barang yang diproduksikannya. Dalam pasar persaingan sempurna berlaku keadaan berikut harga = hasil penjualan rata-rata = hasil penjualan marjinal.



## Hasil Penjualan Total

Seluruh jumlah pendapatan yang diterima perusahaan dari menjual barang yang diproduksikannya dinamakan hasil penjualan total (Total Revenue). Telah diterangkan bahwa dalam pasar persaingan sempurna harga tidak akan berubah walau bagaimanapun banyaknya jumlah barang yang dijual perusahaan. Ini menyebabkan kurva penjualan total (TR) adalah berbentuk garis lurus.

## Pemaksimalan Keuntungan Jangka Pendek

Dalam analisis jangka pendek, maksimalisasi keuntungan perusahaan yang ada di pasar persaingan sempurna, dapat ditunjukkan dengan :

1. Membandingkan hasil penjualan total dengan biaya total

Dengan cara ini keuntungan maksimal dapat tercapai apabila perbedaan nilai antara penjualan total dengan biaya total yang paling maksimum. Artinya pencapaian keuntungan maksimum adalah sama dengan:

Keuntungan = Hasil Penjualan Total – Biaya produksi Total

2. Menunjukkan keadaan dimana hasil penjualan marjinal sama dengan biaya marjinal.

Maksimalisasi laba dengan cara ini dilihat dari kondisi dimana biaya marjinal (MC) sama dengan keuntungan marjinal (MR) atau  $MR = MC$ . Jika perusahaan dari data yang dipunyainya berada dalam kondisi  $MR > MC$ , maka yang dilakukan adalah menambah produksi untuk meningkatkan keuntungan, sebaliknya jika  $MC > MR$  maka tambahan produksi malah mengurangi keuntungan sehingga perusahaan cenderung mengurangi produksi. Artinya kondisi yang paling menguntungkan adalah  $MR = MC$ . Untuk kondisi ini keuntungan dirumuskan dengan:

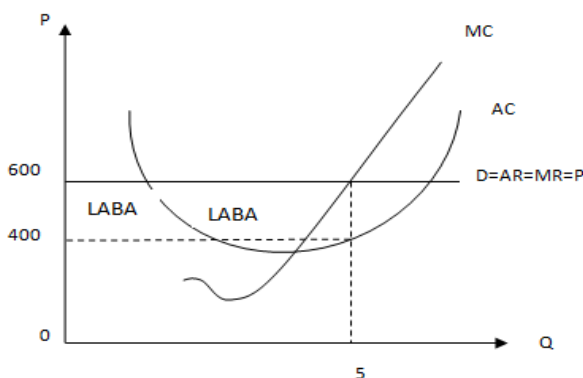
**Tambahan untung = Tambahan Penjualan Total – Tambahan biaya**

Perhatikan Tabel berikut :

**Tabel 8.1. Menentukan Keuntungan Maksimum**

Jumlah Produksi (Q)	Harga (P)	Hasil Penjualan (TR=P×Q)	Total Biaya (TC)	Laba (TR-TC)	Pendapatan Marjinal ( $MR = \frac{\partial TR}{\partial Q}$ )	Biaya Marjinal ( $MC = \frac{\partial TC}{\partial Q}$ )
0	600	0	300	(300)	-	-
2	600	1200	800	400	600	300
4	600	2400	1700	700	600	500
<b>5</b>	<b>600</b>	<b>3000</b>	<b>2300</b>	<b>700</b>	<b>600</b>	<b>600</b>
6	600	3600	3000	600	600	700
8	600	4800	4700	100	600	900

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa dengan cara yang pertama keuntungan maksimum perusahaan adalah pada saat produk sebanyak 4 dan 5 dimana TR-TC sama dengan 700. Sedangkan dengan cara kedua, keuntungan maksimum adalah saat perusahaan memproduksi sebanyak 5 dimana  $MC = MR = 600$ . Penentuan keuntungan maksimum juga dapat digambar dengan grafik berikut :



**Gambar 8.3. Menentukan Keuntungan Maksimum dengan Kurva Biaya dan Penjualan Marjinal**

Dalam jangka pendek terdapat empat kemungkinan dalam corak keuntungan atau kerugian perusahaan (atau keadaan keseimbangan perusahaan), yaitu:

- ✓ Mendapat untung luar biasa (untung melebihi normal)
- ✓ Mendapat untung normal

Perusahaan akan mendapat untung luar biasa apabila harga lebih tinggi dari biaya rata-rata yang paling minimum. Keuntungan seperti ini hanya akan berlaku dalam jangka pendek. Dalam jangka panjang adanya keuntungan tersebut akan menarik kemasukan perusahaan-perusahaan baru. Maka penawaran barang akan bertambah dan ini mengakibatkan penurunan harga sehingga akhirnya keuntungan luar biasa tersebut tidak wujud lagi.

- ✓ Mengalami kerugian tetapi masih dapat membayar biaya berubah

Perusahaan mengalami kerugian tetapi masih dapat beroperasi, yaitu harga adalah lebih rendah dari biaya total rata-rata, tetapi lebih tinggi dari biaya berubah rata-rata. Dalam keadaan seperti ini perusahaan akan meneruskan usahanya, karena kalau tidak akan mengalami kerugian yang lebih besar lagi, yaitu sebanyak biaya tetap yang dikeluarkannya.

- ✓ Dalam keadaan menutup atau membubarkan perusahaan

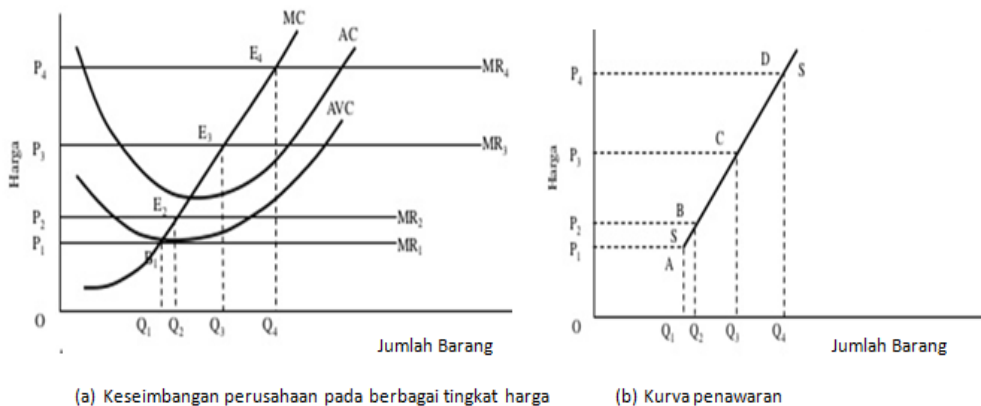
Perusahaan akan menutup usahanya berlaku apabila hasil penjualan hanyalah sebesar atau kurang dari biaya berubah. Sekiranya perusahaan menghadapi keadaan seperti ini, tidak ada gunanya bagi perusahaan untuk meneruskan kegiatan memproduksi. Walaupun perusahaan menghasilkan barang, ia sama sekali tidak dapat memperoleh pendapatan untuk menutupi biaya tetap yang telah dikeluarkannya.

### **8.3 Penawaran dalam Pasar Persaingan Sempurna**

Analisis tentang keuntungan maksimum dalam jangka pendek setiap perusahaan yang ada di pasar/industri persaingan sempurna menunjukkan

bahwa, karena perusahaan adalah penerima harga maka penerimaan marjinalnya sama dengan harga pasar. Sedangkan keuntungan maksimum yang diperoleh perusahaan ditemukan pada perpotongan antara garis harga ( $P=MC=D$ ), dengan kurva biaya marjinal (MC), pada kuantitas maksimum ( $Q_{max}$ ).

Kondisi tersebut menjadikan perusahaan bereaksi sama terhadap kenaikan harga. Ketika harga naik maka perusahaan akan meningkatkan produksi sesuai dengan biaya marjinalnya, demikian jika terjadi sebaliknya, tingkat produksi dan harga akan senantiasa menyesuaikan dengan kurva biaya marjinal (MC) perusahaan. Dengan demikian pada dasarnya karena kurva biaya marjinal perusahaan menentukan berapa banyak perusahaan itu bersedia memproduksi berdasarkan tingkat harga yang berlaku di pasar, maka kurva biaya marjinal (MC) merupakan kurva penawaran (S) perusahaan kompetitif.



Gambar 8.4. Membentuk Kurva Penawaran Perusahaan Jangka Pendek

Dari gambar di atas, kurva SS merupakan kurva yang digambarkan melalui titik A,B,C dan D adalah kurva penawaran dari perusahaan tersebut karena menggambarkan perkaitan di antara tingkat harga dengan jumlah barang yang diproduksi dan ditawarkan oleh perusahaan tersebut di pasar.

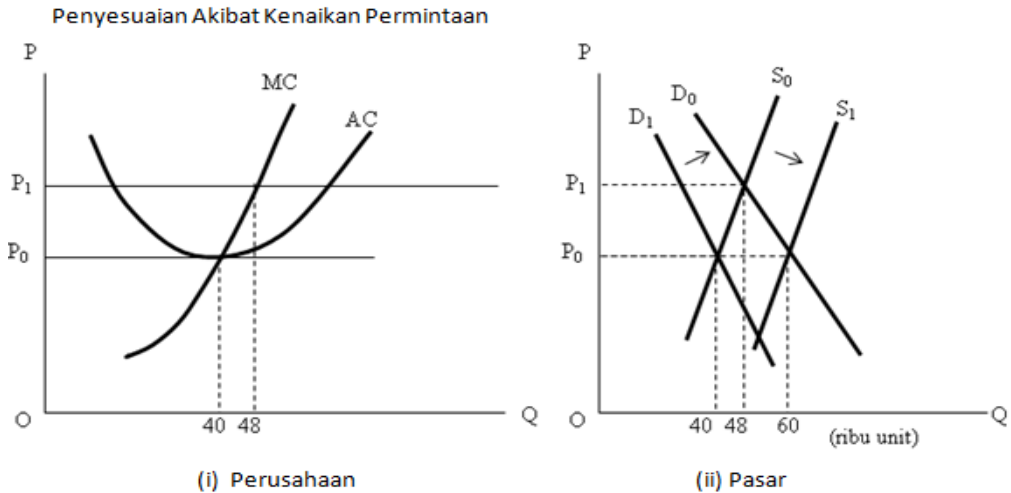
Industri merupakan akumulasi dari seluruh perusahaan-perusahaan yang pada saat bersamaan berinteraksi di pasar, dengan demikian kurva penawaran industri di pasar persaingan sempurna merupakan gabungan dari kurva-kurva penawaran setiap perusahaan di pasar persaingan sempurna. Dalam kondisi ini tidak semua perusahaan pada kemampuan yang sama untuk memproduksi dan biaya yang dimilikinya, sehingga penentuan Marjinal Cost (MC), dan kemampuan Kuantitas maksimumnya ( $Q_{max}$ ), pada setiap tingkat harga akan berbeda. Artinya untuk menentukan kurva penawaran (S) dari semua perusahaan dalam pasar persaingan sempurna dilakukan dengan menjumlahkan setiap kuantitas yang dijual pada setiap harga.

### **Operasi Perusahaan Dan Industri Dalam Jangka Panjang**

Dalam jangka panjang perusahaan dan industri dapat membuat beberapa perubahan tertentu yang di dalam jangka pendek tidak dapat dilakukan. Perusahaan dapat menambah faktor-faktor produksi yang di dalam jangka pendek adalah tetap jumlahnya. Kemungkinan ini menyebabkan perusahaan tidak lagi mengeluarkan biaya tetap. Semuanya adalah biaya berubah. Perubahan lain yang mungkin berlaku dalam jangka panjang adalah kemajuan teknologi, kenaikan upah tenaga kerja dan kenaikan harga-harga umum (inflasi).

#### **a) Perubahan Akibat Kenaikan Permintaan**

Untuk memudahkan analisis, dalam uraian yang akan di buat dimisalkan kurva biaya untuk setiap perusahaan adalah bersamaan, yaitu seperti yang ditunjukkan Gambar 8.5 (i). Kurva permintaan dan penawaran yang ditunjukkan dalam Gambar 8.5 (ii) menggambarkan permintaan dan penawaran dalam industri (pasar) dan dimisalkan industri terdiri dari 1000 perusahaan.



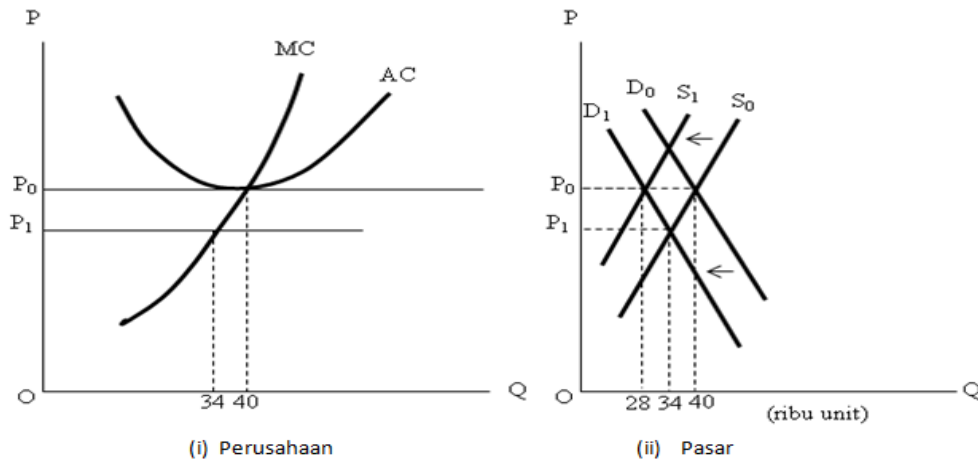
Gambar 8.5 (i) Perubahan Akibat Kenaikan Permintaan

Gambar 8.5 (ii) menunjukkan bahwa pada harga  $P_0$  perusahaan mendapat untung normal. Dapat dilihat dalam Gambar 11.9 (i) bahwa kenaikan harga dari  $P_0$  menjadi  $P_1$  menyebabkan setiap perusahaan mendapat keuntungan melebihi normal. Hal ini merupakan daya penarik kepada perusahaan - perusahaan baru untuk masuk ke dalam industri. Kemasukan itu akan terus berlangsung sehingga keuntungan melebihi normal ini tidak wujud lagi. Sekarang jumlah barang yang diperjual belikan telah menjadi 60000 unit sedangkan setiap perusahaan memproduksi sebanyak seperti pada keadaan permulaan, yaitu 40 unit. Berarti jumlah perusahaan yang ada dalam industri telah menjadi 1500.

### **b) Perubahan Yang Diakibatkan Oleh Kemerostan Permintaan**

Misalkan permintaan dalam pasar turun dari  $D_0$  menjadi  $D_1$ . perubahan ini menyebabkan harga turun dari  $P_0$  menjadi  $P_1$ , yang selanjutnya menyebabkan jumlah barang yang diperjualbelikan turun dari 40000 unit menjadi 34000 unit. Oleh karenanya setiap perusahaan mengalami kerugian. sekarang jumlah barang yang diperjualbelikan di pasar hanya sebanyak 2800, sedangkan setiap perusahaan telah kembali menghasilkan sebanyak 40 unit.

Dengan demikian jumlah perusahaan telah berkurang, yaitu dari pada mulanya berjumlah 1000 sekarang hanya terdapat sebanyak  $2800/40 = 700$  perusahaan.



Gambar 8.6. Penyesuaian Akibat Kemerostan Permintaan

### Keuntungan Jangka Panjang: Untung Normal

Dua keadaan yang baru saja diuraikan di atas menunjukkan bahwa di dalam jangka panjang perusahaan-perusahaan tidak mungkin memperoleh keuntungan luar biasa (melebihi normal). Dalam jangka panjang perusahaan-perusahaan dalam persaingan sempurna cenderung untuk memperoleh keuntungan normal saja.

### Kurva Penawaran Industri Dalam Jangka Panjang

Dalam jangka panjang faktor-faktor produksi dapat ditambah dan teknologi berkembang. Perubahan seperti ini mengurangi biaya produksi. Tetapi di samping itu harga-harga faktor produksi dapat mengalami kenaikan dan inflasi berlaku dalam ekonomi. Berdasarkan kepada sifat perubahan biaya produksi dalam jangka panjang, kurva penawaran industri dalam pasar persaingan sempurna dapat dibedakan kepada tiga bentuk, yaitu yang dipengaruhi biaya produksi yang bersifat :

- ✓ Biaya jangka panjang yang tidak berubah.  
Permintaan dapat mengalami kenaikan atau penurunan. Pada akhirnya interaksi di antara permintaan yang telah mengalami perubahan dengan penawaran yang menyesuaikan dengan perubahan permintaan tersebut akan menyebabkan harga tetap sebesar  $P_0$ .
- ✓ Biaya jangka panjang yang semakin meningkat.  
Pada umumnya di dalam jangka panjang perusahaan akan mengalami kenaikan biaya produksi. Hal ini terutama disebabkan oleh harga-harga faktor produksi yang semakin bertambah tinggi.
- ✓ Biaya jangka panjang yang semakin menurun.  
Berlakunya penurunan biaya produksi dalam suatu industri pada umumnya ditimbulkan oleh (i) kemajuan teknologi dalam industry tersebut, (ii) perbaikan industri lain (misalnya industri A) yang menghasilkan bahan mentah kepada industri tersebut. Industri lain tersebut, karena menghadapi permintaan yang bertambah banyak, dapat menikmati skala ekonomi dan memungkinkannya menjual barangnya dengan harga yang lebih murah. Maka industri yang pertama, yang menggunakan bahan mentah industri lain (industri A), akan dapat menurunkan biaya produksinya di dalam jangka panjang.

#### **8.4 Kebaikan dan Keburukan Pasar Persaingan Sempurna**

Analisis ekonomi pasar yang paling ideal adalah menganalisis pasar persaingan sempurna, karena disana banyak sekali kelebihan-kelebihan atau kebaikan dari pasar tersebut, namun secara umum ternyata mengandung juga kelemahan. Secara umum diuraikan, sebagai berikut :

##### **Kebaikan Pasar persaingan Sempurna**

1. Persaingan sempurna memaksimumkan efisiensi

Dalam analisis ekonomi efisiensinya terletak pada penggunaan sumber-sumber daya yang paling efisien dalam artian seluruh sumber



daya yang ada digunakan dan penggunaannya telah memaksimalkan kesejahteraan masyarakat. Efisiensi perusahaan dalam pasar ini meliputi dua konsep efisiensi yaitu:

a. Efisiensi Produktif.

Untuk efisiensi ini mengandung pengertian dimana untuk perusahaan dalam setiap proses produksi biaya yang dikeluarkan adalah yang paling minimal, dan secara keseluruhan industri harus memproduksi barang pada biaya rata-rata yang paling rendah.

Untuk kondisi ini perusahaan dan industri dalam pasar persaingan sempurna telah mencapai efisiensi produktif, karena dalam jangka panjang perusahaan dalam pasar persaingan sempurna dapat untung normal ketika biaya produksi yang digunakan adalah biaya produksi yang paling minimal.

b. Efisiensi Alokatif

Efisiensi alokatif dilihat dari apakah alokasi sumber-sumber daya ke berbagai kegiatan ekonomi/produksi telah tercapai tingkat maksimum. Efisiensi alokatif akan tercapai bila harga setiap barang sama dengan biaya marginal untuk memproduksi barang tersebut. Artinya setiap kegiatan ekonomi, produksi harus terus dilakukan sehingga tercapai keadaan dimana harga = biaya marginal/ $P = MC$ . Dalam pasar persaingan sempurna diketahui bahwa harga = penjualan marginal ( $P = MR$ ). Sedangkan syarat memaksimalkan keuntungan dalam pasar ini adalah Penjualan Marginal = Biaya marginal ( $MR = MC$ ). Dengan demikian dalam jangka panjang keadaan ini akan berlaku Harga = Penjualan Marginal = Biaya Marginal atau  $P = MR = MC$ . Artinya pasar persaingan sempurna memiliki efisiensi alokatif

## 2. Kebebasan bertindak dan memilih

Persaingan sempurna menghindari adanya konsentrasi kekuasaan ditangan segelintir orang/perusahaan yang akan membatasi kebebasan seseorang untuk melakukan kegiatan dan memilih pekerjaan yang disukai, dan akan membatasi untuk memilih barang yang akan dikonsumsinya.

Dalam pasar persaingan sempurna tidak seorangpun memiliki kekuasaan unt mengatur harga, jumlah produksi dan jenis barang yang diproduksi, begitu pula dalam menentukan faktor-faktor produksi yang akan digunakan dan corak pengalokasiannya, dalam hal ini efisiensi lah yang akan menentukan pengalokasiannya.

Kondisi ini mengakibatkan masyarakat memiliki kebebasan untuk untuk berproduksi dengan mengalokasikan sumberdaya yang dimilikinya terhadap berbagai jenis produk. Masyarakat memiliki kebebasan pula untuk memilih kombinasi faktor-faktor produksi yang dimilikinya untuk berproduksi.

### **Keburukan Pasar Persaingan Sempurna**

Beberapa kelemahan pada pasar persaingan sempurna antara lain :

#### ✓ **Persaingan Sempurna Tidak Mendorong Inovasi**

Dalam pasar persaingan sempurna teknologi dapat dicontoh dengan mudah oleh perusahaan lain. Sebagai akibatnya suatu perusahaan tidak dapat memperoleh keuntungan yang kekal dari mengembangkan teknologi dan teknik memproduksi yang baru tersebut. Ketidakekalan keuntungan dari mengembangkan teknologi ini menyebabkan perusahaan-perusahaan tidak terdorong untuk melakukan perkembangan teknologi dan inovasi.

✓ **Persaingan Sempurna Adakalanya Menimbulkan Biaya Sosial**

Di dalam menilai efisiensi perusahaan yang diperhatikan adalah cara perusahaan itu menggunakan sumber-sumber daya. Ditinjau dari sudut pandang perusahaan, penggunaannya mungkin sangat efisien. Akan tetapi, ditinjau dari sudut kepentingan masyarakat, adakalanya merugikan.

✓ **Membatasi Pilihan Konsumen**

Karena barang yang dihasilkan perusahaan-perusahaan adalah 100 persen sama, konsumen mempunyai pilihan yang terbatas untuk menentukan barang yang akan dikonsumsinya.

✓ **Biaya Produksi dalam Persaingan Sempurna Mungkin Lebih Tinggi**

Di dalam mengatakan biaya produksi dalam pasar persaingan sempurna adalah paling minimum, tersirat (yang tidak dinyatakan) pemisalan bahwa biaya produksi tidak berbeda. Pemisalan ini tidak selalu benar.

✓ **Distribusi Pendapatan Tidak Merata**

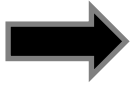
Suatu corak distribusi pendapatan tertentu menimbulkan suatu pola permintaan tertentu dalam masyarakat. Pola permintaan tersebut akan menentukan bentuk pengalokasian sumber-sumber daya. Ini berarti distribusi pendapatan menentukan bagaimana bentuk dari penggunaan sumber-sumber daya yang efisien. Kalau distribusi pendapatan tidak merata maka penggunaan sumber-sumber daya (yang dialokasikan secara efisien) akan lebih banyak digunakan untuk kepentingan golongan kaya.

## Latihan Soal

1. Jelaskan dengan menggunakan angka dan secara grafik bagaimana suatu perusahaan dalam pasar persaingan sempurna mencapai tingkat keuntungan yang maksimum?
2. Sebuah perusahaan yang beroperasi di dalam pasar persaingan sempurna mempunyai struktur biaya sebagai berikut : biaya marjinal  $MC=5+2Q$ , biaya tetap (FC) = 4, biaya variabel rata-rata  $AVC=4+Q$ . Apabila harga jual  $P=Rp.10$  per unit. Hitunglah jumlah output yang harus dijual untuk mendapatkan laba maksimal serta berapakah laba maksimal yang akan diperoleh tersebut?
3. Suatu perusahaan biscuit beroperasi dalam pasar persaingan sempurna. Biaya produksi dinyatakan sebagai  $C=250+Q^2$ . Apabila harga jual per unit sebesar 75 dan biaya tetap adalah sebesar 110. Berapakah jumlah biscuit yang harus diproduksi untuk mencapai laba maksimal dan berapa besar laba maksimal tersebut?
4. Diketahui fungsi  $TR=400Q$  dan  $TC=3000+2800Q+250Q^2$ . Hitunglah besarnya output pada saat laba maksimum?
5. Misalkan suatu perusahaan dalam persaingan sempurna mengeluarkan biaya tetap sebesar Rp.200.000. Berikut biaya berubah total pada berbagai tingkat produksi :

Jumlah Produksi (unit)	2	4	8	10	12
Biaya Berubah Total (Rupiah)	40000	60000	100000	120000	150000

Hitunglah biaya total, biaya rata-rata, dan biaya marjinal. Apabila harga barang di pasar Rp.175.000, hitunglah hasil penjualan total pada berbagai tingkat produksi.



## **BAB IX**

### **MONOPOLI**

**TIU :**

Mahasiswa dapat memahami struktur pada pasar monopoli

**TIK :**

Mahasiswa dapat memahami faktor-faktor penyebab terbentuknya pasar monopoli, karakteristik pasar monopoli, permintaan dan penawaran dalam monopoli, menganalisis sebuah perusahaan monopoli menentukan kuantitas produksi dan harga produknya, memahami penerapan diskriminasi harga pasar monopoli, memaksimalkan keuntungan jangka pendek, serta efek ekonomi (kebaikan dan keburukan) pasar monopoli.

**Pokok Pembahasan :**

Struktur pasar dan Faktor-faktor yang menimbulkan pasar persaingan monopoli, Karakteristik pasar persaingan monopoli, Permintaan dan Penerimaan Perusahaan Monopoli, Keseimbangan jangka pendek dan panjang pasar persaingan monopoli, Keseimbangan dan memaksimalkan keuntungan jangka panjang pasar monopoli, Monopoli Dan Diskriminasi Harga, Monopoli alamiah dan Biaya Sosial (Keburukan) Monopoli, Pengaturan Perusahaan Monopoli, Monopoli dan Kesejahteraan Masyarakat.

## MONOPOLI

Struktur pasar yang sangat bertentangan ciri-cirinya dengan persaingan sempurna adalah pasar monopoli. Monopoli adalah suatu bentuk pasar dimana hanya terdapat satu perusahaan saja dan perusahaan ini menghasilkan barang yang tidak mempunyai barang pengganti yang sangat dekat. Analisis mengenai pemaksimalan keuntungan dipasar persaingan sempurna dalam perusahaan monopoli menggunakan dua cara, yaitu: (i) dengan pendekatan biaya total dan hasil penjualan total; (ii) dengan pendekatan biaya marjinal dan hasil penjualan marjinal.

### 9.1 Faktor-faktor yang menimbulkan pasar persaingan 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 yang dibedakan atas dua jenis, yaitu :

#### 1. Alasan teknis (technical barriers to entry)

Ketidakmampuan bersaing secara teknis menyebabkan perusahaan lain sulit bersaing dengan perusahaan yang sudah ada (*existing firm*). Keunggulan secara teknis ini disebabkan oleh beberapa hal seperti :

- a) Perusahaan memiliki kemampuan dan pengetahuan khusus (*special knowledge*) yang memungkinkan berproduksi sangat efisien. Perusahaan monopoli **mempunyai suatu sumber daya tertentu yang unik** dan tidak dimiliki perusahaan lain.

Salah satu sumber penting dari adanya monopoli adalah pemilikan suatu sumber daya yang unik (istimewa) yang tidak dimiliki oleh orang lain atau perusahaan lain. Satu contoh yang jelas dalam hal ini

adalah “suara emas” dari seorang penyanyi terkenal atau kemampuan bermain yang sangat luar biasa oleh seorang pemain sepak bola. Hanya merekalah yang mempunyai kepandaian tersebut dan harus dibayar lebih mahal dari biasa apabila masyarakat ingin menikmatinya.

- b) Tingginya efisiensi memungkinkan perusahaan mempunyai biaya (MC dan AC) yang menurun. Makin besar skala produksi, biaya marjinal semakin menurun sehingga biaya produksi per unit (AC) semakin rendah (*decreasing MC and AC*).

Suatu perusahaan hanya akan menikmati skala ekonomi yang maksimum apabila tingkat produksinya adalah sangat besar jumlahnya. Pada waktu perusahaan mencapai keadaan dimana biaya produksi mencapai minimum, jumlah produksi adalah hampir menyamai jumlah permintaan yang wujud dipasar. Dengan demikian, sebagai akibat dari skala ekonomi yang demikian sifatnya, perusahaan dapat menurunkan harga barang apabila produksi semakin tinggi. Pada tingkat produksi yang sangat tinggi, harga adalah sedemikian rendahnya sehingga perusahaan-perusahaan baru tidak akan sanggup bersaing dengan perusahaan yang terlebih dulu berkembang. Keadaan ini mewujudkan pasar monopoli.

- c) Perusahaan memiliki kemampuan kontrol sumber faktor produksi (alam, manusia maupun lokasi produksi).

Perusahaan yang memiliki daya monopoli karena kemampuan teknis disebut perusahaan monopoli alamiah (*natural monopolist*).

1. Karena alasan hukum atau undang – undang (legal barriers to entry)

- a) Undang-undang dan Hak Khusus

Kebanyakan monopoli murni tercipta karena alasan hukum atau undang – undang, bukan karena alasan teknis atau ekonomis

sehingga mereka memiliki hak khusus untuk mengelola industri tersebut seperti Badan-badan Usaha Milik Negara. Hak khusus juga tidak hanya diberikan oleh pemerintah, tetapi juga oleh satu perusahaan kepada perusahaan lainnya seperti agen tunggal, importir tunggal, lisensi, dan bisnis waralaba (*franchise*).

b) Hak Paten (*paten right*) atau Hak Cipta.

Hak paten adalah monopoli berdasarkan hukum karena pengetahuan-pengetahuan khusus yang menciptakan daya monopoli secara teknik.

Agar usaha mengembangkan teknologi dengan tujuan untuk menciptakan barang baru akan memberikan keuntungan kepada perusahaan, haruslah pemerintah melarang dan menghukum kegiatan menjiplak. Langkah ini dilakukan dengan memberikan hak paten kepada perusahaan yang mengembangkan barang baru.

Hak Cipta/Copy Rights merupakan bentuk lain dari hak paten, yaitu merupakan suatu jaminan hukum untuk menghindari penjiplakan. Tetapi hak cipta khusus diberikan kepada penulis buku dan penggubah lagu. Dengan adanya hak cipta tersebut hanya penulis atau penggubah lagu saja yang mempunyai hak ke atas penerbitan buku yang ditulis dan lagu yang digubah.

## **9.2 Karakteristik pasar persaingan monopoli.**

Berikut ciri-ciri pasar monopoli :

1. Pasar Monopoli Adalah Industri Satu Perusahaan

Barang atau jasa yang dihasilkan oleh pasar monopoli tidak dapat dibeli dari tempat lain. Para pembeli tidak mempunyai pilihan lain, kalau mereka menginginkan barang tersebut maka mereka harus membeli dari perusahaan monopoli tersebut.



## 2. Tidak Mempunyai Barang Pengganti yang Mirip

Aliran listrik adalah contoh dari barang yang tidak mempunyai barang pengganti yang mirip. Yang ada hanyalah barang pengganti yang sangat berbeda sifatnya, yaitu lampu minyak. Lampu minyak tidak dapat menggantikan listrik karena, ia tidak dapat digunakan untuk menghidupkan televisi atau memanaskan setrika/gosokan.

## 3. Tidak Terdapat Kemungkinan untuk Masuk ke dalam Industri

Sifat ini merupakan sebab utama yang menimbulkan perusahaan yang mempunyai kekuasaan monopoli. Keuntungan perusahaan monopoli tidak akan menyebabkan perusahaan-perusahaan lain memasuki industri tersebut. Ada beberapa bentuk hambatan termasuk ke dalam pasar monopoli. Ada yang bersifat legal, yaitu dibatasi oleh undang-undang. Ada yang bersifat teknologi, yaitu teknologi yang digunakan sangat canggih dan tidak mudah dicontoh. Dan ada pula yang bersifat keuangan, yaitu modal yang diperlukan sangat besar.

## 4. Dapat Mempengaruhi Penentuan Harga

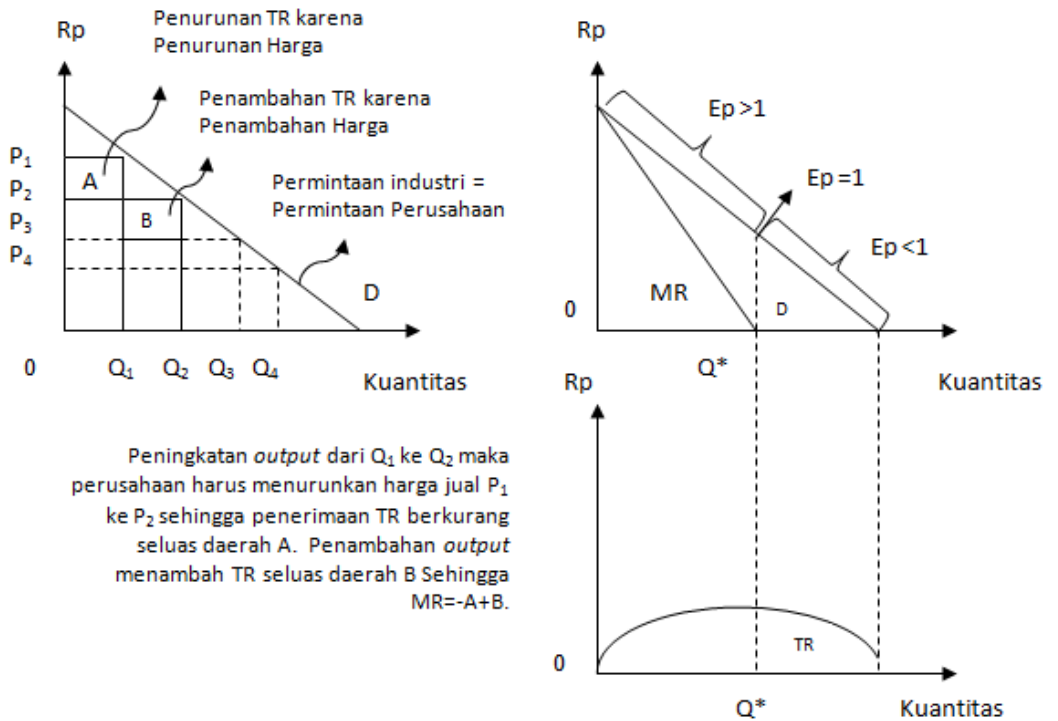
Dengan mengadakan pengendalian ke atas produksi dan jumlah barang yang ditawarkan perusahaan monopoli dapat menentukan harga pada tingkat yang dikehendakinya. Oleh sebab itu perusahaan monopoli dipandang sebagai penentu harga atau price setter.

## 5. Promosi Iklan Kurang Diperlukan

Oleh karena perusahaan monopoli adalah satu-satunya perusahaan di dalam industri, ia tidak perlu mempromosikan barangnya dengan menggunakan iklan. Tetapi perusahaan monopoli tetap sering membuat iklan. Iklan tersebut bukanlah bertujuan untuk menarik pembeli, tetapi untuk memelihara hubungan baik dengan masyarakat.

### 9.3 Permintaan dan Penerimaan Perusahaan Monopoli

Dalam pasar monopoli permintaan terhadap *output* perusahaan (*firm's demand*) merupakan permintaan industri. Karena itu perusahaan mempunyai kemampuan untuk mempengaruhi harga pasar dengan mengatur jumlah *output*. Posisi perusahaan monopolis adalah penentu harga (*price setter* atau *price maker*). Dengan demikian, kurva permintaan yang dihadapi monopolis adalah juga kurva permintaan pasar/industri. Penerimaan marjinal perusahaan monopoli lebih kecil dari harga jual ( $MR < P$ ). Perhatikan gambar di bawah ini.



Gambar 9.1. Kurva TR dan MR dalam Perusahaan Monopoli

Pada pasar monopoli, besarnya TR sangat tergantung pada besarnya elastisitas harga.

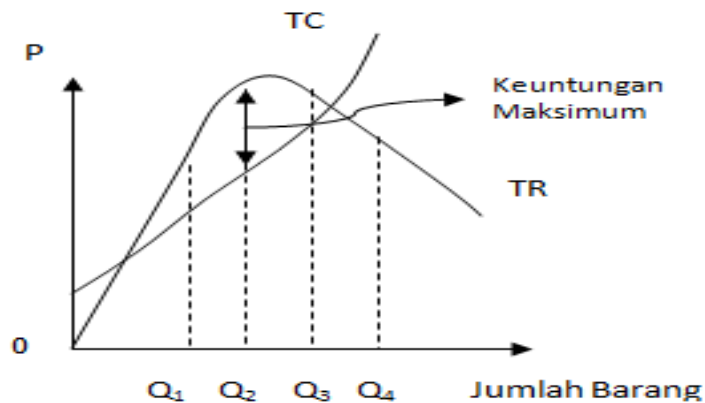
- a. Jika elastisitas harga lebih besar dari satu (elastis), untuk menambah *output* 1%, harga diturunkan lebih kecil dari 1%. Akibatnya TR naik berarti MR positif.
- b. Jika elastisitas harga sama dengan satu, untuk menambah *output* 1%, harga diturunkan 1% juga. TR tidak bertambah, yang artinya  $MR=0$ . Pada saat itu nilai TR maksimum.
- c. Jika elastisitas harga lebih kecil dari satu (inelastis), untuk menaikkan *output* 1%, maka harga harus diturunkan lebih dari 1%. Akibatnya TR turun, yang artinya  $MR < 0$  (negatif).

#### **9.4 Keseimbangan Dan Memaksimumkan Keuntungan Jangka Pendek Pasar Monopoli**

Dalam menggambarkan prinsip penentuan pemaksimuman keuntungan dalam monopoli dua cara akan digunakan, yaitu dengan menggunakan angka-angka dan secara grafik. Untuk masing-masing cara ini akan ditunjukkan prinsip penentuan pemaksimuman keuntungan berdasarkan pendekatan (i) biaya total dan hasil penjualan total dan (ii) biaya marginal dan hasil penjualan marginal. Sebelum melaksanakan hal-hal tersebut terlebih dahulu akan dilihat hubungan di antara harga dan jumlah barang yang ditawarkan/diproduksikan, dan implikasi dari sifat hubungan tersebut kepada hasil penjualan total.

##### **Pendekatan TR-TC (Biaya Total dan Hasil Penjualan)**

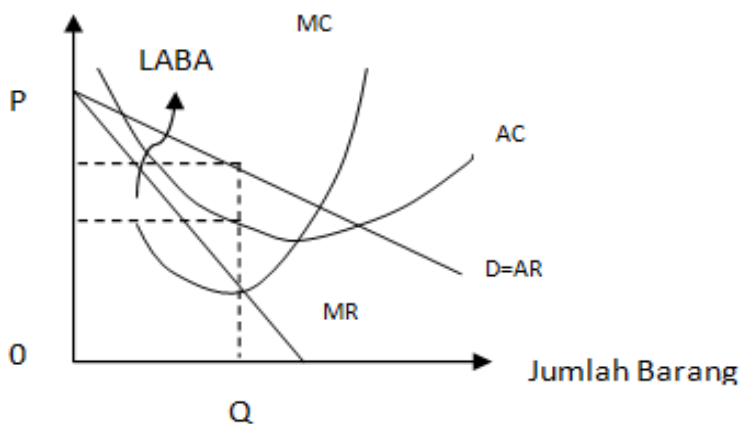
Dalam jangka pendek, perusahaan monopoli akan mencapai keuntungan maksimum jika ia memproduksi pada tingkat *output* dimana perbedaan positif antara TR dan TC adalah paling besar. Atau ia meminimumkan kerugian jika perbedaan negatif antara TR dan TC paling kecil. Berikut gambar yang menunjukkan keuntungan maksimum perusahaan monopoli.



Gambar 9.2. Biaya Total, Hasil Penjualan dan Keuntungan Maksimum

### Pendekatan MR-MC (Biaya Marjinal dan Hasil Penjualan Marjinal)

Perusahaan monopoli juga harus menyamakan MR dan MC agar mencapai laba maksimum. Pada gambar di bawah ini laba maksimum tercapai pada *output* dimana  $MR = MC$ . Perhatikan gambar berikut.



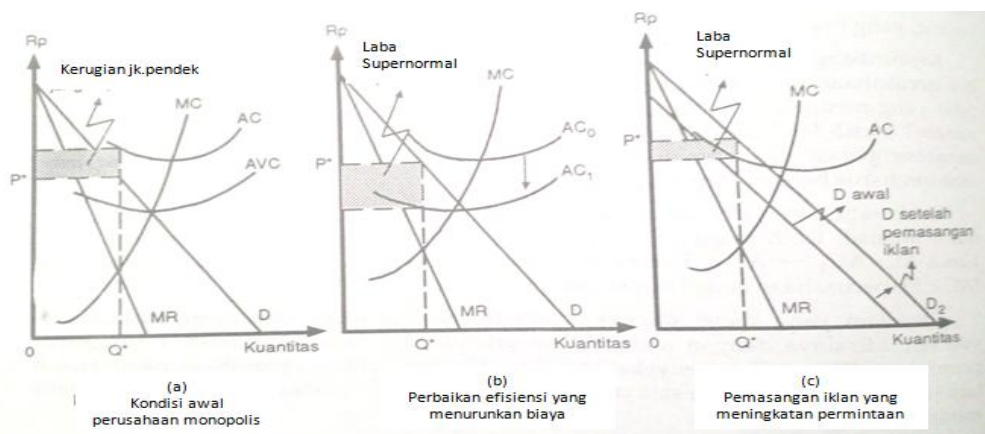
Gambar 9.3. Hasil Penjualan marjinal, Biaya Marjinal, dan keuntungan Maksimum

Dari gambar di atas terlihat bahwa keseimbangan jangka pendek terjadi pada titik pertemuan garis MR dengan MC. Sehingga keuntungan monopoli jangka pendek terlihat pada daerah segiempat yang bertanda laba.

## 9.5 Keseimbangan Dan Memaksimumkan Keuntungan Jangka Panjang Pasar Monopoli

Perusahaan monopoli tidak mempunyai masalah besar dengan keseimbangan jangka panjang, selama dalam jangka pendek memperoleh laba maksimum. Dalam pasar persaingan sempurna, laba supernormal akan menarik perusahaan lain untuk masuk ke dalam industri sehingga dalam jangka panjang perusahaan hanya menikmati laba normal saja. Hal tersebut tidak berlaku dalam pasar monopoli. Hambatan untuk masuk menyebabkan perusahaan monopoli mampu menikmati laba supernormal baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

Perusahaan monopoli akan kehilangan laba supernormal jangka panjang bila tidak mampu mempertahankan daya monopolinya. Hal tersebut terjadi jika perusahaan lalai melakukan riset dan pengembangan untuk memperoleh teknologi yang meningkatkan efisiensi produksi. Sehingga perusahaan tergantikan oleh perusahaan lain yang mampu menghasilkan atau memanfaatkan teknologi produksi yang lebih efisien. Keseimbangan jangka panjang akan menjadi masalah bila dalam jangka pendek perusahaan mengalami kerugian.



Gambar 9.4. Beberapa alternatif langkah perbaikan bila perusahaan monopoli mengalami kerugian

Pada gambar 9.4.a. menunjukkan bahwa perusahaan monopoli mengalami kerugian dalam jangka pendek, namun karena biaya rata-rata variabel lebih besar daripada harga ( $AVC > P$ ) maka perusahaan sementara masih dapat beroperasi.

Bila ingin mempertahankan eksistensinya dalam jangka panjang maka perusahaan harus berusaha untuk mencapai laba dengan cara mengefisienkan biaya produksi. Gambar 9.4.b. menunjukkan adanya penurunan kurva AC ( $AC_1$  ke  $AC_2$ ). Oleh karena biaya rata-rata lebih kecil daripada harga ( $AC < P$ ), maka perusahaan sudah dapat menikmati laba. Cara lain yang dapat dilakukan adalah meningkatkan atau memperbesar permintaan. Misalnya dengan meningkatkan promosi dan memasang iklan. Adanya peningkatan permintaan  $D_1$  ke  $D_2$  menyebabkan  $P > AC$ , yang artinya perusahaan memperoleh laba (gambar 9.4.c).

## 9.6 Monopoli Dan Diskriminasi Harga

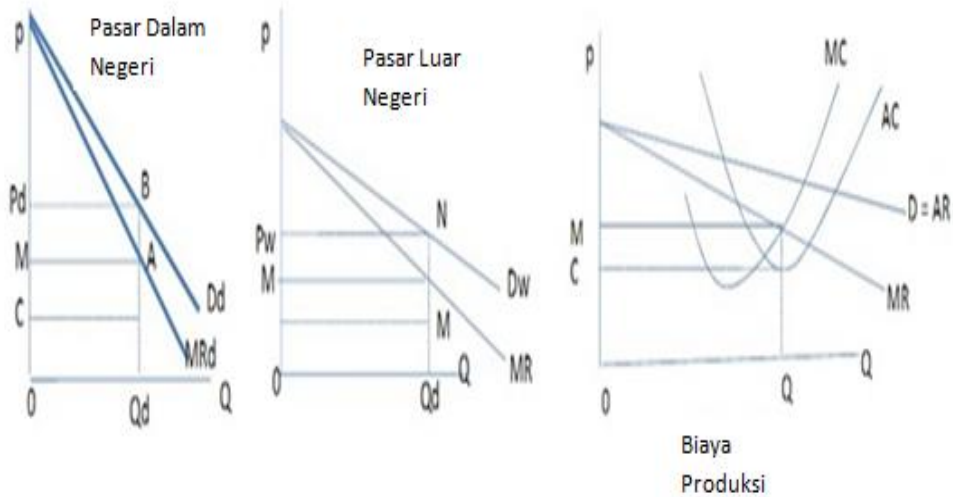
Sifat permintaan pasar dalam negeri dan luar negeri itu sangat berbeda. Untuk memaksimalkan keuntungannya perusahaan monopoli dapat menjalankan kebijakan **diskriminasi harga**.

### Penentuan Harga Di setiap Pasar

Sekiranya suatu perusahaan monopoli ingin melaksanakan kebijakan diskriminasi harga, persoalan yang pertama harus dipecahkan adalah: *berapakah harga yang akan ditetapkan di tiap-tiap pasar supaya keuntungan dapat dimaksimalkan?* Jawabannya pada Gambar 9.5. Misalkan hasil produksi perusahaan monopoli tersebut dijual di dua pasar, yaitu:

- *Pasar dalam negeri*, yang kurva permintaan ( $D_d$ ) dan hasil penjualan marjinalnya ( $MR_d$ ) adalah seperti ditunjukkan dalam grafik pasaran dalam negeri.

- *Pasar luar negeri*, yang kurva permintaan ( $D_w$ ) dan hasil penjualan marjinalnya ( $MR_w$ ) adalah seperti ditunjukkan dalam grafik pasaran luar negeri.



Gambar 9.5. Kebijakan Diskriminasi Harga

Perusahaan monopoli tersebut akan memaksimalkan keuntungan apabila  $MR=MC$ , dan dalam gambar (Biaya Produksi) ditunjukkan bahwa keadaan itu dicapai apabila perusahaan memproduksi sebanyak  $Q$ .

### Syarat-Syarat Diskriminasi Harga

Beberapa keadaan yang memungkinkan perusahaan monopoli melakukan diskriminasi harga, yaitu :

1. Barang tidak dapat dipindahkan dari satu pasar ke pasar lain
2. Sifat barang atau jasa itu memungkinkan dilakukan diskriminasi harga
3. Sifat permintaan dan elastisitas permintaan dimasing-masing pasar haruslah sangat berbeda. Kalau permintaan dan elastisitas permintaan adalah sangat bersamaan dikedua pasar tersebut, keuntungan tidak akan diperoleh dari kebijakan tersebut.

4. Kebijakan diskriminasi harga tidak memerlukan biaya yang melebihi tambahan keuntungan yang diperoleh tersebut. Apabila biaya yang dikeluarkan adalah melebihi pertambahan keuntungan yang diperoleh dari diskriminasi harga, tidak ada manfaatnya untuk menjalankan kebijakan tersebut.
5. Produsen dapat mengeksploiter beberapa sikap tidak rasional konsumen. Ini misalnya dilakukan dengan menjual barang yang sama tetapi dengan pembungkusan, merek/cap, dan kampanye iklan yang berbeda.

### **Contoh-Contoh Kebijakan Diskriminasi Harga**

- ✓ Kebijakan diskriminasi harga oleh perusahaan monopoli pemerintah. Contohnya, Perusahaan listrik Negara misalnya menggunakan tarif yang berbeda untuk listrik yang dipakai rumah tangga dan yang dipakai perusahaan.
- ✓ Kebijakan diskriminasi oleh jasa-jasa profesional. Contoh, Dokter spesialis, dokter praktek umum, ahli hukum dan guru kursus privat adalah beberapa golongan profesional yang sering menjalankan diskriminasi harga dari jasa yang mereka berikan.
- ✓ Kebijakan diskriminasi harga dipasar internasional. Contoh, Harga penjualan ke luar negeri pada umumnya lebih rendah karena karena dipasaran internasional terdapat banyak saingan, dan untuk mempertinggi kemampuannya untuk bersaing perusahaan perlu menekan harga hingga ke tingkat yang serendah mungkin.

### **9.7 Monopoli Alamiah (*Natural Monopoly*)**

Perusahaan yang memiliki daya monopoli alamiah (*natural monopoly*) disebut monopoli alamiah. Perusahaan ini mempunyai kurva biaya rata-rata (AC) jangka panjang yang menurun (*negative slope*). Makin besar output



yang dihasilkan makin rendah biaya rata-rata. Ini dimungkinkan karena perusahaan memiliki kurva biaya marginal (MC) yang juga menurun dan berbeda di bawah kurva AC.

### **Biaya Sosial (Keburukan) Monopoli**

Beberapa dampak kerugian dari adanya monopoli yang dialami masyarakat (biaya sosial) antara lain :

- ✓ Hilang atau berkurangnya tingkat kesejahteraan konsumen (*dead weight loss*)

Sikap eksploitasi surplus konsumen yang menyebabkan daya monopoli disebut sikap eksploitasi keuntungan (*rent seeking*).

- ✓ Memburuknya kondisi makroekonomi nasional

Jika di setiap industri muncul gejala monopoli, maka secara makro jumlah *output* akan lebih sedikit daripada kemampuan sebenarnya. Keseimbangan makro terjadi di bawah keseimbangan ekonomi karena tidak seluruh faktor produksi terpakai sesuai dengan kapasitas produksi sehingga menimbulkan pengangguran tenaga kerja maupun faktor-faktor produksi yang lain. Sehingga akan melemahkan daya beli, menciutkan pasar, dan memaksa perusahaan memproduksi lebih sedikit lagi. Begitu seterusnya sehingga perekonomian secara makro dapat mengalami keadaan stagflasi (stagnasi dan inflasi) dimana pertumbuhan ekonomi terhambat, tingginya tingkat pengangguran dan inflasi.

- ✓ Memburuknya kondisi perekonomian internasional

Adanya perdagangan bebas dapat meningkatkan efisiensi. Namun faktanya perusahaan-perusahaan yang besar terutama multinasional telah menjadi monopoli alamiah sehingga akan berdampak kepada perusahaan-perusahaan yang ada di negara sedang berkembang.

## 9.8 Pengaturan Perusahaan Monopoli

Adanya biaya sosial monopoli menyebabkan timbulnya upaya pengaturan monopoli dan pembatasan perusahaan monopolis. Tujuan pengaturan tersebut bukan saja menekan biaya sosial monopoli, melainkan juga mengubah biaya sosial tersebut menjadi manfaat sosial. Dengan pengaturan, monopoli dapat diarahkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

### ➤ **Pengendalian Harga**

Dengan menetapkan harga maksimum pada tingkat dimana kurva SMC memotong kurva D, pemerintah dapat mendorong perusahaan monopoli itu untuk meningkatkan output sampai tingkat yang harus diproduksi industry jika diatur menurut batas persaingan sempurna. Peraturan ini juga mengurangi keuntungan perlu monopoli itu.

### ➤ **Pajak Lump-sum**

Dengan membebankan *pajak lump-sum* (seperti pajak izin ataupun pajak keuntungan), pemerintah dapat mengurangi atau bahkan menghilangkan keuntungan perusahaan monopoli tanpa mempengaruhi harga komoditi atau output, yaitu dengan membebankan pajak lump-sum.

### ➤ **Pajak Per-Unit**

Pemerintah dapat pula mengurangi keuntungan monopoli dengan membebankan *pajak per-unit*. Akan tetapi, dalam kasus ini perusahaan monopoli dapat mengalihkan sebagian beban pajak per-unit kepada para konsumen, dalam bentuk harga yang lebih tinggi dan output komoditi yang lebih kecil.

### ➤ **Diskriminasi Harga**

Seorang perusahaan monopoli dapat meningkatkan TR dan keuntungannya untuk suatu tingkat output tertentu dengan melakukan

diskriminasi harga. Salah satu bentuk diskriminasi harga terjadi apabila perusahaan monopoli itu mengenakan harga-harga yang berbeda untuk komoditi yang sama di pasar yang berbeda *sedemikian rupa sehingga unit terakhir dari komoditi yang dijual disetiap pasar memberikan MR yang sama*. Hal ini sering kali disebut sebagai *diskriminasi harga tingkat ketiga*.

### **9.9 Monopoli dan Kesejahteraan Masyarakat**

Dalam monopoli terdapat kemungkinan berlakunya keadaan berikut: *harga akan lebih tinggi, jumlah produksi lebih rendah, dan keuntungan lebih besar dari pada di dalam pasar persaingan sempurna*. Kebanyakan ahli ekonomi berpendapat monopoli menimbulkan akibat yang yang buruk atas kesejahteraan masyarakat dan distribusi pendapatan menjadi lebih tidak merata. Beberapa peran monopoli dan kesejahteraan masyarakat terlihat dari :

1. Keuntungan monopoli ada kemungkinan tetap bisa dinikmati produsen monopoli dalam jangka panjang. Keuntungan monopoli biasanya lebih dari normal, sehingga menimbulkan ketidakadilan, karena berbeda dengan keuntungan perusahaan lain. Bila ada monopoli yang hanya menerima keuntungan normal berarti tidak ada kasus ketidakadilan, tetapi hal ini biasanya hanya kebetulan.
2. Volume produksi lebih kecil dari volume output yang optimum. Berarti monopoli tidak efisien dan bagi masyarakat ada pemborosan.
3. Ada unsur eksploitasi terhadap :
  - konsumen, dengan ditetapkannya harga jual ( $=P$ ) diatas ongkos produksi dari unit terakhir outputnya ( $=MC$ )
  - pemilik faktor-faktor produksi yang digunakan (buruh diupah lebih rendah dari pada sumbangannya dalam bentuk output).

### **Cara mengatasi Efek Negatif Monopoli**

- a. Mencegah timbulnya monopoli itu sendiri dengan Undang-undang
- b. Pemerintah mendirikan perusahaan tandingan
- c. Membuka "kran impor"
- d. Membuat ketentuan khusus terhadap operasi perusahaan monopoli sehingga  $P = MC$

### **Monopoli Tidak Selalu Buruk**

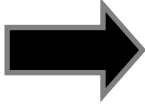
- a. Sejarah menunjukkan justru perusahaan monopolilah yang menunjukkan suatu dinamika untuk berkembang lebih besar karena keuntungan monopoli bisa digunakan untuk tujuan-tujuan penelitian dan pengembangan yang kemudian diikuti dengan inovasi-inovasi dalam teknologi.
- b. Dalam kasus decreasing cost dimana luas pasar terbatas, dan faktor "*economics of scale*" besar, tidaklah mungkin diharapkan adanya suatu bentuk industri persaingan sempurna yang efisien. Kalau bentuk pasar persaingan sempurna yang dijalankan berarti akan ada perusahaan-perusahaan gurem yang bekerjanya pada AC yang jauh dari posisi minimumnya.

## Latihan Soal

1. Jelaskan factor-faktor yang menyebabkan keadaan monopoli pada suatu pasar?
2. Jelaskan syarat kebijakan diskriminasi harga yang dapat dilakukan oleh perusahaan monopoli?
3. Berikut hubungan antara tingkat harga suatu barang dengan jumlah barang yang diminta serta jumlah barang yang dikeluarkan.

Kuantitas yang diminta (unit)	Harga (Rp)	Biaya Total (Rp)
20000	25000	5000000
18000	30000	4000000
16000	35000	3000000
14000	40000	2000000
12000	45000	1000000

- Hitunglah jumlah TR, MR, dan AR serta tunjukkan keuntungan yang didapat oleh perusahaan monopoli tersebut dengan menggunakan kurva.
4. Sebuah perusahaan monopoli memproduksi barang dengan harga  $P=700-10Q$  dan dengan persamaan biaya  $TC=500+268Q-10Q^2+Q^3$ . Berdasarkan informasi tersebut, tentukan harga dan jumlah barang yang akan diproduksi agar mencapai kondisi keseimbangan perusahaan monopoli.
  5. Diketahui permintaan barang pada perusahaan monopoli adalah  $Q=80-4P$  dengan biaya rata-rata tetap sebesar 15 per unit. Hitunglah MR dan MC, serta tentukan jumlah barang yang diproduksi dan harga jual per unit untuk mencapai laba maksimum.



## **BAB X**

### **MONOPOLISTIK**

#### **TIU :**

Mahasiswa dapat memahami struktur pada pasar monopolistik, mampu menghitung tingkat harga baik dalam jangka pendek dan jangka panjang, serta dapat menunjukkan efek ekonomis pasar monopolistik.

#### **TIK :**

Mahasiswa dapat memahami faktor-faktor penyebab terbentuknya pasar monopolistik, karakteristik pasar monopolistik, keseimbangan perusahaan jangka pendek dan jangka panjang, serta efek ekonomi (kebaikan dan keburukan) pasar monopolistik.

#### **Pokok Pembahasan :**

Karakteristik pasar persaingan monopolistik, Keseimbangan perusahaan jangka pendek, Pasar Persaingan Monopolistik dan Efisiensi Ekonomi, Keseimbangan perusahaan jangka panjang, Persaingan Bukan - Harga Pengaturan Pasar Persaingan Monopolistik dan Kesejahteraan Masyarakat.

## MONOPOLISTIK

Teori pasar persaingan monopolistik dikembangkan karena ketidakpuasan terhadap daya analisis model persaingan sempurna maupun monopoli. Struktur pasar persaingan monopolistik hampir sama dengan persaingan sempurna. Di dalam industri terdapat banyak perusahaan yang bebas keluar dan masuk. Namun produk yang dihasilkan tidak homogen, melainkan terdiferensiasi. Akan tetapi, perbedaan barang yang dihasilkan antar satu produk (merek) dengan produk yang lain tidak terlalu besar. Diferensiasi ini mendorong perusahaan untuk melakukan persaingan non harga. Walaupun demikian, *output* yang dihasilkan sangat mungkin saling menjadi substitusi dan perusahaan memiliki kemampuan monopoli yang relatif terbatas.

### 10.1 Karakteristik Pasar Persaingan Monopolistik

Pasar monopolistik pada dasarnya adalah pasar yang berada di antara dua jenis bentuk pasar yang ekstrem, yaitu persaingan sempurna dan monopoli. Oleh karena itu sifat-sifat bentuk pasar ini mengandung unsur-unsur sifat pasar monopoli dan sifat pasar persaingan sempurna. Secara umum, pasar persaingan monopolistik dapat didefinisikan sebagai suatu pasar di mana terdapat banyak produsen/penjual yang menghasilkan dan menjual produk yang berbeda coraknya (*differentiated product*). Ciri-ciri pasar persaingan monopolistik selengkapnya adalah sebagai berikut:

- a. Terdapat banyak penjual. Terdapat banyak penjual tetapi tidak sebanyak pada pasar persaingan sempurna. Perusahaan-perusahaan dalam pasar persaingan monopolistik mempunyai ukuran yang relatif sama.

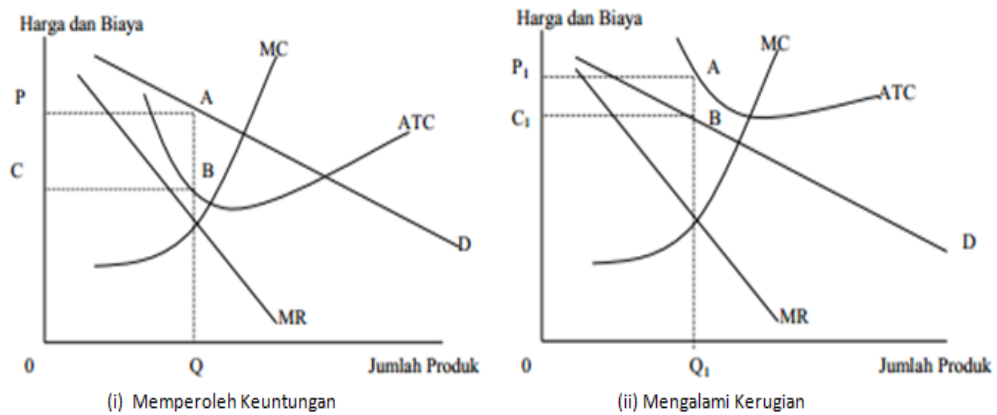
- b. Produknya tidak homogen (berbeda corak). Produk perusahaan persaingan monopolistik berbeda coraknya dan secara fisik mudah untuk membedakan antara produk perusahaan yang satu dengan produk perusahaan lainnya. Sifat ini adalah sifat yang penting untuk membedakannya dengan sifat pada pasar persaingan sempurna. Perbedaan - perbedaan lain dapat berupa pembungkusannya, cara pembayaran dalam pembelian, pelayanan penjualan, dan sebagainya. Karena perbedaan corak tersebut maka produk perusahaan - perusahaan persaingan monopolistik tidak bersifat substitusi sempurna. Mereka hanya bersifat substitusi dekat (*close substitute*). Perbedaan-perbedaan inilah yang menjadi sumber kekuatan monopoli dari perusahaan - perusahaan dalam pasar persaingan monopolistik.
- c. Perusahaan mempunyai sedikit kekuatan mempengaruhi harga. Kekuatan mempengaruhi harga tidak sebesar pada pasar monopoli dan oligopoly. Kekuatan mempengaruhi harga bersumber dari perbedaan corak produk. Perbedaan ini mengakibatkan para pembeli akan memilih. Pembeli dapat lebih menyukai produk suatu perusahaan tertentu dan kurang menyukai produk perusahaan lainnya. Sehingga jika suatu perusahaan menaikkan harga, ia masih dapat menarik pembeli walaupun tidak sebanyak sebelum kenaikan harga. Sebaliknya jika suatu perusahaan menurunkan harga, belum tentu diikuti oleh kenaikan permintaan produk yang dihasilkan.
- d. Masuk ke dalam industri/pasar relative mudah. Masuk ke dalam pasar persaingan monopolistik tidak seberat masuk pasar monopoli dan oligopoly tetapi tidak semudah masuk pasar persaingan sempurna. Hal ini disebabkan (i) modal yang diperlukan relatif besar dibandingkan dengan perusahaan pada pasar persaingan sempurna dan



- (ii) harus menghasilkan produk yang berbeda dengan produk yang sudah ada di pasar.
- e. Persaingan promosi penjualan sangat aktif. Dalam pasar persaingan monopolistik harga bukan penentu utama besarnya pasar. Suatu perusahaan mungkin menjual produknya dengan harga cukup tinggi tetapi masih dapat menarik banyak pelanggan. Sebaliknya mungkin suatu perusahaan menjual produknya dengan harga yang cukup murah tetapi tidak banyak menarik pelanggan. Oleh karena itu untuk menarik para pelanggan, perusahaan harus aktif melakukan promosi, memperbaiki pelayanan, mengembangkan desain produk, meningkatkan mutu produk, dan sebagainya.

## **10.2 Keseimbangan Perusahaan Jangka Pendek**

Kurva permintaan perusahaan monopolistik merupakan peralihan dari kurva permintaan perusahaan monopoli. Jadi, kurva tersebut sedikit miring dari kiri atas ke kanan bawah. Hal ini berarti bahwa elastisitas permintaannya lebih kecil dari elastisitas permintaan perusahaan persaingan sempurna tetapi lebih besar dari elastisitas permintaan perusahaan monopoli. Analisis keseimbangan pada perusahaan persaingan monopolistik sama dengan analisis pada perusahaan monopoli. Bedanya, permintaan yang dihadapi perusahaan monopoli adalah seluruh permintaan pasar, sedang yang dihadapi perusahaan persaingan monopolistik adalah sebagian dari permintaan pasar. Berikut dua gambar yang menunjukkan perusahaan persaingan monopolistik.

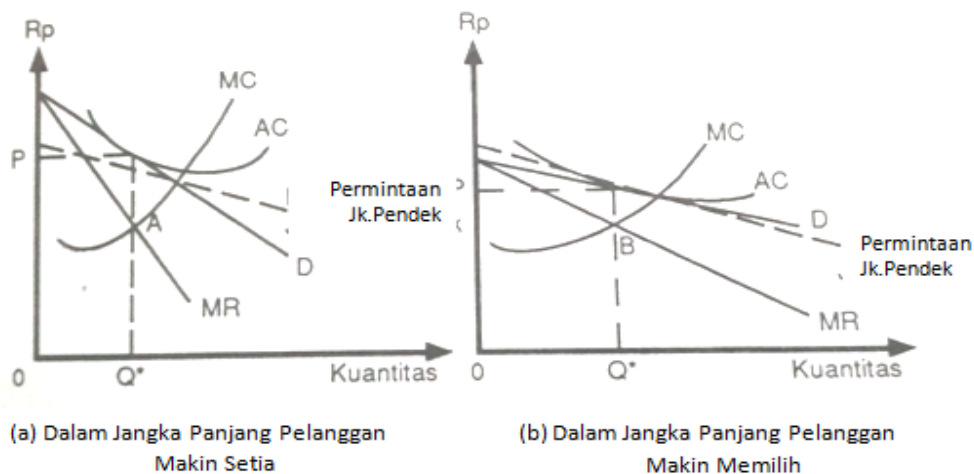


Gambar 10.1. Keseimbangan Perusahaan Monopolistik dalam Jangka Pendek

Gambar 10.1.i. menunjukkan keadaan dimana perusahaan memperoleh keuntungan maksimum pada tingkat produksi dan penjualan sebesar  $Q$  dan tingkat harga sebesar  $P$  karena pada keadaan ini terpenuhinya  $MR=MC$ . Luas  $PABC$  menunjukkan keuntungan maksimum yang diperoleh. Sedangkan gambar 10.1.ii. menunjukkan bahwa kerugian minimum pada tingkat produksi dan penjualan sebesar  $Q_1$  dan tingkat harga  $P_1$ . Kerugian minimum sebesar  $P_1ABC_1$ .

### 10.3 Pasar Persaingan Monopolistik dan Efisiensi Ekonomi

Laba supernormal yang terlihat dari perolehan keuntungan gambar 10.1. mengundang perusahaan pendatang untuk memasuki industri. Masuknya pendatang memberikan dua kemungkinan terhadap permintaan perusahaan lama. Pertama pelanggan makin setia dan yang kedua pelanggan semakin bersifat pemilih. Perhatikan gambar di bawah.



Gambar 10.2. Keseimbangan Jangka Panjang Perusahaan Dalam Pasar Persaingan Monopolistik

Pada gambar 10.2.a. pelanggan semakin setia yang terlihat dari kurva permintaan jangka panjang lebih curam dari jangka pendek. Sedangkan gambar 10.2.b. pelanggan bersifat lebih memilih dimana permintaan jangka panjang menjadi lebih landai dibandingkan jangka pendek. Bagaimanapun pengaruhnya, perusahaan hanya akan dapat bertahan dalam jangka panjang jika mampu mencapai laba normal, pada saat harga sama dengan biaya rata-rata ( $P=AC$ ).

### 1. Keseimbangan perusahaan jangka panjang

Pada gambar 10.2.a. menunjukkan bahwa sifat perusahaan monopolistik ketika memperoleh keuntungan normal berbeda dengan sifat perusahaan persaingan sempurna yang juga ketika memperoleh keuntungan normal. Perbedaan tersebut adalah : harga jual produk dan biaya produksi pada perusahaan persaingan monopolistik lebih tinggi dibanding perusahaan persaingan sempurna serta kegiatan produksi perusahaan monopolistik belum mencapai optimal (tingkat produksi dengan biaya per unit paling rendah). Sebaliknya, gambar 10.2.b. mengakibatkan jumlah perusahaan dalam pasar semakin sedikit sehingga jumlah permintaan menjadi lebih besar. Dalam

keadaan ini menunjukkan keseimbangan jangka panjang perusahaan persaingan monopolistik.

Sifat-sifat perusahaan persaingan monopolistik demikian akan merugikan masyarakat, karena seandainya mereka beroperasi seperti perusahaan persaingan sempurna maka masyarakat konsumen akan dapat membeli produk dengan harga yang lebih rendah dan jumlah produk yang lebih banyak.

## **2. Persaingan Bukan-Harga**

Persaingan bukan harga yakni usaha-usaha diluar perubahan harga yang dilakukan oleh perusahaan untuk menarik lebih banyak pembeli ke atas barang yang diproduksikannya. Persaingan bukan harga dapat dibedakan menjadi dua jenis, yakni :

- ✓ Diferensiasi Produk, yakni menciptakan barang sejenis tetapi berbeda coraknya dengan produksi perusahaan-perusahaan lain.

Barang yang berbeda corak tersebut akan menjadi daya tarik konsumen sehingga meningkatkan keuntungan bagi penjual. Sedangkan bagi konsumen, perbedaan corak memungkinkan mereka memilih barang yang benar-benar sesuai dengan selera konsumen tersebut.

- ✓ Iklan dan berbagai bentuk promosi penjualan.

Tujuan melakukan promosi penjualan adalah :

- Untuk memberikan informasi mengenai produk, sehingga konsumen mengetahui produk apa saja yang dijual secara lebih rinci.
- Untuk menekankan kualitas suatu produk secara persuasif, sehingga konsumen dapat mengetahui keunggulan produk perusahaan dibandingkan produk lain.
- Untuk memelihara hubungan baik dengan para konsumen, sehingga konsumen tidak beralih kepada perusahaan yang lain.

### **3. Pengaturan Pasar Persaingan Monopolistik dan Kesejahteraan Masyarakat**

Ketidakefisienan yang dihasilkan perusahaan yang beroperasi dalam pasar persaingan monopolistik belum memerlukan pengaturan dikarenakan berlandaskan tiga argumen, yakni :

- ✓ Daya monopoli yang relatif kecil menyebabkan kesejahteraan yang hilang (*dead weight lost*) relatif kecil.
- ✓ Permintaan yang sangat elastis menyebabkan kelebihan kapasitas produksi relatif kecil.
- ✓ Ketidakefisienan yang dihasilkan perusahaan yang beroperasi dalam pasar persaingan monopolistik diimbangi dengan kenikmatan konsumen karena beragamnya produk, peningkatan kualitas dan meningkatnya kebebasan konsumen dalam memilih *output*.

### Latihan Soal

1. Jelaskan mengapa dalam persaingan monopolistic setiap perusahaan hanya mendapat keuntungan normal di dalam jangka panjang?
2. Jelaskan perbedaan pasar persaingan sempurna dengan pasar monopolistic?
3. Jelaskan yang dimaksud persaingan bukan harga pada pasar monopolistic?
4. Berikut biaya produksi total dan tingkat harga produksi perusahaan monopolistic :

Harga (Rp)	Permintaan (unit)	Biaya Produksi Total (Rp)
5000	5	25000
4000	20	45000
3000	30	60000
2000	50	70000
1000	80	75000

Hitunglah hasil MR, MC, AC dan AR serta gambarkan kurvanya.

5. Diketahui fungsi permintaan perusahaan dalam pasar persaingan monopolistic adalah sebagai berikut  $P=300-3Q$  dan fungsi biayanya  $TC=7+6Q$ . Hitunglah harga dan jumlah barang yang diproduksi pada saat laba maksimum serta besar laba yang diperoleh.



## **BAB XI**

### **OLIGOPOLI**

#### **TIU :**

Mahasiswa dapat memahami struktur pada pasar oligopoli, mampu menghitung tingkat harga baik dalam jangka pendek dan jangka panjang, serta dapat menunjukkan efek ekonomis pasar oligopoli.

#### **TIK :**

Mahasiswa dapat memahami faktor-faktor penyebab terbentuknya pasar oligopoli, karakteristik pasar oligopoli, keseimbangan perusahaan jangka pendek dan jangka panjang, serta efek ekonomi (kebaikan dan keburukan) pasar oligopoli.

#### **Sub Pembahasan :**

Karakteristik pasar persaingan oligopoli, Faktor - faktor Penyebab Terbentuknya Pasar Oligopoli, Keseimbangan Oligopoli, Faktor – Faktor Penghambat Pasar Oligopoli, Hubungan Antara Perusahaan – perusahaan Dalam Pasar Oligopoli, Kelebihan dan kelemahan pasar oligopoli

## OLIGOPOLI

Struktur pasar industri oligopoli adalah pasar yang terdiri dari hanya sedikit perusahaan. Setiap perusahaan memiliki kekuatan besar untuk mempengaruhi harga pasar. Produk dapat homogen atau terdiferensiasi. Perilaku setiap perusahaan akan mempengaruhi perilaku perusahaan lainnya dalam industri. Dari definisi tersebut kondisi pasar oligopoli mendekati pasar monopoli.

Pasar Oligopoli adalah suatu pasar dimana terdapat beberapa produsen yang menghasilkan barang-barang yang saling bersaing. Ini merupakan sifat utama dari pasar oligopoli. Oligopoli, yaitu keadaan dimana hanya ada beberapa (misal: antara 2 - 10) perusahaan yang menguasai pasar baik secara independen (sendiri-sendiri) maupun secara diam-diam bekerjasama.

### 11.1 Karakteristik pasar persaingan oligopoli

Terdapat beberapa karakteristik dari pasar oligopoli, yakni :

- a. Pasar oligopoly hanya terdiri atas sekelompok kecil perusahaan.

Dalam pasar oligopoly terdapat beberapa perusahaan raksasa yang menguasai penjualan dan di samping itu pula terdapat beberapa perusahaan kecil. Para perusahaan raksasa tersebut saling memengaruhi satu sama lain. Sifat ini menyebabkan setiap perusahaan harus mengambil keputusan dengan hati-hati dalam mengubah harga, bentuk barang, corak produksi dan sebagainya. Sifat saling memengaruhi (*mutual interdependence*) ini merupakan sifat khusus dari pasar oligopoli.

- b. Barang yang diproduksi adalah barang yang standar atau barang yang berbeda corak atau bisa bersifat homogen, dan bisa juga berbeda, namun memenuhi standar tertentu. Barang yang diproduksi pada pasar



ini ada kalanya merupakan barang yang standar misalnya pada industry penghasil barang mentah (baja dan aluminium) dan industry bahan baku (semen dan bahan bangunan). Selain itu pada pasar oligopoly juga memproduksi barang yang berbeda corak. Barang yang diproduksi adalah barang akhir seperti industry mobil, industry rokok, industry pesawat terbang, dan lain-lain.

- c. Terdapat banyak pembeli di pasar

Seperti pasar persaingan sempurna, jumlah pembeli di pasar oligopoly sangat banyak.

- d. Hanya ada beberapa perusahaan(penjual) yang menguasai pasar.

Umumnya adalah penjual-penjual (perusahaan) besar yang memiliki modal besar saja (konglomerasi). Karena ada ketergantungan dalam perusahaan tersebut untuk saling menunjang. Contoh: bakrie group memiliki pertambangan, property, dan perusahaan telepon seluler (esia)

- e. Adanya hambatan bagi pesaing baru.

Perusahaan yang telah lama dan memiliki pangsa pasar besar akan memainkan peranan untuk menghambat perusahaan yang baru masuk ke dalam pasar oligopoly tersebut.

- f. Adanya saling ketergantungan antar perusahaan (produsen).

- g. Advertensi (periklanan) sangat penting dan intensif.

Untuk menciptakan brand image, menarik market share dan mencegah pesaing baru. Dalam pasar ini peran iklan sangat membantu perusahaan dagang karena iklan dapat dengan mudah diterima oleh masyarakat atau calon pembeli, oleh karena itu iklan terbukti ampuh dalam menarik perhatian calon pembeli yang ingin memilih barang-barang, dengan mudah perusahaan membuat iklan tentang produknya dengan keunggulan-keunggulan produknya dibanding produk perusahaan lain atau perusahaan pesaing.

#### h. Sulit Dimasuki Perusahaan Baru

Dalam pasar oligopoli ini mengapa dikatakan sulit dimasuki oleh perusahaan baru, karena image dari perusahaan yang sudah lama terbangun lebih kuat dengan pembeli di banding perusahaan yang baru muncul yang menawarkan barang yang sama namun pembeli atau konsumen tidak tau kualitas dari barang-barang yang dijual perusahaan baru tersebut.

#### i. Harga Jual Tidak Mudah Berubah

Dalam pasar oligopoli ini harga yang keluar tidak cepat naik atau turun, bisa dikatakan harga selalu stabil dan tidak mudah berubah, mungkin saja karena penjualan yang stabil terhadap suatu produk yang diluncurkan oleh suatu perusahaan sudah cukup menghasilkan keuntungan, namun apa bila tiba-tiba harga naik otomatis pembeli akan berfikir kembali untuk membeli produk ini dan bisa jadi pembeli beralih pada produk perusahaan lainya yang menjual varian yang sama namu harga lebih murah dengan kualitas yang hampir sama.

### **Sifat- sifat Pasar Oligopoli**

- ✓ Harga produk yang dijual relatif sama
- ✓ Perbedaan produk yang unggul merupakan kunci sukses
- ✓ Sulit masuk ke pasar karena butuh sumber daya yang besar
- ✓ Perubahan harga akan diikuti perusahaan lain

### **11.2 Faktor-faktor Penyebab Terbentuknya Pasar Oligopoli**

Terdapat dua faktor penting penyebab terbentuknya pasar oligopoli, yakni :

#### a. Efisiensi Skala Besar

Efisiensi skala besar di dalam efisiensi teknis (teknologi) dan efisiensi ekonomi (biaya produksi). Profit hanya bisa tercipta apabila perusahaan

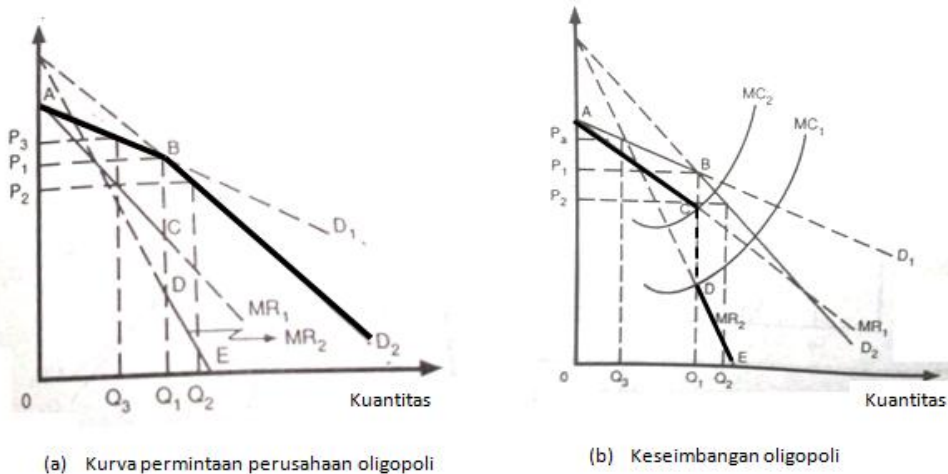
mampu mencapai tingkat efisiensi. Efisiensi teknis menyangkut pada penggunaan teknologi dalam proses produksi. Kemampuan produsen dalam menempatkan sumber daya secara optimal. Efisiensi ekonomi menyangkut pada biaya produksi. Bagaimana mengatur biaya pada komposisi yang tepat sehingga harga yang dipasarkan merupakan harga yang bisa diterima pasar dan produsen. Kompleksitas manajemen (tingkat kerumitan). Tingkat kerumitan dalam manajemen pengelolaan di suatu perusahaan. Dalam dunia nyata, perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam industri mobil, semen, kertas, pupuk, dan peralatan mesin, umumnya berstruktur oligopoly. Teknologi padat modal (capital intensive) yang dibutuhkan dalam proses produksi menyebabkan efisiensi (biaya rata-rata minimum) baru tercapai bila output diproduksi dalam skala sangat besar. Keadaan diatas merupakan hambatan untuk masuk (barriers to entry) bagi perusahaan pesaing. Tidak mengherankan jika dalam pasar oligopoly hanya terdapat sedikit produsen.

b. Kompleksitas Manajemen

Berbeda dengan tiga struktur pasar lainnya (persaingan sempurna, monopoli, dan pasar monopolistik), struktur pasar oligopoli ditandai dengan kompetisi harga dan non harga. Perusahaan juga harus cermat memperhitungkan setiap keputusan agar tidak menimbulkan reaksi yang merugikan dari perusahaan pesaing. Karena dalam industri oligopoli, kemampuan keuangan yang besar saja tidak cukup sebagai modal untuk bertahan dalam industri. Perusahaan juga harus mempunyai kemampuan manajemen yang sangat baik agar mampu bertahan dalam struktur industry yang persaingannya lebih kompleks. Tidak banyak perusahaan yang memiliki kemampuan tersebut, sehingga dalam pasar oligopoli akhirnya hanya terdapat sedikit produsen.

## 1. Keseimbangan Oligopoli

Perusahaan yang bergerak pada pasar oligopoli disebut oligopolis. Begitu kompleksnya situasi dalam pasar oligopoli, sehingga para ekonom mengembangkan berbagai model untuk menganalisis perilaku oligopolis. Sayangnya, tidak ada satu pun model yang dapat diterima secara umum sebagai model terbaik. Berikut Model Permintaan Yang Patah (Kinked Demand Model). Model ini dikembangkan oleh P.M. Sweezy (1939). Sweezy beranggapan bahwa kalau ada produsen dalam pasar oligopoli yang berusaha menaikkan harga maka ia akan kehilangan langganan karena tak ada produsen lainnya yang bersedia menaikkan harga. Namun sebaliknya, produsen dalam pasar oligopoli tidak dapat memperluas pasar dengan menurunkan harga sebab para pesaing akan menurunkan harga dengan tingkat yang lebih rendah lagi. Akibatnya terjadilah perang harga. Dalam hal ini para produsen dalam pasar oligopoli saling mempengaruhi pasar oligopoli tidak dapat memperluas pasar dengan menurunkan harga sebab para pesaing akan menurunkan harga dengan tingkat yang lebih rendah lagi. Akibatnya terjadilah perang harga. Dalam hal ini para produsen dalam pasar oligopoli saling mempengaruhi, tetapi tidak melakukan kolusi (kesepakatan).



Gambar 11.1. Kurva Permintaan dan Keseimbangan Oligopoli

Pada gambar yang pertama,  $D_1$  adalah permintaan dengan asumsi pesaing tidak bereaksi terhadap strategi perusahaan. Permintaan ini sangat elastis. Permintaan kedua ( $D_2$ ) adalah jika pesaing bereaksi terhadap strategi perusahaan. Permintaan ini tidak elastis. Kurva permintaan yang relevan bagi perusahaan  $ABD_2$  (garis tidak putus-putus). Sampai batas harga  $P_1$ , kurva permintaan yang relevan adalah AB, karena jika perusahaan menetapkan harga di atas  $P_1$  maka pesaing tidak bereaksi. Akibatnya oligopolis menetapkan kenaikan harga, misalnya jika ia menaikkan ke  $P_3$  maka ia akan kehilangan permintaan lebih besar dari  $Q_1$  ke  $Q_3$ . Sebaliknya, apabila oligopolis menetapkan harga dibawah  $P_1$  yakni  $P_2$ , pesaing akan bereaksi. Kurva permintaan yang relevan adalah  $BD_2$ . Bila oligopolis menurunkan harga ke  $P_2$  maka tambahan permintaan akan sedikit karena perusahaan-perusahaan lain akan menurunkan harga juga (bereaksi). Kurva penerimaan marjinal (MR) yang relevan bagi perusahaan adalah ACDE dengan harga keseimbangan pasar adalah  $P_1$ .

Pada gambar keseimbangan oligopoli, keseimbangan pada saat  $MR=MC$  (titik D) dengan jumlah *output*  $Q_1$ . Tetapi perubahan struktur biaya (berubahnya MC) tidak otomatis mempengaruhi harga jual, sebab dapat menimbulkan reaksi pesaing. Jika MC bergeser di antara  $MC_1$  sampai  $MC_2$  harga tidak berubah. Oligopolis tidak akan mengubah jumlah *output* sebab sangat merugikan.

## 2. Faktor – Faktor Penghambat Pasar Oligopoli

- a. Hak paten yang tidak memungkinkan perusahaan lain memproduksi barang yang sama.
- b. Modal yang di butuhkan terlalu besar, para pengusaha enggan untuk menanggung risiko yang besar.
- c. Perusahaan lama telah terkenal sehingga sulit untuk tersaingi sehingga menimbulkan risiko yang besar bagi perusahaan baru.

d. Skala Ekonomis

Perusahaan yang telah lama memproduksi dan beroperasi relatif lebih memiliki kesempatan untuk menikmati skala ekonomis, karena untuk memperbesar produksinya perusahaan tersebut cukup menambah dari produksi yang sudah ada, sehingga sangat memungkinkan untuk menurunkan biaya produksi dan relatif akan mampu menjual produksinya dengan harga yang relatif lebih murah bila dibandingkan para pendatang baru.

e. Ongkos produksi yang berbeda antar perusahaan

Yang dijelaskan diatas adalah ongkos produksi per unt berbeda sebagai akibat dari tingkat (jumlah) produksi berbeda. Di samping itu ongkos produksi dapat pula berbeda pada tingkat produksi yang sama. Biasanya pada setiap tingkat produksi, ongkos produksi per unit yang harus dikeluarkan perusahaan yang baru lebih tinggi dari yang dikeluarkan perusahaan lama. Oleh karenanya perusahaan baru tidak dapat menjual barangnya semurah seperti perusahaan lama. Keadaan ini menghambat kemasukan perusahaan baru. Terdapat banyak faktor yang menimbulkan kecenderungan perbedaan ongkos produksi tersebut

### **3. Hubungan Antara Perusahaan-perusahaan Dalam Pasar Oligopoli**

1. Oligopoli dengan kesepakatan (Collusive Oligopoly)

Kesepakatan antara perusahaan dalam pasar oligopoli biasanya berupa kesepakatan harga dan produksi (kesepakatan ini kadang disebut sebagai “kolusi” atau “kartel”) dengan tujuan menghindari perang harga yang akan membawa kerugian bagi masing-masing perusahaan pada kondisi tertentu (contoh adalah kesepakatan produksi dan harga pada OPEC). Bentuk kesepakatan ini biasanya mengatur tentang banyaknya jumlah produksi yang boleh dihasilkan oleh masing-masing perusahaan berikut dengan harganya yang sama juga. Kesepakatan

dalam jumlah produksi dapat berupa pembagian secara merata, yaitu pembagian produksi yang didasarkan pada banyaknya jumlah permintaan efektif di pasar terhadap jumlah perusahaan yang menghasilkan produk yang sama

## 2. Oligopoli tanpa kesepakatan (Non Collusive Oligopoly)

Persaingan antar perusahaan dalam pasar oligopoli biasanya berupa perbedaan harga dan jumlah produk yang dihasilkan. Perbedaan harga dan jumlah produksi (bisa saling berhubungan positif timbal balik) dilakukan dalam rangka ingin mendapatkan jumlah pembeli yang lebih banyak dari sebelumnya (dari pesaingnya). Terdapat beberapa hal yang mungkin terjadi dalam pasar persaingan ini sehubungan dengan tingkat harga dan jumlah produksi (produk yang dihasilkan relatif sama) yaitu sebagai berikut

- ✓ Bila terdapat satu perusahaan yang mencoba memperbanyak jumlah produksinya agar harga jual produknya relatif lebih murah dibandingkan dengan pesaingnya, maka biasanya langkah ini akan diikuti oleh pesaing dengan menurunkan harga jual produknya
- ✓ Bila satu perusahaan mulai menurunkan harga jual produknya tanpa menambah jumlah produksinya dengan maksud untuk menguasai pangsa pasar, maka langkahnya akan diikuti oleh perusahaan lain, baik dengan cara menurunkan harganya semata atau menurunkan harga dengan cara menjual lebih banyak produknya di pasar.
- ✓ Bila satu perusahaan menaikkan harga jual produknya, baik dengan cara langsung pada penurunan harga ataupun dengan cara mengurangi jumlah produksinya, maka perusahaan lain relatif tidak akan mengikutinya.

#### **4. Kelebihan Dan Kelemahan Pasar Oligopoli**

##### **Kelebihan pasar oligopoli**

1. Memberi kebebasan memilih bagi pembeli.

Pasar oligopoli ini sangat memberi kebebasan terhadap pemilihan produk, secara umum pembeli memperkirakan akan lebih baik membeli produk yang mana yang dibutuhkan yang mana yang mampu memenuhi kebutuhan, jadi para pembeli tidak akan di tawarkan dengan agresif oleh perusahaan dalam pasar ini, namun pembelilah yang menentukan akan membeli produk dari perusahaan mana.

2. Mampu melakukan penelitian dan pengembangan produk.

Dalam pasar Oligopoli ini tentu penelitian - penelitian akan banyak terjadi ,contohnya penelitian tentang minat pembeli yang banyak membeli dari perusahaan lain di banding dengan perusahaan kita , ini merupakan penelitian untuk pengembangan produk yang perusahaan ini miliki agar dapat menarik pembeli dari perusahaan pesaing berkat keunggulan kualitas yang dimiliki.

3. Lebih memperhatikan kepuasan konsumen karena adanya persaingan penjual. Didalam pasar Oligopoli ini kepuasan konsumen atau pembeli sangat berpengaruh karena bisa saja dengan ketidak puasannya seorang pembeli dapat membuat pembeli lain ikut tidak puas dan beralih dengan produk lain dari perusahaan yang lain pula. oleh sebab itu banyak perusahaan bersikap baik dalam halnya pelayanan dan memperhatikan kepuasan pembeli agar pembeli bersikap loyal dan dapat membeli produk perusahaan ini dengan jenjang waktu yang lama.

4. Adanya penerapan teknologi baru

Didalam pasar oligopoli ini penerapan teknologi terbaru sangatlah bermanfaat, jikateknologi yang semakin berkembang tidak diikuti oleh perusahaan bisa jadi pembeli akan membeli produk dari perusahaan



lain yang memberi penerapan teknologi terbaru. oleh karena itu penerapan teknologi terbaru dapat memudahkan perusahaan untuk mengembangkan produknya agar lebih di minati.

### **Kelemahan pasar oligopoli**

#### 1. Menciptakan ketimpangan distribusi pendapatan

Dalam pasar oligopoli ini sering kali terjadi ketimpangan distribusi pendapatan, dimana perusahaan yang besar yang sudah lama berdiri dan banyak sekali peminatnya lebih banyak mendistribusikan produk dagangannya yang mengakibatkan hasil pendapatan yang banyak pula. sedangkan perusahaan yang kurang di minati pembeli otomatis akan mendistribusikan barang dagangannya dalam jumlah yang sedikit dan memperoleh pendapatan yang kecil.

#### 2. Harga yang stabil dan terlalu tinggi bisa mendorong timbulnya inflasi

Didalam pasar oligopoli ini harga sangat bergantung, terkadang harga yang mahal itu menggambarkan kualitas yang bagus pun belum tentu banyak peminatnya oleh karena itu perusahaan yang bekecimbung di dalam usaha ini sangat jarang menaikkan harga, itupun jika naik hanya sedikit dan tidak berpengaruh terhadap minat pembeli sehingga jauh untuk terjadinya inflasi.

#### 3. Bisa timbul pemborosan biaya produksi apabila ada kerjasama antar oligopolis karena semangat bersaing kurang. Didalam pasar oligopoli ini timbul pemborosan akibat biaya produksi yang besar namun pemasukan tidak seimbang ini diakibatkan perusahaan yang kurang peminat bekerjasama dengan perusahaan oligopolis lainnya yang juga kurang peminat untuk bersaing dengan perusahaan pemimpin pasar, mengapa bisa boros? karena biasanya dua perusahaan yang mempunyai satu produk kerjasama akan menimbulkan sedikit penghasilan namun biaya

produksi yang sama. akibatnya biaya produksi dan penghasilan perusahaan tersebut goyan dan bisa menyebabkan pemborosan.

4. Bisa timbul eksploitasi terhadap pembeli dan pemilik faktor produksi

Didalam pasar oligopoli ini timbul eksploitasi terhadap pembeli dan pemilik faktor produksi, ini dikarenakan minat pembeli yang cenderung memihak terhadap pemimpin pasar yang mengakibatkan faktor produksi perusahaan yang baru memulai eksistensinya kurang minat dari pembeli.

5. Sulit ditembus / dimasuki perusahaan baru

Didalam pasar oligopoli ini sulit untuk perusahaan lain bergabung dalam usaha karena minat pembeli yang tinggi terhadap pimpinan pasar sehingga sangat sulit untuk perusahaan baru untuk berkembang karena kurangnya peminat dari pembeli

6. Bisa berkembang ke arah monopoli perusahaan dalam pasar oligopoly

Didalam pasar oligopoli ini bisa berkembang ke arah monopoli jika sudah tidak ada yang mampu bersaing dengan pemimpin pasar, ini menyebabkan monopoli perusahaan ini berlanjut dengan menyaingi produk barang lainnya yang belum perusahaan ini kuasai. perusahaan ini berkemungkinan menyaring banyak pembeli karena produk yang lama sudah banyak peminat dan jika perusahaan ini menonopoli produknya sama dengan produk lain yang banyak di minati pembeli, boleh jadi dengan produk terbarunya perusahaan ini dengan mudah menyaingi perusahaan lama lainnya yang memiliki produk yang belum di miliki oleh perusahaan ini.

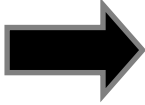
## Latihan Soal

1. Jelaskan berbagai hambatan yang dihadapi penjual yang ingin memasuki pasar oligopoly?
2. Jelaskan kurva permintaan terpatah (*kinked demand curve*)?
3. Jelaskan ketiga macam oligopoly yakni oligopoly tanpa kolusi, oligopoly dengan kolusi, serta model kolusi diam-diam.
4. Berikut tingkat harga dan jumlah permintaan pada suatu perusahaan oligopoly:

Harga (Rp)	Jumlah permintaan (unit)
10000	50
9000	100
8000	150
7000	200
5000	250

Hitunglah TR dan MR, serta gambarkan kurvanya.

5. Apabila suatu perusahaan oligopoly menghadapi dua permintaan  $Q_1=400-10P$  merupakan permintaan jika pesaing tidak bereaksi terhadap keputusan perusahaan, sedangkan  $Q_2=200-4P$  merupakan permintaan jika pesaing bereaksi terhadap keputusan perusahaan. Gambarkan kurva permintaan dan penerimaan marjinal (MR) perusahaan dan berapakah harga jual pesaing yang akan bereaksi?



**BAB XII**  
**PASAR FAKTOR PRODUKSI**  
**(TENAGA KERJA DAN TANAH)**

**TIU :**

Mahasiswa dapat memahami konsep dasar faktor produksi serta permintaan dan penawaran faktor produksi.

**TIK :**

Mahasiswa dapat memahami faktor-faktor penentu permintaan dan penawaran faktor produksi khususnya pasar tenaga kerja dan tanah.

**Pokok Pembahasan :**

Konsep-konsep dasar, Faktor-faktor penentu permintaan terhadap Faktor Produksi, Penawaran Faktor Produksi, Pasar Tenaga Kerja Berstruktur Persaingan Sempurna, Pasar Tenaga Kerja Berstruktur Monopoli, Monopsoni, Monopoli Bilateral, Pasar Tanah

## BAB XII

### PASAR FAKTOR PRODUKSI (TENAGA KERJA DAN TANAH)

Keseimbangan perusahaan dapat dilihat dari dua sisi, yaitu sisi produksi dan sisi penggunaan faktor produksi. Dalam upaya mencapai laba maksimum atau kerugian minimum, jumlah produk (*output*) yang diproduksi dan tingkat harga yang ditetapkan tergantung pada posisi perusahaan dalam pasar. Tetapi perusahaan hanya akan mencapai kondisi optimum bila alokasi penggunaan faktor produksi (*input*) juga efisien. Dalam memproduksi barang dan jasa, perusahaan membutuhkan beberapa faktor produksi pokok, yaitu : tenaga kerja dengan balas jasa berupa upah atau gaji; barang modal (mesin dan tanah) dengan balas jasa berupa sewa; serta uang dengan balas jasa berupa bunga.

Pada pasar barang, keseimbangan tercapai apabila permintaan sama dengan penawaran, dan begitu juga dengan pasar faktor produksi. Perekonomian dapat dikatakan sudah efisien bila keseimbangan terjadi pada pasar barang dan pasar faktor produksi. Sehingga dapat mengevaluasi kinerja perekonomian.

#### 12.1 Konsep-konsep dasar

Beberapa konsep dasar yang harus diketahui untuk analisis faktor produksi adalah :

- ✓ Faktor produksi sebagai permintaan turunan (*derived demand*)

Permintaan suatu barang dapat dikatakan sebagai permintaan turunan apabila permintaan terhadap barang tersebut sangat tergantung pada permintaan terhadap barang lain. Contohnya bahan bakar minyak (permintaan turunan) karena permintaan terhadapnya sangat tergantung

pada permintaan terhadap mobil. Selain itu, permintaan tenaga kerja sangat tergantung pada permintaan terhadap barang dan jasa. Semakin besar permintaan barang dan jasa, maka semakin besar permintaan tenaga kerja yang digunakan dalam proses produksi.

✓ Hubungan antar faktor produksi (*substitusi atau komplemen*)

Hubungan antar faktor produksi dikatakan bersifat substitusi bila penambahan penggunaan faktor produksi yang satu mengurangi penggunaan faktor produksi yang lain. Mesin merupakan substitusi dari tenaga kerja yang apabila bertambahnya mesin akan mengurangi penggunaan tenaga kerja. Sedangkan mesin dan tenaga kerja dikatakan komplemen apabila adanya penambahan mesin akan menambah penggunaan tenaga kerja.

✓ Hukum pertambahan hasil yang makin menurun (*the law of diminishing return*)

Penambahan penggunaan faktor produksi pada awalnya memberikan tambahan hasil yang besar, namun makin lama dengan tingkat pertambahan yang makin menurun.

✓ Efek substitusi dan efek output (*substitution and output effect*)

Pada analisis efek substitusi, jika terjadi kenaikan harga sebuah faktor produksi maka input tersebut dikurangi. Untuk menjaga tingkat output (pada isokuan yang sama), perusahaan menggunakan lebih banyak faktor produksi lain yang harganya relatif lebih murah. Analisis efek output atau efek skala produksi, apabila suatu faktor produksi dikatakan normal, jika penambahan skala produksi menambah penggunaan faktor produksi tersebut. Sebaliknya, faktor produksi dikatakan inferior bila penambahan skala produksi justru mengurangi penggunaan faktor produksi.

## 12.2 Faktor-faktor penentu permintaan terhadap Faktor produksi

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan terhadap faktor produksi yaitu sebagai berikut :

### a. Harga Faktor Produksi

Harga faktor produksi adalah upah, gaji, sewa, dan profit. Jika faktor produksi bersifat normal, semakin murah harganya maka akan semakin besar jumlah yang diminta.

### b. Permintaan Terhadap Output

Semakin besar skala produksi maka semakin besar permintaan terhadap input, kecuali input tersebut bersifat inferior.

### c. Permintaan Terhadap Faktor Produksi Lain

Apabila permintaan faktor produksi substitusi (mesin) meningkat, maka permintaan terhadap tenaga kerja menurun. Bila tenaga kerja dan mesin mempunyai hubungan komplemen, meningkatnya permintaan terhadap mesin meningkatkan permintaan terhadap tenaga kerja.

### d. Harga Faktor Produksi Lain

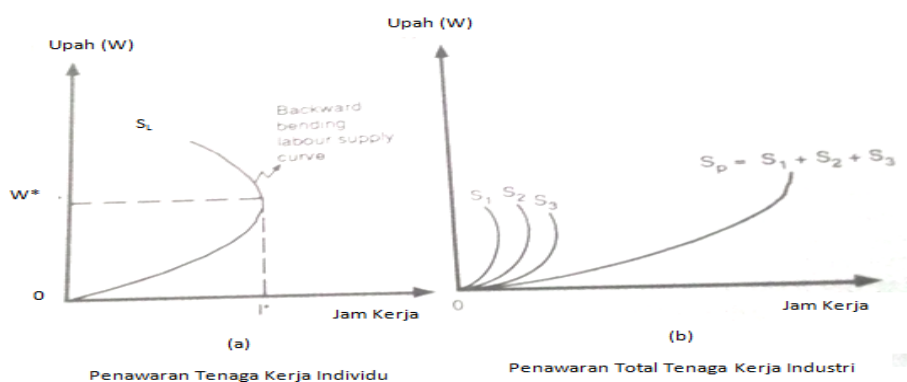
Pengaruh harga suatu faktor produksi terhadap permintaan faktor produksi lainnya sangat berkaitan dengan sifat hubungan antar faktor produksi. Permintaan terhadap suatu faktor produksi akan meningkat bila harga faktor produksi substitusinya semakin mahal. Permintaan terhadap faktor produksi akan menurun jika harga faktor produksi komplemennya makin mahal.

### e. Kemajuan Teknologi

Kemajuan teknologi akan menambah atau mengurangi permintaan terhadap faktor produksi.

### 12.3 Penawaran Faktor Produksi

Penawaran tanah bersifat inelastis sempurna karena jumlah tanah terbatas. Sehingga kurva penawaran tanah tegak lurus sejajar sumbu harga. Sedangkan penawaran tenaga kerja adalah total jumlah keinginan kerja (jam kerja) yang diberikan oleh seluruh individu yang ingin bekerja (angkatan kerja) yang ada dalam pasar. Berikut kurva penawaran tenaga kerja individu dan pasar.

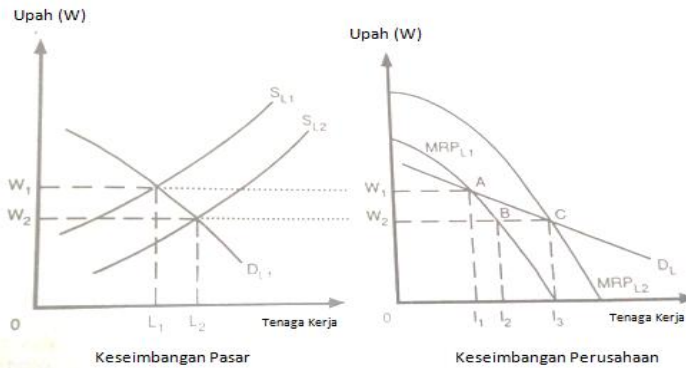


Gambar 12.1. Kurva Penawaran tenaga Kerja Individu dan Pasar

### 12.4 Pasar Tenaga Kerja Berstruktur Persaingan Sempurna

Pasar persaingan sempurna dalam pasar tenaga kerja berarti didalam pasar terdapat banyak perusahaan yang memerlukan tenaga kerja, dan tenaga kerja yang ada dalam pasar tidak menyatukan diri didalam serikat-serikat buruhyang akan bertindak sebagai wali mereka. Sifat permintaan dan penawaran tenaga kerja tidak berbeda dengan sifat permintaan dan penawaran di pasar barang. Kurva permintaan ke atas tenaga kerja seperti juga kurva permintaan ke atas suatu barang bersifat menurun dari kiri atas ke kanan bawah. Berarti permintaaan keatas teaga kerja bersifat : semakin tinggi/rendah upah tenaga kerja, semain sedikit/banyak permintaan keatas tenaga kerja. Begitupula untuk kurva penawaran berlaku sebaliknya sama seperti penawaran barang.

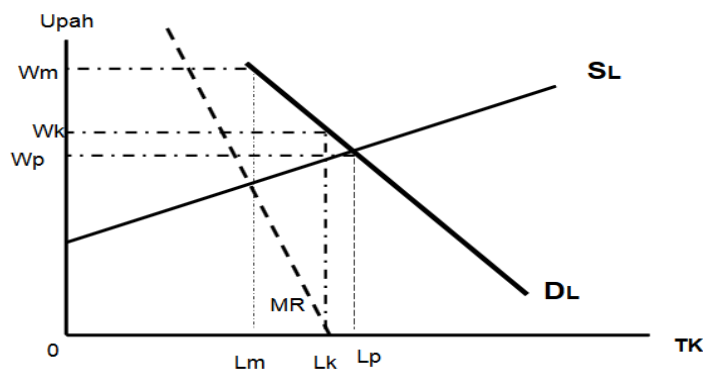




Gambar 12.2. Permintaan Tenaga Kerja jika Tenaga Kerja dan Barang Modal Variabel

### 12.5 Pasar Tenaga Kerja Berstruktur Monopoli

Tenaga kerja dapat memiliki daya monopoli faktor produksi, misalnya dengan membentuk serikat pekerja (labour union). Dengan daya monopoli, serikat pekerja dapat menentukan beberapa tingkat upah sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

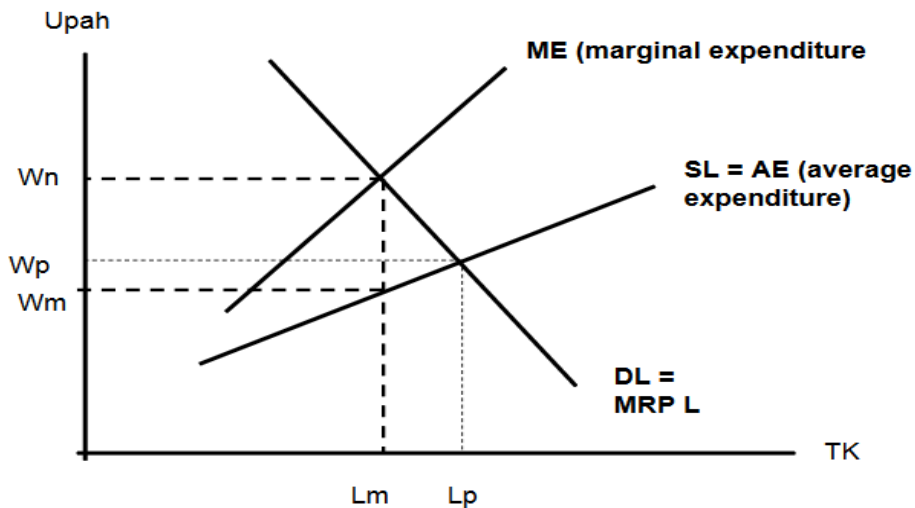


Gambar 12.3. Pasar Tenaga Kerja Berstruktur Monopoli

Jika serikat pekerja bertujuan memaksimalkan kesempatan kerja maka bersedia menerima upah  $W_p$  dengan kesempatan kerja  $L_p$ . Jika tujuannya memaksimalkan upah, maka serikat pekerja meminta upah setinggi  $W_m$  dengan konsekuensi kesempatan kerja hanya sebanyak  $L_m$ . Sedangkan jika tujuannya memaksimalkan penerimaan maka upah yang diminta setinggi  $W_k$  dengan kesempatan kerja  $L_k$ .

## 12.6 Monopsoni

Monopsoni adalah keadaan dimana dalam pasar faktor produksi (tenaga kerja) hanya ada satu pembeli sehingga mempunyai kemampuan menentukan upah. Dengan tujuan agar mereka dapat memperoleh upah dan fasilitas bukan keuangan yang lebih baik, tenaga kerja dapat menyatukan diri didalam serikat buruh atau persatuan pekerja. Serikat buruh adalah organisasi yang didirikan dengan tujuan agar para pekerja dapat sebagai suatu kesatuan membicarakan atau menuntut syarat-syarat kerja tertentu dengan para pengusaha.



Gambar 12.4. Pasar Tenaga Kerja Berstruktur Monopsoni

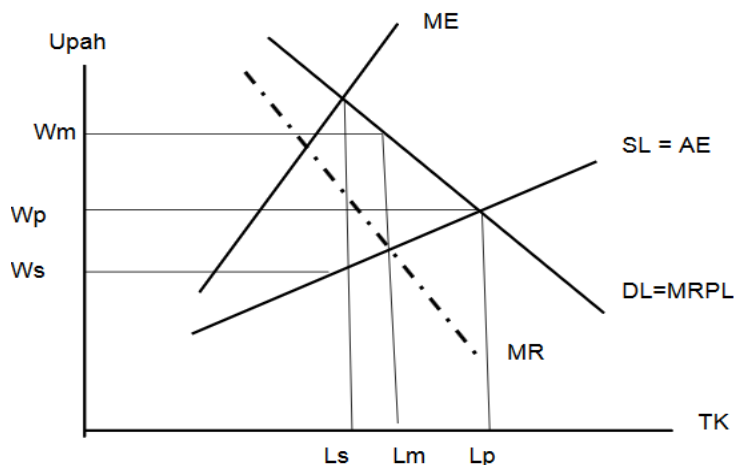
Dari gambar di atas, terlihat bahwa keseimbangan monopsonis tercapai jika  $ME = MRP_L$ . Ternyata jumlah tenaga kerja yang digunakan ( $L_m$ ) lebih sedikit dibanding dengan jika perusahaan beroperasi dalam pasar tenaga kerja persaingan sempurna ( $L_p$ ). Demikian juga tingkat upah pada pasar tenaga kerja persaingan sempurna ( $W_p$ ).

Penentuan upah dalam pasar tenaga kerja yang bersifat monopoli :

- a) Menentukan upah yang lebih tinggi dari yang dicapai pada keseimbangan permintaan dan penawaran.
- b) Membatasi penawaran tenaga kerja
- c) Menjalankan usaha-usaha yang bertujuan menaikkan permintaan tenaga kerja

### 12.7 Monopoli Bilateral

Kondisi monopoli bilateral terjadi bila pekerja memiliki daya monopoli, misalnya melalui serikat pekerja sementara perusahaan memiliki daya monopsoni. Dalam keadaan demikian tingkat upah ditentukan melalui perundingan antara serikat pekerja dan perusahaan, semakin kuat tenaga kerja maka upah mengarah ke  $W_m$  dan semakin kuat perusahaan maka upah mengarah ke  $W_s$ .



Gambar 12.5. Monopoli Bilateral

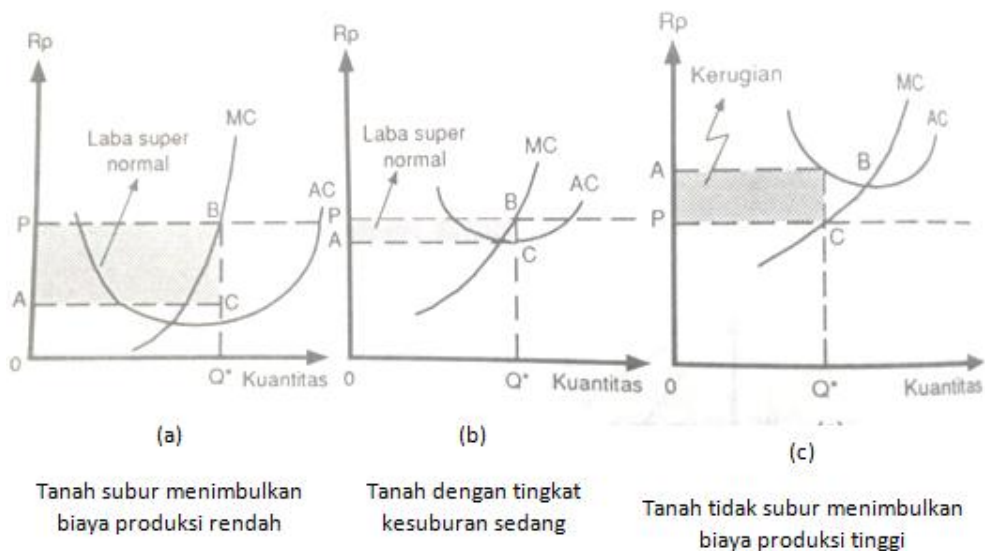
### 12.8 Pasar Tanah

David Richardo (ekonom inggris abad 19) adalah ekonom pertama yang membahas mekanisme penentuan harga sewa tanah untuk pertanian. Menurutnya, harga sewa tanah sangat ditentukan oleh tingkat produktifitas tanah. Makin Produktif (subur), harga sewa tanah makin mahal.

## 1. Model Sewa Tanah Richardo (Richardian Model).

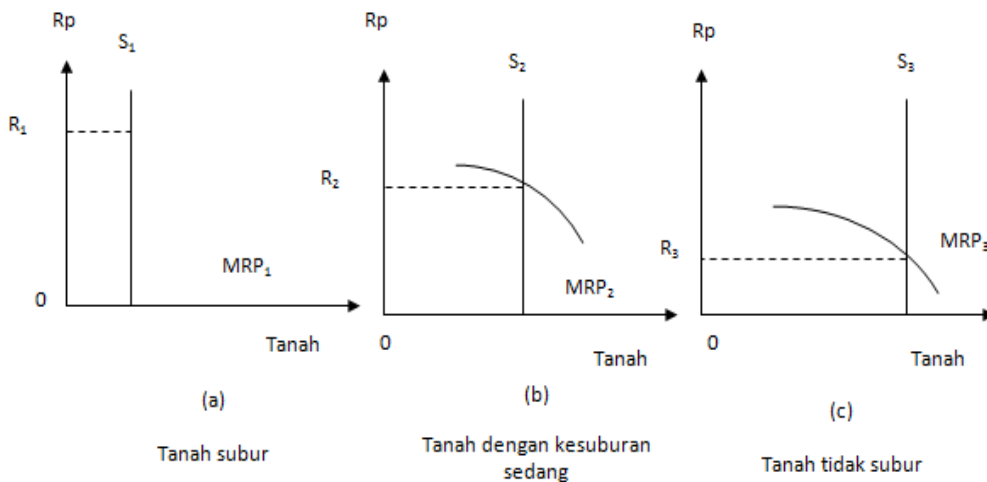
Untuk dapat membuat model grafis dari pemikiran Richardo, kita membuat beberapa asumsi :

- Berdasarkan tingkat kesuburannya, tanah di bagi menjadi tiga kelas, yaitu kelas subur, sedang dan tidak subur.
- Jumlah tanah yang subur lebih sedikit dari tanah yang sedang, dan jumlah tanah yang paling banyak adalah tanah yang tidak subur.



Gambar 12.6. Penafsiran Teori Richardo Tentang Sewa Tanah Dalam Analisis Teori keseimbangan Produsen

Berdasarkan gambar di atas, menunjukkan bahwa tanah yang paling subur mempunyai struktur biaya yang paling murah, sehingga dapat menghasilkan keuntungan bagi penyewanya. Tanah yang tidak subur akan menurunkan laba, bahkan merugikan penyewa. Sedangkan grafis penawaran tanah sebagai berikut.



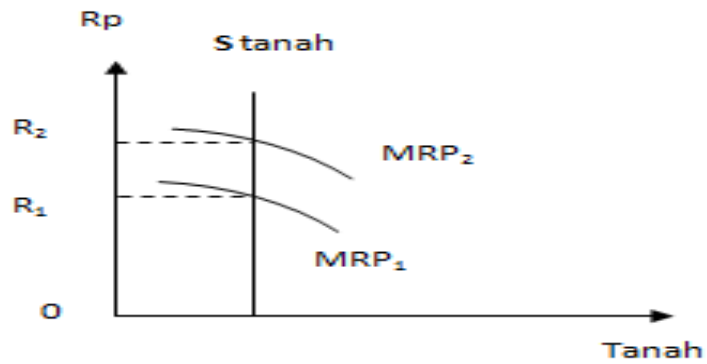
Gambar 12.7. Penafsiran Teori Sewa Tanah Richardo Dalam Analisis Pasar Faktor Produksi

Dikarenakan penawaran tanah terbatas (inelastis sempurna), maka penentuan tingkat sewa tanah berdasarkan tingkat kesuburan tanah. Secara matematis dapat dikatakan  $S = MRP$  tanah. Produktivitas tanah ditunjukkan dengan kurva MRP tanah, yang paling subur MRPnya lebih baik ( $MRP_1 > MRP_2 > MRP_3$ ). Karena tanah yang paling subur jumlahnya paling sedikit dibanding tanah yang kurang subur, maka penawaran tanah yang paling subur relatif paling sedikit ( $S_1 < S_2 < S_3$ ) sehingga menyebabkan harga sewa tanah yang paling subur lebih mahal dari yang lainnya ( $R_1 > R_2 > R_3$ ).

## 2. Kontekstualisasi Model Richardo

Apa yang disampaikan Richardo lebih dari 100 thn yang lalu memberikan peralatan analisis kepada generasi kita untuk memahami gejala menghubungannya tingkat harga jual atau sewa tanah di era modern ini. Apa yang diungkapkan Richardo mengajarkan bahwa karena penawaran tanah inelastis sempurna, maka penentuan harga jual atau sewa semata-mata ditentukan oleh sisi permintaan (demand

determined prices). Dalam era modern, produktivitas tanah diukur dari seberapa besar output yang dihasilkan karena memproduksi di lokasi tersebut.



Gambar 12.8 Perubahan Harga Sewa Tanah Karena Perubahan Permintaan (MRP) (*Demand determined priced*)

Permintaan tanah ditentukan oleh produktivitasnya ( $MRP_L$ ). Gambar di atas menunjukkan bahwa apabila produktivitas tanah meningkat ( $MRP_1$  menjadi  $MRP_2$ ) maka harga sewa tanah meningkat dari  $R_1$  menjadi  $R_2$ .

### Latihan Soal

1. Jelaskan perbedaan upah nominal dengan upah riil?
2. Jelaskan yang dimaksud dengan pasar tenaga kerja monopoli bilateral?
3. Berikut penawaran dan permintaan tenaga buruh pada berbagai tingkat harga.

Upah (Rp)	Permintaan tenaga kerja	Penawaran tenaga kerja
30000	18	3
40000	16	4
50000	14	5
60000	12	6
70000	10	7

Apabila perusahaan membuat kesepakatan secara bersama meminta tenaga kerja di pasar (maka mereka menjadi monopsony). Hitunglah biaya marjinal tenaga kerja dalam industry tersebut dan gambarkan biaya marjinal tenaga kerja tersebut.

4. Berikut tabel yang menunjukkan upah uang yang diterima pekerja beserta indeks harga.

Tahun	Upah Uang (Rp)	Indeks Harga
2001	450000	100
2002	480000	115
2003	540000	122
2004	640000	130
2005	780000	140

Hitunglah Upah riil yang diterima pada masing-masing tahun tersebut.

5. Berikut tabel tingkat upah dan penggunaan tenaga kerja dalam pasar monopsoni.

Jumlah Pekerja	Tingkat Upah per pekerja	Biaya Total tenaga kerja (jumlah upah)
1	2500	2500
2	3500	3000
3	4500	10000
4	6500	19000
5	7500	30000

Hitunglah Biaya marjinal tenaga kerja pada masing-masing tingkat harga.



## DAFTAR RUJUKAN

- Rahardja, Pratama dan Mandala M. 2004. *Pengantar Ilmu Ekonomi*, Edisi Revisi. Jakarta : LPFE UI.
- Rosyidi, Suherman. 2009. *Pengantar Teori Ekonomi*, Edisi Revisi. Jakarta : Rajawali Pers.
- Sukirno, Sadono. 1994. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*, Edisi Ketiga. Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada.

## DAFTAR PUSTAKA

Boediono, Dr, Ekonomi Mikro, BPFE Yogyakarta, 1982.

Soeharno, Prof, Dr, TS., SU, Teori Mikro Ekonomi, Andi Yogyakarta, 2009.

Sugiarto, Said Kelana, dkk, Ekonomi Mikro : Suatu Pendekatan Prakte, Gramedia Pustaka Utama, 2000.

Sadono Sukirno, Mikro Ekonomi, PT. Raja Grafindo Persada, 2005.