

Pengantar Teori Ekonomi Mikro



Buku Pengantar Ekonomi mikro membahas masalah ekonomi lebih fokus pada masalah dasar ekonomi secara individual, mengupas Teori Permintaan dan Teori Penawaran, Konsep-Konsep Elastisitas, Perilaku Konsumen, Teori Produksi, Teori Biaya dan Penerimaan, Teori-Teori

Pasar. Buku ini dibahas selain menggunakan bahasa verbal juga penulis menggunakan model-model matematika, gambar-gambar dan menampilkan angka-angka dan perhitungan-perhitungan agar para pembaca memahami betul penerapan teori yang ada.

Buku ini disusun untuk memenuhi kebutuhan bahan bacaan bagi mahasiswa terutama mahasiswa yang sedang mempelajari Pengantar Teori Ekonomi Mikro, karena materinya disusun sesuai kebutuhan sehingga mahasiswa lebih mudah mendapat materinya. Semoga buku ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Tiada Gading Yang Tiada Retak,
Tiada Manusia yang Sempurnah,
kecuali Sang Pencipta Alam
Semesta.



ISBN 978-602-8828-34-5



Anggota IKAPI No. 017/SSL

DR. JUNAIDIN ZAKARIA, SE., MS.

Pengantar
Teori Ekonomi Mikro



DR. JUNAIDIN ZAKARIA, SE., MS.

Pengantar Teori Ekonomi Mikro



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR GAMBAR	iii
DAFTAR TABEL	iv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. TIMBULNYA ILMU EKONOMI	1
1.2. RUANG LINGKUP ILMU EKONOMI DAN EKONOMI MIKRO	2
1.3 .MASALAH DASAR EKONOMI	4
1.4. ILMU EKONOMI SEBAGAI DASAR PENGAMBILAN KEPUTUSAN	5
BAB II. TEORI PERMINTAAN	6
2.1. KURVA PERMINTAAN	6
2.2. BENTUK-BENTUK KURVA PERMINTAAN	8
2.3. PERUBAHAN PERMINTAAN DAN JUMLAH YANG DIMINTA	11
2.4. BEBERAPA PENYEBAB PERUBAHAN PERMINTAAN	13
BAB III. TEORI PENAWARAN	18
3.1. KURVE PENAWARAN	18
3.2. PERUBAHAN PENAWARAN DAN JUMLAH YANG DITAWARKAN	19
3.3. BENTUK LAIN KURVA PENAWARAN	21
3.4. TERBENTUKNYA HARGA KESEIMBANGAN	24
BAB IV. KONSEP ELASTISITAS	25
4.1. ELASTISITAS PERMINTAAN TERHADAP HARGA	25
4.2. ELASTISITAS SILANG (CROSS ELASTICITY)	33
4.3. ELASTISITAS PENDAPATAN (INCOME ELASTICITY)	34
4.4. ELASTISITAS PENAWARAN (ELASTICITY OF SUPPLY)	38

BAB V. PERILAKU KONSUMEN	42
5.1. PENDEKATAN UTILITY (KEGUNAAN)	42
5.2. PENDEKATAN INDEFFERENCE CURVE	47
5.3. GARIS ANGGARAN (BUDGED LINE)	53
5.4. KESEIMBANGAN KONSUMEN	58
5.5. PERUBAHAN HARGA, PENDAPATAN, DAN KURVE PERMINTAAN	63
 BAB VI. TEORI PRODUKSI	 68
6.1. DEFINISI PRODUKSI	68
6.2. FUNGSI PRODUKSI	69
6.3. MACAM-MACAM FUNGSI PRODUKSI	70
 BAB VII. TEORI BIAYA DAN PENERIMAAN	 87
7.1. PENDAHULUAN	87
7.2. MACAM-MACAM BIAYA	87
7.3. KURVE BIAYA	89
7.4. PENERIMAAN (REVENUE)	93
7.5. KEUNTUNGAN MAKSIMUM	96
 BAB VIII. STRUKTUR PASAR	 101
8.1. PASAR PERSAINGAN SEMPURNA	101
8.2. PASAR MONOPOLI	118
8.3. PASAR OLOGOPOLI	132
8.4. PASAR PERSAINGAN MONOPOLI	135
8.5. PASAR MONOPSONI	138

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1 : Grafik Permintaan Konsumen Individual	8
GAMBAR 2.2 : Kurva Permintaan Sejajar Dengan Sumbu Harga	10
GAMBAR 2.3 : Kurva permintaan sejajar dengan sumbu kuantitas	11
GAMBAR 2.4 : Perubahan jumlah yang diminta	12
GAMBAR 2.5 : Perubahan permintaan	12
GAMBAR 3.1 : Kurva penawaran individual	19
GAMBAR 3.2 : Kurva perubahan penawaran	20
GAMBAR 3.3 : Kurve penawaran tegak	22
GAMBAR 3.4 : Kurve penawaran horisontal	23
GAMBAR 3.5 : Kurve keseimbangan Permintaan dan penawaran	24
GAMBAR 4.1 : Elastisitas Permintaan tak terhingga	29
GAMBAR 4.2 : Kurva permintaan yang vertikal	30
GAMBAR 4.3 : Kurva permintaan yang mendatar	30
GAMBAR 4.4 : Kurva permintaan yang unitary elastis	31
GAMBAR 4.5 : Kurva permintaan yang inelastis	31
GAMBAR 4.6 : Elastisitas titik	35
GAMBAR 4.7 : Elastisitas titik	36
GAMBAR 4.8 : Elastisitas busur	37
GAMBAR 4.9 : Kurva penawaran yang elastis tak terhingga	39
GAMBAR 4.10 : Kurva penawaran yang elastis	39
GAMBAR 4.11 : Kurva penawaran yang unitary elastis	40
GAMBAR 4.12 : Kurva penawaran yang inelastis	40

GAMBAR 4.13 : Kurva penawaran yang inelastis sempurna	41
GAMBAR 5.1 : Guna marginal yang makin berkurang	46
GAMBAR 5.2 : Kurva indifference	50
GAMBAR 5.3 : MRS_{zy} yang semakin menurun	51
GAMBAR 5.4 : Kurve indifference yang tidak saling berpotongan	52
GAMBAR 5.5 : Garis anggaran belanja	54
GAMBAR 5.6 : Garis anggaran	56
GAMBAR 5.7 : Pergeseran garis anggaran konsumen	57
GAMBAR 5.8 : Keseimbangan konsumen	58
GAMBAR 5.9 : Kurve Penghasilan konsumsi dan Kurve Engel	62
GAMBAR 5.10 : Efek perubahan harga	63
GAMBAR 5.11 : Efek perubahan pendapatan	66
GAMBAR 6.1 : Hubungan Output dengan Penggunaan Input	74
GAMBAR 6.2 : Hubungan Output dengan penggunaan dua macam Input	77
GAMBAR 6.3 : Kurve isoquant bergeser kekanan	78
GAMBAR 6.4 : Kurve Isoquant berpotongan	79
GAMBAR 6.5 : Marginal rate of technical substitution	80
GAMBAR 6.6 : Fungsi Produksi Cobb-Douglas	82
GAMBAR 6.7 : Fungsi Produksi Leontief	83
GAMBAR 6.8 : Fungsi Produksi Linear	84
GAMBAR 7.1 : Hubungan penggunaan Biaya Input dan Output	89
GAMBAR 7.2 : Hubungan Output dengan Total Variabel Cost	90
GAMBAR 7.3 : Hubungan Output dengan TVC, TFC.....	91
GAMBAR 7.4 : Kurva Permintaan yang Horizontal	96

GAMBAR 7.5 : Kurva Keuntungan Total dengan Harga Turun	98
GAMBAR 7.6 : Kurva Keuntungan Maksimum dengan Harga Tetap	100
GAMBAR 8.1 : Kurva Permintaan Pasar Persaingan Sempurna	102
GAMBAR 8.2 : Laba Maksimal Perusahaan, Pendekatan Penerimaan Total dan Biaya Total	104
GAMBAR 8.3 : Laba Maksimal dan Laba Murni Pendekatan Penerimaan Marginal dan Biaya Marginal	106
GAMBAR 8.4 : Laba Maksimal dan Laba Normal	107
GAMBAR 8.5 : Perusahaan Mengalami Kerugian	109
GAMBAR 8.6 : Perusahaan Tutup Usaha	110
GAMBAR 8.7 : Biaya Perusahaan yang Menurun	112
GAMBAR 8.8 : Perusahaan dengan Laba Murni	116
GAMBAR 8.9 : Perusahaan dengan Biaya Menaik	117
GAMBAR 8.10 : Kurva Permintaan pada Monopoli	119
GAMBAR 8.11 : Laba Maksimal seorang Monopolis Pendekatan TR-TC ..	123
GAMBAR 8.12 : Kerugian Masyarakat karena Monopoli	125
GAMBAR 8.13 : Penentuan Harga Maksimal terhadap barang yang di hasilkan seorang Monopolis	126
GAMBAR 8.14 ; Perubahan Harga dan Output	133
GAMBAR 8.15 : Pergeseran Kurve Permintaan keatas	137
GAMBAR 8.16 : Biaya Tambahan dan Manfaat tambahan	139

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Tabel Permintaan Beras Individual	6
Tabel 3.1. Penawaran Individual	18
Tabel 3.2. Permintaan dan Penawaran Barang Z	23
Tabel 5.1. Hubungan Total Utility Dan Marginal Utility	45
Tabel 5.2. Medan Kurve Indifference	49
Tabel 5.3. Anggaran Belanja Konsumen	55
Tabel 6.1. Produksi Total Rata-rata, Dan Produksi Marginal	73
Tabel 7.1. Perhitungan Berbagai Macam Biaya	92
Tabel 7.2. Hubungan $P = AR$, TR Dan MR	94
Tabel 7.3. Hubungan $MR = P$, TR dan MR	95
Tabel 7.4. Keuntungan Maksimum Dengan Harga Menurun	97
Tabel 7.5. Keuntungan Yang Maksimum Dengan Harga Tetap	99
Tabel 8.1. Hubungan Antara Tingkat Harga, Jumlah Barang X Yang Diminta, Penerimaan Total, Penerimaan Rata-rata dan Penerimaan Marginal	103
Tabel 8.2. Permintaan Akan Barang X	119
Tabel 8.3. Produksi, Harga, Penerimaan, Biaya dan Keuntungan	123

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah Penulis dapat menyusun Buku Pengantar Ekonomi Mikro. Buku ini disusun oleh Penulis dengan mendapat Inspirasi dari para pakar Ekonomi Mikro. Walaupun disadari oleh Penulis bahwa Buku ini masih belum sempurna. Karena itu penulis masih sangat terbuka untuk menerima masukan dan saran-saran dan kritikan dari para pembaca.

Buku ini disusun sebagai referensi untuk memenuhi kebutuhan para Akademisi, Para Pelaku Ekonomi Pemerintah, Perusahaan dan Masyarakat untuk dijadikan acuan dalam pengambilan kebijakan baik pada tataran Ekonomi Mikro maupun Ekonomi Makro. Buku ini juga dapat digunakan oleh Mahasiswa yang belajar Pengantar Teori Ekonomi Mikro. Untuk membantu para pembaca memahami isi Buku ini maka penulis menggunakan bahasa verbal, peralatan matematika, angka-angka yang disajikan dalam bentuk tabel dan peralatan berupa gambar agar para pembaca dapat dengan mudah mengetahui Teori Ekonomi Mikro.

Semoga Buku ini dapat memberi manfaat, Para Akademisi, Mahasiswa yang belajar Mata Kuliah Ekonomi Mikro, dan Para Pelaku Ekonomi yang membaca Buku ini. Akhirnya penulis mengucapkan terima kasih kepada para pembaca jika Buku ini dapat memberi kontribusi terhadap pengembangan Ilmu pengetahuan yang sekarang ini semakin maju dengan cepat. Tidak ada yang sempurna kecuali sang pencipta alam semesta yang memiliki kesempurnaan.

Makassar, Pebruari 2012

Penulis,

DR. JUNAIDDIN ZAKARIA, SE.,MS.

PENGANTAR TEORI EKONOMI MIKRO

OLEH :

DR. JUNAIDDIN ZAKARIA, SE.,MS.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 TIMBULNYA ILMU EKONOMI

Masalah ekonomi timbul sebagai akibat adanya kenyataan-kenyataan dalam kehidupan manusia mengenai kebutuhan dengan Jumlah dan berbagai macamnya sangat banyak, sedangkan alat pemuas kebutuhan, relatif sedikit dibandingkan dengan kebutuhan manusia yang tidak terbatas. Sejak masyarakat prasejarah sampai dengan zaman modern seperti sekarang ini belum pernah dijumpai suatu masyarakat atau suatu bangsa yang kebutuhan hidupnya telah dapat terpenuhi sepenuhnya. Masyarakat yang dikatakan masih primitif kebutuhan mereka baik jumlah maupun macamnya relatif tidak banyak bila dibandingkan dengan kebutuhan masyarakat modern. Akan tetapi karena kemampuannya untuk menghasilkan barang-barang dan jasa-jasa yang langsung dapat memenuhi kebutuhan mereka sangat kecil, maka banyak dari kebutuhan mereka yang pemenuhannya terbatas dalam angan-angan belaka.

Alfred Marshall (Lipsey, 1991) mengemukakan ilmu ekonomi adalah studi tentang sumber daya yang langka untuk memenuhi kebutuhan manusia yang tak terbatas. Sumberdaya yang dimaksud seperti sumberdaya alam; tanah, hutan, barang tambang, sumberdaya air, sumberdaya manusia, sumberdaya modal berupa mesin, gedung, alat-alat produksi. Para ahli ekonomi menamakannya sebagai faktor-faktor produksi.

Kelangkaan sumber daya mendorong manusia untuk melakukan pilihan terhadap barang yang akan diproduksi. Keputusan seseorang melakukan pilihan sebagai prioritas terhadap suatu barang ditentukan apakah barang tersebut merupakan suatu barang yang vital terhadap kehidupan seseorang. Misalnya seseorang ingin membeli beras dan rokok. Namun dibatasi oleh penghasilan. Penghasilannya hanya cukup membeli salah satu barang yaitu beras atau rokok. Tentunya keputusan untuk memilih tergantung pada apakah barang tersebut merupakan barang kebutuhan vital.

Namun demikian dengan semakin majunya ilmu pengetahuan dan teknologi, manusia menjadi semakin cerdas dan semakin banyak alat kapital yang mereka miliki, yang semuanya ini meningkatkan kemampuan mereka dalam menghasilkan barang-barang dan jasa-jasa selanjutnya dapat mereka pergunakan untuk memenuhi kebutuhan mereka. Akan tetapi meningkatnya kemampuan mereka menghasilkan barang-barang dan jasa-jasa tersebut hampir senantiasa diikuti, dibarengi, bahkan tidak jarang pula didahului oleh timbulnya kebutuhan-kebutuhan baru. Meningkatnya kebutuhan mereka tersebut demikian cepatnya, sehingga

bangsa yang paling maju di dunia dewasa ini, masih pula merasakan keterbatasan mereka dalam memenuhi keterbatasan mereka yang semakin beraneka ragam tersebut.

Menghadapi kenyataan tidak dapat terpenuhinya semua kebutuhan mereka, maka dengan sadar atau tidak manusia bertendensi untuk bersikap rasional, yaitu sepanjang mereka mempunyai pilihan, mereka akan memilih pilihan yang mendatangkan manfaat sebesar-besarnya dari penggunaan alat pemuas kebutuhan tertentu, atau memilih pilihan yang menurut perhitungan mereka memerlukan korban paling kecil diantara pilihan-pilihan lain untuk maksud pemenuhan kebutuhan tertentu.

Ilmu yang mempelajari bagaimana manusia dalam usaha memenuhi kebutuhan-kebutuhannya mengadakan pemilihan diantara berbagai alternatif pemakaian atas alat-alat pemuas kebutuhan yang tersedianya relatif terbatas. inilah yang biasa kita sebut *ilmu ekonomi pemuas* atau *economics*.

Karena itu barang dan jasa digolongkan menjadi dua yaitu barang ekonomis dan barang bebas. Barang ekonomis adalah barang yang tersedianya dalam jumlahnya yang lebih sedikit dari jumlah maksimum yang dibutuhkan masyarakat. Barang ekonomi selalu mempunyai harga. Produksi barang ekonomis memerlukan sumber ekonomis yang terbatas jumlahnya. Karena itu tidak dapat diproduksi dalam jumlah yang tak terbatas. Sedangkan barang bebas adalah barang yang tersedia dalam jumlah yang melebihi kebutuhan manusia. Oleh sebab itu tidak mempunyai harga. Misalnya, udara, sinar matahari. Tetapi ini semua tergantung pada ruang dan waktu. Sinar matahari bisa menjadi barang ekonomis di musim dingin, terutama bagi daerah kutub, oleh sebab itu banyak touris yang harus mengeluarkan uang untuk mendapat sinar matahari dengan mendatangi daerah tropis.

1.2. RUANG LINGKUP ILMUEKONOMI DAN EKONOMI MIKRO

Ilmu ekonomi biasa dibagi dalam tiga kelompok dasar, yaitu kelompok *Ekonomi Deskriptif*, kelompok *Teori Ekonomi* dan kelompok *Ekonomi Terapan*. ***Ekonomi Deskriptif***, mengumpulkan keterangan-keterangan faktual yang relevan mengenai suatu masalah ekonomi atau mengemukakan apa adanya atau apa yang sesungguhnya terjadi. Sedangkan ***Teori Ekonomi*** yang biasa disebut juga ***Ekonomi Theory* atau *Economic Principles***, yang selanjutnya dapat dipecah lagi kedalam kelompok besar, yaitu kelompok *teori ekonomi mikro* dan *teori ekonomi makro*. Tugas utamanya adalah berusaha menerangkan secara umum perilaku sistem perekonomian. Apabila yang merupakan materi pembahasan adalah perilaku pelaku-pelaku ekonomi yang berada didalam sistem perekonomian, maka teori tersebut masuk kategori teori ekonomi mikro. Sedangkan apabila yang merupakan materi pembahasan adalah mekanisme bekerjanya perekonomian sebagai suatu keseluruhan, maka teori ekonomi tersebut kita kategorikan sebagai teori ekonomi makro, dengan variabel-variabel yang dibahas antara lain,

pendapatan nasional, inflasi, pengangguran, kesempatan kerja, anggaran pendapatan dan belanja negara, dan sebagainya. ***Ekonomi Terapan atau Applied Economics*** ialah menggunakan hasil pemikiran yang terkumpul dalam teori ekonomi untuk menerangkan keterangan yang dikumpulkan oleh ekonomi deskriptif. Dengan menggunakan kerangka ilmu ekonomi tersebut dapatlah dikatakan bahwa materi yang disajikan dalam buku ini dapat dimasukkan kedalam kelompok teori ekonomi mikro.

Teori ekonomi mikro adalah teori ekonomi yang khusus membahas perilaku unit ekonomi yang lebih kecil, misalnya: harga pasar, perilaku konsumen, perilaku produsen dan lain sebagainya. Oleh karena itu teori ekonomi makro sering dikatakan teori pendapatan nasional, sedang teori mikro sering dinamakan teori harga. Teori ekonomi mikro maupun teori ekonomi makro masing-masing mengalami perkembangan yang baik dan merupakan cabang dari teori ekonomi. Tetapi pada dasarnya kedua bagian tersebut mempunyai hubungan yang erat dan tidak dapat dipisah-pisahkan antara yang satu dengan yang lain. Hal ini dapat dijelaskan dengan melihat hubungan antara dua variabel dalam teori ekonomi mikro dan teori ekonomi makro. Teori konsumsi masyarakat yang dijelaskan dalam bagian makro merupakan agregasi dari perilaku konsumsi individual yang dijelaskan pada bagian mikro. Sistem perpajakan masyarakat yang dibahas dalam ekonomi makro mempunyai hubungan erat dengan pengambilan keputusan mengenai harga dan kuantitas barang-barang yang diproduksi oleh suatu perusahaan yang dibahas dalam ekonomi mikro. Hal yang sebaliknya misalnya, dalam penentuan harga input yang dibahas pada ekonomi mikro merupakan dasar untuk pembagian pendapatan nasional yang ini adalah merupakan masalah ekonomi makro. Demikianlah pengertian dasar dan hubungan antara ekonomi makro dan mikro.

Mikro berasal dari bahasa Yunani yaitu mikros yang artinya kecil. Ini tidak berarti bahwa teori ekonomi mikro adalah tidak penting. Teori ekonomi mikro tidak kalah pentingnya dengan ilmu-ilmu pengetahuan yang lain. Ekonomi mikro dapat menjelaskan mengenai komposisi dan alokasi dari produksi total, sedangkan teori ekonomi makro menjelaskan tingkat produksi secara keseluruhan. Teori ekonomi mikro yang sering disebut teori harga terutama membahas mengenai arus barang dan jasa dari sektor perusahaan ke sektor rumah tangga dan arus faktor-faktor produksi dari sektor rumah tangga ke sektor perusahaan. Susunan dari arus-arus ini akan menciptakan harga. Berdasarkan arus-arus ini menimbulkan masalah yang dinamakan masalah ekonomi (economic problem), maksudnya bahwa alokasi sumber daya yang relatif terbatas jumlahnya yang digunakan untuk tujuan-tujuan yang sifatnya alternatif. Jadi masalah ekonomi mikro tersebut adalah suatu barang mengenai bagaimana masing-masing berusaha dengan menggunakan usaha dengan sumber daya yang tersedia (terbatas) untuk mendapatkan kepuasan maksimum (maximum utility).

Masalah ekonomi itu tidak akan timbul apabila sumber daya adalah bebas, artinya apabila sumber daya tidak mempunyai harga, misalnya: tanah, air, sinar matahari, udara, dan sebagainya. Sumber daya ini bersifat langka sehingga untuk mendapatkannya harus mengeluarkan biaya. Dengan demikian sumberdaya mempunyai harga. Langka artinya jumlahnya jauh lebih kecil bila dibandingkan dengan kebutuhan manusia. Masalah ekonomi itu juga timbul karena kebutuhan manusia sangat banyak dan beraneka ragam jenisnya. Sedangkan alat pemenuh kebutuhan manusia sangat terbatas.

Dasar permasalahan yang dihadapi baik makro maupun mikro adalah sama yaitu pertama langkanya sumber-sumber daya yang tersedia dan kedua tidak terbatasnya kebutuhan manusia. Oleh karena itu teori ekonomi baik makro maupun mikro yang paling penting adalah bagaimana menciptakan dan menyuguhkan hukum-hukum ekonomi yang dapat dipakai untuk pedoman dalam mengambil keputusan yang paling baik. Dilihat dari kacamata ekonomi yang dimaksud paling baik adalah bijaksana artinya dapat memenuhi kedua syarat yaitu efektif dan efisien.

1.3. MASALAH DASAR EKONOMI

Problema dasar ekonomi adalah bagaimana menggunakan sumber-sumber ekonomi yang tersedia dengan terbatas jumlahnya untuk memenuhi kebutuhan manusia dengan sebaik-baiknya. **Edward Foster** (tahun 1970) menjelaskan masyarakat menghadapi tiga masalah pokok dalam ekonomi yang harus pecahkan yaitu :

- a). **What (apa);** hal ini berkaitan dengan barang apa yang harus diproduksi dan dalam jumlah berapa barang tersebut harus diproduksi. Hal ini tentunya berkaitan dengan barang yang menjadi kebutuhan prioritas masyarakat dalam jumlah tertentu agar dapat mempertahankan hidupnya dalam kondisi yang layak.
- b). **How (bagaimana);** hal ini berkaitan dengan bagaimana barang dan jasa dapat diproduksi dengan menggunakan sumber-sumber ekonomi (faktor-faktor produksi) yang terbatas dengan menggunakan manajemen dan tehnik-tehnik produksi yang lebih efisien agar dapat menghasilkan output yang optimal.
- c). **For Whom (untuk siapa);** untuk siapa barang tersebut diproduksi atau bagaimana barang tersebut mendistribusikan diantara masyarakat. Hal ini berkaitan dengan pemerataan dan keadilan dalam pendistribusiannya.

Untuk memecahkan masalah dasar ekonomi di setiap negara, maka diserahkan keadaan sistem ekonomi masing-masing negara. Negara di dunia ini mempunyai sistem ekonomi yang

berbeda. Lahirnya sistim ekonomi di setiap negara dilatar belakangi oleh sistim nilai yang dianut oleh masyarakat di masing-masing negara. Karena itu pemecahan masalah ekonomi di setiap negara akan berbeda. Secara garis besar ada tiga sistim ekonomi yang berkembang, yaitu *sistim ekonomi dengan mekanisme pasar, sistim ekonomi komando dan sistim ekonomi campuran*.

1.4. ILMU EKONOMI SEBAGAI DASAR PENGAMBILAN KEPUTUSAN

Pada setiap saat seseorang pasti menghadapi beberapa masalah dan setiap masalah pasti harus ada salah satu keputusan yang harus dipilih dari beberapa alternatif kemungkinan, mana yang dianggap paling menguntungkan. Misalnya seorang petani yang mempunyai tanah seluas 2500 meter persegi akan ditanami padi atau tebu dengan modal sendiri. Seorang mahasiswa (konsumen) yang ingin membelanjakan uangnya sebesar Rp. 15.000,00 akan dibelikan buku atau baju. Seorang pengusaha yang memiliki modal tertentu akan memproduksi bahan pakaian atau bahan makan. Pemerintah untuk mendapatkan suatu barang kebutuhan pokok lebih baik produksi sendiri atau impor saja. Dari beberapa contoh tersebut menunjukkan bahwa setiap orang diharuskan untuk mengambil keputusan, yang menyangkut bidang ekonomi. Apabila permasalahannya hanya sederhana kemungkinan cukup dengan berdasarkan pengalaman. Tetapi apabila masalah tersebut sangat kompleks maka perlu adanya rumus atau patokan untuk pengambilan keputusan. Patokan atau rumus-rumus itu dapat dikemukakan dalam teori ekonomi baik makro maupun mikro.

BAB II.

TEORI PERMINTAAN

2.1.KURVE PERMINTAAN

Edwar Foster (tahun 1970) menjelaskan Kurva permintaan ialah suatu kurva yang menunjukkan hubungan antara harga dengan jumlah barang dalam satuan waktu yang ingin dibeli oleh konsumen dan konsumen sanggup membayarnya. Jika kita ingin mengetahui kurva permintaan konsumen akan beras, kita dapat memperolehnya dengan menyajikan daftar seperti terlihat pada Tabel 2.1

Tabel 2.1 : Tabel Permintaan Beras Individual A

Daftar Permintaan Beras		Titik keseimbangan
Harga beras (Rupiah)	Pembelian beras (Kilogram)	
Rp 0,-	16 kg	D ₂
Rp 100,-	14 kg	b
Rp 200,-	12 kg	c
Rp 300,-	10 kg	d
Rp 400,-	8 kg	e
Rp 500,-	6 kg	f
Rp 600,-	4 kg	g
Rp 700,-	2 kg	h
Rp 800,-	0 kg	D
Rp 900,-	0 kg	k
Rp 1.000,-	0 kg	m

Kolom 1 tabel ini kita isi dengan sejumlah kemungkinan harga beras. Kolom 2 diisi oleh konsumen A. Setelah tabel tersebut kolom 2 nya telah terisi, maka tabel tersebut merupakan yang oleh para ahli ekonomi dinamakannya sebagai tabel permintaan *konsumen individual*, yang dalam contoh diatas adalah tabel permintaan individual konsumen A akan beras. Di samping dapat di ungkapkan dalam bentuk tabel, permintaan akan suatu barang dari seorang

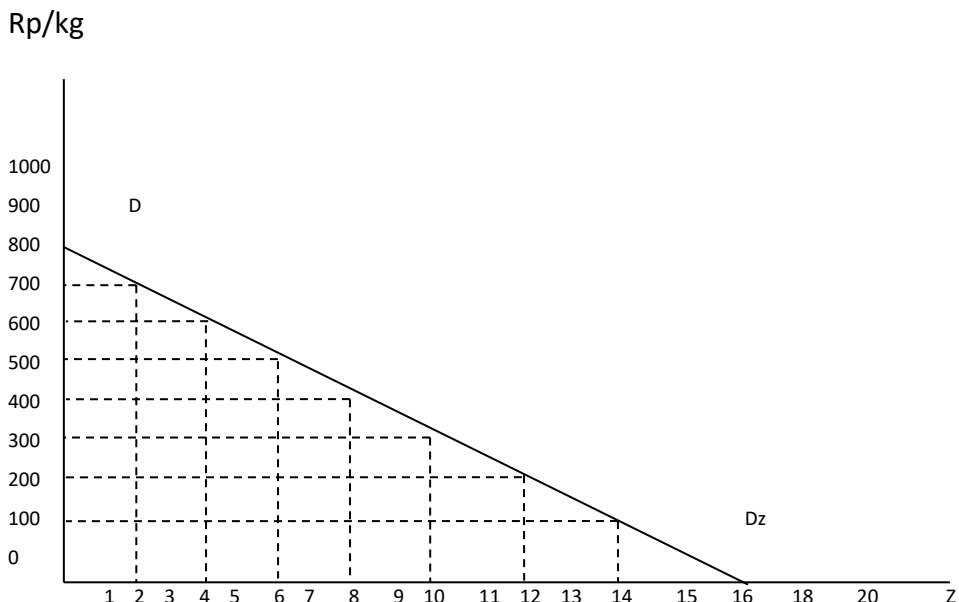
konsumen dapat pula diungkapkan dalam bentuk grafik. Kalau dalam bentuk tabel, permintaan akan suatu barang sering disebut *skedul permintaan* atau *demand schedule*, atau juga bisa hanya disebut *tabel permintaan*. Kalau sebuah permintaan diungkapkan dalam bentuk grafik maka disebut *kurva permintaan*, atau *garis permintaan*, dan apabila permintaan diungkapkan dalam bentuk persamaan matematika maka persamaan matematika tersebut dapat disebut sebagai *fungsi permintaan*.

Para ahli ekonomi berfikir pragmatis, sepanjang yang dimaksud sama, maka istilah manapun boleh dipakai. Dengan sikap tersebut para ahli ekonomi kelihatannya paling suka menggunakan istilah-istilah *kurva permintaan* dan *skedul permintaan*. Istilah-istilah lainnya relatif jarang dipakai. Khusus untuk istilah *fungsi permintaan* perlu sekali dimintakan perhatian disini bahwa seyogyanya tidak dipergunakan untuk menggantikan istilah kurva atau skedul permintaan. Istilah *fungsi permintaan* oleh para ahli ekonomi dipergunakan dalam artian yang sedikit berbeda dengan istilah kurva permintaan. Kalau kurva atau skedul permintaan hanya menghubungkan kuantitas yang diminta dengan harga satuan barang tersebut, fungsi permintaan menghubungkan kuantitas yang diminta dengan harga satuan barang tersebut, fungsi permintaan menghubungkan kuantitas yang diminta disamping dengan harga barang tersebut juga dengan faktor-faktor lainnya yang besar pengaruhnya terhadap jumlah barang yang konsumen ingin dan sanggup untuk membelinya, seperti misalnya, pendapatan konsumen yang bersangkutan, harga barang pengganti, harga barang komplementer dan selera atau cita rasa konsumen.

Dalam bentuk grafik, kurva permintaan konsumen A akan beras terlihat sebagai garis DD_z gambar 2.1 Seperti halnya dalam kebanyakan literatur pada gambar tersebut sumbu vertikal dipergunakan untuk mengukur *harga satuan* barang bersangkutan, sedangkan sumbu horizontalnya dipakai untuk mengukur *kuantitas* barang yang bersangkutan. Sumbu vertikal, oleh karena merupakan skala harga per satuan atau per unit barang, kita tandai dengan tanda Rp/Z, atau kadang-kadang hanya kita nulis H, atau bahkan hanya H, dimana H merupakan singkatan *harga*. Dalam contoh Tabel 2.1 yang dimaksud barang Z disini adalah beras. oleh karena pada kolom harga Tabel 2.1 harga dinyatakan per kilogram, maka tanda Rp/Z pada sumbu vertikal Gambar 2.1 dapat pula diganti dengan tanda Rp/kg beras; yaitu dinyatakan dalam rupiah untuk tiap kilogram beras.

Sumbu horizontal, di lain pihak, dipergunakan sebagai skala kuantitas. Pada gambar tersebut kita lihat tanda Z, yang cara membacanya ialah jumlah barang Z persatuan waktu. Kalau harga tentu saja dinyatakan dalam rupiah, yang oleh karenanya kita tandai Rp/Z; sumbu kuantitas dengan sendirinya dinyatakan dalam satuan fisik, yaitu misalnya dalam meter, kilogram, kuintal, liter, hektar, ekor, buah, biji, dan sebagainya.

Gambar 2.1 : Grafik Permintaan Konsumen Individual



Satuan waktu ini dapat 1 tahun, satu bulan, satu semester, satu jam, satu minggu, dan sebagainya. Meskipun dalam literatur sering tidak disebut-sebut, namun dalam praktek kita tidak boleh melupakannya, maka kurva permintaan yang kita perbincangkan tidak mempunyai arti sama sekali. Misalnya saja kalau ada pernyataan “si A konsumsi berasnya 3 kilogram” dari pernyataan ini kita tidak dapat menyimpulkan apakah si A makannya luar biasa banyaknya, ataukah luar biasa sedikitnya, ataukah biasa, sebab kita tidak tahu apakah 3 kilogram tersebut per hari, per triwulan atau per tahun. Kalau satuan waktunya disebutkan, barulah pernyataan tersebut mempunyai arti. Yaitu apakah satuan waktunya satu hari, kita dapat mengatakan bahwa si A makannya luar biasa banyaknya. Kalau suatu waktunya satu minggu, kesimpulan kita ialah si A makannya nasi cukupan, tidak luar biasa, tetapi kalau satuan waktunya satu bulan atau lebih, kita bisa mengatakan bahwa si A makannya nasi luar biasa sedikitnya.

2.2. BENTUK-BENTUK KURVA PERMINTAAN

Kurva permintaan dalam contoh tabel 2.1 dan gambar 2.1 menggunakan asumsi bahwa hubungan antara jumlah barang Z yang diminta dengan harga per unit barang Z adalah negatif dalam arti jika harga barang Z lebih tinggi maka akan mengakibatkan lebih sedikitnya jumlah barang Z yang diminta. Dan jika harga barang Z lebih rendah maka akan mengakibatkan permintaan akan barang Z meningkat. Dengan Asumsi Ceteris paribus atau faktor lain adalah

konstan (tetap). Yang dimaksud dengan faktor lain adalah pendapatan konsumen, harga barang pengganti, harga barang komplement dan selera atau cita rasa.

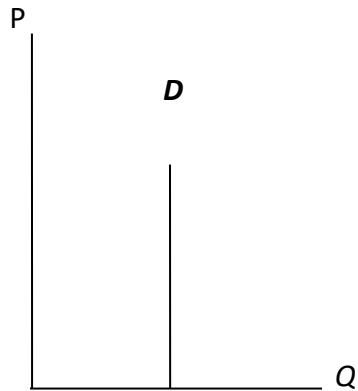
Secara umum dalam dunia nyata dapat dikatakan bahwa kurva permintaan konsumen individual untuk hampir semua barang dan jasa berlaku hubungan yang negatif antara perubahan harga dengan perubahan jumlah barang yang diminta. Hukum ekonomi yang mengungkapkan kenyataan ini bisa disebut sebagai ***Hukum permintaan atau the law of demand***. Kurva permintaan tersebut ditarik dari kiri atas kekanan bawah. Kemiringan negatif dari kurve permintaan menunjukkan adanya hubungan yang terbalik antara harga dengan jumlah barang yang diminta. Artinya jika harga naik maka diikuti oleh jumlah yang diminta akan turun. Sebaliknya jika harga turun maka akan diikuti oleh permintaan yang meningkat, dengan asumsi faktor lain tetap. Jika terjadi pelanggaran terhadap asumsi maka hukum permintaan tidak dapat dipertahankan. Misalnya terjadi kenaikan harga barang dan diikuti pula oleh kenaikan pendapatan masyarakat, maka permintaan akan tetap dapat dipertahankan pada posisi keseimbangan awal. Dan bahkan jika laju kenaikan pendapatan lebih cepat dari kenaikan harga, maka jumlah barang yang diminta akan cenderung meningkat dengan lebih cepat dari kenaikan harga.

Bentuk kurva permintaan yang menyimpang dari Hukum Permintaan kemungkinan adalah :

Kurva permintaan sejajar dengan sumbu harga.

Kalau kita sudah sampai pada uraian mengenai elastisitas maka kita akan mengetahui bahwa kurva permintaan yang sejajar dengan sumbu harga disebut sebagai ***kurva permintaan inelastik sempurna***. Kurva permintaan konsumen individual yang inelastis sempurna ini banyak kita jumpai dalam dunia yang nyata dalam catatan bahwa kemungkinan-kemungkinan harga yang jauh di atas harga yang berlaku.

Gambar 2.2. Kurve permintaan sejajar dengan sumbu harga



Misalnya saja kurva permintaan konsumen individual akan beras. untuk konsumen yang pendapatannya rendah, kenaikan harga beras bertendensi menurunnya jumlah beras yang diminta. Sebaliknya menurunnya harga beras bertendensi menaikkan jumlah beras yang diminta. Jadi dengan perkataan lain untuk para konsumen yang tergolong dalam kelompok konsumen ini berlaku hukum permintaan.

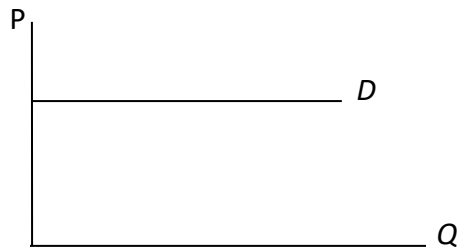
Tidak demikian halnya dengan konsumen yang penghasilannya tinggi. Menurunnya harga beras tidak akan mempengaruhi jumlah beras yang ia minta. Ini berarti bahwa harga-harga dibawah harga sekarang berlaku kurva permintaan akan beras konsumen tersebut sejajar dengan sumbu harga.

Apakah kurve permintaan yang sejajar dengan sumbu harga ini berlaku juga untuk harga-harga di atas harga yang berlaku? Ini juga sebagian besar tergantung kepada pendapatan konsumen, Namun demikian kenaikan harga sampai pada harga tertentu pastilah kurva permintan tersebut berbelok mendekat kesumbu harga, dan akhirnya berimpit dengan sumbu harga. Sebaliknya semakin rendah pendapatan konsumen tendensinya, akan berlaku hukum permintaan, dan tidak ada bagian yang sejajar dengan sumbu harga.

Kurva permintaan sejajar dengan sumbu kuantitas.

Dalam gambar 2.3. Kita sudah sampai kepada permasalahan tentang elastisitas, kita akan menemukan bahwa kurva permintaan yang sejajar dengan sumbu kuantitas biasa disebut sebagai *kurva permintaan elastik sempurna*. Kurva permintaan konsumen individual tidak mungkin mempunyai bentuk sejajar dengan sumbu kuantitas, mengingat bahwa dengan pendapatan yang jumlahnya terbatas dan bentuk kurva guna batas yang dimiliki konsumen yang menurun tidak memungkinkan konsumen yang rasional bertindak demikian.

Gambar 2.3. Kurve permintaan sejajar dengan kuantitas



Sebelum kita meninggalkan uraian mengenai bentuk-bentuk kurva permintaan, perlu dicatat bahwa terlepas dari kenyataan-kenyataan di atas, dalam kebanyakan literatur di asumsikan bahwa disamping kurva-kurva permintaan seperti yang terlukis pada gambar 2.3, kurva permintaan dengan bentuk vertikal sejajar dengan sumbu harga, dan juga kurva permintaan dengan bentuk horisontal sejajar dengan sumbu kuantitas digolongkan sebagai *kurva-kurva permintaan berbentuk norma*.

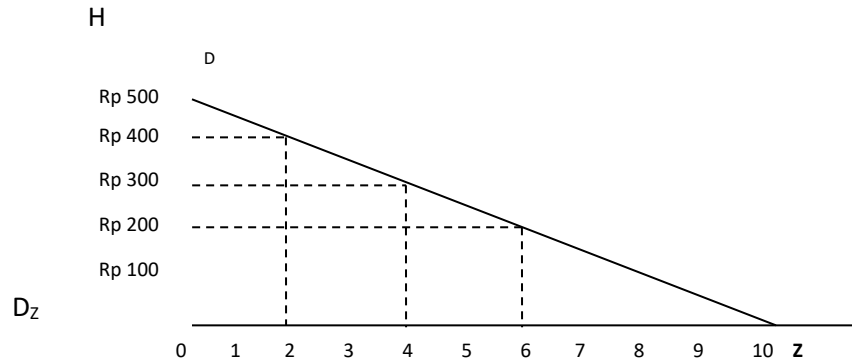
2.3.PERUBAHAN PERMINTAAN DAN JUMLAH YANG DIMINTA

Dalam percakapan sehari-hari kita jarang membedakan permintaan dengan jumlah yang diminta. Akan tetapi dalam kita menganalisis masalah-masalah ekonomi perbedaan antara permintaan dengan jumlah yang diminta relevan sekali. Sebab menurut pengertian ekonomi dapat terjadi permintaan bertambah tetapi jumlah yang diminta berkurang. Demikian pula sebaliknya dapat terjadi permintaan berkurang tetapi jumlah yang diminta bertambah.

Dalam ilmu ekonomi yang dimaksud dengan permintaan adalah seluruh bagian dari sebuah kurva permintaan. Permintaan akan suatu barang dikatakan berubah apabila kurva permintaan mengalami perubahan. Apabila kurva permintaan tidak mengalami perubahan dikatakan tidak ada perubahan permintaan. Apabila kurva permintaan tidak mengalami perubahan, dalam arti tidak bergeser kekanan atau kekiri, keatas atau kebawah, yang mungkin berubah adalah kuantitas yang diminta. Dalam hal ini kuantitas yang diminta mengalami perubahan sebagai akibat daripada adanya perubahan harga barang tersebut, dan bukan akibat sebagai akibat berubahnya permintaan. Untuk jelasnya kita perhatikan gambar 2.1 dan gambar 2.4.

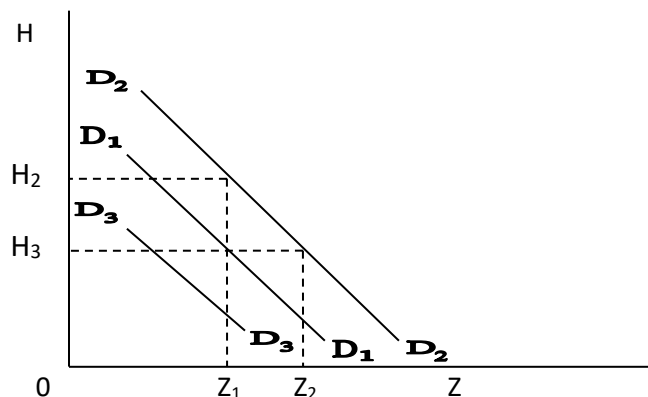
Gambar 2.4 Perubahan Jumlah yang diminta





Dalam gambar 2.4. dimana DD_Z merupakan garis permintaan seorang konsumen akan barang Z . Kalau harga per unit barang Z yang harus dibayar konsumen tersebut Rp 300 per kilogramnya, maka konsumen tersebut akan membeli barang Z sebanyak 4 kilogram tiap minggunya. Sekarang kalau harga per kilogramnya naik menjadi Rp 400 maka jumlah barang Z yang akan dibeli oleh konsumen tersebut perminggunya akan menurun menjadi 2 kilogram. Sebaliknya apabila harga turun menjadi Rp 200 per kilogram, konsumen tersebut akan membeli 6 kilogram untuk setiap minggunya. Dalam kejadian-kejadian seperti itu ini jumlah barang Z yang dibeli oleh konsumen tersebut berubah-ubah sebagai akibat daripada perubahan harga barang yang bersangkutan, sedangkan garis permintaannya itu sendiri tidak mengalami perubahan, yaitu tetap DD_Z . kejadian seperti inilah yang kita sebut perubahan jumlah barang Z yang diminta dan bukan perubahan permintaan akan barang Z . Selama garis permintaan itu tidak bergeser dari tempatnya yang semula permintaan tidak mengalami perubahan.

Gambar 2.5. Perubahan Permintaan



Sekarang kita beralih pada gambar 2.5. dimana D_1D_1 merupakan garis permintaan akan barang Z pada periode ke 1, D_2D_2 merupakan garis permintaan akan barang Z pada periode ke 2, dan D_3D_3 merupakan garis permintaan akan barang Z pada periode ke 3

Pada gambar tersebut bergesernya garis permintaan dari D_1D_1 ke D_2D_2 merupakan perubahan permintaan. Oleh karena bergesernya kekanan, atau dapat juga dikatakan keatas, yang dengan perkataan lain menjauhi titik silang sumbu 0, dikatakan bahwa permintaan akan barang Z bertambah, yaitu dari D_1D_1 ke D_2D_2 . Sebaliknya kalau bergeser ke kiri, atau dapat pula dikatakan bergeser kebawah, yaitu bergeser mendekat ke titik silang sumbu 0, yang dalam contoh kita terjadi di antara periode ke 2 dan ke 3, dikatakan bahwa permintaan akan barang Z berkurang, yaitu dari D_2D_2 ke D_3D_3 .

Mengenai apakah bertambahannya atau meningkatnya permintaan akan barang Z akan diikuti oleh bertambahnya jumlah barang Z yang diminta tergantung kepada apakah meningkatnya permintaan tersebut disertai dengan perubahan harga barang Z atau tidak. Dengan menggunakan asumsi *ceteris paribus* atau hal lain tidak berubah dapat dikatakan bahwa dengan meningkatkan permintaan akan barang Z berarti:

- (1) Pada harga yang sama jumlah barang Z yang diminta lebih banyak daripada sebelumnya dan
- (2) Untuk membeli barang Z dengan jumlah yang sama konsumen mau membelinya dengan harga yang lebih tinggi daripada sebelumnya.

Dengan menggunakan gambar 2.5. pernyataan (1) dapat kita saksikan, bahwa dengan meningkatnya permintaan akan barang Z dari D_1D_1 ke D_2D_2 dengan satuan barang Z yang tidak berubah setinggi OH_1 mengakibatkan jumlah barang Z yang dibeli bertambah dari semula sebanyak OZ_1 unit sekarang menjadi OZ_2 unit. Selanjutnya pernyataan (2) dapat kita tunjukkan bahwa dengan bergesernya kurva permintaan akan barang Z tersebut untuk memperoleh kuantitas barang Z yang jumlahnya sama sebesar OZ_1 unit, konsumen yang semula hanya mau membayarnya dengan harga OH_1 , sekarang mau membayarnya dengan harga OH_2 rupiah per unit.

2.4. BEBERAPA PENYEBAB PERUBAHAN PERMINTAAN

Sesudah kita mengetahui perbedaan antara perubahan jumlah barang yang diminta dengan perubahan permintaan, langkah selanjutnya ialah meneliti tentang faktor-faktor penyebab berubahnya permintaan. Dengan perkataan lain apa yang kita cari ialah kejadian-

kejadian yang dapat mengakibatkan bergesernya kurva permintaan kekanan atau kekiri, keatas atau kebawah. **Sadono Sukirno** (tahun 2008) menjelaskan secara singkat mengenai kejadian-kejadian tersebut;

1. *Perubahan pendapatan konsumen.* Untuk barang-barang yang normal, bertambah besarnya pendapatan yang diperoleh konsumen bertendensi mengakibatkan bergesernya kurva permintaan konsumen tersebut kekanan. Menurunnya pendapatan si konsumen sebaliknya bertendensi menyebabkan bergesernya kurva permintaan konsumen tersebut kekiri. Hanya untuk barang-barang yang inferior, yaitu barang konsumsi yang tidak disukai oleh konsumen dan hanya di konsumsi kalau terpaksa, meningkatnya pendapatan konsumen bertendensi mengakibatkan menurunnya permintaan akan barang inferior tersebut. Misalnya untuk kebanyakan penduduk Indonesia, ketela merupakan bahan makanan pokok yang tidak begitu disukai. Dengan pendapatan yang rendah seorang konsumen terpaksa mengkonsumsi ketela sebagai bahan makanan pokok. Dengan meningkatnya pendapatan yang ia peroleh ia akan mengurangi permintaannya akan ketela. Ia berangsur-angsur menggantikan konsumsi ketelanya dengan konsumsi beras. inferior tidaknya suatu barang merupakan suatu pengertian nisbi. Kita dapat mengatakan bahwa untuk bepergian dari Yogya ke Jakarta misalnya, jasa kereta api kelas III adalah inferior terhadap jasa kereta api kelas II, tetapi jasa kereta api kelas II ini adalah inferior juga yaitu terhadap jasa kereta api kelas I. Selanjutnya jasa kereta api kelas I adalah inferior terhadap jasa angkutan udara kelas ekonomi. Demikian seterusnya. Seorang konsumen dengan pendapatannya yang terhitung tidak tinggi misalnya dalam pengkonsumsian jasa pengangkutan berada pada pemilihan antara jasa pengangkutan kereta api kelas III dan kelas II. Apabila suatu ketika pendapatannya menurun, maka permintaan akan jasa kereta api kelas III akan naik, sedangkan permintaan akan jasa kereta api kelas II menurun. Pada waktu yang sama konsumen lainnya berada pada pilihan antara jasa kereta api BIMA kelas I dan angkutan udara kelas ekonomi. Meningkatnya pendapatan konsumen tersebut bertendensi mengakibatkan bergesernya permintaan akan karcis pesawat terbang kekanan dan bergesernya permintaan akan karcis kereta api BIMA kelas I kekiri.
2. *Perubahan harga barang itu sendiri dan perubahan harga barang pengganti.* Sebagai alat pemuas kebutuhan makan, daging ayam dan daging sapi bagi kebanyakan konsumen merupakan dua barang yang mempunyai *hubungan substitusi*, dalam arti bahwa daging ayam dapat menggantikan daging sapi sebagai lauk, atau sebaliknya daging sapi dapat menggantikan daging ayam sebagai lauk. Apabila demikian, maka dengan menurunnya harga daging ayam, permintaan akan daging sapi bertendensi menurun. Sebaliknya dengan meningkatnya harga daging ayam, maka kurva permintaan akan daging sapi akan bergeser kekanan. Dari contoh-contoh ini kita dapat menarik kesimpulan bahwa apabila Y merupakan barang pengganti barang Z maka menurunnya harga barang Y akan

mengakibatkan berkurangnya permintaan akan barang Z. Sebaliknya meningkatnya harga barang Y bertendensi mengakibatkan meningkatnya permintaan akan barang Z.

3. *Perubahan harga barang komplementer.* Film dan alat pemotret misalnya, dikatakan mempunyai *hubungan yang komplementer*. Untuk menggunakan film diperlukan alat pemotret, sebaliknya alat pemotret tanpa adanya film tidak akan berfungsi. Mengingat akan adanya hubungan yang komplementer tersebut dapat meningkatnya harga film akan menyebabkan berkurangnya permintaan akan alat pemotret. Sebaliknya, apabila harga alat pemotret menjadi lebih mahal dibandingkan dengan sebelumnya, maka kurva permintaan akan film mempunyai tendensi untuk bergeser kekiri.
4. *Perubahan cita rasa konsumen.* Cita rasa atau selera konsumen, mungkin disebabkan oleh perubahan umur, perubahan pendapatan perubahan lingkungan dan sebagainya dapat mengalami perubahan. Perubahan tersebut dapat berupa meningkatnya kegemaran konsumen akan suatu barang atau jasa, dapat pula berupa menurunnya kegemaran tersebut. Menurunnya kegemaran akan suatu barang dengan sendirinya akan tercermin oleh bergesernya kurva permintaan konsumen individual tersebut kekiri. Sebaliknya meningkatnya kegemaran akan suatu barang bagi seorang konsumen akan tercermin dalam bentuk bergesernya kurva permintaan akan barang tersebut kekanan.
5. *Jumlah Penduduk.* Pertambahan penduduk menyebabkan pertambahan permintaan, pertambahan penduduk diikuti oleh perkembangan kesempatan kerja. Dengan demikian akan lebih banyak orang yang menerima pendapatan dan mendorong daya beli dalam masyarakat.
6. *Ekspektasi Tentang Masa Depan.* Ramalan tentang perubahan dimasa yang akan datang dapat mempengaruhi permintaan. Ramalan para konsumen tentang akan terjadi kenaikan harga dimasa yang akan datang menjadi bertambah tinggi, mendorong masyarakat untuk membeli lebih banyak pada masa kini, agar dapat menghemat pengeluaran pada masa yang akan datang.

Dengan diketahuinya kejadian-kejadian yang dapat menyebabkan bergesernya kurva permintaan konsumen individual kekanan atau kekiri, keatas atau kebawah, mudahlah kiranya dipahami beberapa kesimpulan dibawah ini:

1. Dengan harga barang Z yang tidak berubah, meningkatnya pendapatan yang diterima oleh seorang konsumen bertendensi mengakibatkan jumlah barang Z yang diminta oleh konsumen tersebut bertambah. Sebaliknya, dengan harga barang Z yang tidak berubah, menurunnya jumlah pendapatan seorang konsumen bertendensi mengakibatkan jumlah barang Z yang diminta oleh konsumen tersebut berkurang. Pernyataan ini berlaku selama barang Z merupakan barang normal. Untuk *barang-barang inferior* yang berlaku adalah sebaliknya.

2. Dengan harga barang Z yang tidak berubah, menurunnya harga barang pengganti barang Z bertendensi mengakibatkan jumlah barang Z yang diminta oleh seorang konsumen berkurang. Sebaliknya dengan harga barang Z yang tidak berubah, meningkatnya harga barang pengganti terhadap barang Z akan mengakibatkan jumlah barang Z yang diminta oleh konsumen bertambah.
3. Dengan harga barang Z yang tidak berubah, menurunnya harga barang yang mempunyai hubungan komplementer dengan barang Z bertendensi mengakibatkan bertambahnya jumlah barang Z yang diminta oleh seorang konsumen. Sebaliknya, dengan harga barang Z yang tidak berubah, meningkatnya harga barang yang mempunyai hubungan komplementer dengan barang Z bertendensi mengakibatkan berkurangnya jumlah barang Z yang diminta.
4. Dengan harga barang Z yang tidak berubah, bertambahnya kegemaran konsumen akan barang Z bertendensi mengakibatkan jumlah barang yang diminta oleh konsumen tersebut bertambah. Sebaliknya, dengan harga barang Z yang tidak berubah, kekurangan kegemaran seorang konsumen akan barang Z bertendensi mengakibatkan jumlah barang Z yang diminta oleh konsumen tersebut berkurang.

Perubahan pendapatan merupakan faktor penting terhadap permintaan pada berbagai jenis barang seperti terhadap ***barang inferior, barang esensial, barang normal dan barang mewah (Sadono Sukirno,1994).***

Barang Inferior

Barang inferior adalah barang yang diminta oleh orang-orang yang berpendapat rendah. Kalau pendapatan bertambah tinggi maka permintaan terhadap barang-barang yang tergolong barang inferior akan berkurang. Para pembeli yang mengalami kenaikan pendapatan akan mengurangi pengeluarannya terhadap barang-barang inferior dan menggantikannya dengan barang-barang yang lebih baik mutunya. Ubi kayu adalah suatu contoh barang-barang inferior. Pada pendapatan yang sangat rendah orang-orang mengkonsumsi ubi kayu sebagai pengganti beras atau makanan ringan. Kalau pendapatan meningkat maka konsumen mempunyai kemampuan untuk membeli barang makanan lain dan mengurangi konsumsinya terhadap ubi kayu.

Barang Esensial

Barang esensial adalah barang yang sangat penting artinya dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Biasanya barang itu sendiri dari kebutuhan pokok masyarakat seperti makanan (beras, kopi, dan gula) dan pakaian yang utama. Perbelanjaan terhadap barang seperti ini tidak berubah walaupun pendapatan meningkat.

Barang Normal

Barang dikatakan barang normal adalah barang yang apabila ia mengalami kenaikan dalam permintaan sebagai akibat dari kenaikan pendapatan. Contohnya adalah pakaian, sepatu, beberapa jenis peralatan rumah tangga, dan berbagai jenis makanan. Ada dua faktor yang menyebabkan barang-barang seperti itu permintaannya akan mengalami kenaikan kalau pendapatan para pembeli bertambah, yaitu:

- (i) Pertambahan pendapatan menambah kemampuan untuk membeli lebih banyak barang,
- (ii) Pertambahan pendapatan memungkinkan para pembeli menukar konsumsi mereka dari barang yang kurang baik mutunya kepada barang-barang yang lebih baik.

Barang Mewah

Jenis-jenis barang yang dibeli orang apabila pendapatan mereka sudah relatif tinggi termasuk dalam golongan ini, Emas, intan, mobil sedan adalah contoh barang mewah. Selain itu, perabot dan hiasan rumah yang mahal adalah contoh yang lain. Biasanya barang-barang tersebut baru dibeli masyarakat setelah dapat memenuhi kebutuhan yang pokok seperti makanan, pakaian, dan perumahan.

BAB III.

TEORI PENAWARAN

3.1. KURVE PENAWARAN

Edward Foster (tahun 1970) menjelaskan *Kurva penawaran* adalah kurva yang menunjukkan hubungan antara harga sesuatu barang dengan jumlah barang yang ditawarkan. Seperti halnya dengan kurva permintaan, kurva penawaran dapat pula diperoleh dengan cara menyajikan tabel seperti terlihat pada tabel 3.1. Kalau hasil pengisian terlihat seperti tabel 3.1, maka ini berarti bahwa kita telah menemukan kurva atau *skedul penawaran individual barang Z perusahaan*.

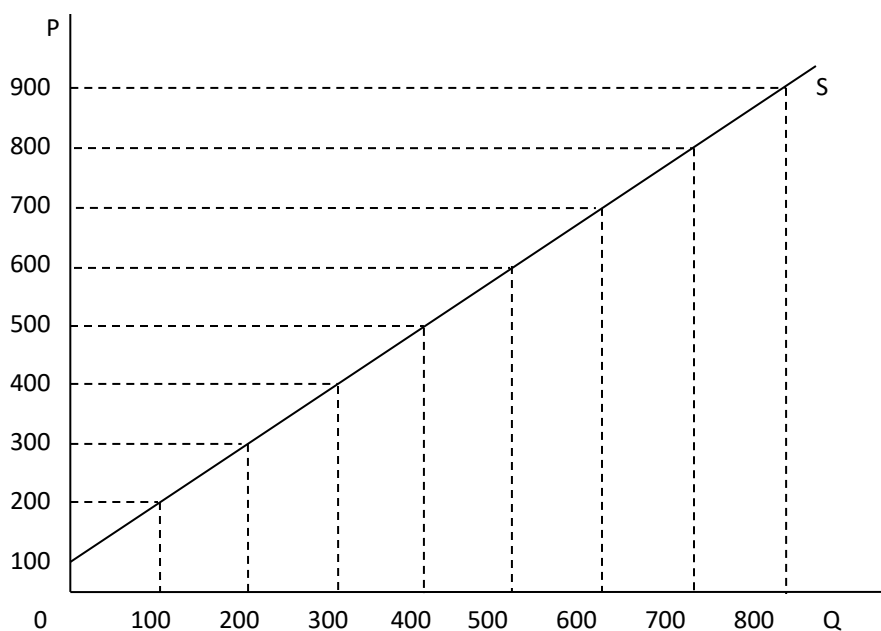
Tidak berbeda dengan kurva permintaan, kurva penawaran juga dapat diungkapkan dengan bentuk tabel, dalam bentuk grafik, atau dalam bentuk persamaan matematik. Kurva penawaran akan barang Z firma anda, kalau dinyatakan dalam bentuk grafik terlihat pada gambar 3.1 sebagai kurva SS.

Tabel 3.1 Penawaran Individual

Tabel Penawaran Individual Beras		
Harga barang Z (Rupiah) (1)	Penjualan barang Z (kilogram) (2)	Titik keseimbangan (3)
Rp 0,-	0 kg	O
Rp 100,-	0 kg	S
Rp 200,-	100 kg	b
Rp 300,-	200 kg	c
Rp 400,-	300 kg	d
Rp 500,-	400 kg	e
Rp 600,-	500 kg	f
Rp 700,-	600 kg	g
Rp 800,-	700 kg	h
Rp 900,-	800 kg	i

Harga suatu barang merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan jumlah barang yang akan ditawarkan. Karena itu kita perlu memperhatikan hubungan antara harga dengan jumlah barang yang akan ditawarkan. Bagaimana sikap produsen jika terjadi harga barang naik atau harga barang turun. **Hukum Penawaran** mengatakan bahwa makin tinggi harga sesuatu barang, makin banyak jumlah barang tersebut yang akan ditawarkan oleh para penjual. Sebaliknya makin rendah harga sesuatu barang maka semakin sedikit jumlah barang tersebut yang akan ditawarkan.

Gambar 3.1 Kurva Penawaran Individual



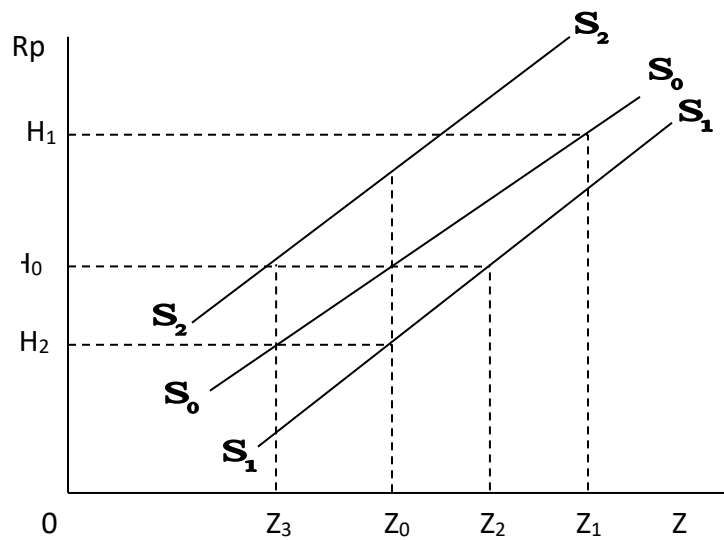
3.2. PERUBAHAN PENAWARAN DAN JUMLAH YANG DITAWARKAN

Pada waktu kita menerangkan permintaan, kita membedakan antara berubahnya permintaan dengan berubahnya jumlah yang diminta. Untuk penawaran juga demikian, kita perlu membedakan antara penawaran dengan *kuantitas yang ditawarkan*. Kalau penawaran yang dimaksud adalah seluruh kurva penawaran, sebaliknya kuantitas yang ditawarkan yang dimaksud ialah titik tertentu pada sebuah kurva penawaran. Ini berarti juga bahwa kita perlu membedakan antara *perubahan penawaran* dengan *perubahan jumlah yang ditawarkan*

Kita perhatikan gambar 3.2. dengan kurva penawaran akan barang ZS_0S_0 , sebagai akibat meningkatnya harga barang Z dari semula setinggi OH_0 menjadi OH_1 , jumlah barang Z yang ditawarkan bertambah dari semula sejumlah OZ_0 sekarang menjadi sejumlah OZ_1 . Perubahan ini

tidak dapat disebut sebagai bertambahnya penawaran, oleh karena kurva penawaran tidak bergeser ke kanan. Tetapi kita sebut sebagai *bertambahnya jumlah barang Z yang ditawarkan*, oleh karena perubahan tersebut hanya merupakan perpindahan dari satu titik ke titik lain, dengan nilai yang lebih besar *pada kurva penawaran yang sama*.

Gambar 3.2 Perubahan Penawaran



Apabila kurva penawaran bergeser, barulah dikatakan terjadi *perubahan penawaran*. Bergesernya kurva penawaran *ke kanan* atau *ke bawah*, misalnya dari S_0S_0 ke S_1S_1 dikatakan penawaran akan barang Z *meningkat* atau *bertambah*. Bertambahnya penawaran suatu barang dapat kita tandai dengan harga barang yang tidak berubah, yaitu tetap setinggi OH_0 , jumlah barang Z yang ditawarkan bertambah menjadi OZ_2 ,

Atau dengan kuantitas barang Z yang ditawarkan dengan jumlahnya tetap sama, yaitu dalam contoh tetap sebanyak OZ_0 , produsen mau menerima harga penjualan barang Z yang lebih rendah daripada sebelumnya. Dengan kuantitas yang sama sebesar OZ_0 produsen yang semula baru bersedia menjual jumlah tersebut dengan harga paling tidak setinggi OH_0 per unit, sekarang mau dibayar dengan harga OH_2 per unit. Sebaliknya bergesernya kurva penawaran *ke kiri atas*, dari S_0S_0 atau dari semula S_1S_1 ke S_2S_2 , maka dengan harga barang Z setinggi OH_0 , jumlah barang Z yang ditawarkan berkurang dari semula sebanyak OZ_0 menjadi sebanyak OZ_3 .

Dari uraian di atas jelaslah bahwa kuantitas yang ditawarkan dapat berubah sebagai akibat berubahnya harga barang tersebut. Tetapi perlu diingat bahwa perubahan harga dibarengi oleh perubahan penawaran, meskipun kemungkinannya sangat kecil, perubahan harga tidak mengakibatkan berubahnya jumlah yang ditawarkan.

Faktor-faktor penyebab perubahan penawaran antara lain ;

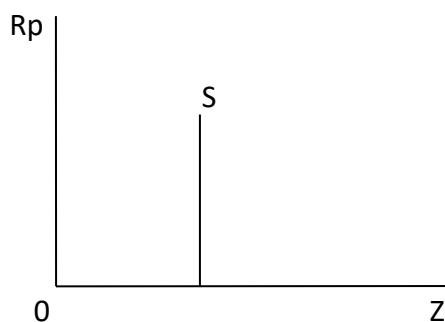
1. *Harga input atau biaya produksi.* Apabila harga input atau biaya faktor produksi yang dipakai dalam menghasilkan suatu barang meningkat, maka akan bertendensi kurva penawaran akan barang yang dihasilkan tersebut bergeser ke atas atau ke kiri. Ini kita katakan bahwa penawaran akan barang tersebut berkurang atau menurun.
2. *Perubahan teknologi.* Misalnya dulu orang menanam padi tidak mempergunakan pupuk buatan. Sebagai akibat ditemukannya pupuk buatan, meskipun ongkos total per hektar naik, ongkos produksi pada per kuintalnya menurun. Ini mengakibatkan dengan harga jual padi yang tingginya sama petani bersedia menjual padi dengan jumlah yang lebih banyak. Gejala ini disebut bertambahnya penawaran padi.
3. *Harga Barang itu sendiri.* Jika harga barang tersebut mengalami perubahan, maka akan mempengaruhi jumlah barang yang ditawarkan. Jika harga barang meningkat maka akan mendorong jumlah barang yang ditawarkan akan bertambah. Dan sebaliknya jika harga barang turun maka akan berakibat berkurangnya jumlah barang yang ditawarkan oleh produsen.
4. *Perubahan produktifitas sumberdaya yang dipergunakan.* Iklim, misalnya, merupakan salah satu sumberdaya; yaitu tergolong sebagai sumber daya alam. Dengan berubahnya sifat iklim, misalnya saja dinyatakan dalam curah hujan, kecepatan angin, temperatur dan sebagainya, dapat menyebabkan musim panen kadang-kadang sangat baik dan kadang-kadang mengalami kegagalan.
5. *Harapan perusahaan.* Jumlah penawaran suatu perusahaan pada hari ini dipengaruhi oleh harapan perusahaan dimasa depan. Jika perusahaan mengharapkan harga barang akan naik dimasa depan maka perusahaan akan menyimpan sebagian hasil produksinya hari ini untuk dijual besoknya, dengan demikian jumlah penawaran hari ini akan berkurang

3.3. BENTUK LAIN KURVA PENAWARAN

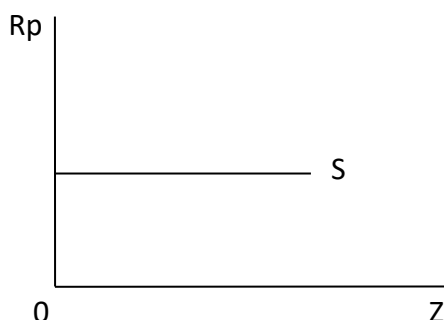
Kalau kurva permintaan pada umumnya mempunyai bentuk ke kanan menurun, sedangkan kurva penawaran akan suatu barang atau jasa pada umumnya mempunyai bentuk ke kanan naik. Sementara penulis menyebut kurva penawaran yang berbentuk ke kanan naik, dalam artian semakin tinggi harga jual suatu barang, semakin banyak jumlah yang ditawarkan, sebagai kurva penawaran yang tunduk kepada *hukum penawaran*.

Di samping bentuk yang tunduk kepada hukum penawaran, masih ada bentuk-bentuk lainnya yang dalam praktek juga banyak kita jumpai. Gambar 3.3 memuat kurva-kurva penawaran yang tidak tunduk terhadap hukum penawaran. Kurva EE dapat merupakan kurva penawaran untuk jangka waktu yang sangat pendek, yang karenanya dapat kita sebut sebagai *kurva penawaran seketika* atau *market period supply curve*, yaitu kurva penawaran untuk jangka waktu yang demikian pendeknya sehingga produsen sama sekali belum mampu untuk menambah atau mengurangi jumlah pemakaian faktor produksi. Kurva FF dan kurva GG keduanya dapat merupakan *kurva penawaran jangka panjang*. Jangka panjangnya di sini dalam artian bahwa jangka waktu tersebut cukup panjang untuk memungkinkan produsen menyesuaikan pemakaian semua faktor produksi terhadap perubahan permintaan. Kurva FF merupakan *kurva penawaran jangka panjang dengan ongkos konstan* atau *constant cost long-run supply curve*, sedangkan kurva GG disebut sebagai *kurva penawaran jangka panjang dengan ongkos menurun* atau *decreasing cost long-run supply curve*.

Gambar 3.3: Kurve Penawaran tegak



Kurve Penawaran bersifat tegak lurus sejajar dengan sumbu harga. Ini menunjukkan bahwa harga tidak dapat mempengaruhi penawaran, naik atau turunnya harga tidak akan merubah penawaran barang atau jasa yang diproduksi oleh produsen. Kondisi ini biasa terjadi pada sektor pertanian, dimana produksi tergantung pada musim. Sehingga respon penawaran sangat lambat terhadap perubahan (naik turunnya harga). Kurve penawaran seperti ini merupakan kurve penawaran jangka pendek, dimana produsen tidak dapat menyesuaikan perubahan pemakaian input atau tidak dapat menambah input dalam waktu yang sangat pendek.

Gambar 3.4: Kurve Penawaran Horisontal

Kurve penawaran bersifat horisontal sejajar dengan sumbu quantities. Hal tersebut menunjukkan bahwa pada harga tertentu penawaran tidak terbatas. Reaksi penawaran sangat cepat pada harga ini. Produsen dapat memproduksi sebanyak-banyaknya. Kondisi kurve penawaran bentuk ini merupakan kurve penawaran jangka panjang, dimana dalam jangka panjang produsen dapat menyesuaikan pemakaian input dalam proses produksi.

3.4. TERBENTUKNYA HARGA KESEIMBANGAN

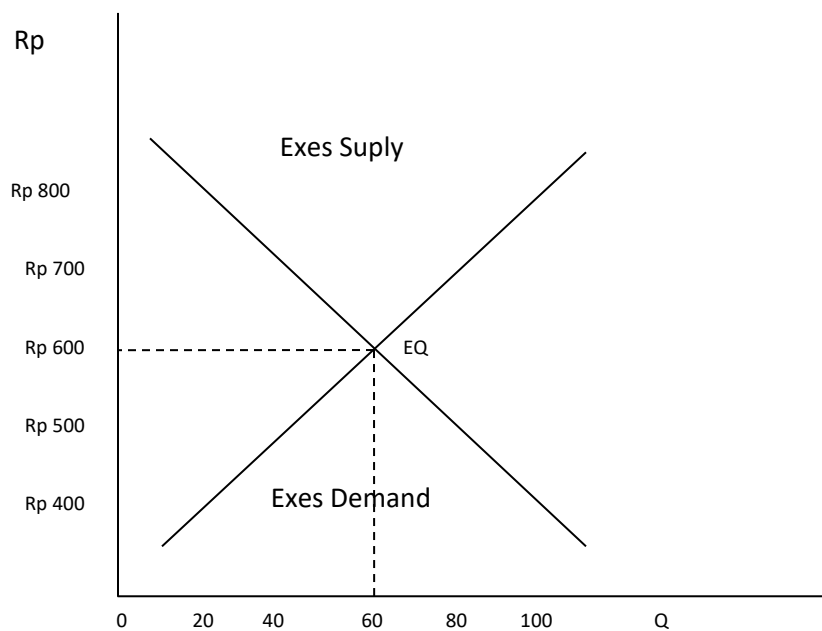
Harga keseimbangan terbentuk dari hasil pertemuan antara penjual dan pembeli dimanapun dan kapanpun, dalam pertemuan tersebut sepakat menentukan harga barang. Karena itu harga keseimbangan disebut harga pasar. Atau disebut dengan istilah Price Equilibrium. Pada kondisi harga keseimbangan, jumlah barang yang ditawarkan oleh para penjual sama dengan jumlah barang yang diminta oleh para pembeli. Berikut ini merupakan contoh permintaan dan penawaran suatu barang pada berbagai tingkat harga dan terjadinya keseimbangan antara permintaan dan penawaran sebagaimana yang disajikan pada tabel 3.2.

Tabel 3.2. Permintaan Dan Penawaran Barang Z

Harga (Rupiah)	Jumlah barang yang diminta (Unit)	Jumlah barang yang ditawarkan (Unit)
400	100	20
500	80	40
600	60	60
700	40	80
800	20	100

Tabel 3.2 ini menunjukkan bahwa beberapa kemungkinan tingkat harga seperti yang dinyatakan dalam kolom pertama menunjukkan bahwa semakin tinggi harga barang mengakibatkan jumlah barang yang diminta semakin menurun, dan pada harga yang sama menunjukkan jumlah barang yang ditawarkan juga naik. Pada hubungan ini dapat ditunjukkan oleh gambar 3.5 sebagai berikut:

Gambar 3.5. Kurve Keseimbangan Permintaan Dan Penawaran



Pada harga 500 pembeli menghendaki jumlah barang sebanyak 80 unit, sedang penjual hanya menyediakan sebanyak 40 unit. Pada kasus ini terjadi kelebihan permintaan atau exes demand. Pada kasus ini mendorong harga cenderung naik. Pada saat harga naik sampai Rp 800 pembeli hanya menghendaki jumlah barang yang dibeli sebanyak 20 unit, sedang penjual menawarkan barang sebanyak 100 unit. Maka saat harga Rp 800 terjadi kelebihan barang atau terjadi exes suply. Apabila terjadi kelebihan penawaran barang maka harga cenderung turun. Hanya pada harga Rp 600, terjadi transaksi jual beli barang tersebut. Sehingga harga hasil tawar-menawar itu disebut harga keseimbangan atau harga pasar. Pada harga Rp 600 ini jumlah barang yang ditawarkan dan jumlah barang yang diminta adalah sebanyak 60 unit dan disebut dengan kuantitas keseimbangan atau "Quantity Equilibrium"

BAB IV.

KONSEP ELASTISITAS

Elastisitas adalah kepekaan dari suatu variabel sebagai akibat adanya perubahan variabel lain. Konsep elastisitas ini dapat diaplikasikan pada berbagai macam elastisitas misalnya, elastisitas permintaan, elastisitas penawaran, elastisitas silang, elastisitas pendapatan.

Lipsey (1991, 85) membuat ukuran elastisitas dalam berbagai tingkatan untuk elastisitas permintaan terhadap harga, elastisitas permintaan terhadap pendapatan, elastisitas silang dan elastisitas penawaran adalah sebagai berikut :

A. Elastisitas Permintaan dan Penawaran Terhadap Harga

1. **Inelastis mutlak atau sempurna** : Koefisien Elastisitas (E) = nol, jika jumlah yang diminta atau yang ditawarkan tidak berubah dengan adanya perubahan harga.
2. **Inelastis** : Koefisien Elastisitas (E) lebih besar daripada nol $E > 0$, lebih kecil daripada 1 jika jumlah yang diminta atau yang ditawarkan berubah dengan persentase yang lebih kecil daripada perubahan .
3. **Elastisitas satu** : koefisien Elastisitas (E) = 1, jika jumlah yang diminta atau yang ditawarkan berubah dengan persentase yang sama dengan perubahan harga.
4. **Elastis** : koefisien Elastisitas (E) lebih besar daripada satu, $E > 1$, lebih kecil daripada tak terhingga, jika jumlah yang diminta atau yang ditawarkan berubah dengan persentase yang lebih besar daripada perubahan harga.
5. **Elastis mutlak, sempurna, atau tak terhingga** : Koefisien Elastisitas (E) tak terhingga, jika pembeli (penjual) siap membeli (menjual) dengan segala kemampuan mereka pada beberapa tingkat harga, walaupun dengan harga yang sedikit lebih tinggi (lebih rendah).

B. Elastisitas permintaan terhadap pendapatan

1. **Barang inferior**: Koefisien Elastisitas (E) = negatif (-), jika jumlah yang diminta menurun begitu pendapatan naik.

2. **Barang normal** : Koefisien Elastisitas (E) = positif (+), jika jumlah yang diminta meningkat begitu pendapatan naik.

- Terhadap pendapatan inelastis : koefisien Elastisitas (E) lebih besar daripada nol, lebih kecil dari pada satu, jika lebih kecil daripada proporsi kenaikan pendapatan.

- Terhadap pendapatan elastis : Koefisien Elastisitas (E) lebih besar daripada satu, jika lebih besar daripada proporsi kenaikan pendapatan.

C. Elastisitas Permintaan Silang

1. **Barang substitusi**: Koefisien Elastisitas (E) = positif (+), jika kenaikan harga barang substitusi berakibat meningkatnya jumlah yang diminta untuk barang ini (dan untuk barang substitusinya berkurang).

2. **Barang komplemen** : Koefisien Elastisitas (E) = negatif (-), jika kenaikan harga barang komplemen berakibat turunnya jumlah yang diminta untuk barang ini (juga untuk barang komplemennya).

Elastisitas Permintaan Terhadap Harga

Elastisitas permintaan adalah tingkat kepekaan dari jumlah barang yang diminta sebagai akibat dari adanya perubahan harga barang itu sendiri. Alfred Marshall mengatakan bahwa elastisitas permintaan adalah elastisitas yang menunjukkan perbandingan prosentase perubahan barang atau jasa yang diminta dengan prosentase perubahan harga.

Jadi pernyataan itu dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Ed = \frac{\text{Porsentase Perubahan jumlah barang yang diminta}}{\text{Porsentase Perubahan harga barang tersebut.}}$$

Jika diketahui perubahan harga dari P_1 menjadi P_2 atau perubahan harga sebesar P dan mengakibatkan berubahnya jumlah barang yang diminta dari Q_1 menjadi Q_2 atau perubahan jumlah barang yang diminta sebesar Q , maka rumus yang telah dikemukakan Alfred Marshall tersebut dapat dituliskan menjadi:

Secara matematika dapat ditulis sebagai berikut :

$$E_D = \frac{Q_2 - Q_1}{Q_1} / \frac{P_2 - P_1}{P_1}$$

$$E_D = \frac{\Delta Q}{Q_1} / \frac{\Delta P}{P}$$

Berdasarkan rumus tersebut maka dengan mudah sekali kita untuk menghitung besarnya elastisitas permintaannya bila diketahui besarnya perubahan harga dan besarnya perubahan jumlah barang yang diminta.

Contoh 1:

Jika diketahui bahwa pada saat harga sebesar Rp. 600,- per unit, jumlah barang yang dapat diminta sebanyak 80-unit. Tetapi setelah harga turun menjadi Rp 500- per unit, jumlah barang yang diminta naik menjadi 100 unit.

Berapa besarnya elastisitas permintaan yang diakibatkan adanya penurunan harga tersebut? Untuk mendapatkan nilai elastisitas permintaannya maka kita tinggal menggantikan dari nilai-nilai di atas ke dalam rumus tersebut.

Jadi nilai elastisitas permintaan tersebut adalah :

$$\begin{aligned} E_D &= \frac{Q_2 - Q_1}{Q_1} / \frac{P_2 - P_1}{P_1} \\ &= \frac{100 - 80}{80} / \frac{500 - 600}{600} \\ &= \frac{20}{80} / \frac{-100}{600} \\ &= \frac{20}{80} / \frac{-100}{600} \\ &= \frac{1}{4} \cdot \frac{-10}{60} = -\frac{3}{2} = -1,5 \end{aligned}$$

Setelah kita menemukan pendapatan elastisitas permintaan sebesar : $-\frac{3}{2} = -1,5$

Ada 3 (tiga) indikasi yang perlu kita ketahui yaitu:

a. Tanda negatif;

Khusus dalam "*nilai elastisitas*" bahwa tanda negatif hanya menunjukkan arah dari perubahan harga dengan perubahan jumlah barang yang diminta. Tanda negatif menunjukkan bahwa perubahan harga dan perubahan jumlah barang yang diminta tersebut mempunyai arah perubahan yang berlawanan. Artinya apabila harga naik maka jumlah barang yang diminta akan turun dan sebaliknya apabila harga turun maka jumlah barang yang diminta akan naik.

b. Artinya :

Elastisitas permintaan sebesar ; - 1,5 berarti bahwa apabila harga turun 2% maka jumlah barang yang diminta akan naik 3% dan sebaliknya apabila harga naik 2% maka jumlah barang yang diminta akan turun 3%.

c. Elastisitas permintaan sebesar ; - 1,5 ini disebut sangat elastis atau "*elastis*"

Karena tanda negatif hanya menunjukkan arah maka nilai 3/2 adalah sama dengan 1,5, tetapi dengan pengertian arah perubahannya berlawanan. Jadi nilai elastisitas permintaan ini dapat dinamakan lebih besar dari satu

Contoh 2;

Apabila mula-mula diketahui bahwa harga sebesar Rp. 500,- jumlah barang yang diminta sebanyak 100 unit. Setelah harga naik menjadi Rp. 600,- maka jumlah barang yang diminta turun menjadi 80 unit. Maka elastisitas permintaannya adalah:

$$\begin{aligned}
 E_D &= \frac{Q_2 - Q_1}{Q_1} \quad / \quad \frac{P_2 - P_1}{P_1} \\
 &= \frac{80 - 100}{100} \quad / \quad \frac{600 - 500}{500} \\
 &= \frac{-20}{100} \quad / \quad \frac{100}{500} \\
 &= -1
 \end{aligned}$$

Nilai elastisitas permintaan sebesar : -1 menunjukkan bahwa:

- Tanda negatif menyatakan bahwa perubahan P dan Q mempunyai arah yang berlawanan.
- Artinya bahwa:
Apabila P naik 1% maka Q turun 1% dan sebaliknya apabila P turun 1% maka Q naik 1%.
- $E_D = -1$ disebut : “unitary elastic”

Kesimpulan :

Berdasarkan hasil perhitungan dari no. 1 dan no. 2 ternyata menunjukkan hasil yang berbeda. 1 (satu) bahwa akibat turunnya harga dari Rp 600,- menjadi Rp 500,- ternyata elastisitas permintaannya (E_D) sebesar -1,5 yang ditunjukkan oleh perubahan dari A ke B. Tetapi nomor 2(dua) menunjukkan bahwa akibat naiknya harga dari Rp 500,- menjadi Rp 600,- ternyata elastisitas permintaannya (E_D) sebesar -1 yang ini ditunjukkan oleh perubahan dari B ke A.

Bentuk kurve Elastisitas Permintaan Terhadap Harga :

1.Elastisitas Tak Terhingga (Infinite Price Elasticity)

Elastisitas harga tak terhingga yang artinya elastisitas harga untuk kurva permintaan yang berbentuk garis mendatar atau horizontal. Maksudnya apabila harga naik sedikit saja, maka jumlah barang yang diminta akan hilang atau nol. Sebaliknya apabila harga turun sedikit saja, maka jumlah barang yang diminta akan naik menjadi banyak sekali atau dengan kata lain sampai tak terhingga banyaknya.

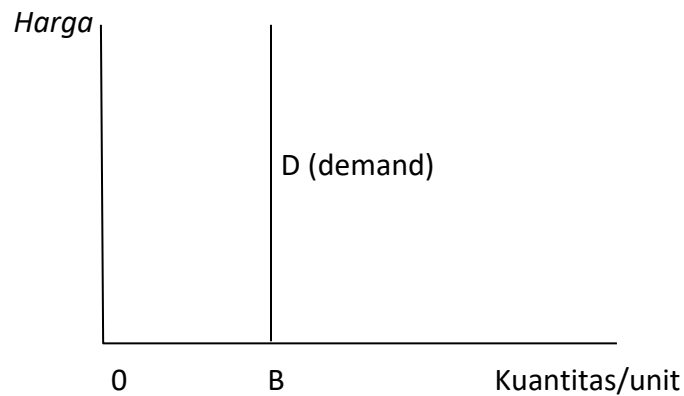
Gambar 4.1 Elastisitas Permintaan Tak terhingga



2. Tidak Elastis Sempurnah (Finite Price Elasticity)

Finite price elasticity artinya perubahan harga naik atau turun tidak mempengaruhi jumlah barang diminta. Kurva permintaannya adalah tegak (vertikal). Besarnya elastisitas harga pada semua titik pada kurva itu adalah nol.

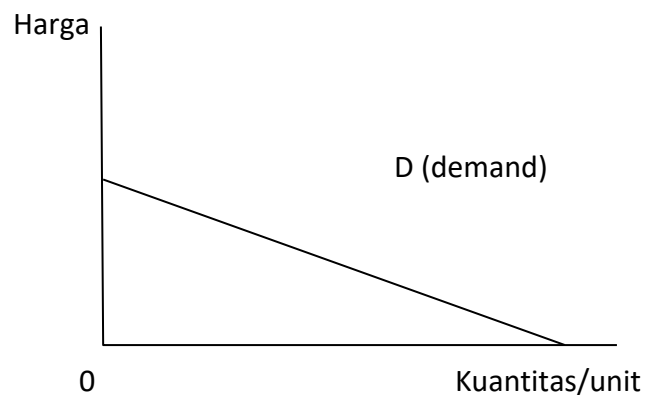
Gambar 4.2 Kurva Permintaan yang Vertikal



3. Permintaan Elastis

Kurva permintaan yang elastis artinya bahwa dengan prosentase perubahan harga yang kecil saja, mengakibatkan prosentase perubahan jumlah barang yang diminta lebih besar. Jadi besarnya elastisitas permintaan ini lebih besar daripada satu. Kurva permintaan biasanya agak mendatar.

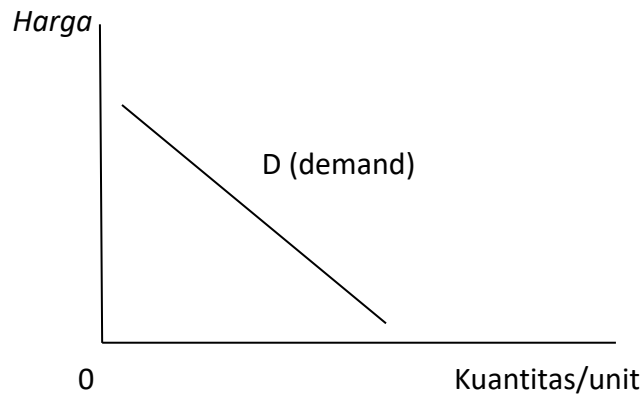
Gambar 4.3. Kurva Permintaan yang mendatar



4. Unitary Elastisitas

Unitary elastis menunjukkan bahwa prosentase perubahan harga sama dengan prosentase perubahan jumlah barang yang diminta. Jadi besarnya elastisitas ini sama dengan satu. Kurva permintaan biasanya kecondongannya seimbang antara sumbu Q dan sumbu P.

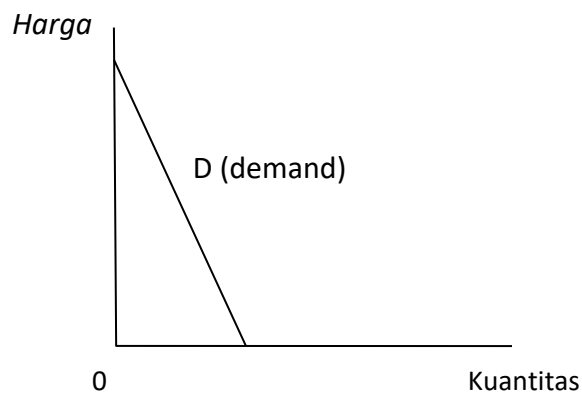
Gambar 4.4. Kurva Permintaan yang Unitary Elastis



5. Inelastis

Kurva permintaan yang inelastis artinya bahwa prosentase perubahan harga relatif lebih lebih dibanding dengan prosentase perubahan jumlah barang yang diminta. Jadi besarnya koefisien elastisitas permintaannya lebih kecil dari satu. Kurva permintaan biasanya curam atau hampir tegak.

Gambar 4.5 Kurva Permintaan yang Inelastis



Faktor yang mempengaruhi besar kecilnya Elastisitas Permintaan Terhadap harga (**Lipsey,1991**) adalah :

- a.Tingkat tersedianya barang pengganti (substitusi) yang kuat
- b.Penghasilan konsumen untuk membeli barang tersebut.
- c.Waktu penyesuaian terhadap harga baru.

Tersedianya barang pengganti ;

Beberapa komoditi seperti daging kambing,daging sapi, daging kerbaumemiliki substitusi yang dekat – mentega, sayuran hijau lainnya, Jika terjadi perubahan harga untuk komoditi-komoditi ini, dan jika *harga barang-barang substitusinya tetap tidak berubah(konstan)* maka, dapat diperkirakan akan menyebabkan banyak terjadi substitusi. Penurunan harga akan barang tersebut akan mendorong para konsumen membeli komoditi itu lebih banyak dan membeli barang substitusi lebih sedikit, dan kenaikan harga akan mendorong konsumen membeli lebih sedikit dan membeli barang substitusi lebih banyak.

Penghasilan konsumen untuk membeli barang tersebut.

Besarnya pendapatan yang digunakan untuk membeli sesuatu barang dapat mempengaruhi elastisitas permintaan terhadap barang tersebut. Kalau seseorang sudah menyukai suatu jenis barang tertentu, maka kenaikan harga barang tersebut tidak akan banyak mempengaruhi permintaannya. Ia akan tetap membeli jenis yang sama yang disukainya.

Harga sesuatu barang akan cukup menentukan dalam melakukan pilihan bagi konsumen. Perbedaan harga dapat menyebabkan orang membatalkan untuk membeli barang dari suatu merek tertentu dan membeli merek lain yang lebih murah. Berdasarkan pengamatan yang seperti itu dapat dikatakan : *semakin besar bagian pendapatan yang diperlukan untuk membeli suatu barang, semakin elastis permintaan terhadap barang tersebut.*

Waktu penyesuaian terhadap harga baru

Jangka waktu dalam permintaan terhadap sesuatu barang mempunyai pengaruh terhadap elastisitas. *Semakin lama jangka waktu dimana permintaan itu di analisis, semakin elastis sifat permintaan suatu barang.* Dalam jangka waktu yang singkat permintaan bersifat lebih tidak elastis karena perubahan-perubahan yang baru terjadi dalam pasar belum diketahui oleh para pembeli. Oleh sebab itu mereka cenderung untuk meminta barang-barang yang biasa dibelinya walaupun harganya mengalami kenaikan. Dengan demikian dalam jangka pendek permintaan tidak banyak mengalami perubahan. Dalam jangka waktu yang lebih panjang para pembeli dapat mencari barang pengganti yang mengalami kenaikan harga dan ini akan banyak mengurangi permintaan terhadap barang yang disebutkan belakangan ini. Juga dalam jangka

panjang barang pengganti mengalami perubahan dalam mutu dan desainnya dan akan menyebabkan orang lebih mudah pindah kepada membeli barang pengganti (**Sadono**, 2008).

Elastisitas Silang (Cross Elasticity)

Elastisitas silang adalah elastisitas yang menunjukkan prosentase perubahan jumlah barang yang diminta dengan prosentase perubahan harga barang lain. Hal ini dapat dinyatakan sebagai berikut :

$$ES = \frac{\text{Prosentase Perubahan jumlah barang X yang diminta}}{\text{Prosentase Perubahan harga barang Y}}$$

Jadi dapat dinyatakan dalam rumus :

$$E_{S_i} = \frac{\Delta Q_x}{Q_x} / \frac{\Delta P_y}{P_y}$$

Di mana :

ΔQ_x = Perubahan jumlah barang X yang diminta

Q_x = Jumlah Barang X

ΔP_y = Perubahan harga barang Y

P_y = Harga Barang Y

Perlu diketahui bahwa elastisitas silang berlaku bagi barang-barang substitusi maupun barang-barang komplementer. Elastisitas barang substitusi adalah positif artinya bahwa kenaikan harga suatu barang mengakibatkan naiknya juga jumlah barang yang diminta barang substitusinya. Misalnya, naiknya harga beras cianjur mengakibatkan naiknya jumlah permintaan beras PB, demikian juga sebaliknya. Elastisitas silang yang besar (positif) berarti dua barang tersebut mempunyai hubungan yang dekat. Elastisitas barang komplementer adalah negatif artinya bahwa kenaikan harga suatu barang mengakibatkan penurunan jumlah permintaan barang komplementernya. Contoh, naiknya harga pistol mengakibatkan turunnya jumlah permintaan akan peluru yang digunakan. Nilai elastisitas silang yang besar (negatif) berarti dari

dua barang tersebut mempunyai hubungan yang lebih dekat. Apabila elastisitasnya sama dengan nol, berarti antara dua barang tersebut tidak mempunyai hubungan antara suatu barang dengan barang komplementernya.

Elastisitas Pendapatan (Income Elasticity)

Elastisitas pendapatan adalah elastisitas yang menunjukkan tingkat kepekaan dari perubahan jumlah barang yang diminta dengan perubahan pendapatan. Hal ini dapat dinyatakan sebagai berikut :

$$E_Y = \frac{\text{Prosentase perubahan jumlah barang yang diminta}}{\text{Prosentase perubahan pendapatn}}$$

Di mana y adalah besarnya pendapatan atau income. Secara matematis dapat dinyatakan dengan rumus :

$$E_Y = \frac{\Delta Q}{Q} / \frac{\Delta Y}{Y}$$

$$E_Y = \frac{\Delta Q}{\Delta Y} \cdot \frac{Y}{Q}$$

Penjelasan elastisitas pendapatan ini berdasarkan suatu asumsi bahwa setiap orang akan menambah pembelian barang atau jasa bila pendapatannya bertambah. Berarti berlaku untuk barang-barang normal saja. Hubungan antara jumlah barang dan pendapatan ini adalah positif. Perlu diketahui pula bahwa ada tiga macam kemungkinan E_Y yaitu :

- a. $E_Y < 1$; termasuk barang inferior
- b. $0 < E_Y < 1$; termasuk barang kebutuhan pokok
- c. $E_Y > 1$; termasuk barang mewah

Teknik Perhitungan Elastisitas Permintaan

Teknik perhitungan elastisitas permintaan ada dua cara yaitu *Point Elasticity* (Elastisitas Titik) dan *Arc Elasticity* (Elastisitas Busur).

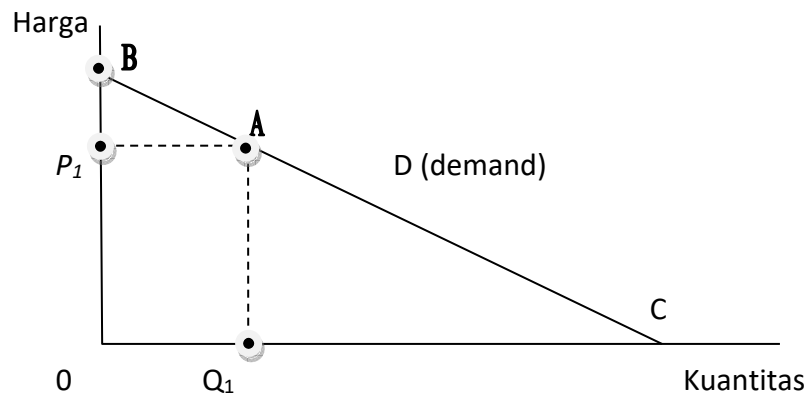
Point Elasticity (Elastisitas Titik)

Elastisitas titik adalah elastisitas yang menjelaskan pada suatu titik tertentu pada kurva permintaan. Rumusnya adalah :

$$E_D = \frac{dQ}{dP} \cdot \frac{P}{Q}$$

Hal ini dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 4.6. Elastisitas Titik



Jadi dari rumus tersebut dapat diuraikan seperti di bawah ini :

$$E_D = \frac{dQ}{dP} \cdot \frac{P}{Q}$$

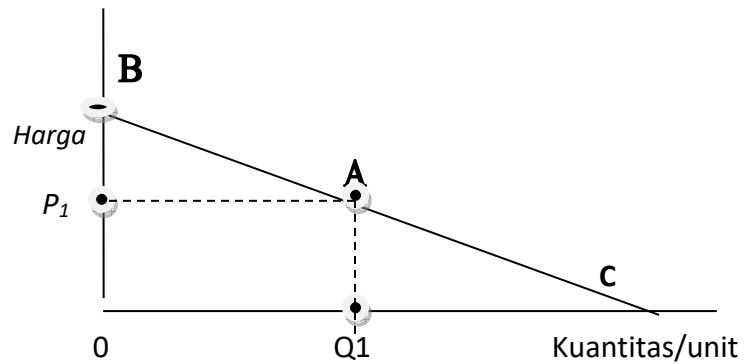
$$E_D = \frac{CQ_1}{AQ_1} \cdot \frac{OP_1}{OQ_1}$$

$$E_D = \frac{CQ_1}{AQ_1} \cdot \frac{AQ_1}{OQ_1} \quad \rightarrow \quad \text{Sebab } OP_1 = AQ_1$$

$$E_D = \frac{CQ_1}{OQ_1}$$

$$E_D = \frac{CQ_1}{Q_1O}$$

Apabila Q_1 diambil sebagai titik tengah OC dan A adalah di tengah-tengah kurva permintaan BC, maka dapat digambarkan sebagai berikut (Gambar 4.7)



Gambar 4.7.

Perlu diketahui bahwa ada tiga macam kemungkinan E_D , yaitu :

- a. $\frac{CQ_1}{Q_1O} > 1$; artinya $E_D > 1$; disebut “elastis”
- b. $\frac{CQ_1}{Q_1O} = 1$; artinya $E_D = 1$; disebut “unitary elastis”
- c. $\frac{CQ_1}{Q_1O} < 1$; artinya $E_D < 1$; disebut “elastis”

Arc Elasticity (Elastisitas Busur)

Elastisitas busur adalah elastisitas permintaan antara dua titik pada kurva permintaan. Prinsip perhitungannya sama dengan elastisitas titik dan perbedaannya hanya pada penyebutnya saja. Hal ini dapat dirumuskan sebagai berikut (Sudarso, 1992,44).

$$E_D = \frac{Q_2 - Q_1}{\frac{1}{2}(Q_1 + Q_2)} \bigg/ \frac{P_2 - P_1}{\frac{1}{2}(P_1 + P_2)}$$

$$E_D = \frac{Q_2 - Q_1}{\frac{1}{2}(Q_2 - Q_1)} \bigg/ \frac{\frac{1}{2}(P_2 - P_1)}{P_1 + P_2}$$

$$E_D = \frac{Q_2 - Q_1}{\frac{1}{2}(Q_2 - Q_1)} \bigg/ \frac{\frac{1}{2}(P_2 - P_1)}{P_1 + P_2}$$

$$E_D = \frac{Q_2 - Q_1}{P_2 - P_1} \bigg/ \frac{P_1 - P_2}{Q_1 + Q_2}$$

$$E_D = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \cdot \frac{(P_1 + P_2)}{(Q_1 + Q_2)}$$

Di mana :

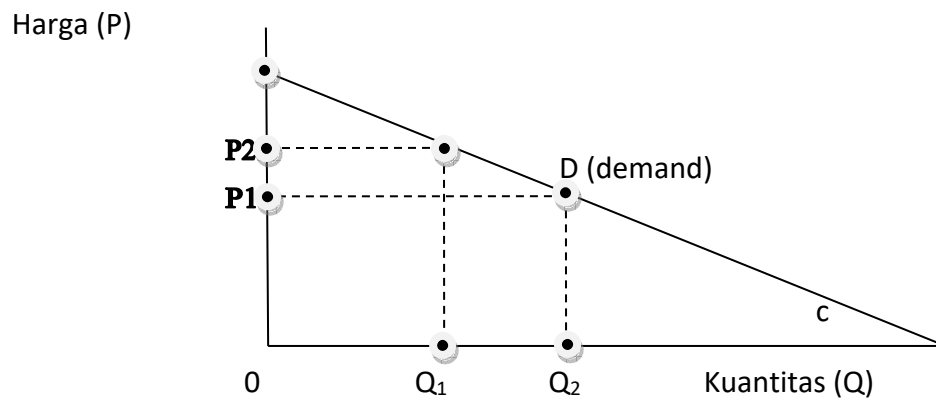
Q_1 = jumlah barang yang diminta pertama

Q_2 = jumlah barang yang diminta kedua

P_1 = harga pertama

P_2 = harga kedua

Gambar 4.8 Elastisitas Busur



Elastisitas Penawaran (Elasticity of Supply)

Elastisitas penawaran adalah tingkat kepekaan jumlah barang, jasa atau faktor produksi karena adanya perubahan harga barang tersebut. Alferd Marshall menyatakan bahwa elastisitas penawaran adalah perbandingan prosentase perubahan jumlah barang yang ditawarkan dengan prosentase perubahan harga barang tersebut. Pernyataan ini dapat ditulis :

$$E_s = \frac{\% \text{ Perubahan Jumlah barang yang ditawarkan}}{\% \text{ perubahan harga barang tersebut}}$$

Atau :

$$E_s = \frac{\Delta Q}{Q} / \frac{\Delta P}{P}$$

$$E_s = \frac{\Delta Q}{Q \cdot P} \cdot \frac{P}{Q}$$

Dimana :

E_s = Elasticity Of Supply

P = Harga

Q = Jumlah barang yang ditawarkan

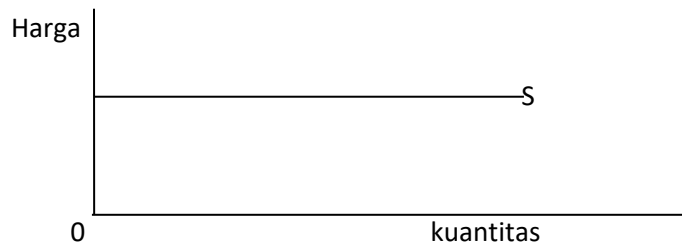
$\frac{\Delta Q}{\Delta P}$: Perubahan jumlah barang yang ditawarkan karena adanya perubahan harga.

Macam-macam Elastisitas Penawaran.

Elastisitas tak terhingga artinya:

Perubahan jumlah barang yang ditawarkan sampai tak terhingga (sangat banyak) yang disebabkan karena adanya perubahan harga yang kecil saja. Jadi $E_s = \infty$

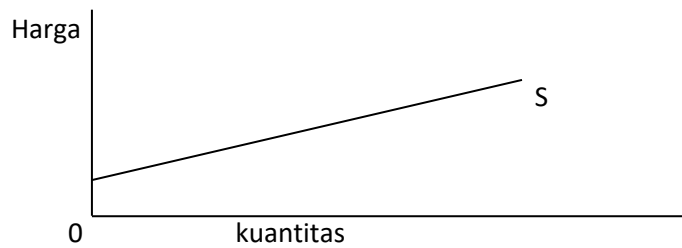
Gambar 4.9 Kurva Penawaran yang Elastis tak terhingga ($E_s = \infty$)



Elastis artinya:

Prosentase perubahan jumlah barang yang ditawarkan lebih besar daripada prosentase perubahan harga barang tersebut. Jadi $E_s > 1$.

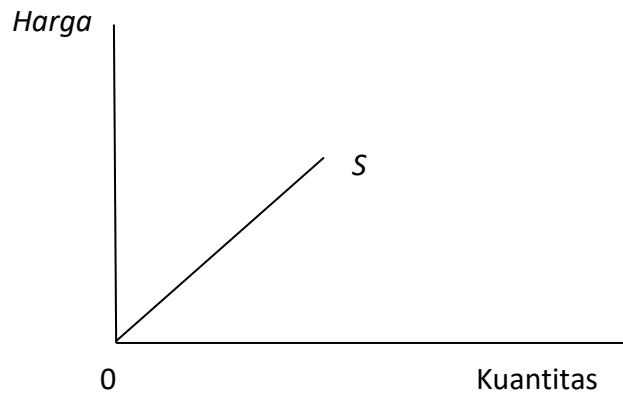
Gambar 4.10. Kurva Penawaran yang Elastis ($e > 1$)



Unitary elastisitas artinya:

Prosentase perubahan jumlah barang yang ditawarkan sama dengan prosentase perubahan harga barang tersebut. Jadi $E_s = 1$.

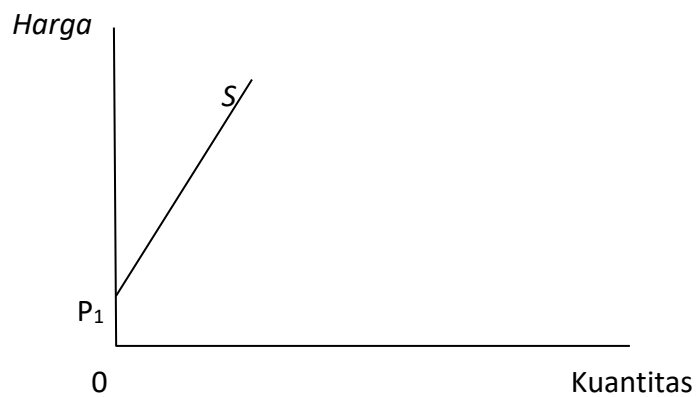
Gambar 4.11. Kurva Penawaran yang Unitary Elastis ($E_s = 1$)



Inelastis artinya :

Prosentase perubahan jumlah barang yang ditawarkan lebih kecil daripada prosentase perubahan harga barang tersebut. Jadi $E_s < 1$.

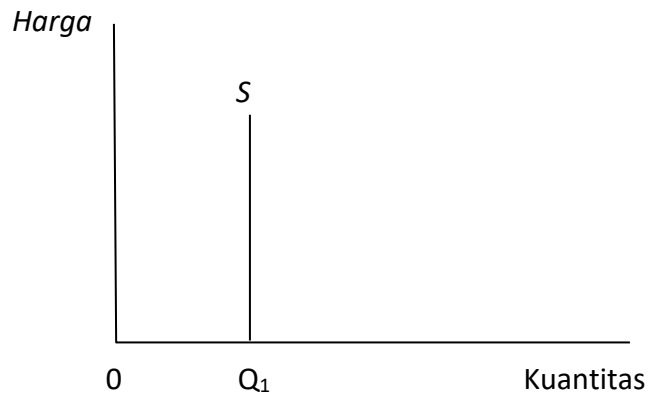
Gambar 4.12. Kurva Penawaran yang Inelastis ($E_s < 1$)



Inelastis sempurna artinya :

Tidak ada perubahan jumlah barang yang ditawarkan, walaupun ada perubahan harga. Jadi $E_s = 0$.

Gambar 4.13. Kurva Penawaran yang Inelastis sempurna ($E = 0$)



BAB V

PERILAKU KONSUMEN

Perilaku konsumen (Consumer Behaviour) dapat dilakukan dengan menggunakan dua pendekatan seperti yang dijelaskan oleh **Edwin Mansfield** (tahun 1979) yaitu :

1. **Pendekatan Kardinal**, dimana kepuasan dapat dicari dengan **Pendekatan Utility** (Utility Approach)
2. **Pendekatan Ordinal**, dimana kepuasan tidak dapat dihitung hanya dapat dijenjangkan dengan menggunakan **Pendekatan Indifference Curve** (Indifference Curve Approach)

5.1. PENDEKATAN UTILITY (KEGUNAAN)

Utility (Guna) adalah mutu atau kemampuan suatu barang yang memungkinkan untuk memenuhi kebutuhan manusia. Besar kecilnya utility dapat diukur jadi konsumen dianggap rasional. Konsumen akan berusaha mendapat kepuasan yang sebesar-besarnya dengan dana yang terbatas. Besar kecilnya kegunaan yang dicapai oleh konsumen sangat bergantung pada jenis dan jumlah barang atau jasa yang dikonsumsi. Kebutuhan akan barang-barang yang berlainan jenisnya mempunyai intensitas yang berbeda-beda, oleh karena itu barang-barang yang memuaskan kebutuhan-kebutuhan itu akan mempunyai derajat guna yang berbeda. Hubungan antara jumlah kepuasan dengan beberapa barang yang dikonsumsi, dapat diformulasi sebagai berikut :

$$U = f (X_1, X_2, X_3, \dots, X_n).$$

Di mana :

U menunjukkan besar kecilnya tingkat kepuasan

X menunjukkan jenis dan jumlah barang yang dikonsumsi.

Andaikan anda disuruh memilih antara seminggu lamanya tidak makan dan tidak nonton bioskop, bahkan pertunjukan yang terbaik sekalipun mungkin tidak akan mendorong anda untuk tidak makan. Guna makanan lebih besar bagi anda daripada guna bioskop. Setiap orang akan mendapatkan kepuasan yang berbeda dari mengkonsumsi sejumlah barang yang sama,

karena setiap orang bebas memberi penilaian kepada suatu barang. Dengan demikian penilaian konsumen terhadap sesuatu barang, berbeda-beda. jadi penilaian konsumen bersifat subyektif.

MARGINAL UTILITY (MU)

Marginal Utility merupakan tambahan kepuasan yang diterima oleh seseorang konsumen karena adanya tambahan konsumsi satu unit barang. Apabila seseorang konsumen menambah konsumsi sesuatu barang, maka tambahan guna yang diperoleh seseorang tersebut mula-mula meningkat, dan jika konsumsi barang tersebut ditambah terus, maka tambahan guna dari mengkonsumsi barang tersebut makin lama akan semakin menurun. jika ada suatu barang tertentu yang cukup besar maka kebutuhan-kebutuhan kita akan barang tersebut terpenuhi dengan sempurna sehingga kita tidak menginginkan lagi barang itu. Setiap konsumsi satuan barang yang berikutnya akan memberikan kepuasan yang lebih kecil daripada satuan sebelumnya. Beberapa contoh akan membuat hal ini menjadi jelas. Jadi dalam teori guna marginal ini berlaku hukum tambahan guna yang semakin menurun atau *The Law Of Diminishing Marginal Utility*.

Secara matematis nilai marginal utility dapat dicari dengan rumus (Adiningsih, 1987) sebagai berikut :

$$MU_x = \frac{\Delta U}{\Delta X} = \frac{dU}{dX}$$

Dimana :

MU = Marginal Utility

U = Utility

X = Barang yang dikonsumsi

Beberapa contoh akan membuat hal ini menjadi jelas. Andaikan, bahwa saudara sangat suka akan es krim sirup dengan murbei yang masih segar dan seseorang menawarkan kepada saudara supaya membeli semua yang dapat saudara makan waktu itu saja. Pertama kali makan akan sedap rasanya, yang kedua akan memberikan kepuasan yang lebih kecil, yang ketiga lebih

kecil lagi, dan begitulah seterusnya sampai mungkin saudara akan mencapai suatu titik guna sebesar nol. Walaupun teman saudara masih mau membelikan lebih banyak lagi es krim untuk saudara, namun saudara tidak akan memperdulikannya lagi. Jika ia akan memberikan saudara uang untuk tiap satuan tambahan yang saudara makan, mungkin saudara akan mencoba untuk sementara, tetapi pada tahap tersebut maka konsumsi es krim akan membuat saudara tidak-senang dan ketidak-gunaan (disutility) yang makin besar dan saudara akan segera mencapai suatu titik dimana ketidak-gunaan (disutility) untuk memakan es krim ini. Sehingga saudara akan berhenti sama sekali memakan es krim tersebut.

Dalam contoh di atas, kita telah mengandaikan bahwa konsumsi ini terjadi selama jangka waktu yang singkat. Akan tetapi, hukum guna marginal yang makin berkurang ini akan berlaku juga terhadap pemilihan persediaan barang-barang dari suatu macam yang mungkin digunakan untuk kesenangan hati pemiliknya. Marilah kita misalkan bahwa bahwa barang itu adalah beberapa pasang pakaian. Satu pasang pakaian akan mempunyai tingkat guna yang tinggi bagi kita, karena pakaian itu melindungi kita terhadap hujan, angin, dan dingin, dan akan menghindarkan kita dari tertawaan kawan yang dijumpai jika kita berjalan telanjang. Pakaian pasangan kedua tidak akan begitu penting, tetapi gunanya akan masih besar, oleh karena dengan pakaian ini saja akan dapat tidur bila sepasang pakaian lainnya masih pada kondisi bersih dan rapi karena disetrika. Pasangan yang ketiga merupakan pasangan pakaian yang menyenangkan yaitu : jika sekiranya saya ingin mengenakan pakaian yang berlainan untuk berbagai keperluan, maka pakaian-pakaian tambahan akan memiliki tingkat guna yang tinggi, walaupun tingkat itu makin berkurang bagi saya.

Namun perlu diingat bahwa berbagai macam pasangan pakaian adalah barang-barang yang berlainan, walaupun barang-barang itu saling merupakan pengganti yang baik. Tetapi jika tambahan pasangan pakaian terhadap persediaan pakaian kita dan yang jenis serta potongannya sama seperti yang pertama, maka guna dari tiap pasangan yang ditambahkan itu akan menurun rasa kegunaannya. Karena itu membeli pasangan pakaian setiap waktu, sebaiknya membeli pakaian yang mempunyai kegunaan-kegunaan yang terpenting bagi kita. Jadi hukum guna marginal itu hanya untuk konsumsi barang yang sama dalam kurun waktu yang singkat.

Kita harus berhati-hati membicarakan tentang guna *marginal* yang makin berkurang. Dalam persediaan barang-barang yang jenisnya sama betul maka setiap satuan dalam persediaan itu akan merupakan pengganti yang sempurna bagi satuan lainnya. Oleh karena itu kita mungkin harus membedakan persediaan barang-barang yang *identik tapi tidak sama*, setiap satuan tambahan persediaan barang itu dapat merupakan satuan marginal, dan guna satuannya adalah guna marginal persediaan barang-barang itu sendiri.

TOTAL UTILITY DAN MARGINAL UTILITY

Jumlah guna seluruhnya adalah jumlah kepuasan yang diperoleh dari konsumsi atau kepemilikan sesuatu barang. *Guna marginal* adalah *tambahan* kepada jumlah guna seluruhnya yang disebabkan oleh pertambahan satu satuan dalam tingkat konsumsi atau pertambahan satu satuan dalam persediaan barang yang dimiliki. Contoh pada tabel 5.1. berikut ini menunjukkan hubungan antara jumlah guna seluruhnya dan guna marginal.

Tabel 5.1. Hubungan Total Utility Dan Marginal Utility

Tingkat konsumsi Air ES (Dlm Gelas)	Total Utility (TU)	Marginal Utility (MU)
1	10	10
2	16	4
3	19	3
4	20	1
5	20	0
6	18	-2

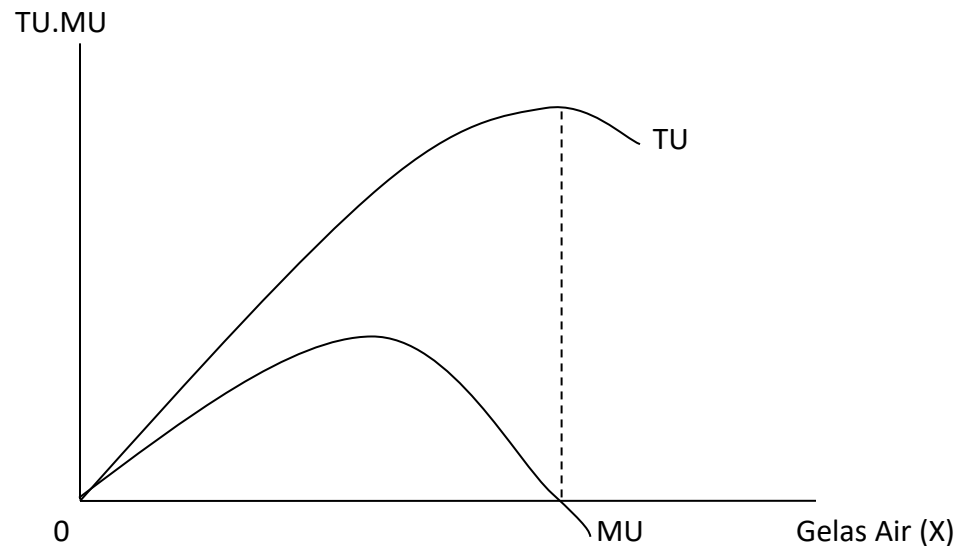
Dari contoh pada tabel 5.1 menjelaskan bahwa guna marginal adalah jumlah pertambahan dalam jumlah guna seluruhnya jika ada tambahan satu satuan barang atau jasa dikonsumsi. Kita dapat mengatakan bahwa, bahwa guna seluruhnya adalah jumlah semua guna marginal yang dihubungkan dengan konsumsi satuan-satuan yang berturut-turut.

Guna seluruhnya bertambah bersamaan dengan konsumsi satuan-satuan barang-barang yang berturut-turut, tetapi jumlah yang ditambahkan pada jumlah seluruhnya menjadi lebih kecil pada tiap satuan yang ditambahkan, hingga akhirnya jumlah guna seluruhnya mulai berkurang. Guna marginal selamanya makin berkurang, menjadi nol apabila jumlah guna seluruhnya mencapai maksimum dan menjadi negatif apabila jumlah guna seluruhnya mulai menurun.

Dari tabel 5.1. dapat dilihat bahwa konsumsi air es yang pertama memberi kegunaan dalam bentuk kepuasan sebesar 10. Konsumen masih merasa haus sehingga mengkonsumsi lagi air es pada gelas kedua dan memberi guna atau kepuasan sebesar 4. Jika perhatikan data pada tabel 5.1 ini, menunjukkan bahwa kegunaan atau kepuasan yang didapatkan dari konsumsi air es jika ditambah terus maka kegunaannya makin lama makin menurun, bahkan tidak mempunyai kegunaan sama sekali atau mencapai negatif, seperti yang kita lihat pada konsumsi air es gelas yang ke 6 dimana nilai kegunaannya sebesar - 2

Hukum guna marginal yang makin menurun ini dapat pula dilukiskan dengan gambar 5.1. Dimana pada garis horisontal menunjukkan jumlah barang X yang dikonsumsi, dan garis vertikal menunjukkan nilai guna karena mengkonsumsi barang X. Kurve *MU* adalah kurve guna marginal barang X yang makin berkurang. Kurve *TU* adalah kurve jumlah penggunaan barang X.

Gambar 5.1. Guna marginal yang makin berkurang



Pengertian guna marginal yang makin berkurang dan jumlah guna seluruhnya dapat digunakan untuk memperoleh atau memiliki persediaan barang maupun terhadap konsumsi pada suatu ketika. Kita harus membedakan seseorang yang memperbanyak persediaan barang dan memungkinkan tingkat konsumsi sekarang yang lebih besar, dan penyediaan buat konsumsi dikemudian hari. Kebanyakan rumah tangga di kota persediaan bahan makanan itu untuk beberapa hari atau paling lama satu minggu saja. Rumah-rumah tangga dipedesaan yang jauh jaraknya dari kota atau dari pusat penjualan pada umumnya mempunyai persediaan yang lebih besar. Namun ada juga rumah tangga menyediakan bahan-bahan makanan yang dibeli dari toko, bukan hanya karena faktor jarak ke pusat pembelanjaan lebih jauh, melainkan juga untuk mencegah supaya jangan kehabisan. Apalagi kalau akses ke pusat pembelanjaan sangat buruk, maka rumah tangga akan memperbesar persediaannya.

Bahkan di kota-kota besarpun, diwaktu-waktu akan ada ancaman kekurangan, orang berlomba-lomba untuk mengadakan persediaan atau menimbun bermacam-macam barang. Pemilikan bahan makanan yang sukar diperoleh dalam persediaan yang lebih besar mempunyai guna yang lebih besar pada masa-masa ini, karena hal ini mencegah kemungkinan kehabisan

barang pada waktu barang mungkin tidak tersedia lagi ditoko-toko. Akan tetapi, diwaktu-waktu normal, guna marginal yang diperoleh karena memiliki satuan-satuan tambahan dalam persediaan barang yang sama jenisnya sangat cepat menurun.

Jika kita memperhatikan orang-orang yang senang mengumpulkan perangko, gelas tua dan sebagainya merupakan pengecualian terhadap hukum guna marjinal yang makin berkurang. Akan tetapi bila kita perhatikan, bahwa para pengumpul barang-barang ini tidaklah ingin memperoleh lebih banyak satuan dari barang yang identik, melainkan ingin memperoleh berbagai jenis atau contoh-contoh yang lain.

Pengecualian ini terutama terhadap barang mewah seperti emas. Sangat berhasrat untuk membelanjakan penghasilannya terhadap barang ini. Tetapi jika seseorang dalam keadaan betul-betul sakit, maka akan memperlihatkan prinsip guna marginal yang makin berkurang terhadap emas, dengan jalan membelanjakan sebagian pendapatannya untuk obat-obatan dan bahan makanan, bukan membelanjakan seluruhnya untuk emas.

Dengan demikian tidak ada standar atau ukuran yang mutlak yang bisa digunakan untuk mengukur guna dari suatu barang, tetapi kegunaan suatu barang tergantung pada ruang dan waktu. Guna suatu barang, hanya dapat diukur dengan menggunakan tingkat intensitas kebutuhan yang sanggup dipenuhi oleh barang itu. Oleh karena kebutuhan ini hanya terdapat dalam pikiran setiap orang dan kebutuhan akan barang itu akan berbeda-beda dalam intensitasnya tiap orang.

5.2. PENDEKATAN INDIFFERENCE CURVE

Teori konsumen yang menggunakan pendekatan guna batas seperti yang diuraikan sebelumnya mempunyai beberapa kelemahan, antara lain:

- (a) Penggunaan asumsi dapat diukurnya kepuasan seseorang secara cardinal,
- (b) Penggunaan asumsi bahwa kepuasan yang timbul dari pengkonsumsian barang-barang atau jasa-jasa mempunyai sifat *additive*,
- (c) Penggunaan asumsi bahwa guna batas uang konstan dalam arti tidak terpengaruh oleh banyak sedikitnya penggunaan uang ataupun oleh banyak sedikitnya uang yang dimiliki seorang konsumen. Dunia yang nyata tidak memberikan kesaksian kepada kita akan kebenaran daripada asumsi-asumsi tersebut.

Pendekatan dengan menggunakan analisa Kurve *Indifference* atau pendekatan kurve tak acuh menjelaskan bahwa kepuasan konsumen tidak dapat diukur secara kuantitatif, misalnya dengan menggunakan uang. Besar kecilnya kepuasan hanya dapat diamati dari perbandingan antara beberapa kemungkinan jumlah barang yang dapat dikonsumsi. Untuk membandingkan mengkonsumsi barang tertentu berdasarkan pada suatu asumsi atau anggaran bahwa konsumen selalu bertindak rasional, artinya konsumsi barang yang lebih banyak akan memberikan kepuasan yang lebih besar.

Karena itu pendekatan kurve indifference mempunyai kelebihan berupa terhindarnya dari kelemahan-kelemahan seperti yang diungkapkan di atas. Pendekatan teori kurva indifference ini menggunakan asumsi-asumsi dasar, di antaranya :

1. *Rasionalitas*. Asumsi ini terwujud dalam bentuk bahwa konsumen berusaha memaksimalkan kepuasan
2. *Kepuasan adalah ordinal*. Yang dimaksud di sini ialah meskipun kepuasan tidak dapat diukur secara cardinal, tetapi dapat diukur secara ordinal, yaitu dapat diperbandingkan dan dapat disusun dalam bentuk ranking atau urutan tinggi-rendahnya kepuasan
3. *Menurunnya marginal rate of substitution*, yang kita sebut juga tingkat substitusi batas yang menurun. Mengenai hal ini akan diuraikan lebih lanjut di bawah nanti
4. *Fungsi kepuasan total* mempunyai bentuk:

$$U = f(Z_1, Z_2, \dots, Z_n),$$

Dimana U menunjukkan kepuasan total

Z_1, Z_2 dan seterusnya menunjukkan jumlah barang ke 1, barang ke 2 dan seterusnya yang dikonsumsi.

Ini dapat kita lawankan dengan kepuasan yang bersifat additive, seperti yang diasumsikan teori konsumen yang menggunakan pendekatan guna batas, yang pengungkapannya dalam bentuk persamaan:

$$U = f(Z_1) + f(Z_2) + \dots + f(Z_n)$$

Kurva indifference didefinisikan sebagai kurve yang menghubungkan titik-titik yang menunjukkan berbagai kombinasi dua buah barang atau jasa yang dikonsumsi untuk setiap

satuan waktu yang memberikan kepuasan yang sama kepada konsumen. Penggunaan asumsi dua barang, misalnya y dan z, maksudnya hanyalah untuk menyederhanakan permasalahan. Dalam dunia nyata konsumen menghadapi tidak hanya dua barang saja melainkan sejumlah besar macam barang-barang dan jasa-jasa konsumsi.

Sebagai contoh kita perhatikan Tabel 5.2 yang dapat kita sebut sebagai *tabel medan indifference* barang y dan barang z seorang konsumen. Medan indifference terdiri dari tiga buah kurve indifference yaitu kurve indifference I, kurve indifference II dan kurve indifference III yang berturut-turut merupakan pasangan kolom 1 dan 2, kolom 3 dan 4, kolom 5 dan 6. Interpretasi angka-angka dalam tabel adalah sebagai berikut.

Kombinasi-kombinasi konsumsi barang y dan barang z pada kurve indifference I menghasilkan *tingkat kepuasan* atau *total utility* atau *guna total* yang sama. Ini berarti bahwa tingkat kepuasan yang dicapai oleh konsumen dari mengkonsumsi $1z + 12y$ sama dengan tingkat kepuasan yang dicapai oleh kombinasi $2z + 6y$ atau dari kombinasi konsumsi $3z + 4y$, $4z + 3y$ dan seterusnya yang sebagian angka-angkanya terdapat pada kolom 1 dan 2 dan membentuk kurva indifference I

Tabel 5.2: Tabel Medan Kurve Indifference

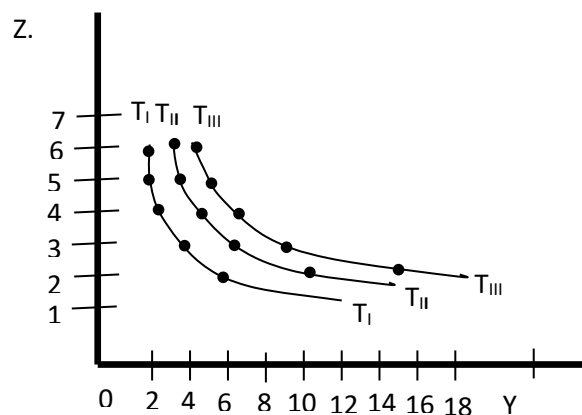
Kurva Indifference I		Kurva Indifference II		Kurva Indifference III	
z (1)	y (2)	z (3)	y (4)	z (5)	y (6)
1	12	1	15	1	18
2	6	2	7,5	2	9
3	4	3	5	3	6
4	3	4	3,75	4	4,5
5	2,4	5	3	5	3,6
6	2	6	2,5	6	3

Selanjutnya pasangan angka-angka pada kolom 3 dan 4 membentuk kombinasi-kombinasi konsumsi barang y dan barang z dengan masing-masing kombinasi menghasilkan tingkat kepuasan yang sama dan membentuk kurve indifference II. Demikian juga halnya dengan

pasangan-pasangan angka-angka pada kolom 5 dan 6, masing-masing kombinasi menghasilkan tingkat kepuasan yang sama, dan seluruhnya dari pasangan-pasangan tersebut membentuk kurva indifferen atau kurva tak-acuh III.

Kurve-kurve indifference atau kurve tak-acuh tersebut kalau dinyatakan dalam bentuk gambar berturut-turut terlihat seperti berikut T_I , T_{II} , T_{III} pada gambar 5.2

Gambar 5.2. Kurve Indifference



Perlu diperhatikan bahwa tingkat kepuasan yang sama dicapai berlaku untuk kombinasi-kombinasi dari sebuah kurva indifference (tak-acuh) yang sama. Ini berarti bahwa titik-titik kombinasi yang membentuk kurva tak-acuh T_I menghasilkan tingkat kepuasan yang berbeda dengan tingkat kepuasan yang dicapai oleh titik-titik kombinasi yang membentuk kurva tak-acuh T_{II} . Tingkat kepuasan yang dicapai oleh kurva tak-acuh yang letaknya lebih jauh dari titik silang sumbu 0, menunjukkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

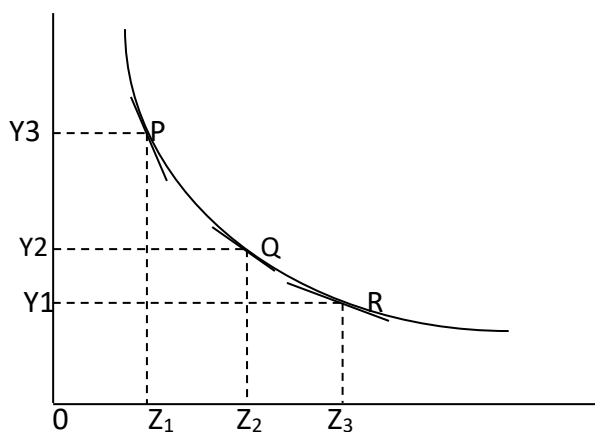
Menunjuk Gambar 5.2 tingkat kepuasan yang dicapai oleh kurva tak-acuh T_{III} lebih tinggi daripada tingkat kepuasan yang dicapai oleh kurva tak-acuh T_{II} . Selanjutnya tingkat kepuasan yang dicapai oleh kurva tak-acuh T_{II} lebih tinggi daripada tingkat kepuasan yang dicapai oleh kurva tak-acuh T_I .

SIFAT-SIFAT KURVA INDIFFERENCE

1. *Kurve Indifference mempunyai lerengke kanan menurun*, yang biasa juga diungkapkan bahwa *kurva indifference mempunyai lereng yang negatif*. Negatifnya lereng kurva indifference ini mempunyai makna bahwa konsumen memperoleh kepuasan yang sama seperti sediakala walaupun berkurangnya jumlah konsumsi barang Z, tetapi diimbangi atau disubstitusi dengan bertambahnya konsumsi barang Y. Sifat kurve indifference seperti ini menunjukkan preferensi konsumen atau untaian komoditi yang akan dipilih konsumen.
2. *Kurve Indifference/tak acuh cembung terhadap titik silang sumbu O*

Cembungnya kurve indifference titik nol menunjukkan batas kemampuan komoditi Z untuk menggantikan komoditi Y, yang kita tulis dengan MRS_{zy} , terus menurun dengan meningkatnya konsumsi barang Z. Demikian pula MRS_{zy} juga menurun dengan meningkatnya pemakaian barang Y.

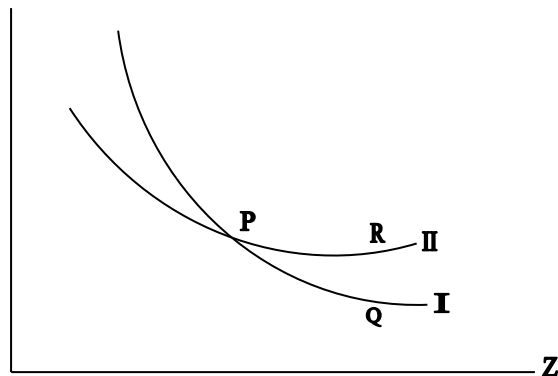
Gambar 5.3 MRS_{zy} yang semakin menurun



3. *Kurve Indifference tidak saling berpotongan*. Meskipun kurva indifference tidak perlu sejajar satu dengan lainnya, akan tetapi kurve indifference tidak saling berpotongan. Hal Ini mudah dipahami karena Kurve indifference adalah kurve yang menunjukkan berbagai kombinasi

dua barang yang dikonsumsi dan memberikan tingkat kepuasan yang sama. Apabila dua kurva tak-acuh berpotongan maka titik potong tersebut menunjukkan dua tingkat kepuasan yang berbeda, yang dengan sendirinya merupakan hal yang kontradiksi.

Gambar 5.4. Kurve Indifference yang tidak saling berpotongan



4. *Kurve indifference/tak-acuh melewati semua titik yang ada dalam bidang komoditi Y dan Z.* Ini dianggap bahwa setiap konsumen dapat membedakan untuk setiap dua unit komoditi mana yang lebih dipilih. Ini mempunyai makna bahwa setiap penggunaan unit komoditi selalu dikaitkan dengan tingkat guna yang tertentu besarnya. *Indifference system* seorang konsumen yang terdiri dari kurva-kurva tak-acuh yang dimilikinya inilah yang biasa disebut medan *indifference map*. Medan indifference berbeda-beda antara konsumen yang satu dengan konsumen yang lain disebabkan oleh selera mereka yang berbeda.

Dari keempat sifat yang dimiliki oleh kurve indifference/ tak-acuh, sifat nomor dua rupanya memerlukan penjelasan lebih lanjut. *Tingkat substitusi batas* atau *Marginal Rate of Substitution* barang y untuk barang Z, yang biasa disingkat MRS_{YZ} , menunjukkan jumlah barang Z yang perlu kurangi konsumsinya agar ia dapat menambah konsumsi barang Y sebesar satu unit tanpa mengubah tingkat kepuasan yang ia peroleh.

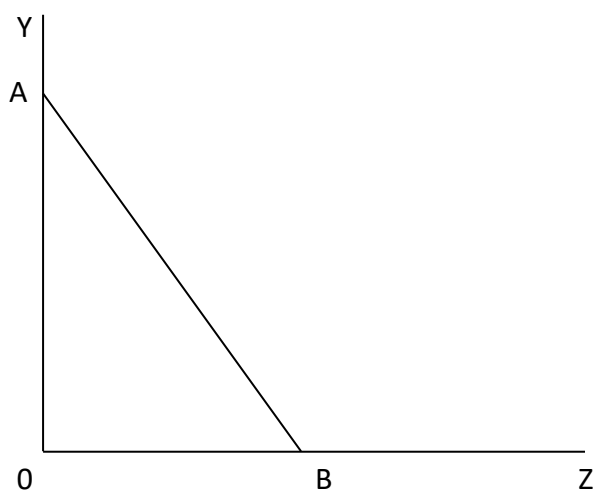
Dari definisi di atas jelaslah bahwa MRS_{YZ} menyangkut perubahan jumlah pemakaian barang y dari titik yang satu ke titik yang lain *pada kurva indifference yang sama*. Untuk kebanyakan barang, kurva indifference (tak-acuh) mempunyai *nilai MRS_{YZ} yang menurun*

dengan semakin sedikitnya barang Z yang dikonsumsi dan semakin banyaknya barang Y yang dikonsumsi. Dengan demikian pengertian ini hanya berlaku untuk pergerakan disepanjang satu kurve indifference tertentu dan bukan antara kurve indifference yang satu dengan yang lainnya.

5.3. GARIS ANGGARAN (BUDGET LINE)

Mempelajari perilaku konsumen terhadap pilihan pada berbagai komoditi, sangat dipengaruhi oleh penghasilan konsumen dan harga barang itu sendiri. Konsumen selalu berusaha mengalokasikan pendapatannya yang terbatas untuk membeli berbagai barang dan jasa yang tersedia dipasar. Konsumen selalu berupaya agar kebutuhan dan kepuasannya bisa maksimum dengan anggaran yang terbatas. Besar kecilnya penghasilan konsumen akan berpengaruh pembelian barang dan jasa yang akan dikonsumsi. Demikian pula perubahan harga barang, membawa pengaruh terhadap perubahan jumlah yang dibeli konsumen.

Karena itu untuk menerangkan perilaku konsumen, disamping kita memerlukan pengetahuan mengenai kurve indifference kita perlu juga mengetahui garis anggaran belanja konsumen. *Garis anggaran belanja konsumen yang biasa juga disebut budget line, merupakan garis yang menunjukkan berbagai kombinasi komoditi yang dapat dibeli oleh konsumen pada dengan jumlah penghasilan yang tertentu besarnya.* Dengan menggunakan asumsi bahwa semua pendapatan konsumen dimasukkan ke dalam anggaran rumah tangga konsumen, dapatlah dikatakan bahwa untuk menggambarkan garis anggaran seorang konsumen, kita perlu mengetahui Pendapatan konsumen, Harga per unit komoditi.

Gambar 5.5. Garis Anggaran Belanja

Garis Vertikal dan Garis Horizontal pada gambar ini menunjukkan pembelian barang Y dan Barang Z, dengan asumsi konsumen melakukan pembelian hanya dua barang yaitu barang Y dan Barang Z. Harga masing-masing barang Y dan Barang Z adalah P_y dan P_z . Perunit. Penghasilan konsumen diasumsikan sebesar M pada periode tertentu. Jumlah pengeluaran untuk membeli barang $Y = Y \cdot P_y$. Dan ditambah pengeluaran untuk membeli barang $Z = Z \cdot P_z$ jika anggaran sebesar M hanya akan dihabiskan untuk membeli barang Y dan Barang Z, dimana kombinasinya sesuai keinginan konsumen, maka secara matematis dapat ditulis :

$$M = Y \cdot P_y + Z \cdot P_z$$

Misalnya seorang konsumen yang mempunyai pendapatan Rp 600,- per minggu menghadapi kenyataan bahwa harga untuk satu kilogram barang Y sebesar Rp 60,- dan untuk satu liter barang Z Rp 100,-. Dengan data ini, dengan menggunakan asumsi bahwa semua pendapatan konsumen dimasukkan ke dalam anggaran maka persamaan adalah :

$$Y \times \text{Rp } 60 + Z \times \text{Rp } 100 = \text{Rp } 600,-$$

$$60 Y + 100 Z = \text{Rp } 600,-$$

$$Y = 10 - \frac{10}{3}Z \quad \text{atau}$$

$$Z = 6 - 0,6 y$$

Tabel 5.3. Tabel Anggaran Belanja Konsumen

Barang Z dalam liter (1)	Barang Y dalam kg (2)	Barang Y dalam kg (3)	Barang Z dalam liter (4)
0	10	0	6
1	$8\frac{1}{6}$	1	5,4
2	$6\frac{2}{3}$	2	4,8
3	5	3	4,2
4	$3\frac{1}{3}$	4	3,6
5	$1\frac{2}{3}$	5	3
6	0	6	2,4
		7	1,8
		8	1,2
		9	0,6
		10	0

Nilai total dari kombinasi pembelian barang y dan barang z seperti yang terlihat pada Tabel 5.3 baik pasangan angka-angka pada kolom 1 dan kolom 2 maupun pasangan angka-angka pada kolom 3 dan 4 nilai totalnya sama, yaitu sebesar Rp 600,-

Setelah mengetahui cara menemukan garis anggaran pengeluaran konsumen tersebut, masalah yang selanjutnya perlu kita ketahui ialah faktor-faktor apa saja yang dapat mengubah garis anggaran konsumen tersebut. Mengingat bahwa garis anggaran konsumen merupakan garis yang menunjukkan kombinasi-kombinasi barang y dan barang z yang dapat dibeli oleh seorang konsumen per satuan waktu maka garis anggaran pengeluaran konsumen akan berubah kalau:

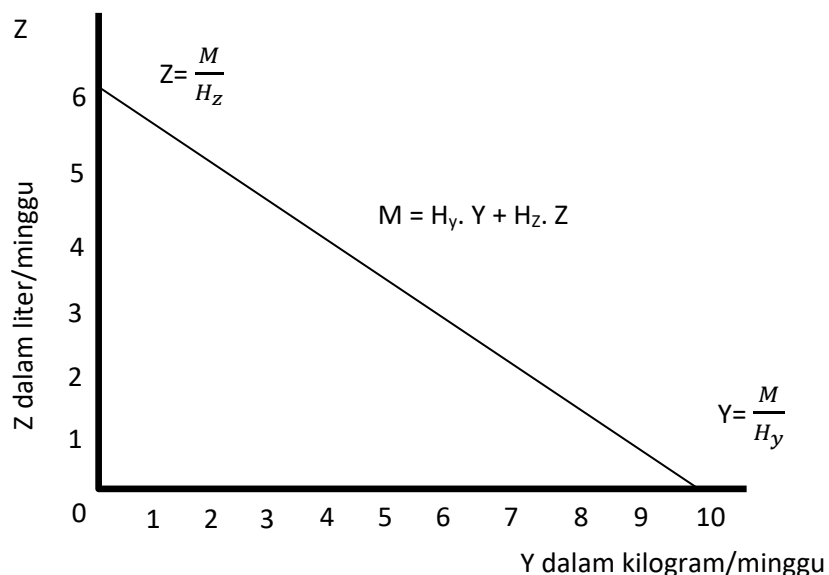
- (a) Pendapatan konsumen berubah,
- (b) Harga barang y per unitnya (H_y) berubah,
- (c) Harga barang z per unit (H_z) berubah, atau
- (d) Kombinasi daripada (a), (b) dan (c) tersebut di atas, dengan syarat bahwa berubahnya tidak proporsional

Dengan harga barang y dan barang z yang tidak berubah, meningkatnya pendapatan konsumen akan menggeser garis anggaran konsumen menjauhi titik original sumbu 0. Sebaliknya

menurunnya pendapatan konsumen mengakibatkan bergesernya garis anggaran konsumen ke kiri, atau dapat pula dikatakan ke bawah, yaitu bergeser ke arah titik sumbu 0.

Oleh karena barang-barang konsumsi yang dapat dibeli konsumen harganya tidak berubah maka bergesernya garis anggaran konsumen, ke atas atau ke bawah sejajar dengan garis anggaran konsumen yang semula. Gambar 5.6. dengan tidak berubahnya harga, yaitu tetap $H_y = \text{Rp } 60$ dan $H_z = \text{Rp } 100,-$ meningkatnya pendapatan konsumen dari semula $\text{Rp } 600,-$ per minggu menjadi $\text{Rp } 900,-$ per minggu mengakibatkan bergesernya garis anggaran konsumen dari AA ke BB. Sebaliknya menurunnya pendapatan konsumen menjadi $\text{Rp } 300,-$ per minggu mengakibatkan bergesernya garis anggaran ke CC.

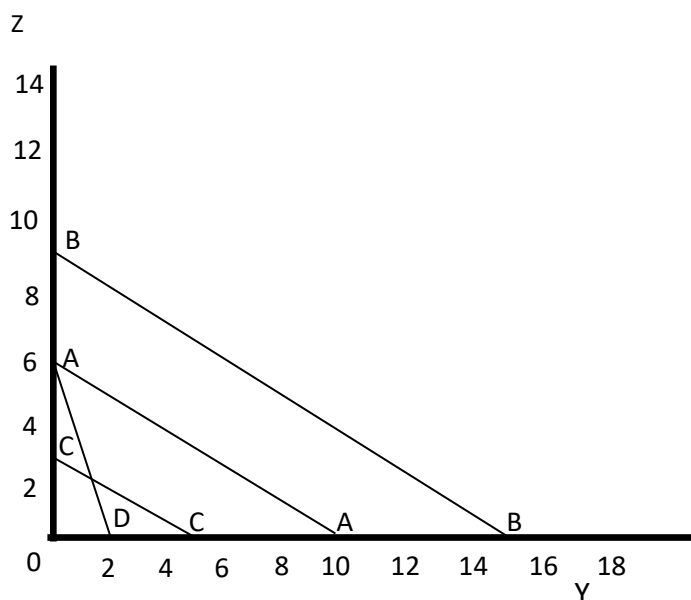
Gambar 5.6. Garis Anggaran



Apabila harga barang Y meningkat per unit, sedangkan harga barang Z dan pendapatan konsumen tetap, maka garis anggaran akan berubah dari semula AA menjadi AD. Dari Gambar 5.7. terlihat bahwa sudut garis anggaran terhadap sumbu Z lebih kecil daripada sebelumnya, hal

ini disebabkan karena harga relatif barang Z, yang berarti bahwa *harga relatif* barang Y lebih mahal daripada sebelumnya.

Gambar 5.7. Pergeseran Garis Anggaran Konsumen



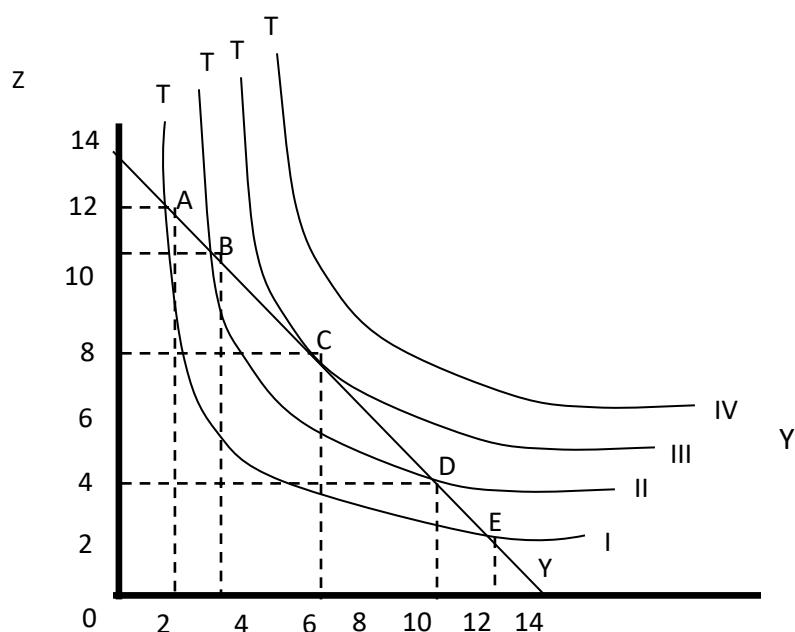
Perlu dijelaskan pula di sini bahwa tidak berubah atau tidak bergesernya garis anggaran tidaklah selalu berarti tidak adanya perubahan pendapatan dan atau harga-harga barang konsumsi. Apabila pendapatan konsumen, harga barang Y dan harga Z masing-masing berubah dengan persentase yang sama dan juga dengan arah perubahan yang sama, maka garis anggaran konsumen sama sekali tidak akan mengalami perubahan. Jadi misalnya saja pendapatan naik dengan 50% dari Rp 60,- menjadi Rp 90,- tetapi harga barang y dan barang z kedua-duanya juga naik masing-masing dengan 50%, yaitu berturut-turut dari Rp 60/y menjadi Rp 90/y dan dari Rp 100/z menjadi 150/z, maka garis anggaran konsumen sama sekali tidak akan mengalami perubahan; yaitu tetap AA.

5.4. EKUILIBRIUM KONSUMEN (KESEIMBANGAN KONSUMEN)

Setelah kita mengetahui *medan tak acuh* dan *garis anggaran pengeluaran* seorang konsumen, kita sekarang mempersoalkan tentang *ekuilibrium konsumen*. Sebagai konsekuensi dipergunakannya asumsi bahwa konsumen senantiasa menginginkan tingkat kepuasan yang maksimum, maka ekuilibrium konsumen baru tercapai apabila dengan medan tak acuh yang dimilikinya ia telah menemukan kombinasi konsumsi barang y dan barang z yang memberikan tingkat kepuasan yang tertinggi yang dapat dicapai dengan pendapatan yang diperolehnya.

Untuk bentuk kurva-kurva indifference yang cembung terhadap titik sumbu 0, maka kiranya mudah dimengerti bahwa titik konsumsi ekuilibrium tercapai tepat pada titik singgung antara kurva indifference dengan garis anggaran konsumen. Penjelasan lebih lanjut dapat kita peroleh dengan meneliti Gambar 5.5.

Gambar 5.8. Keseimbangan Konsumen



Pada gambar ini terlukis kurva indifference seorang konsumen T_I , T_{II} sampai dengan T_{IV} dan garis anggaran pengeluarannya yz . Dengan mengetahui kurva-kurva indifference dan garis anggaran yang dimilikinya itu konsumen tersebut mencoba memilih kombinasi antara barang y dan barang z yang mendatangkan tingkat kepuasan tertinggi yang dapat dicapai.

Dengan garis anggaran konsumen yz konsumen tersebut dapat memilih salah satu di antara titik-titik kombinasi A, B, C atau E. Kalau ia memilih titik kombinasi A, yaitu kombinasi (12 unit barang z plus 2 unit barang y), atau singkatnya titik A ($12z + 2y$), ia akan memperoleh tingkat kepuasan seperti yang ditunjukkan oleh kurva indifference T_I . Oleh karena titik A ini merupakan *titik potong* antara garis anggaran konsumen yz dengan kurva indifference T_I , maka dapat dipastikan bahwa di tempat kedudukan lain terdapat pula titik potong antara kurva indifference yang sama T_I , dengan garis anggaran yang sama yz . Titik yang kita maksudkan adalah titik E dengan kombinasi ($2z + 12y$). Tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen tersebut dengan memilih kombinasi A ($12z + 2y$) atau kombinasi E ($2z + 12y$) adalah sama, oleh karena kedua titik tersebut masing-masing terletak atau merupakan bagian daripada kurva indifference yang sama, yaitu kurva indifference T_I .

Oleh karena titik A dan titik E kedua-duanya merupakan titik potong antara garis anggaran dengan kurva indifference yang bentuknya konveks terhadap titik silang sumbu 0, maka dapat dipastikan bahwa ada kurva indifference yang letaknya lebih jauh dari titik silang sumbu 0 yang juga bisa dicapai oleh konsumen tersebut. Keadaan seperti ini menunjukkan bahwa konsumen masih berada dalam keadaan disequilibrium; ia masih akan mengubah konsumsinya, yaitu memilih kombinasi yang menghasilkan kepuasan lebih tinggi.

Kombinasi yang memberikan tingkat kepuasan yang lebih tinggi misalnya titik B ($11z + 3y$) dengan kurva indifference yang dicapainya berupa kurva indifference T_{II} , kurva indifference mana terpotong lagi oleh garis anggaran yz pada titik kombinasi konsumsi D ($4z + 10y$). Oleh karena titik B ini merupakan titik potong juga, maka dapat pula dipastikan bahwa ada kurva indifference lain yang letaknya lebih jauh dari titik 0 yang dapat dicapai konsumen tersebut. Dengan perkataan lain, dengan mengubah kombinasi konsumsi sepanjang garis anggaran dengan arah seperti yang ditunjukkan oleh arah gambar panah, konsumen dapat meningkatkan

tingkat kepuasan yang diperolehnya tanpa mengubah anggaran pengeluarannya. Kalau ini dilakukan, maka pasangan-pasangan titik-titik potong antara kurva-kurva tak-acuh dengan garis anggaran konsumen akan menjadi saling mendekat satu dengan lainnya. Kedua titik tersebut akan bertemu *pada titik C yang sekarang tidak lagi merupakan titik potong melainkan merupakan titik singgung antara salah satu kurva indifference pada garis anggaran konsumen yz.*

Dengan tercapainya titik singgung C tersebut konsumen tidak dapat lagi menemukan tingkat kepuasan yang lebih tinggi yang dapat dicapainya. Oleh karena itu, selama lain-lain hal tetap sama, ia akan mempertahankan titik kombinasi konsumsi C ($8z + 6y$). Oleh karena konsumen tersebut sudah tidak berminat untuk mengubah kombinasi konsumsinya, maka dikatakan konsumen tersebut sekarang sudah berada dalam keadaan ekuilibrium. Titik kombinasi C karenanya disebut sebagai titik ekuilibrium konsumen. Pada keadaan ekuilibrium tersebut konsumen untuk setiap satuan waktunya memperoleh tingkat kepuasan seperti yang ditunjukkan oleh kurve indifference T_{III}

Meskipun konsumen tahu bahwa kurva tak-acuh T_{IV} akan memberikan tingkat kepuasan yang lebih tinggi daripada yang dapat dihasilkan oleh kurva indifference T_{III} , namun konsumen tersebut harus puas dengan hanya memperoleh tingkat kepuasan T_{III} , mengingat bahwa dengan garis anggaran pengeluaran sebesar yz ia tidak dapat mencapai kurva indifference T_{IV} , apalagi T_V , T_{VI} dan seterusnya.

KURVA PENGHASILAN KONSUMSI

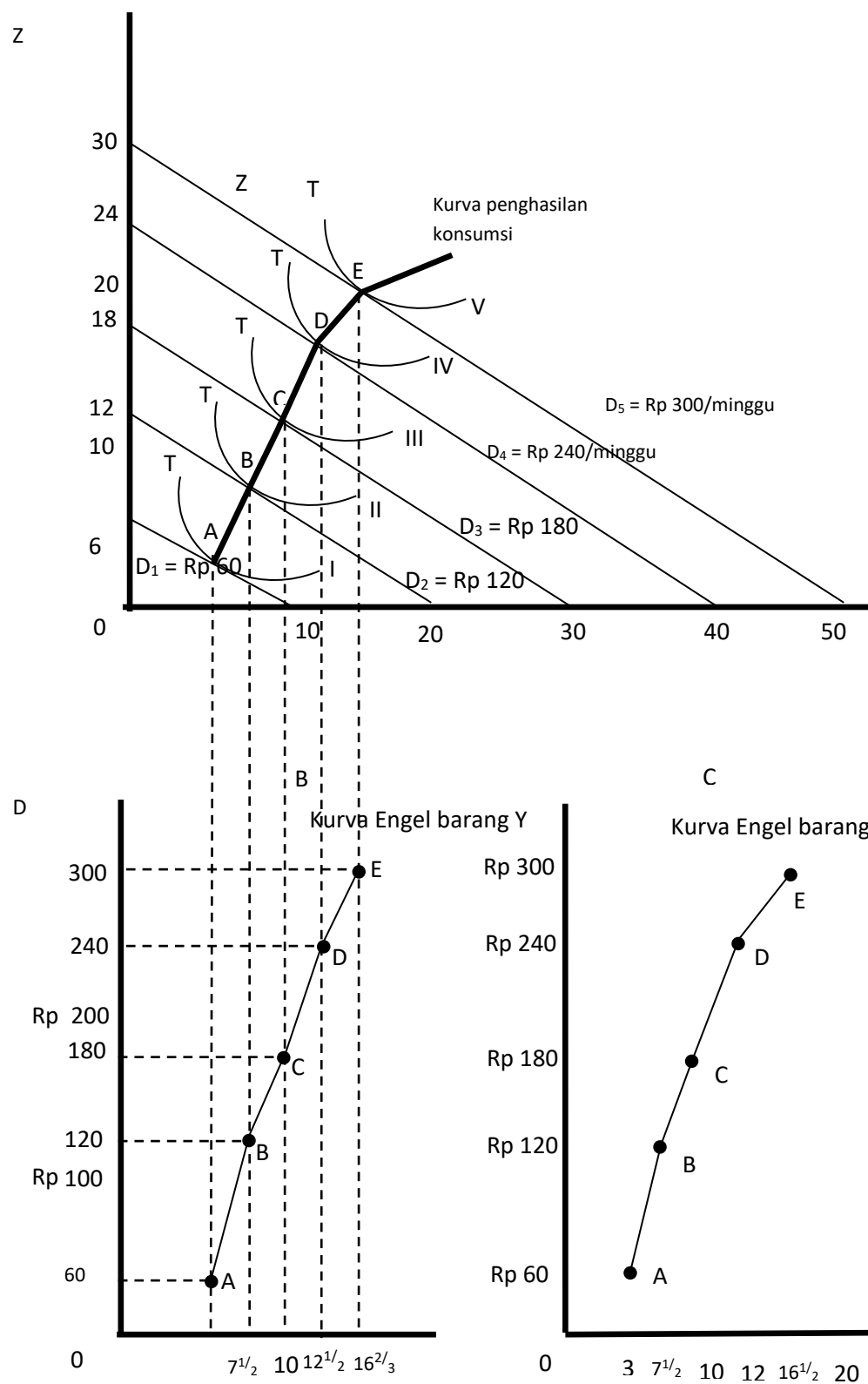
Sekarang kita membicarakan tentang perilaku konsumen dalam memberikan reaksi terhadap perubahan pendapatan yang ia terima. Untuk menerangkan hal ini biasanya dipergunakan analisis kurva Engel sangat erat hubungannya dengan analisis kurva konsumsi pendapatan. *Kurve penghasilan konsumsi* atau *income consumption curve* ialah kurva yang menghubungkan titik-titik ekuilibrium konsumen pada berbagai tingkat pendapatan dimana tingkat harga barang tidak berubah. Kurve ini mempunyai kemiringan positif jika kedua barang yang dikonsumsi adalah barang normal atau superior.

Setelah kurva konsumsi-pendapatan seorang konsumen kita temukan, maka dari kurva konsumsi-pendapatan tersebut kita dapat menurunkan *kurva Engel* konsumen bersangkutan. *Kurve Engel* adalah suatu fungsi yang menghubungkan keseimbangan jumlah komoditi yang dibeli konsumen pada berbagai tingkat penghasilan.

Gambar 5.9 disajikan untuk menunjukkan bagaimana cara menurunkan kurva Engel dari kurva konsumsi-pendapatan. Dari Gambar 5.9,1A kita melihat bahwa seorang konsumen pada jumlah-jumlah pendapatan per satuan waktunya berturut-turut sebesar Rp 60,-; Rp 120; Rp 180,-; Rp 240,-; Rp 300,- masing-masing berturut-turut mempunyai titik singgung dengan kurva-kurva tak-acuh T_I , T_{II} , T_{III} , T_{IV} dan T_V , pada titik-titik kombinasi konsumsi A, B, C, D, E. Ini berarti bahwa pada jumlah pendapatan sebesar Rp 60,- titik ekuilibrium konsumen terdapat pada titik A; pada jumlah pendapata sebesar Rp 120,- titik ekuilibrium konsumen yang berlaku adalah titik ekuilibrium konsumen B, demikian seterusnya. Kalau titik-titik ekuilibrium ini kita hubungkan, maka garis yang kita peroleh merupakan apa yang biasa disebut *kurva konsumsi-pendapatan*. Pada Gambar 5.9 A kurva AE, yang melewati titik-titik ekuilibrium B, C dan D merupakan *kurva konsumsi pendapatan konsumen*.

Dari kurva konsumsi pendapatan **Mansfield (1979)** dapat diturunkan kurva Engel barang z dapat kita turunkan. Gambar 5.9 B merupakan kurva Engel barang y, sedangkan Gambar 5.9C merupakan kurva Engel barang z. Kurva engel barang y merupakan kurva yang menunjukkan jumlah-jumlah barang y persatuan waktu yang konsumen ingin dan sanggup membelinya pada berbagai pendapatan yang diperolehnya. Oleh karena Kurva Engel barang y pada Gambar 5.9. tersebut penggambarannya tepat di bawah kurva konsumsi pendapatan di mana sumbu horizontalnya dipergunakan untuk mengukur jumlah-jumlah barang y, maka dengan menggunakan sumbu vertikal yang terletak pada satu garis dengan sumbe vertikal kuadran di atasnya, kuantitas-kuantitas barang y yang ditunjukkan oleh kurva konsumsi-pendapatan dapat langsung diproyeksikan ke kuadran di bawahnya yaitu melalui garis-garis pertolongan yang terputus-putus yang sejajar dengan sumbu vertikal. Titik C misalnya menunjukkan bahwa dengan pendapatan sebesar Rp 180,- perminggu,

Gambar 5.9.. Kurve Penghasilan Konsumsi Dan Kurve Engel

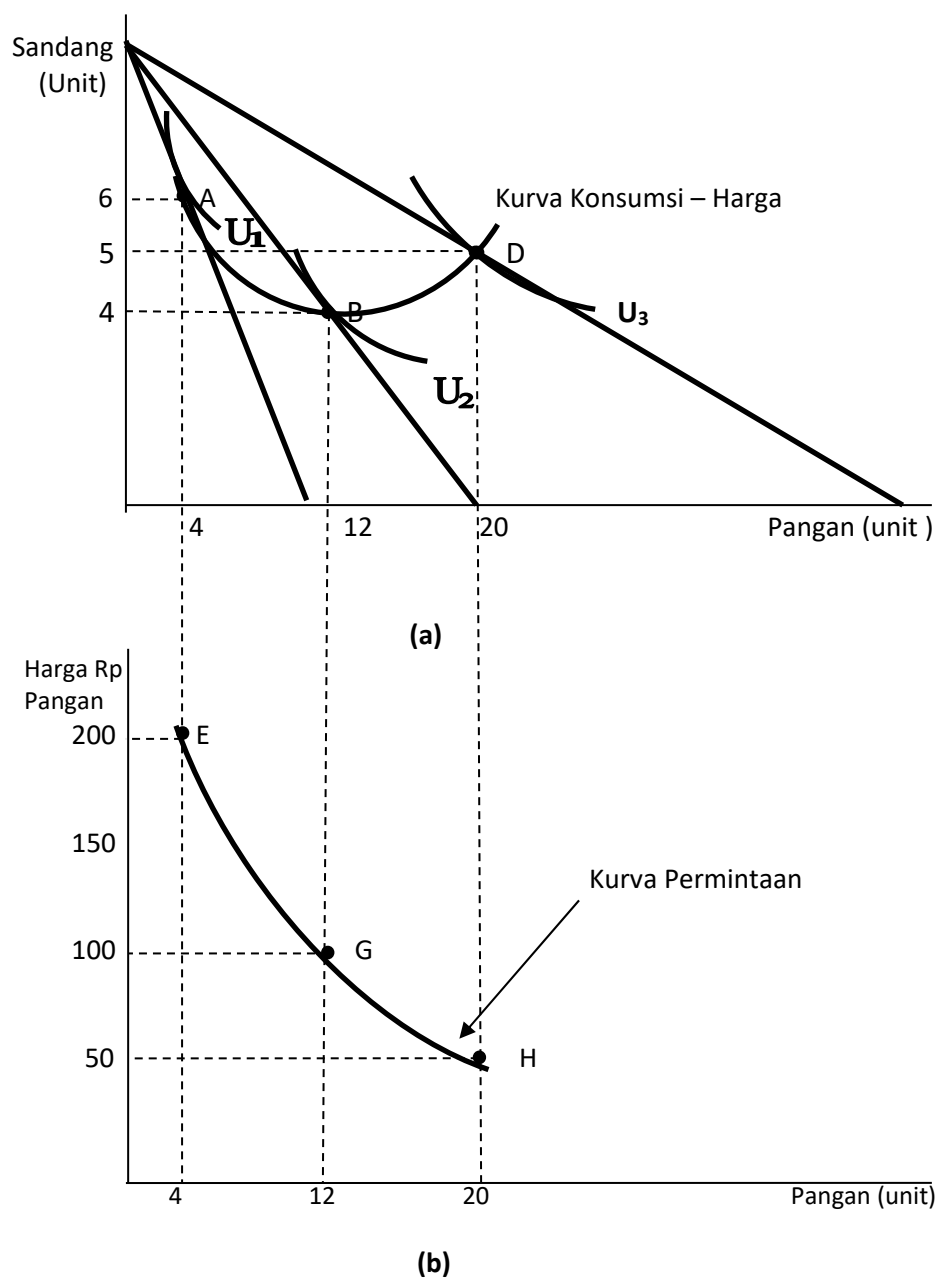


5.5. Perubahan Harga, Pendapatan Dan Kurve Permintaan

Efek Perubahan Harga dan Kurve Permintaan

Kita dapat mempelajari bagaimana konsumsi pangan dan sandang berubah apabila harga pangan berubah.

Gambar 5.10. Efek Perubahan Harga



Pada gambar 5.10 menunjukkan pilihan konsumsi yang di buat seseorang ketika mengalokasikan sejumlah pendapatan tetap antara dua barang .

Pada harga pangan adalah Rp.100, harga sandang Rp.200, dan pendapatan konsumen Rp.2000. Pilihan konsumsi yang memaksimalkan utilitas adalah pada titik B dalam gambar 5.10 (a). Pada titik ini konsumen membeli 12 unit pangan dan 4 unit sandang, yang mencapai tingkat utilitas yang berhubungan dengan kurva indifferensi U_2 .

Kemudian perhatikan gambar 5.10 (b), yang menunjukkan hubungan antara harga pangan dengan jumlah permintaan. Sumbu horizontal mengukur jumlah pangan yang di konsumsi, seperti pada gambar 5.10 (a), tetapi sumbu vertikal sekarang mengukur harga pangan. Titik G dalam gambar 5.10 (b) selaras dengan titik B dalam gambar 5.10 (a). Pada titik B harga pangan adalah Rp.100 dan konsumen membeli 12 unit pangan.

Jika harga pangan naik menjadi Rp.200, maka kita lihat, garis anggaran pada gambar 5.10 (a) berputar kedalam mendekati garis vertikal, menjadi curam daripada sebelumnya. Harga pangan yang relatif yang lebih tinggi akan menambah besarnya kemiringan garis anggaran. Dan Konsumen mencapai utilitas maksimum pada titik A, pada kurva indifferensi yang lebih rendah U_1 , karena harga pangan telah meningkat, daya beli konsumen dan utilitas yang dapat di capai menjadi menurun pada A, konsumen memilih 4 unit pangan 6 unit sandang. Pada gambar 5.10 (b) pilihan konsumsi yang di ubah ini ada pada E, yang menunjukkan bahwa pada harga Rp.200, permintaan pangan menjadi 4 unit.

Jika harga pangan turun sampai Rp.50, maka garis anggaran berputar ke luar, konsumen dapat mencapai tingkat utilitas yang lebih tinggi dengan kurva indifferensi U_3 , pada gambar 5.10 (a) dengan memilih D, yang berisi dengan 20 unit pangan dan 5 unit sandang titik H pada gambar 5.10 (b) menunjukkan harga Rp. 50, dari jumlah permintaan sebanyak 20 unit pangan.

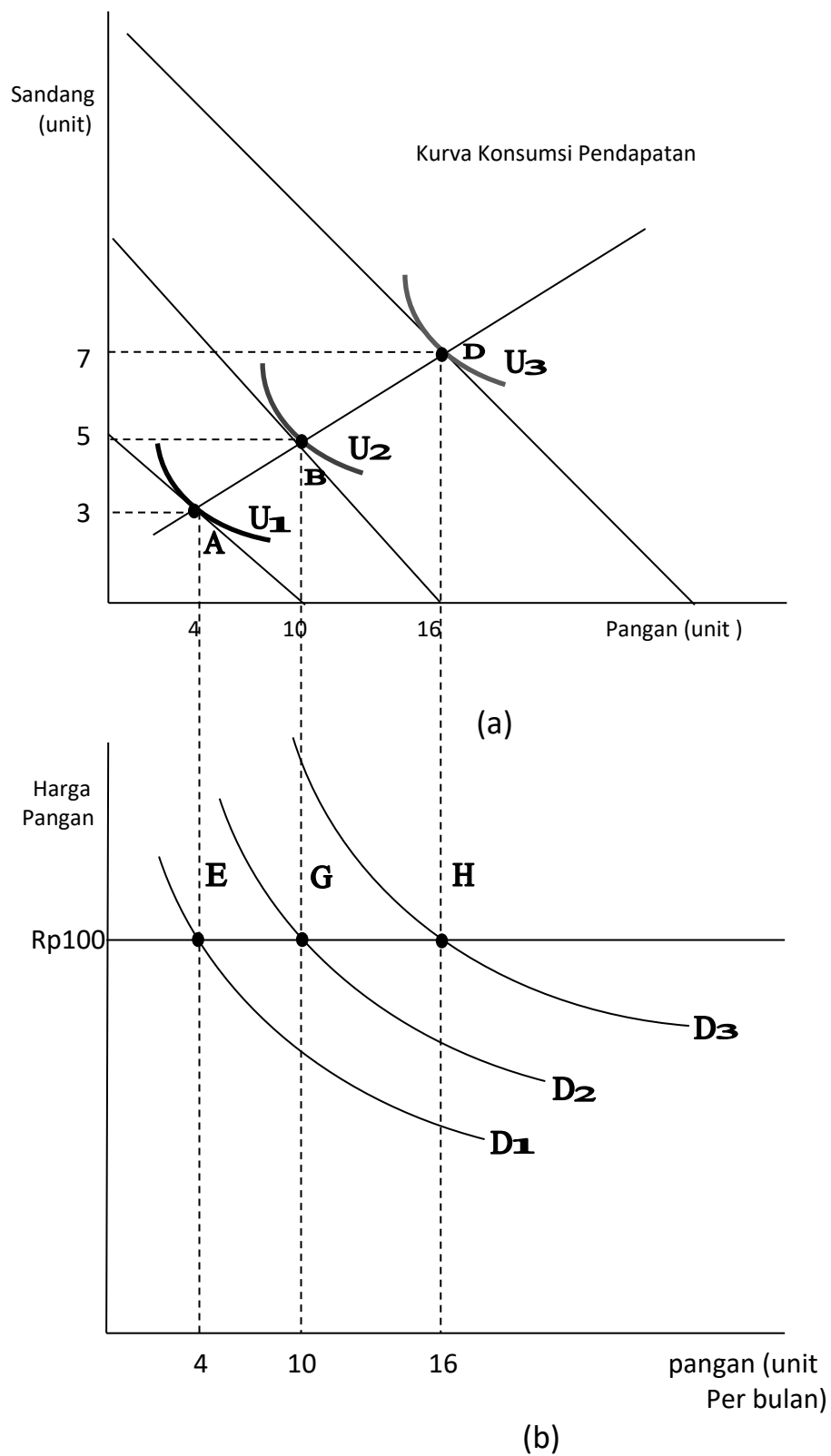
Perubahan harga pangan. Dalam gambar 5.10 (a), kurva konsumsi-harga (*price-consumption curve*) menunjukkan kombinasi utilitas maksimal pangan dan sandang pada setiap kemungkinan harga pangan. Ketika harga pangan jatuh, utilitas yang dapat di capai meningkat dan konsumen membeli pangan lebih banyak. Pola peningkatan konsumsi untuk suatu barang atas reaksi dari penurunan harga hampir selalu berlaku. Tetapi, apa yang terjadi pada konsumsi sandang bila harga pangan jatuh? Gambar 5.10 (a) menunjukkan, konsumsi sandang mungkin dapat meningkat atau menurun. Konsumsi pangan dan sandang dapat naik karena penurunan harga pangan. Dengan demikian telah meningkatkan kemampuan konsumen untuk membeli kedua barang tersebut.

Efek Perubahan Pendapatan dan Kurve Permintaan

Perubahan pada pendapatan dapat dianalisis dengan Gambar 5.11 (a). Gambar ini menunjukkan pilihan konsumsi yang akan dibuat oleh seorang konsumen ketika mengalokasikan pendapatan yang tetap untuk pangan dan sandang, ketika harga pangan Rp.100 dan harga sandang Rp.200. Seperti pada Gambar 5.11 (a), dan jumlah sandang diukur pada sumbu vertikal dan jumlah pangan pada sumbu horizontal. Perubahan pendapatan terjadi ketika garis anggaran berubah pada Gambar 5.11 (a).

Pada tingkat pendapatan konsumen sebesar Rp.100. Pilihan konsumsi yang memaksimalkan utilitas pada titik A, yang pada titik ini ia membeli 4 unit pangan dan 3 unit sandang. Pilihan 4 unit pangan ini juga ditunjukkan pada Gambar 5.11 (b) dengan titik E pada kurva permintaan D_1 . Kurva permintaan D_1 adalah kurva yang melukiskan bahwa kita mempunyai pendapatan tetap sebesar Rp.100 *dengan harga pangan yang beragam*. Karena harga pangan tetap, kita hanya akan mengamati satu titik tunggal E pada kurva permintaan ini

Gambar 5.11. Efek Perubahan Pendapatan



Jika pendapatan konsumen dinaikkan menjadi Rp.200, maka garis anggaran bergeser ke luar sejajar dengan garis anggaran semula, yang memungkinkan untuk mencapai tingkat utilitas yang diasosiasikan dengan kurva indiferensi U_2 . Pilihan konsumsi optimal sekarang ada pada B, dimana konsumen membeli 10 unit pangan dan 5 unit sandang. Pada gambar 5.11 (b) konsumsi pangan ditunjukkan seperti pada titik G pada kurva permintaan D_2 . D_2 adalah kurva permintaan yang akan terjadi jika kita mempunyai pendapatan tetap Rp.200, tetapi dengan harga pangan bervariasi. Jika pendapatan naik menjadi Rp.300, konsumen memilih titik D, dengan kombinasi konsumsi 16 unit pangan dan 7 unit sandang), seperti yang dinyatakan pada titik H, Gambar 5.11 (b).

Perubahan pendapatan seperti yang kita lihat pada Gambar 5.11 (a) **kurva konsumsi-pendapatan** (*price-consumption curve*) menunjukkan kombinasi utilitas maksimal dari pangan dan sandang yang dihubungkan dengan setiap tingkat pendapatan. Kurva konsumsi-pendapatan dalam Gambar 5.11 ini miring ke atas karena konsumsi pangan dan sandang akan meningkat seiring dengan naiknya pendapatan. Karena setiap kurva permintaan diukur untuk suatu tingkat pendapatan tertentu, setiap pendapatan berubah pasti mengakibatkan *pergeseran kurva permintaan*.

Efek Penggantian Dan Efek Penghasilan ;

Perubahan harga secara relatif dari suatu barang sedangkan harga-harga dari barang yang lain tetap tidak berubah. *Efek penggantian adalah perubahan jumlah barang yang diminta sebagai akibat adanya perubahan harga sedangkan pendapatan konsumen dan harga barang lain tidak berubah. Sedangkan Efek Penghasilan karena adanya perubahan harga suatu barang adalah perubahan jumlah yang diminta konsumen sebagai akibat adanya perubahan pendapatan riil dimana penghasilan nominal tetap sama.* Perubahan harga relatif dapat mendorong efek penggantian. Konsumen akan mengganti barang yang harganya relatif lebih mahal dengan barang yang harganya relatif lebih murah. Perubahan harga secara nominal suatu barang pada kondisi penghasilan konsumen tetap sama, mengakibatkan berubahnya penghasilan riil konsumen dan terjadi perubahan jumlah yang dapat dibeli konsumen. Dengan demikian tingkat kepuasan konsumen juga berubah.

Perubahan penghasilan riil konsumen tidak otomatis dapat mempengaruhi pola konsumsi konsumen terhadap suatu barang, tetapi tergantung pada preferensi konsumen. Misalnya harga daging ayam naik, pendapatan nominal konsumen tetap, mengakibatkan pendapatan riil turun, sehingga konsumen merasa lebih miskin dan cenderung mengurangi jumlah pembeliannya.

BAB VI

TEORI PRODUKSI

6.1. DEFINISI PRODUKSI

Orang yang melakukan kegiatan produksi disebut produsen. Karena itu ada beberapa hal yang harus diputuskan oleh seorang produsen. Pertama-tama produsen harus memutuskan berapa jumlah output yang akan diproduksi. Produsen harus memutuskan berapa input yang akan dipakai dan bagaimana kombinasi input yang dilakukan oleh produsen. Produsen pada umumnya selalu mempunyai tujuan memaksimalkan keuntungan dengan meminimumkan biaya produksi. Konsep maksimum pada tingkat output yang dihasilkan disini hanya ingin memberikan penekanan bahwa produsen hanya akan memproduksi pada kombinasi input yang paling efisien.

Pada umumnya seorang produsen akan berusaha untuk mendapatkan keuntungan maksimum, meskipun tidak semua produsen akan berusaha untuk mendapatkan keuntungan yang maksimum, tetapi ada juga perusahaan yang berfungsi sosial atau karena adanya pertimbangan politik. Misalkan ada seorang pengusaha yang mendirikan perusahaan hanya untuk prestise, jadi dia kurang memperhatikan masalah efisiensi. Atau seorang jutawan yang ingin beramal dengan jalan mendirikan perusahaan untuk memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat.

Produksi adalah suatu proses mengubah input menjadi output sehingga nilai barang tersebut bertambah atau suatu proses yang dapat menciptakan nilai tambah. Input dapat terdiri dari barang atau jasa yang digunakan dalam proses produksi, dan *Output adalah* barang atau jasa yang dihasilkan dari suatu proses produksi. Jadi produksi tidak harus berarti suatu proses mengubah barang yang berwujud menjadi barang lain, seperti halnya dalam suatu pabrik. Tetapi jasa pengangkutan atau pengiriman dan penyimpanan barang, jasa hotel, jasa pangkas rambut, jasa dokter, juga merupakan suatu contoh dari proses produksi karena

keduanya menciptakan nilai tambah. Orang yang melakukan fungsi ini disebut seorang produsen.

Dalam pembahasan ini kita akan mengamati dan mempelajari hal-hal yang berkaitan dengan produksi dan perilaku produsen, karena produsen harus membuat banyak keputusan. Diantaranya keputusan tentang berapa jumlah output yang harus diproduksi dan berapa jumlah input dan bagaimana kombinasi input yang akan dipakai. Oleh karena itu pada bab-bab berikut ini akan dibahas diantaranya adalah mengenai fungsi produksi, fungsi ongkos, keputusan produsen dalam memproduksi sesuatu barang, kapan produsen dapat memproduksi pada ongkos yang minimum.

Input pada suatu proses produksi dapat terdiri dari tanah, tenaga kerja, modal dan material. Jadi input adalah barang atau jasa yang digunakan sebagai masukan pada suatu proses produksi. Output adalah barang atau jasa yang dihasilkan dari suatu proses produksi. Output dari suatu pabrik pada umumnya berwujud barang namun ada output yang tidak berwujud barang, itulah yang disebut jasa.

6.2.FUNGSI PRODUKSI

Pada umumnya ekonom menggunakan fungsi produksi untuk menggambarkan hubungan antara input dan output. Fungsi produksi menunjukkan berapa banyak jumlah maksimum output yang dapat diproduksi apabila sejumlah input yang tertentu dipergunakan pada proses produksi. Jadi fungsi produksi adalah suatu fungsi yang menunjukkan hubungan antara tingkat output dan tingkat penggunaan input-input. Fungsi ini merupakan landasan teknis dari suatu proses produksi, landasan teknis karena hanya menunjukkan hubungan fisik antara input dan output, yang dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = f(\text{input})$$

Ini menunjukkan bahwa besar kecilnya output tergantung pada besar kecilnya input. Misalkan untuk memproduksi suatu output diperlukan 2 macam input yaitu tenaga kerja (L) dan modal (K), maka fungsi produksi dapat ditulis:

$$Y = f(L, K)$$

Bentuk umum fungsi produksi apabila menggunakan n input adalah sebagai berikut:

$$Y = f(\text{input})$$

$$Y = f(x_1, x_2, x_3, \dots, x_n)$$

Dimana x_i adalah jumlah input yang digunakan oleh tiap jenis input. Persamaan tersebut merupakan suatu pernyataan secara matematik yang berarti bahwa tingkat produksi suatu barang tergantung kepada jumlah penggunaan input x_1 , x_2 , x_3 , dan x_n . Jumlah produksi yang berbeda-beda dengan sendirinya akan memerlukan berbagai faktor produksi tersebut dalam jumlah yang berbeda-beda juga. Disamping itu, untuk satu tingkat produksi tertentu, dapat pula digunakan gabungan faktor produksi yang berbeda. Sebagai contoh, untuk memproduksi sejumlah hasil pertanian tertentu perlu digunakan tanah yang lebih luas apabila bibit unggul dan pupuk tidak digunakan, tetapi luas tanah dapat dikurangi apabila pupuk dan bibit unggul dan teknik bercocok tanam modern digunakan. Dengan membandingkan berbagai gabungan faktor-faktor produksi untuk menghasilkan sejumlah barang tertentu dapatlah ditentukan gabungan faktor-faktor produksi yang paling ekonomis untuk memproduksi sejumlah barang tersebut.

6.3. MACAM-MACAM FUNGSI PRODUKSI

Sri Adiningsih (tahun 1991), membedakan fungsi produksi ***fungsi produksi jangka pendek*** dan ***fungsi produksi jangka panjang***. Pembagian fungsi produksi ini tidak didasarkan pada lama waktu yang dipakai dalam suatu proses produksi, tetapi dilihat dari macam input yang dipergunakan. Berdasarkan jangka waktu yang memungkinkan apakah suatu input dapat dirubah jumlahnya atau tidak. Ada 2 macam input yang perlu dijelaskan yaitu **input tetap** (fixed input) dan **input tidak tetap** (variable input). Input tetap adalah input yang jumlahnya tidak dapat dirubah dalam jangka pendek. Input variabel adalah input yang dapat diubah jumlahnya dalam jangka pendek.

FUNGSI PRODUKSI JANGKA PENDEK

Fungsi produksi dikatakan jangka pendek apabila paling tidak salah satu inputnya adalah input tetap. Dalam jangka pendek produsen tidak dimungkinkan untuk mengubah semua input yang diperlukan. Seperti bangunan pabrik tidak mungkin ditambah dalam tempo secepat menambah tenaga kerja. Oleh karena itu dalam jangka pendek ada 2 macam input yang dipergunakan, yaitu input tetap dan input variabel. Suatu fungsi produksi dikatakan berjangka pendek apabila paling tidak salah satu inputnya adalah input tetap. Sedangkan apabila semua input dapat dirubah maka dikatakan berwawasan jangka panjang.

Oleh karena itu untuk menggambarkan hubungan input dan outputnya dapat digunakan suatu kurva 2 dimensi yang menunjukkan hubungan tingkat output pada sumbu vertikalnya dan input pada sumbu horizontalnya. Penggunaan gambar 2 dimensi ini tidak berarti hanya satu input yang dipakai pada proses produksi. Akan tetapi satu input disini menunjukkan bahwa pada fungsi produksi ini satu input yang digambarkan dalam sumbu horizontal ini adalah input variabel sedangkan input lainnya dianggap tetap jumlahnya.

Produksi Rata-Rata

Produksi Rata-rata atau **Average Product (AP)** dari sesuatu input adalah output rata-rata per unit input yang digunakan pada suatu proses produksi. Jadi kurva Produksi Rata-rata adalah kurva yang menunjukkan output rata-rata per unit pada berbagai tingkat penggunaan input tersebut. Cara mencari produksi rata-rata (tenaga kerja) adalah sebagai berikut:

$$AP_L = \frac{OUTPUT}{TENAGAKERJA} = \frac{Q}{L}$$

dimana AP_L adalah produksi rata-rata tenaga kerja atau Average Product for labor. Istilah seperti produktivitas sesuatu input pada umumnya berarti produksi rata-rata. Jadi produktivitas tenaga kerja dapat diartikan sebagai produksi rata-rata tenaga kerja. Istilah ini sering digunakan untuk mengukur efisiensi sesuatu input.

Produksi Marginal

Jalau kita menambah satu unit variabel pada suatu proses produksi adalah berapa tambahan output yang dihasilkan. Untuk mengetahui itu ada suatu cara perhitungan yang disebut dengan Produktivitas Marginal atau **Marginal Productivity (MP)**. Produktivitas Marginal dari sesuatu input adalah mengukur berapa besar tambahan output yang dihasilkan apabila suatu input variabel bertambah dengan satu unit sedangkan input yang lainnya tetap. Adapun rumus yang dapat digunakan apabila hanya tenaga kerja yang ditambah sedangkan input yang lainnya tetap adalah:

$$MP_L = \frac{\text{perubahanoutput}}{\text{perubahaninput}} = \frac{\Delta f}{\Delta x} = \frac{\Delta Q}{\Delta L}$$

Kalau kita tahu fungsi produksinya maka besarnya MP_L dapat dicari dengan mencari turunan pertama fungsi produksi tersebut terhadap input yang bersangkutan.

Diminishing Marginal Produktivity

Apabila seorang petani yang memiliki 1 ha sawah mempekerjakan tambahan pekerja tentunya dengan harapan agar hasil yang didapatkan dari sawahnya akan meningkat. Namun apa yang terjadi apabila petani tersebut menambah pekerja terus menerus hingga suatu ketika sampai berjumlah 100 orang untuk bekerja disawahnya. Kita tentunya dapat membayangkan apa yang terjadi. Akan terlalu banyak pekerja di sawahnya dan akibatnya justru pekerja tersebut tidak dapat melakukan tugasnya dengan baik, hingga akibatnya output yang didapatkan justru akan turun. Gambaran di atas menunjukkan berlakunya Law of Diminishing Marginal Productivity.

Law of Diminishing Marginal Productivity yaitu: apabila salah satu input ditambah penggunaannya sedang input-input lainnya tetap maka tambahan output yang dihasilkan dari setiap tambahan satu unit input yang ditambahkan tadi mula-mula meningkat, tetapi kemudian akan menurun apabila input tersebut terus ditambah

Hukum ini berlaku pada fungsi produksi jangka pendek, karena pada fungsi produksi yang berjangka pendek paling tidak salah satu inputnya adalah tetap. Adanya input yang tetap jumlahnya ini akan membatasi kemampuan tambahan output bila ada tambahan input variabel. Oleh karena itu kemampuan tambahan input variabel untuk menambah output adalah terbatas.

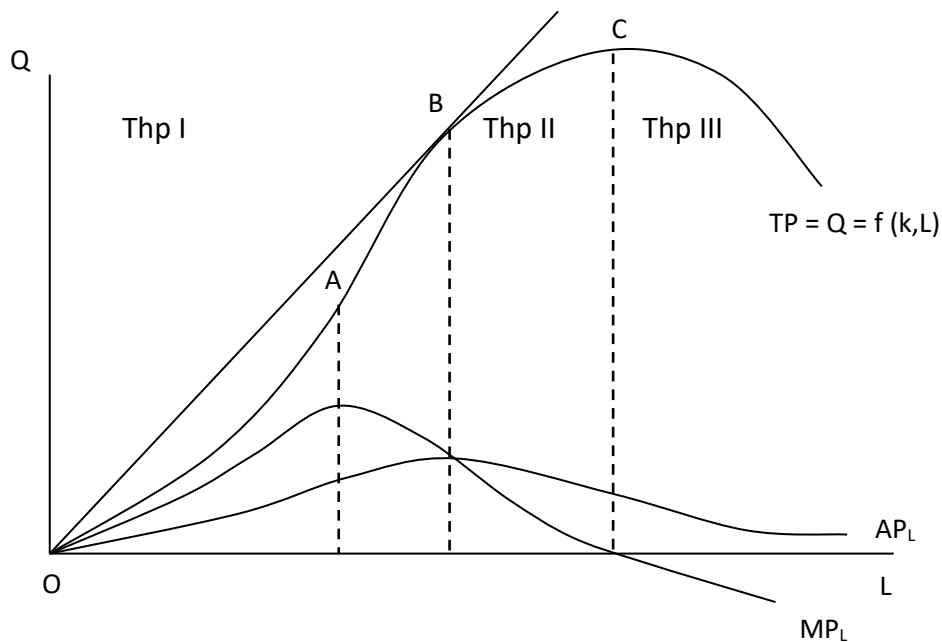
Misalkan untuk memproduksi sesuatu barang diperlukan 2 macam input yaitu tenaga kerja (L) sebagai input variabel dan tanah (T) sebagai input tetap. Luas tanah yang dapat dipakai pada proses produksi tersebut misalkan seluas 1 ha. Input yang dapat berubah-ubah jumlahnya adalah input tenaga kerja. Kalau tenaga kerja ditambahkan terus menerus pada tanah yang luasnya tetap, dan jumlah output total setiap ada tambahan tenaga kerja diketahui, maka kita dapat menghitung produksi rata-rata dan produktivitas marginal.

Tabel 6.1. Produksi Total, Produksi Rata-Rata, Dan Produksi Marginal

Tanah (T)	Tenaga (L)	Total Prod. TP (Q)	Prod. Rata-rata (AP_i)	Prod. Marginal (MP_i)
1	0	0,0	0,0	
1	1	10,0	10,0	10,0
1	2	30,0	15,0	20,0
1	3	60,0	20,0	30,0
1	4	80,0	20,0	20,0
1	5	90,0	18,0	10,0
1	6	96,0	16,0	6,0
1	7	98,0	14,0	2,0
1	8	98,7	12,3	0,7
1	9	99,0	11,0	0,3
1	10	99,0	9,9	0,0
1	11	97,0	8,8	-2,0
1	12	92,0	7,7	-5,0

Dari data-data yang terdapat ditabel tersebut dapat dibuat grafiknya seperti di bawah ini.

Gambar 6.1. Hubungan Antara Penggunaan Input Dan Output



Dari grafik tersebut dapat kita lihat bahwa ketiga fungsi tersebut memiliki bentuk yang khusus dan ketiganya memiliki hubungan-hubungan yang sifatnya khusus.

- TP:
- di antara O – A cembung terhadap titik origin
 - titik A ke kanan cekung terhadap titik origin
- AP:
- di kiri titik B meningkat
 - di titik B mencapai maksimum
 - di kanan titik B menurun namun tidak pernah berpotongan dengan sumbu horizontal (tidak pernah sama dengan nol)
- MP :
- di kiri titik A meningkat

- di titik A mencapai maksimum
- di kanan titik A menurun
- di titik C sama dengan nol
- di kanan titik C nilainya negative

Dari gambar tersebut kalau kita perhatikan dengan seksama akan nampak adanya 3 titik maksimum, yaitu MP, AP, dan TP. Hal ini cukup menarik untuk disimak karena masing-masing titik maksimum tadi memiliki arti tersendiri. Seperti disebutkan di bawah ini:

- Titik A: di titik ini MP mencapai angka maksimum, ini menunjukkan bahwa di titik ini Law of Diminishing Marginal Rate Return mulai berlaku
- Titik B: di titik ini AP mencapai angka maksimum, ini menunjukkan bahwa di titik ini Law of Diminishing Average Rate Return mulai berlaku
- Titik C: di titik ini TP mencapai angka maksimum, ini menunjukkan bahwa di titik ini Law of Diminishing Total Production Rate Return mulai berlaku

Tahap-Tahap Produksi

Ada 3 tahap dalam produksi yang masing-masing memiliki sifat-sifat yang khusus. Tahap-tahapannya adalah sebagai berikut:

Tahap I

Pada tahap ini:

- AP input variabel meningkat
- MP input variabel meningkat

Ini berarti input tetap digunakan relatif terlalu banyak dibandingkan dengan penggunaan input variabel. Oleh karena itu tahap ini bukan merupakan tahap produksi yang rasional bagi produsen, karena tiap tambahan satu unit input variabel akan menambah tambahan output dengan jumlah yang lebih besar. Sehingga produsen yang rasional tidak akan memproduksi di tahap ini.

Tahap II

Pada tahap ini:

- AP input variabel menurun
- MP input variabel menurun

Ini berarti baik penggunaan input tetap maupun input variabel adalah sudah rasional, karena pada tahap ini tambahan penggunaan input variabel sudah mulai menurun baik APP maupun MPP. Jadi tahap ini adalah tahap yang rasional bagi produsen untuk memproduksi.

Tahap III

Pada tahap ini:

- TP input variabel menurun
- MP input variabel menurun

Ini berarti input variabel relatif terlalu banyak digunakan dibandingkan dengan penggunaan input tetap. Sehingga adalah tidak rasional bagi produsen untuk memproduksi di daerah ini karena tambahan input variabel justru akan menurunkan tingkat total output. ***Tahap produksi yang rasional digunakan adalah tahap II, karena pada tahap ini penggunaan input tetap maupun variabel proporsional***

Dengan melihat gambar di atas nampaklah bahwa:

Tahap I produksi terletak di antara titik O dan A

Tahap II produksi terletak di antara titik A dan B

Tahap III produksi terletak pada titik B ke kanan

Kalau kita perhatikan dengan seksama akan terlihat bahwa di titik B besarnya AP input variabel adalah maksimum. Titik ini juga dinamakan *Extensive Margin*, karena merupakan batas penggunaan input tetap terlalu banyak. Dan di titik C MP input variabel adalah nol. Titik ini dinamakan *Intensive Margin*, karena merupakan batas penggunaan input variabel terlalu banyak.

Seperti sudah dijelaskan didepan bahwa tahap produksi yang rasional adalah pada tahap II. Ini berarti seorang produsen yang rasional akan memproduksi di daerah di antara extensive margin dan intensive margin. Ini berarti input tetap maupun input variabel tidak digunakan relatif terlalu banyak atau terlalu sedikit.

FUNGSI PRODUKSI JANGKA PANJANG

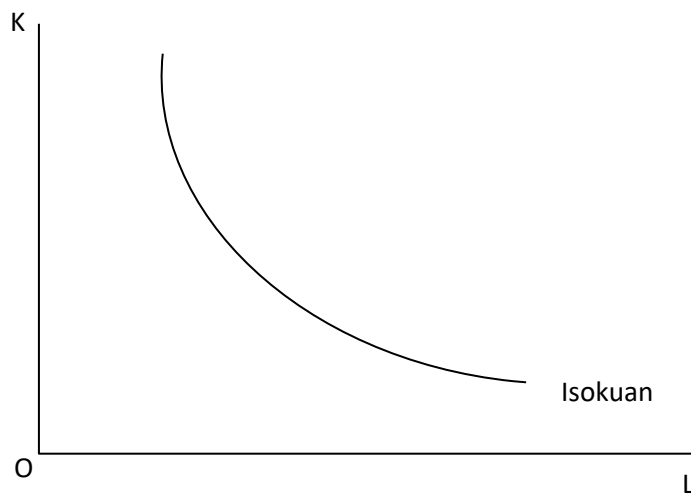
Sri Adiningsih (1987, hal.20), perbedaan antara fungsi produksi jangka pendek dan jangka panjang adalah terletak pada apakah input yang digunakan pada proses produksi dapat ditambah jumlah seluruhnya atau tidak. Kalau pada suatu proses produksi semua inputnya

dapat dirubah jumlahnya, maka dikatakan bahwa proses produksi tersebut berorientasi dalam perspektif jangka panjang. Dalam jangka panjang semua input adalah variabel, karena produsen dimungkinkan untuk mengubah semua input yang dipakai. Oleh karena itu dalam jangka panjang hanya ada input variabel.

Konsep fungsi produksi jangka panjang yang hanya menggunakan 2 macam input biasanya digambarkan dengan menggunakan **ISOQUANT** atau **ISOKUAN**. Sebuah isokuan adalah himpunan dari semua kemungkinan kombinasi input 1 dan 2 yang dapat menghasilkan sejumlah output tertentu. *Kurva Isokuan adalah suatu kurva yang memnunjukkan penggunaan kombinasi 2 input yang menghasilkan tingkat output yang sama*

Misalkan untuk menghasilkan output diperlukan 2 input, yaitu K dan L, maka hubungan input dan output dapat digambarkan:

Gambar 6.2. Hubungan output dengan Penggunaan dua macam input



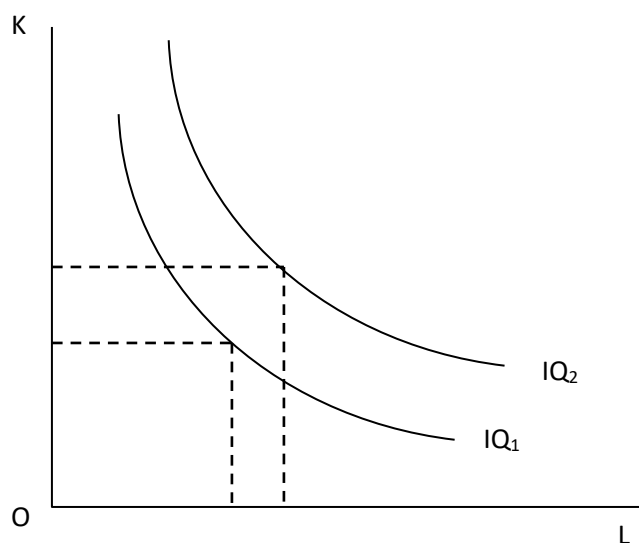
Sifat-sifat dari Isokuan:

- a. Semakin ke kanan (tinggi) semakin besar kuantitas otuputnya
- b. Tidak berpotongan

- c. Berlerang negative
- d. Cembung terhadap titik origin

Seperti yang telah kita ketahui bahwa kurva isokuan menggambarkan fungsi produksi dalam jangka panjang. Oleh karena itu dimungkinkan bagi semua input (dua macam) untuk ditambah jumlahnya. Bertambahnya semua input akan meningkatkan output yang dihasilkannya. Ini ditunjukkan oleh bergesernya kurva isokuan ke kanan (misalnya dari IQ_1 ke IQ_2). Oleh karena itu semakin ke kanan kurva isokuan semakin besar kuantitas outputnya.

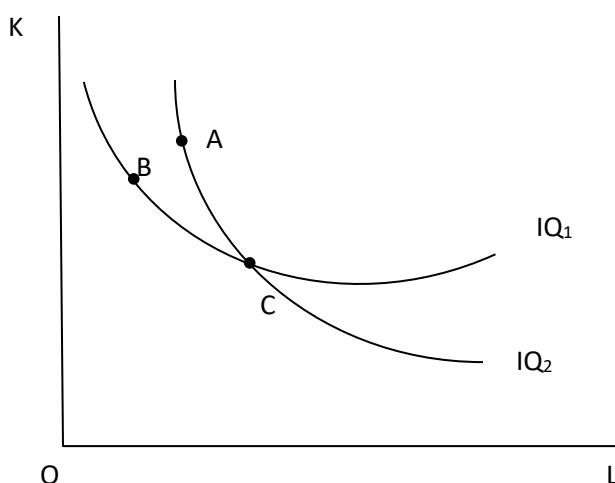
Gambar 6.3. Kurve Isoquant yang bergeser ke kanan



Mengapa kurva isokuan tidak berpotongan? Untuk dapat mengerti mengapa isokuan tidak berpotongan adalah lebih mudah buat kita dengan melihat gambar 6.4. Misalkan titik B dan titik C dapat menghasilkan tingkat output yang sama, ini berarti keduanya terletak pada Isokuan (IQ_1). Titik A terletak di kanan atas titik B. ini berarti di titik A input yang dipakai untuk memproduksi output dengan kuantitas tertentu adalah lebih banyak dibandingkan dengan penggunaan input dititik B. Misalkan tingkat output yang dihasilkan dititik A sama dengan di titik C, maka keduanya seharusnya dapat dihubungkan dengan satu kurva Isokuan (IQ_2). Namun apa yang terjadi kalau titik A dan titik C terletak pada satu Isokuan? Kalau titik A dan C terletak pada satu Isokuan maka seharusnya titik A dan B juga harus terletak pada satu Isokuan. Karena

titik B dan C terletak pada satu Isokuan (IQ_1). Namun hal ini tidak mungkin terjadi. Karena titik A terletak di sebelah kanan atas titik B, maka seharusnya kuantitas output yang dihasilkan di titik A lebih besar dari kuantitas output di titik B. Jadi dengan demikian telah dapat dibuktikan bahwa kurva Isokuan tidak mungkin berpotongan, karena jika berpotongan asumsi pertama tidak dapat dipenuhi.

Gambar 6.4. Kurve Isoquant berpotongan



Untuk menjelaskan mengapa slope dari Isokuan adalah negatif dan mengapa Isokuan cembung terhadap titik origin maka perlu bagi kita untuk mengerti beberapa konsep baru di bawah ini.

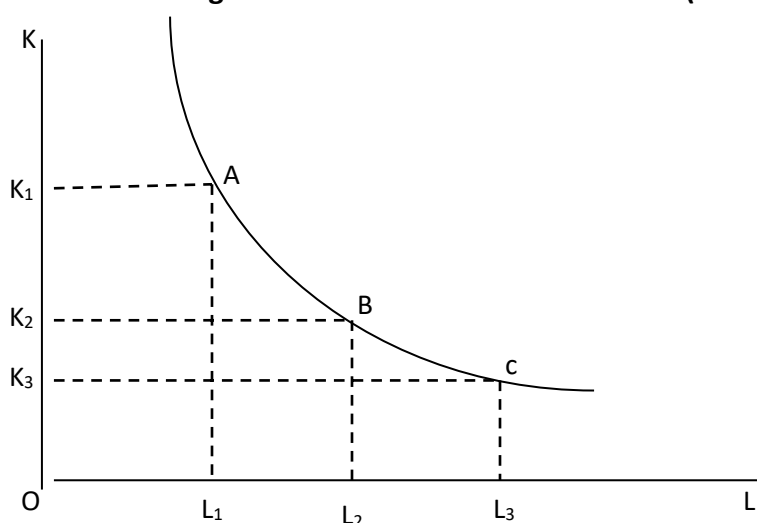
Marginal Rate of Technical Substitution

Slope dari sebuah Isokuan menunjukkan berapa besar suatu macam input dapat ditukar dengan input yang lain pada kondisi dimana tingkat output yang dihasilkan adalah tetap. Jadi slope dari sebuah Isokuan menunjukkan kemungkinan untuk menukar satu input dengan input yang lainnya yang secara teknologi dimungkinkan dimana tingkat output tetap. Slope dari Isokuan dinamakan **Marginal Rate of Technical Substitution (MRTS)**.

Marginal Rate of Technical Substitution of labor for capital (MRS L for K) adalah menunjukkan berapa besar capital harus dikurangi jika kita ingin menambah 1 unit tenaga kerja (labor) dimana tingkat output adalah tetap

Nilai dari MRTS tidak hanya tergantung pada tingkat output tetapi juga pada kuantitas kapital dan tenaga kerja yang digunakan. Jadi besarnya slope tergantung pada titik mana disuatu Isokuan slope tersebut dihitung besarnya. Misalnya di titik A pada gambar 6.5, besarnya slope relatif lebih besar dari pada di titik B. hal ini terjadi karena di titik A kuantitas kapital yang harus dikorbankan untuk mendapatkan tambahan 1 unit tenaga kerja pada tingkat output yang sama adalah relatif lebih besar dari titik B.

Gambar 6.5. Marginal Rate of Technical Substitution (MRTS).



Di titik A untuk menambah 1 unit L perlu pengorbanan K_1K_2 , sedangkan di titik B untuk menambah 1 unit L perlu mengorbankan K_2K_3 kapital. Ini artinya semakin banyak L yang dipakai maka nilai L akan semakin kecil dan sebaliknya.

Hubungan MP Dengan MRTS

Untuk dapat membuktikan slope dari Isokuan adalah negatif kita perlu untuk melihat hubungan MPP dengan MRTS. Untuk itu kita akan mengamati sebuah Isokuan. Telah kita ketahui bahwa sebuah Isokuan menunjukkan tingkat output yang sama pada berbagai kombinasi dua input. Ini berarti kalau kita menambah penggunaan satu input kita harus mengurangi penggunaan input yang lain. Katakanlah kita ingin menambah tenaga kerja dan

mengurangi kapital pada tingkat output yang tetap. Maka tambahan tenaga kerja akan menambah output sebesar $L.MP_L$ (tambahan tenaga kerja dikalikan dengan produk marginal dari tenaga kerja). Sedangkan berkurangnya kapital akan mengurangi output sebesar $K.MP_K$ (pengurangan kapital dikalikan dengan marginal produk dari kapital). Padahal sepanjang Isokuan jumlah output adalah sama. Oleh karena itu penambahan tenaga kerja dan pengurangan kapital tidak akan mengubah output.

Ini berarti:

$$L.MP_L + K.MP_K = 0$$

$$L.MP_L = - K.MP_K$$

dapat ditulis,

$$\frac{MP_L}{MP_K} = -\frac{K}{L} = MRTS \text{ of } L \text{ for } K$$

Nilai MP_L dan MP_K adalah positif, karena tidak ada satu perusahaanpun yang akan menambah inputnya kalau nilai MPP dari input tersebut adalah negatif. Oleh karena itu nilai dari MRTS adalah negatif, karena nilai MRTS adalah negatif dari nilai proporsional produk marginal. ini berarti slope dari Isokuan adalah negatif

Kurva isokuan cembung terhadap titik origin, mari kita amati besarnya Marginal Rate of Technical Substitution sepanjang kurva Isokuan. Besarnya MRTS L for K sepanjang kurva isokuan akan menurun nilainya dari kiri ke kanan (lihat gambar 6.5). Hal ini terjadi karena pada saat perbandingan modal terhadap tenaga kerja relatif besar untuk mendapatkan tambahan satu unit tenaga kerja, maka kapital yang dikorbankan relatif besar. Sedangkan pada saat perbandingan modal dan tenaga kerja rendah, untuk mendapatkan tambahan satu unit tenaga kerja dapat ditukar dengan modal yang relatif kecil disepanjang satu isokuan. Adanya penurunan nilai MRTS L for K sepanjang kurva isokuan menyebabkan bentuk isokuan cembung terhadap titik origin.

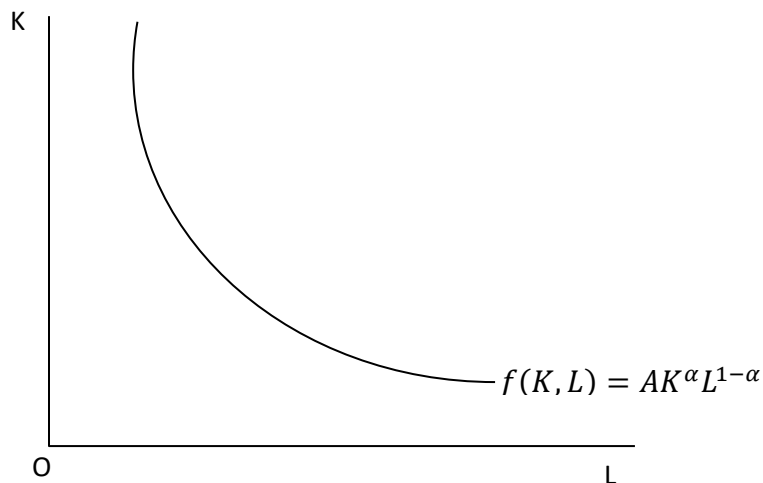
Macam-Macam Isokuan

Sri Adiningsih (1987, hal 26), Isokuan dari suatu fungsi produksi sebenarnya menunjukkan macam teknologi yang dipakai pada proses produksi. Namun pada umumnya isokuan digambarkan dengan menggunakan fungsi produksi **Cobb-Douglas**. Fungsi produksi ini secara umum dapat dituliskan dengan:

$$Q = f(K, L) = AK^\alpha L^{1-\alpha}$$

Keistimewaan dari fungsi produksi ini dapat dilihat dari bentuk isokuan yang dihasilkan. Isokuan dari fungsi produksi Cobb-Douglas memiliki bentuk dan sifat-sifat yang baik. Oleh karena itu biasanya penggambaran isokuan menggunakan fungsi produksi Cobb-Douglas.

Gambar 6.6. Fungsi Produksi Cobb-Douglas.



Sifat-sifat dari Isokuan:

- e. Semakin ke kanan (tinggi) semakin besar kuantitas otuputnya
- f. Tidak berpotongan
- g. Berlerang negative
- h. Cembung terhadap titik origin

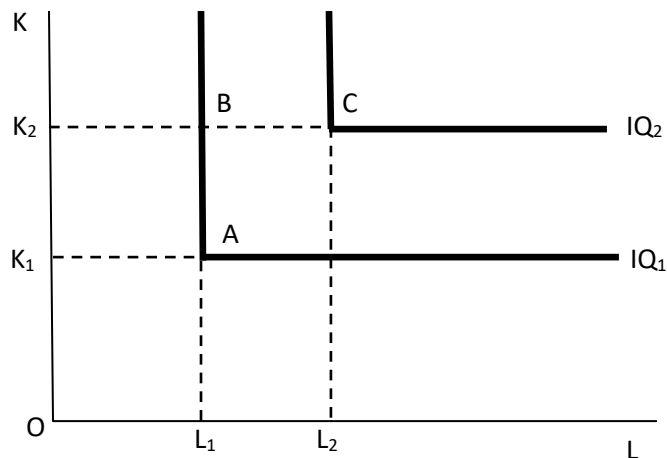
Karena sifat-sifat isokuan ini ideal, maka pada umumnya kurva isokuan digambarkan dengan fungsi Cobb-Douglas.

Fungsi Pruduksi Leontief

Fungsi produksi ini menggambarkan suatu proses produksi dimana penggunaan input yang dipakai adalah proporsional antara input yang satu dengan yang lain. Sebagai contohnya adalah proses produksi pada penenunan yang menggunakan alat tenun yang kuno. Pada proses produksi ini satu tenaga kerja hanya dapat berproduksi kalau dia memegang satu alat tenun. Jika ada kelebihan alat tenun, dan tidak ada pekerja yang memakai juga tidak ada gunanya. Fungsi produksi ini dituliskan sebagai berikut:

$$f(K, L) = \min(aK, bL)$$

Gambar 6.7. Fungsi Produksi Leontief



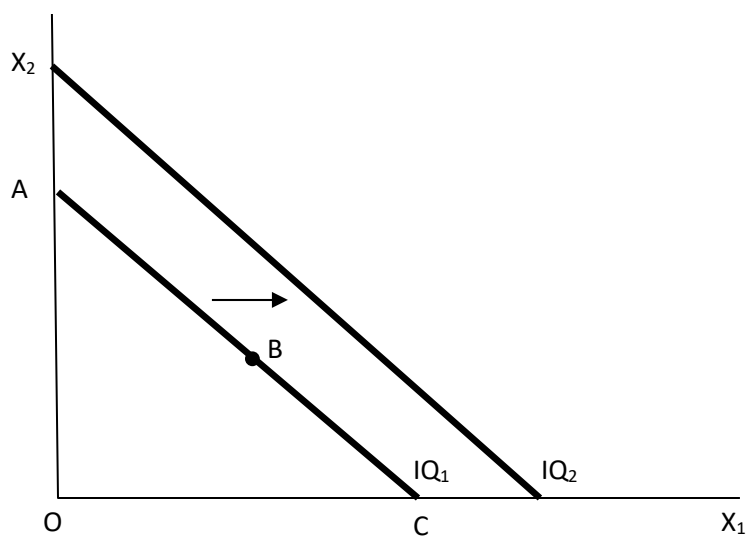
Dari gambar dapat dilihat jika input K dan L tidak bertambah dengan proporsi yang tetap, maka output tidak naik, misalnya perpindahan dari A ke B. Ini menyebabkan bahwa jumlah K yang dipakai naik namun jumlah L tetap, maka tingkat output yang dihasilkannya tetap. Hanya apabila K dan L naik dengan proporsi yang sama; misalnya 2 kali atau 3 kali dan seterusnya, maka output akan naik.

Fungsi Produksi Linier

Fungsi produksi ini menggambarkan suatu proses produksi dimana input yang digunakan dapat disubsitute secara sempurna antara input satu dengan yang lainnya. Contoh dari proses produksi ini adalah proses produksi menulis. Kalau buat kita menggunakan pensil merah atau hitam untuk menulis sama saja maka berarti teknologi yang dipakai adalah fungsi produksi linier. Karena banyaknya tulisan tergantung hanya pada banyaknya penggunaan pensil. Sehingga fungsi produksinya dapat dituliskan sebagai berikut:

$$f(x_1 + x_2) = x_1 + x_2$$

Gambar 6.8. Fungsi Produksi Liniear



Dari gambar II.13 dapat dilihat bahwa untuk menghasilkan output sebesar IQ_1 , kita dapat hanya menggunakan input x_2 sebesar OA atau kombinasi keduanya di titik B atau hanya menggunakan input x_1 saja di titik C . Ini artinya input x_1 dapat ditukar dengan input x_2 secara sempurna.

a. Returns to Scale

Fungsi produksi Cobb-Douglas yang telah kita kenal didepan biasanya digunakan untuk melihat retrn to scaleSeperti yang telah kita ketahui bahwa fungsi produksi menunjukkan suatu

proses produksi yang dapat dikuantitatifkan. Oleh karena itu pengetahuan tentang sifat dari fungsi produksi adalah penting bagi seorang produsen. Seorang produsen tentunya ingin mengetahui bagaimana peningkatan output kalau semua input meningkat jumlahnya dengan proporsi yang sama. Ini menunjukkan bahwa proses produksi yang diamati adalah berprespektif jangka panjang, karena semua input dimungkinkan untuk berubah. Seorang produsen yang rasionil tentunya tidak mungkin menambah inputnya kalau tambahan output yang dihasilkannya adalah tidak menguntungkan. Oleh karena itu pengetahuan tentang berapa tambahan output kalau semua input bertambah dengan proporsi yang sama adalah penting

Untuk melihat sifat-sifat dari fungsi produksi kita dapat mengamati apa yang terjadi kalau semua input katakanlah kita kalikan dua. Jika hasilnya menunjukkan:

- Output meningkat > 2 : **Increasing Return to Scale**
- Output meningkat $= 2$: **Constant Return to Scale**
- Output meningkat < 2 : **Decreasing Return to Scale**

Increasing Return to Scale: Jika input naik proporsional sebesar $X\%$ maka output akan naik lebih besar dari $X\%$

Constant Return to Scale: Jika input naik proporsional sebesar $X\%$ maka output akan naik sama dengan $X\%$

Decreasing Return to Scale: Jika input naik proporsional sebesar $X\%$ maka output akan naik lebih kecil dari $X\%$

Dari penjelasan diatas kita tahu bahwa meningkatnya input dengan kelipatan yang sama tidak berarti output pasti naik dengan kelipatan yang sama. Ini berarti bahwa bertambahnya input tidak berarti selalu diikuti oleh meningkatnya efisiensi. Pada kasus teknologi increasing return to scale memang benar bahwa meningkatnya input diikuti oleh meningkatnya efisiensi. Hal ini bisa terjadi karena kemungkinan adanya peningkatan input menyebabkan timbulnya Economic of Scale misalnya pembagian kerja menjadi lebih baik. Namun sebaliknya pada kasus teknologi Decreasing Return to Scale peningkatan input justru diikuti oleh berkurangnya efisiensi. Hal ini

dapat terjadi kalau tambahan input justru menyebabkan adanya ketidakeffisienan masalah managerial dan control (Diseconomies of Scale)

BAB VII

TEORI BIAYA DAN PENERIMAAN

7.1. Pendahuluan

Pembahasan mengenai biaya produksi sangat terkait dengan pembicaraan mengenai kegiatan produksi, karena biaya produksi merupakan hasil perkalian antara jumlah input yang digunakan dalam proses produksi dengan harga masing-masing input. Dalam teori biaya juga akan mengenal biaya jangka pendek dan biaya jangka panjang.

Biaya mempunyai peranan penting dalam menganalisa perilaku produsen. Produsen selalu bersikap rasional. Produsen akan melakukan produksi pada biaya yang paling rendah (minimal). Dengan biaya yang minimum produsen bisa bersaing dan akan mendapat keuntungan yang maksimum.

7.2. Macam-Macam Biaya

Boediono (tahun 1982) menjelaskan, biaya dalam hubungannya dengan tingkat output, biaya produksi bisa dibagi menjadi :

(a) **Fixed Cost (FC) atau Biaya Tetap ;**

adalah jumlah biaya yang tetap dibayar perusahaan (produsen) berapapun tingkat outputnya. Jumlah TFC adalah *tetap* untuk setiap tingkat output. (misalnya: sewa gedung dan sebagainya)

(b) **Variabel Cost (VC) atau Biaya Variabel ,**

adalah jumlah biaya-biaya yang berubah menurut tinggi rendahnya output yang diproduksi. (Misalnya: ongkos untuk bahan mentah, upah, ongkos angkut dan sebagainya)

(c) **Total Cost (TC) atau Biaya Total**

adalah penjumlahan dari biaya tetap dan ongkos variabel.

$$TC = FC + VC$$

(d) **Average Fixed Cost (AFC) atau Biaya Tetap Rata-rata,**

adalah biaya tetap yang dibebankan pada setiap *unit output*

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

(di mana Q = tingkat output)

- (e) **Average Variable Cost (AVC)** atau **Biaya Variabel Rata-rata**,
adalah semua biaya-biaya lain, selain AFC, yang dibebankan pada setiap *unit output*

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

- (f) **Average Total Cost (ATC)** atau **Biaya Total Rata-rata**
adalah biaya produksi dari setiap *unit output* yang dihasilkan

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

- (g) **Marginal Cost (MC)** atau **Biaya Marginal**,

Menunjukkan berapa besar tambahan biaya yang dikeluarkan oleh produsen karena adanya *tambahan satu unit output*. Tambahan produksi 1 unit tidak menambah atau mengurangi TFC, sedangkan $TC = TFC + TVC$. Maka kenaikan TC ini sama dengan kenaikan TVC yang diakibatkan oleh produksi 1 unit output tambahan, rumusnya sebagai berikut;

$$MC = \frac{\text{Perubahan Biaya Total}}{\text{Perubahan Output}}$$

Atau

$$MC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q} = \frac{\Delta TVC}{\Delta Q}$$

7.3. Kurve Biaya

Boediono (tahun 1982) mengemukakan Kurva Biaya adalah kurva yang menunjukkan hubungan antara jumlah biaya produksi yang dikeluarkan produsen (pada sumbu vertikal) dan tingkat output (pada sumbu horizontal)

Kurva Biaya Total bisa didapatkan dengan diketahuinya:

- (a) Kurva TPP, dan
- (b) Harga-harga per unit input yang dipergunakan

Misalnya seorang produsen menggunakan 1 input variabel (X_1) dan 2 input tetap (X_2 dan X_3) untuk proses produksinya. Fungsi produksinya bisa dituliskan sebagai :

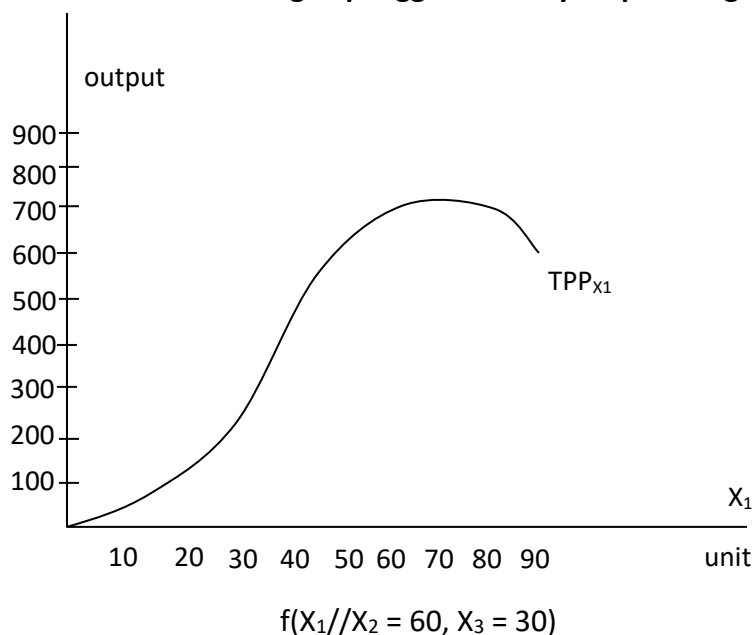
$$Q = f(X_1/X_2, X_3).$$

Penggunaan input X_2 yang dipergunakan adalah 60 unit

Penggunaan X_3 yang dipergunakan adalah 30 unit.

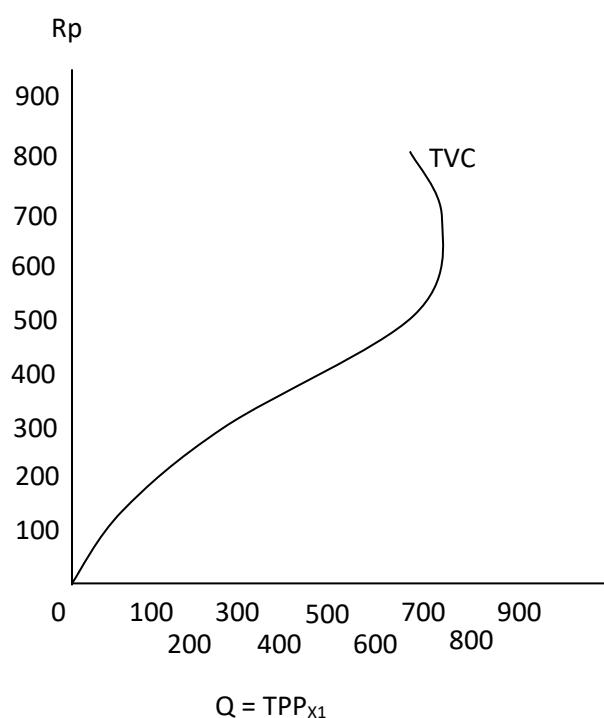
Untuk penggunaan input-input tetap ini ia harus membayar harga per unit $X_2 = \text{Rp } 0,50,-$ dan harga per unit $X_3 = \text{Rp } 1,-$. Sedangkan untuk input variabel, harus membayar Rp 10,- untuk setiap unit yang ia pakai. Misalkan selanjutnya bahwa dari fungsi produksi tersebut bisa didapatkan kurva Total Physical Product (TPP) seperti dalam gambar berikut (Gambar 7.1)

Gambar 7.1. Hubungan penggunaan biaya Input dengan output



Bagaimanakah mendapatkan kurva TC berdasarkan data-data di atas? Kita ingat bahwa *kurva biaya* menunjukkan pada *sumbu vertikal* ongkos yang dikeluarkan oleh perusahaan dan pada *sumbu horizontal* tingkat output yang dihasilkan. Jadi bila kita *membaliksumbu* dari kurva TPP_{X_1} di atas (yaitu sumbu horizontal menjadi sumbu vertikal dan sumbu vertikal menjadi sumbu horizontal, *dan* mengganti *unit* sumbu vertikal baru ini dengan *nilai* (bukan lagi *unit fisik*) dari input X_1 yang digunakan, dengan jalan mengalikan tingkat penggunaan X_1 dengan harganya, maka akan diperoleh kurva sebagai berikut:

Gambar 7.2. Hubungan output dengan Total Variabel Cost



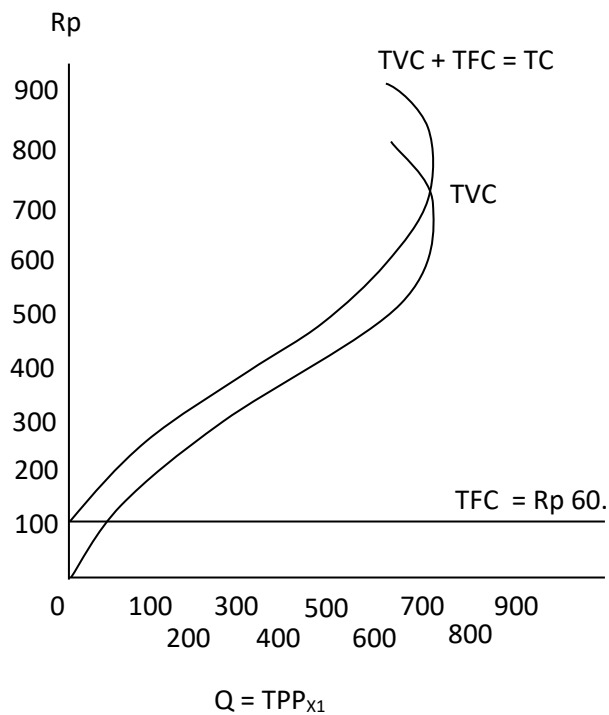
Kurva ini adalah kurva TVC, karena menunjukkan pengeluaran total *perusahaan untuk input variable* X_1 pada setiap tingkat output (TPP)

$$TC = TVC + TFC,$$

Untuk mendapatkan TC kita tinggal mencari TFC. TFC bisa didapatkan dengan menghitung pengeluaran perusahaan untuk input-input tetap X_2 dan X_3 $TFC = X_2 \cdot P_{X_2} + X_3 \cdot P_{X_3} = 60 \text{ (Rp 0,50)} + 30 \text{ (Rp 1)} = \text{Rp 60}$.

Kalau digambar, kurva TFC adalah merupakan suatu garis lurus horizontal yang memotong sumbu vertikal pada Rp 60,-

Gambar 7.3. Hubungan Output dengan TVC dan TFC



Kurva TC bisa didapat dengan jalan menambah secara vertikal kurva TVC dan kurva TFC (Gambar 7.3).

Tabel 7.1. Perhitungan Berbagai Macam Biaya

Output	Total Variable Cost (Rp)	Total Fixed Cost (Rp)	Total Cost (Rp)	Average Fixed Cost (Rp)	Average Variable Cost (Rp)	Average Total Cost (Rp)	Marginal Cost (Rp)
Q(=TPP)	$TVC = P_1 \cdot X_1$	$TFC = P_{X2}(X_2) + P_{X3}(X_3)$	$TC = TFC + TVC$	$AFC = \frac{TFC}{Q}$	$AVC = \frac{TVC}{Q}$	$ATC = \frac{TC}{Q}$	$MC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q}$
0	0	60	60	-	?	*	
50	80	60	140	1,20	1,60	2,80	1,60
100	150	60	210	0,60	1,50	2,10	1,40
150	200	60	260	0,40	1,33	1,73	1,00
200	240	60	300	0,30	1,20	1,50	0,80
250	274	60	334	0,24	1,10	1,34	0,68
300	300	60	360	0,20	1,00	1,20	0,52
350	325	60	385	0,17	0,92	1,09	0,50
400	349	60	409	0,15	0,87	1,02	0,48
450	371	60	431	0,13	0,82	0,95	0,44
500	400	60	460	0,12	0,80	0,92	0,58
550	436	60	496	0,11	0,792	0,90	0,72
600	478	60	538	0,10	0,796	0,90	0,84
650	528	50	588	0,09	0,81	0,90	1,00
700	663	60	723	0,08	0,95	1,03	2,70

Catatan:

Dalam teori ΔQ adalah kenaikan satu unit output. Tetapi di sini ΔQ hanya bisa digunakan interval 50 unit. *Perhatikan* bahwa kurva Total Cost (TC) *berbeda* dengan kurva Total Input Cost (TIC) dalam Bab IV. Kurva TC menunjukkan hubungan antara Total Cost dengan tingkat *Output* (=Q), sedangkan kurva TIC menunjukkan hubungan antara Total Cost dengan tingkat penggunaan *input* (X) pada sumbu horisontal

7.4. PENERIMAAN (REVENUE)

Revenue yang dimaksud di sini adalah penerimaan produsen dari hasil penjualan outputnya. **Boediono** (tahun 1982) menjelaskan ada beberapa konsep Penerimaan (Revenue) yang penting untuk analisa perilaku produsen

(a) **Total Revenue (TR),**

yaitu penerimaan total produsen dari hasil penjualan outputnya. Total Revenue adalah output kali harga jual outputnya.

$$TR = Q \cdot P_Q$$

(b) **Average Revenue (AR),**

yaitu penerimaan produsen *per unit* output yang ia jual

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

Jadi AR tidak lain adalah harga (jual) output per unit (= P_Q)

(c) **Marginal Revenue (MR)**

yaitu *kenaikan* dari TR yang disebabkan oleh penjualan *tambahan 1 unit output*

$$MR = \frac{\Delta TR}{\Delta Q}$$

Hubungan antar TR, AR dan MR bisa digambarkan dengan dua kasus

Kasus Harga Turun (Kurva Permintaan Menurun)

Kita berasumsi bahwa kurva permintaan yang dihadapi oleh produsen adalah menurun, yang berarti bahwa ia bisa menjual lebih banyak output hanya dengan menurunkan harga jual. Hubungan antara ke tiga konsep Revenue tadi adalah sebagai berikut:

Tabel 7.2. Hubungan P = AR, TR Dan MR

Q	P = AR	TR = PQ	$MR = \frac{\Delta TR}{\Delta Q}$
0	200	0	180
1	180	180	140
2	160	320	100
3	140	420	60
4	120	480	20
5	100	500	-20
6	80	480	-60
7	60	420	-100
8	40	320	-140
9	20	180	-180
10	0	0	

Sifat hubungan dari ketiga konsep Revenue tersebut adalah:

- (a) TR menaik selama elastisitas harga E_h dari kurva permintaan D (yang tidak lain adalah kurva AR) lebih besar dari satu. *)
- (b) TR mencapai maksimum pada persis pertengahan dari kurva permintaan, yaitu dimana elastisitas harga sama dengan satu
- (c) TR menurun pada daerah di mana kurva permintaan mempunyai elastisitas harga yang lebih kecil dari satu
- (d) TR menaik selama MR positif, TR mencapai maksimum bila $MR = 0$, dan TR menurun bila MR negatif

Perhatikan bahwa sifat hubungan (a), (b) dan (c) langsung berhubungan dengan definisi dari elastisitas harga. $E_h > 1$ berarti bahwa bila kita menurunkan harga (bergerak di atas kurva permintaan dari perpotongannya dengan sumbu vertikal ke kanan bawah), maka TR per definisi akan menaik, karena penurunan harga dengan 1% menaikkan Q dengan lebih besar dari 1%. Bila $E_h < 1$ berarti bahwa penurunan harga dengan 1% menaikkan Q kurang dari 1%, akibatnya TR menurun. Pada $E_h = 1$ TR maksimum karena posisi ini persis pada titik balik dari bagian kurva TR yang menaik ($E_h > 1$) dan bagian kurva TR yang menurun ($E_h < 1$)

Sifat hubungan (d) juga mengikuti langsung dari definisi MR (= yaitu kenaikan (plus atau minus) dari TR yang disebabkan oleh tambahan penjualan dengan 1 unit output). Bila MR positif, berarti bila kita tambah penjualan kita dengan 1 unit; maka TR berubah dengan suatu nilai yang positif (menaik). Selama MR positif, setiap kali penjualan ditambah dengan satu unit, TR masih menaik. Sebaliknya bila MR sudah negatif, maka tambahan penjualan dengan 1 unit output akan mengakibatkan perubahan yang negatif (penurunan) dari TR

Kasus Harga Tetap (Kurva Permintaan yang horisontal)

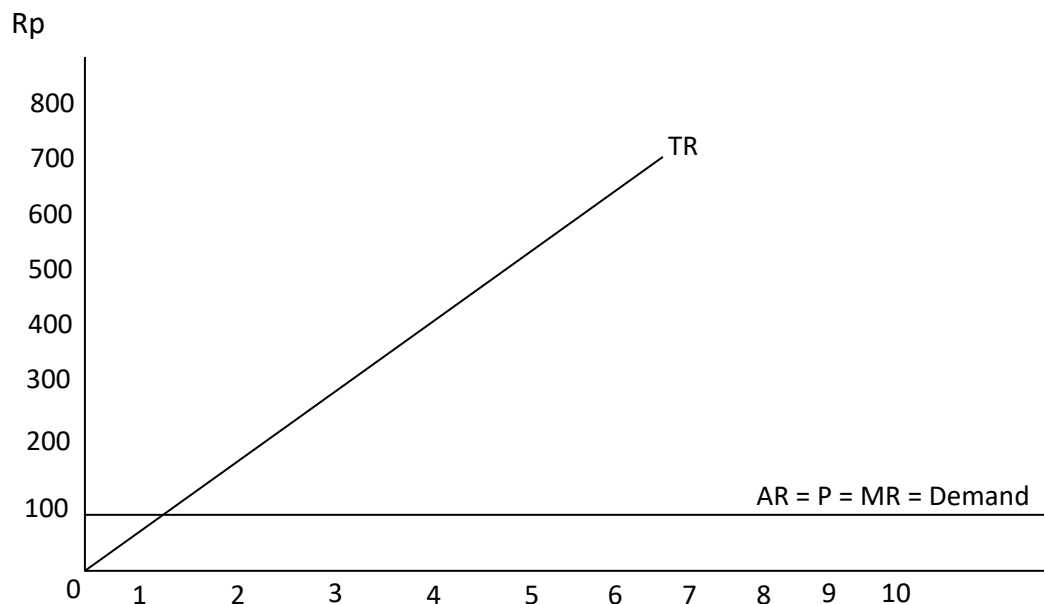
Kadaan di mana produsen menghadapi kurva permintaan yang horisontal (dimana ini terjadi untuk suatu perusahaan dalam pasar persaingan sempurna. Ini berarti bahwa harga jual per unit yang diterima produsen tetap, walau berapapun volume output yang ia jual. Hubungan antara TR, MR, dan AR adalah sebagai berikut:

Tabel 7.3. Hubungan MR = P, TR dan MR

Q	MR = P	TR = PQ	$MR = \frac{\Delta TR}{\Delta Q}$
0	100	0	
1	100	100	100
2	100	200	100
3	100	300	100
4	100	400	100
5	100	500	100
6	100	600	100
7	100	700	100
8	100	800	100
9	100	900	100
10	100	1000	100

Angka-angka tersebut bisa digambarkan seperti berikut;

Gambar 7.4. Kurve Permintaan Yang Horisontal



Perhatikan bahwa dalam kasus ini:

- (a) TR berupa garis lurus yang menaik, tanpa ada posisi maksimum
- (b) MR ternyata sama dengan AR (= P) dan tidak pernah bernilai negatif

7.5. KEUNTUNGAN MAKSIMUM

Boediono menjelaskan bahwa Produsen dianggap akan selalu memilih tingkat output (Q) di mana ia bisa memperoleh keuntungan total yang maksimum. Bila ia telah mencapai posisi ini dikatakan ia telah berada pada posisi equilibrium. Disebut posisi equilibrium karena pada posisi ini tidak ada kecenderungan baginya untuk mengubah output (dan harga output)-nya. Sebab bila ia mengurangi (atau menambah) volume output (penjualan)-nya, maka keuntungan totalnya justru menurun

Kasus Harga Turun (Kurve Permintaan yang Menurun)

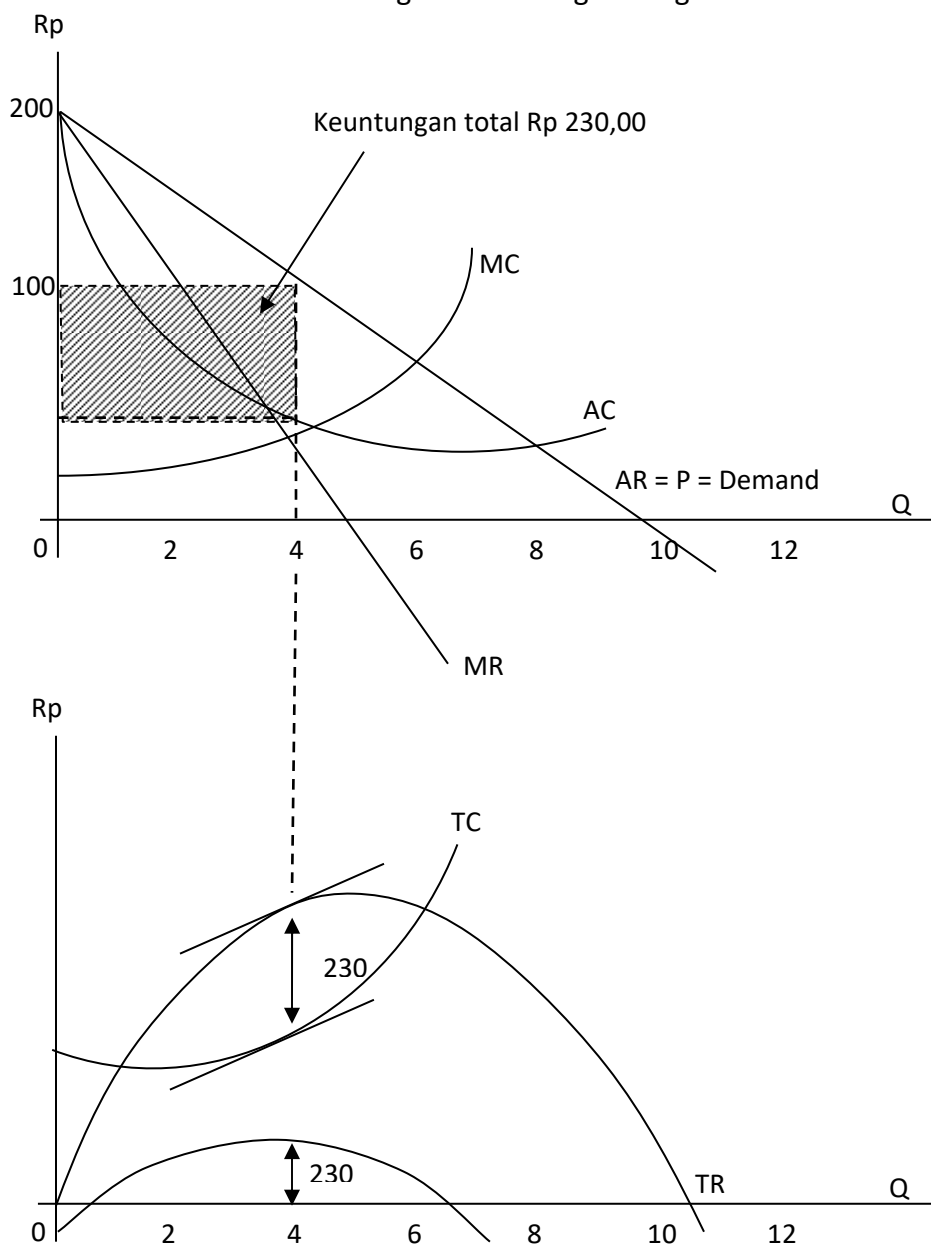
Posisi equilibrium produsen atau posisi keuntungan maksimum bisa ditentukan sebagai berikut: Seandainya kita mempunyai angka-angka untuk P,Q dan TC seperti dalam kolom 1, 2 dan 4 maka kita bisa mendapatkan pula angka-angka untuk TR, MR, dan MC dan AC

Tabel 7.4. Keuntungan Maksimum Dengan Harga Menurun

Q	P	TR	TC	$AC = \frac{TC}{Q}$	Keuntungan Total TR – TC	$MR = \frac{\Delta TR}{\Delta Q}$	$MC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q}$	
0	200	0	145		- 145	180	30	MR > MC
1	180	180	175	175	+ 5	140	25	↓ MR = MC ↑
2	160	320	200	100	+ 120	100	20	
3	140	420	220	73,3	+ 200	60	30	
4	120	480	250	62,5	+ 230	20	50	
5	100	500	300	60	+ 200	-20	70	↑ MR < MC
6	80	480	370	61,6	+ 110	-60	90	
7	60	420	460	65,6	- 40	-100	110	
8	40	320	570	71,3	- 250			

* Posisi keuntungan maksimum

Gambar 7.5. Kurve Keuntungan Total dengan Harga Turun



Perlu diperhatikan dari Tabel adalah:

- (a) Keuntungan total ($TR-TC$) yang maksimum adalah dimana jarak vertikal antara kurva TR adalah paling lebar. Posisi ini adalah di mana "slope" dari garis singgung TR sama dengan "slope" dari garis singgung TC

(b) “slope” dari garis singgung TR adalah $\frac{\Delta TR}{\Delta Q}$, yang tidak lain adalah MR. Sedangkan “slope”

dari garis singgung TC adalah $\frac{\Delta TC}{\Delta Q}$, yang tidak lain adalah MC. Jadi posisi Q yang menghasilkan keuntungan maksimum adalah di mana $MR = MC$ atau kurva MR berpotongan dengan kurva MC

(c) Posisi TR yang maksimum tidak berarti posisi keuntungan maksimum. Demikian pula posisi AC minimum, tidak berarti posisi keuntungan yang maksimum

Kasus Harga Tetap (Kurve Permintaan Yang Horisontal)

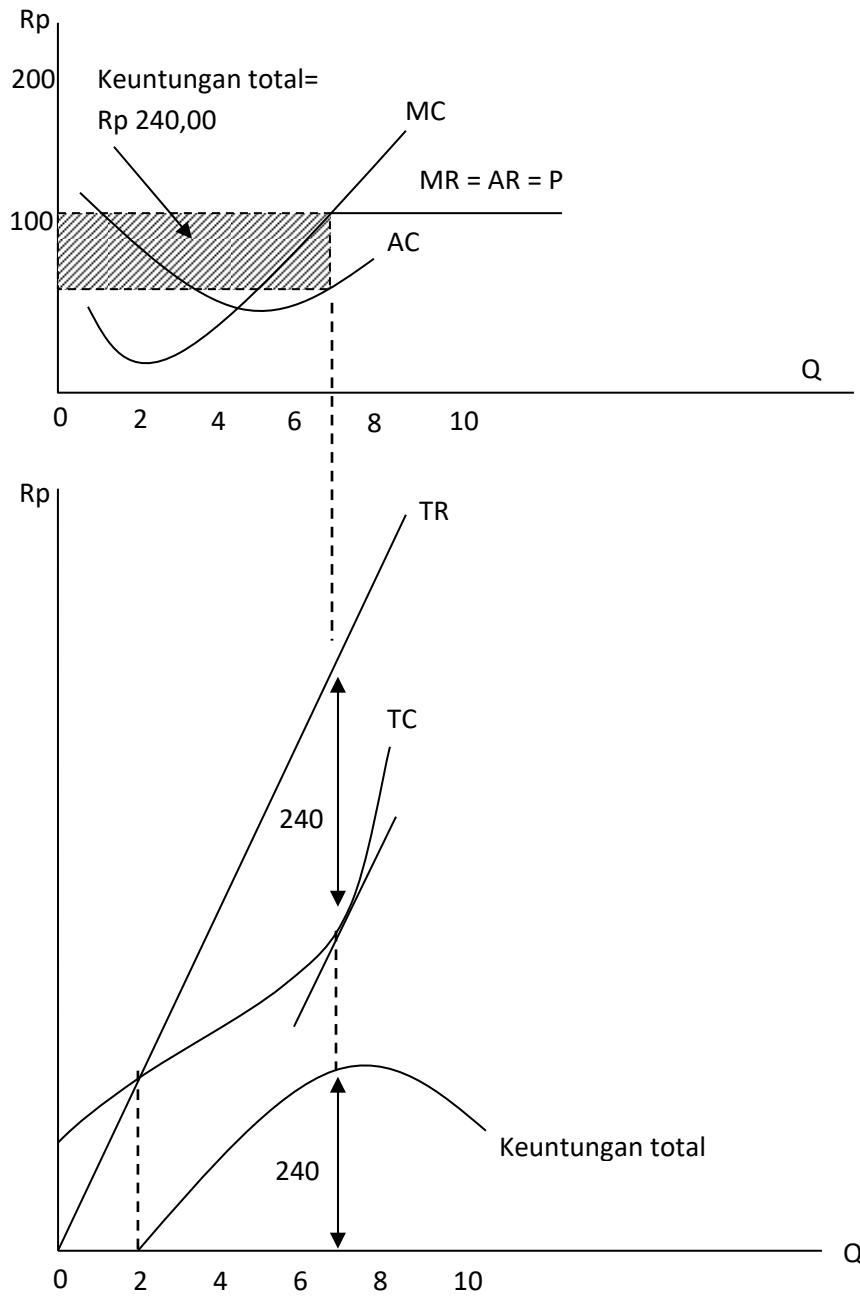
Untuk kasus kurva permintaan D (atau = AR = P) yang horisontal syarat tercapainya keuntungan yang maksimum adalah sama seperti di atas yaitu Slope dari TR = slope dari TC, atau sama saja dengan $MR = MC$. Dalam kasus permintaan yang horisontal $MR = AR = P = D$, maka **posisi equilibrium produsen adalah di mana $MC = MR = AR = P = D$**

Tabel. 7.5. Keuntungan Maksimum Dengan Harga Tetap.

Q	AR = P	TR = PQ	TC	Keuntungan	$\frac{AC}{TC} = \frac{TC}{Q}$	$\frac{MR}{\Delta TR} = \frac{\Delta TR}{\Delta Q}$	$\frac{MC}{\Delta TC} = \frac{\Delta TC}{\Delta Q}$
0	100	0	145	- 145	-	100	30
1	100	100	175	- 75	175	100	25
2	100	200	200	0	100	100	20
3	100	300	220	180	73,3	100	30
4	100	400	250	150	62,5	100	50
5	100	500	300	200	60	100	70
6	100	600	370	230	61,6	100	90
7*	100	700	460	140*	65,6	100	110
8	100	800	570	230	71,3		

*Posisi keuntungan maksimum

Gambar 7.6. Kurve Keuntungan Maksimum dengan Harga Tetap.



BAB VIII

STRUKTUR PASAR

Penerimaan perusahaan sangat dipengaruhi oleh pasar yang dihadapi oleh perusahaan yang sedang menjual barang-barang yang dihasilkannya. Bentuk pasar yang umum dijumpai adalah :

1. **Pasar Persaingan Sempurna,**
2. **Pasar Monopoli Murni,**
3. **Pasar Persaingan Monopoli**
4. **Pasar Oligopoli**
5. **Pasar Monopsoni**

8.1. PASAR PERSAINGAN SEMPURNA

Pasar persaingan sempurna merupakan bentuk pasar yang paling mudah dimengerti. **Ari Sudarman** (tahun 1987) menjelaskan pasar persaingan sempurna mempunyai ciri-ciri :

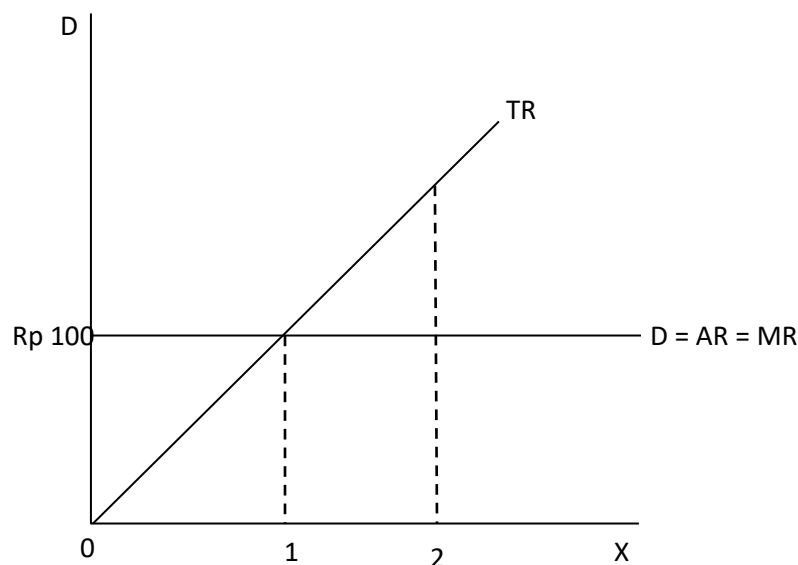
1. Jumlah Penjual dan Pembeli barang sangat banyak, sehingga masing-masing penjual maupun pembeli tidak dapat mempengaruhi harga pasar. Karena jumlah barang yang diproduksi oleh perusahaan hanya merupakan bagian yang sangat kecil dari seluruh penjualan barang dipasar. Penjual hanya merupakan *Pengambil harga atau PriceTaker*. Ini berarti bahwa harga barang akan tetap, karena masing-masing penjual hanya merupakan bagian yang kecil dari seluruh pembeli dan penjual yang ada dipasar.
2. Jenis barang yang diperjualbelikan di pasar adalah homogen atau satu jenis saja. Tidak terdapat perbedaan yang nyata dari barang yang diperjualbelikan antara perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lainnya. Para pembeli tidak dapat membedakan barang yang dihasilkan oleh perusahaan yang satu dengan barang yang dihasilkan oleh perusahaan yang lainnya. Barang yang diperjualbelikan betul-betul sama.
3. Penjual dan pembeli mempunyai pengetahuan yang sangat luas tentang pasar. Mereka sangat mengetahui tentang harga yang berlaku dipasar, sehingga diantara mereka tidak

dapat melakukan spekulasi, atau menjual barang dengan harga yang lebih rendah atau lebih tinggi dari harga yang berlaku dipasar.

4. Pembeli maupun penjual bebas keluar atau masuk ke pasar. Tidak ada hambatan bagi perusahaan untuk keluar atau masuk pasar. Apakah itu hambatan dari pemerintah berupa peraturan maupun hambatan dari perusahaan lain. Perusahaan akan keluar dari pasar jika perusahaan mengalami kerugian. Sebaliknya jika perusahaan melihat akan mendapat keuntungan maka perusahaan akan memasuki dan mengembangkan kegiatan produksinya.

Dari ciri-ciri pasar persaingan sempurna ini maka kita dapat menggambarkan kurva permintaan yang dihadapi oleh perusahaan sebagai penjual atau produsen barang. Kurva permintaan itu yang menunjukkan hubungan antara jumlah barang yang diminta dan tingkat harga. **Suparmoko** menjelaskan Kurve permintaan pada pasar persaingan sempurna adalah horizontal seperti pada Gambar 8.1.

Gambar 8.1. Kurve Permintaan Pasar Persaingan Sempurna.



Kurva permintaan horizontal ini merupakan penurunan dari tabel yang menyajikan hubungan antara tingkat harga barang yang diminta, penerimaan total, penerimaan rata-rata, dan penerimaan marginal. Pada tabel 8.1 menunjukkan bahwa harga barang tetap Rp 100,-

berapapun jumlah barang X yang diminta atau dijual. Dengan begitu maka jumlah penerimaan total meningkat secara linier, dan penerimaan rata-rata sama dengan penerimaan marginal dan sama dengan tingkat harga yaitu setinggi Rp 100,-

Pada gambar 8.1 sumbu Horizontal menunjukkan jumlah barang X yang dihasilkan dan sumbu Vertikal menunjukkan tingkat harga barang X. Kurva permintaan (D) yang horizontal itu menggambarkan bahwa harga tidak dipengaruhi oleh jumlah barang yang dijual. Berapapun jumlah barang X yang dihasilkan atau dijual harganya tidak terpengaruh, karena jumlah barang X yang dihasilkannya itu merupakan bagian yang tak berarti dalam seluruh pasar. Dalam pembahasan ini kita berasumsi bahwa jumlah barang yang dihasilkan sama dengan jumlah barang yang dijual.

Tabel 8.1: Hubungan antara tingkat Harga, Jumlah barang X yang diminta, Penerimaan Total, Penerimaan Rata-Rata dan Penerimaan Marginal

Harga X	Jumlah X	TR	AR	MR
Rp 100,-	5	Rp 500,-	Rp 100,-	Rp -
100,-	6	600,-	100,-	100,-
100,-	7	700,-	100,-	100,-
100,-	8	800,-	100,-	100,-
100,-	9	900,-	100,-	100,-
100,-	10	1000,-	100,-	100,-

Berapapun jumlah barang yang dihasilkan dan yang dijual oleh perusahaan tidak dapat mempengaruhi harga barang per satuan, maka kurva penerimaan total akan bersifat linier, berbentuk garis lurus, mulai dari titik asal (0). Ini berarti bahwa jika jumlah barang yang dihasilkan sebesar nol, maka penerimaan total sama dengan nol juga. Kurva penerimaan total (TR) ini dapat kita lihat pada Gambar 8.1. berbentuk garis lurus bergerak dari titik (0) dengan lereng yang positif ke arah kanan atas.

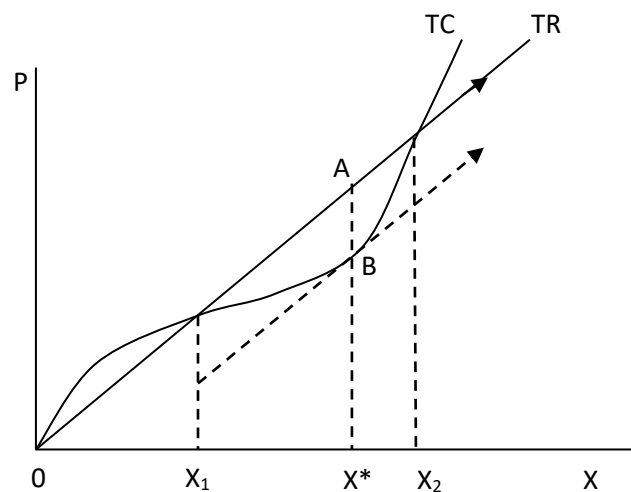
Penentuan Jumlah Produksi dan Harga

Bagaimana menentukan jumlah produksi dalam analisa kita agar bisa mendapat keuntungan yang maksimal, yaitu dengan menentukan berapa banyak jumlah barang X yang harus dihasilkan dan dijual. Gambar 8.2 kita melihat kurva penerimaan total (TR) digambarkan bersama-sama dengan kurva biaya total (TC). Dari gambar itu kita mengetahui daerah-daerah produksi mana yang dapat menghasilkan laba dan mana yang menghasilkan kerugian. Mulai

dari jumlah produksi nol (0) sampai dengan jumlah produksi setinggi X_1 , kita melihat bahwa kurva biaya produksi total (TC) berada di atas kurva penerimaan total (TR). Ini menunjukkan perusahaan akan menderita kerugian karena karena barang yang dihasilkan lebih kecil dari jumlah barang X_1 .

Bila perusahaan menghasilkan barang diantara jumlah X_1 dan X_2 , perusahaan akan mendapat keuntungan karena kurva penerimaan total (TR) berada di atas kurva biaya produksi total (TC). Dan jika biaya produksi total Lebih besar dari jumlah produksi X_2 , maka perusahaan menderita kerugian lagi karena biaya produksi lebih tinggi dari perimaan perusahaan. Hal iniditunjukkan oleh kurva TR berada di bawah kurva TC. Pada jumlah produksi X_1 dan X_2 perusahaan dikatakan dalam keadaan pulang pokok (break even point) karena pada saat itu besarnya penerimaan total (TR) perusahaan sama dengan biaya produksi total (TC).

Gambar 8.2 Laba Maksimal Perusahaan Pendekatan Penerimaan Total Dan Biaya Total



Perusahaan dianggap selalu mencari laba yang maksimum, sehingga kita harus menentukan jumlah barang X yang harus tepat diproduksi agar dapat mencapai tujuan laba perusahaan yang memaksimumkan. Dari Gambar 8.2 kita dapat melihat selisih terbesar antara penerimaan total dan biaya produksi total dicapai pada jumlah produksi X^* . Pada jumlah produksi itulah perusahaan dikatakan mencapai laba maksimum dan perusahaan dikatakan

dalam keseimbangan. Laba maksimum itu ditunjukkan oleh jarak antara titik A dan titik B dalam Gambar 8.2 yang terletak di daerah laba, yaitu di antara produksi X_1 dan X_2

PRODUKSI JANGKA PENDEK

Pada Gambar 8.2, perusahaan mendapatkan laba yang maksimal, tampak bahwa kurva TR dan kurva TC sejajar bergerak dari titik nol (O) atau mempunyai lereng yang sama. Lereng kurva TR menunjukkan perbandingan antara perubahan jumlah penerimaan total dengan perubahan jumlah barang X yang dihasilkan. Atau lereng kurva TR ini disebut penerimaan marginal (Marginal Revenue = MR). Demikian pula dapat dimengerti bahwa lereng kurva TC menunjukkan besarnya biaya marginal (Marginal Cost = MC).

Suparmoko (tahun 1990) menjelaskan bahwa keuntungan atau laba maksimal perusahaan dapat dicapai pada saat penerimaan marginal (MR) sama dengan biaya marginal (MC) atau $MR = MC$. Keadaan ini dapat kita jelaskan dengan menggunakan Gambar 8.3

Laba Murni Perusahaan

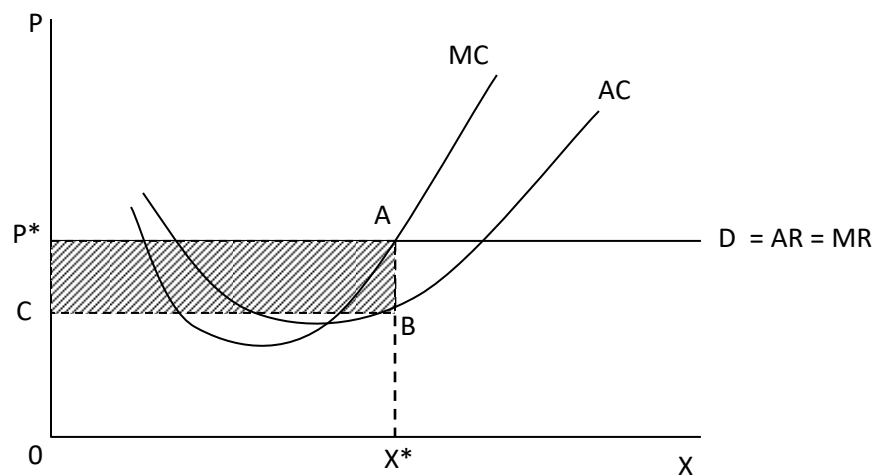
Dalam Gambar 8.3 sumbu horizontal melukiskan jumlah barang X yang dihasilkan dan sumbu vertikal menunjukkan tingkat harga, biaya produksi marginal, dan penerimaan marginal. Tampak dalam Gambar tersebut bahwa kurva permintaan yaitu kurva yang menunjukkan hubungan antara tingkat harga dan berbagai jumlah barang yang diminta (D) sama dengan kurva penerimaan rata-rata (AR) dan sama dengan kurva penerimaan marginal (MR). Hal ini dapat dimengerti dengan melihat kembali Tabel 8.1 yang menunjukkan bahwa tingkat harga, penerimaan rata-rata dan penerimaan marginal selalu sama besarnya yaitu sebesar Rp 100,-

Pada Gambar 8.3 menunjukan Kurva permintaan horizontal ini merupakan penurunan dari tabel yang menyajikan hubungan antara tingkat harga barang yang diminta, penerimaan total, penerimaan rata-rata, dan penerimaan marginal. Pada Tabel 8.1 menunjukan bahwa harga barang tetap Rp 100,- berapapun jumlah barang X yang diminta atau dijual. Dengan begitu maka jumlah penerimaan total meningkat secara linier, dan penerimaan rata-rata sama dengan penerimaan marginal dan sama dengan tingkat harga yaitu setinggi Rp 100,-

Kurva biaya rata-rata (AC) dan kurva biaya marginal (MC) masing-masing berbentuk seperti huruf U dan kurva biaya marginal memotong kurva biaya rata-rata dari bawah. Sekarang

tampak bahwa kurva-kurva itu berpotongan satu sama lain, dan akan jelas gunanya. Kita mengetahui bahwa laba maksimal dapat dicapai oleh perusahaan apabila penerimaan marginal sama dengan biaya marginal ($MR = MC$), atau kurva MR berpotongan dengan kurva MC. Tetapi harus diingat karena sebenarnya ada dua titik potong antara kurva penerimaan marginal (MR) dan kurva biaya marginal (MC) karena kurva MC berbentuk huruf U. Perpotongan antara kedua kurva itu yang dapat memberikan laba yang maksimal ialah apabila kurva MC dalam posisi menaik dengan bertambahnya produksi. Sedangkan apabila kurva MC dalam posisi menurun, maka perusahaan tidak akan mendapatkan laba maksimal, melainkan mendapatkan kerugian minimal.

Gambar 8.3. Laba Maksimal dan Laba Murni Pendekatan Penerimaan Marginal dan Biaya Marginal

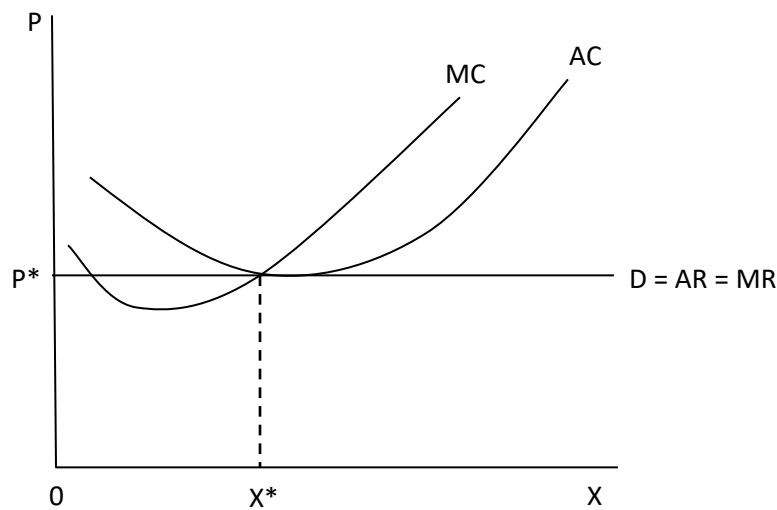


Dengan melihat perpotongan antara kedua kurva itu, kita mengetahui bahwa jumlah produksi yang memberikan laba tertinggi adalah pada produksi sebesar X^* yaitu pada saat $MR = MC$. Setelah kita mengetahui pula besarnya penerimaan total yaitu segi empat OX^*AP^* , dan besarnya biaya total ditunjukkan oleh segi empat OX^*BC . Sehingga kita mengetahui besarnya laba total perusahaan yaitu sebesar segi empat $CBAP^*$, ini merupakan hasil kali antara jumlah satuan barang yang dihasilkan OX^* dengan laba rata-rata sebesar OP^* . Laba yang diperoleh perusahaan seperti yang tampak pada Gambar 8.3 itu disebut sebagai laba murni atau laba supernormal, dimana pada saat itu penerimaan total lebih tinggi daripada biaya total, atau

kalau dinyatakan per satuan barang yang dihasilkan, laba murni itu dicapai pada saat harga barang lebih tinggi daripada biaya produksi rata-rata

Laba Normal Perusahaan

Pada bagian sebelumnya telah kita bahas mengenai bagaimana sebuah perusahaan mencapai laba murni yang maksimal. Pencapaian laba maksimal ini harus selalu didasarkan atas prinsip efisiensi dimana penerimaan marginal sama dengan biaya marginal atau $MR = MC$. Kemudian suatu keadaan lain dapat dicapai yaitu suatu keadaan di mana perusahaan tetap mendapatkan laba maksimal, tetapi laba yang diperoleh itu bukan merupakan laba murni. Keadaan ini ditemui pada saat penerimaan total sama dengan biaya total seperti yang tampak dalam Gambar 8.4. Dalam Gambar 8.4, sumbu horizontal menunjukkan jumlah barang X yang dihasilkan, dan pada sumbu vertikal ditunjukkan tingkat harga, serta biaya produksi dari barang X . Titik minimum dari



Gambar 8.4: Laba maksimal dan laba normal

kurva biaya produksi rata-rata (AC) digambarkan tepat menyinggung kurva penerimaan rata-rata atau kurva permintaan perusahaan yang ditunjukkan oleh kurva D yang berbentuk garis lurus dan horizontal. Titik minimum dari kurva biaya rata-rata AC selalu dipotong oleh kurva biaya marginal MC , sehingga pada saat itu berarti pula bahwa penerimaan marginal (MR) sama dengan biaya marginal (MC). Perusahaan menghasilkan barang X sebanyak X^* dengan tingkat

harga barang per satuan sehingga P^* dan biaya produksi rata-rata setinggi C^* . Dengan kata lain perusahaan menghadapi situasi di mana *penerimaan total sama dengan biaya total, sehingga keuntungan perusahaan sama dengan nol. Dalam kondisi seperti ini, perusahaan tidak mendapatkan laba murni, melainkan tetap mendapatkan laba yang disebut dengan laba normal.*

Mengapa disebut sebagai laba normal? Perusahaan mendapatkan laba normal karena apa yang dihitung dalam biaya produksi itu sudah termasuk semua biaya eksplisit maupun biaya implisit. Yang dimaksud dengan biaya eksplisit ialah biaya-biaya yang sungguh-sungguh dibayar oleh perusahaan sebagai misal adalah harga bahan mentah, sewa alat-alat, upah tenaga kerja dan sebagainya.

Sedangkan yang dimaksud dengan biaya implisit ialah biaya-biaya yang seharusnya diperhitungkan dan dibayar oleh perusahaan tetapi tidak dilakukan pembayarannya. Sebagai contoh biaya implisit ini ialah nilai sewa rumah sendiri yang dipakai untuk melakukan kegiatan usaha, nilai upah anggota keluarga yang tidak dibayar, ataupun sewa alat-alat lain yang tidak dilakukan pembayarannya karena milik sendiri, upah tenaga kerja sendiri sebagai manajer, dan sebagainya. Karena dalam konsep biaya produksi yang kita anut di sini, semua jenis biaya produksi baik yang eksplisit dan yang implisit sudah diperhitungkan, maka apabila penerimaan total perusahaan sama dengan biaya total perusahaan, maka perusahaan ini dapat diartikan memperoleh laba. Laba yang diperoleh ini sekedar cukup untuk mempertahankan jalannya perusahaan, tetapi tidak memungkinkan perusahaan untuk mengadakan ekspansi perusahaan. Di lain pihak kalau perusahaan mampu mendapatkan laba murni, maka perusahaan akan dapat mengadakan ekspansi atau mengadakan investasi baru untuk memperluas usahanya

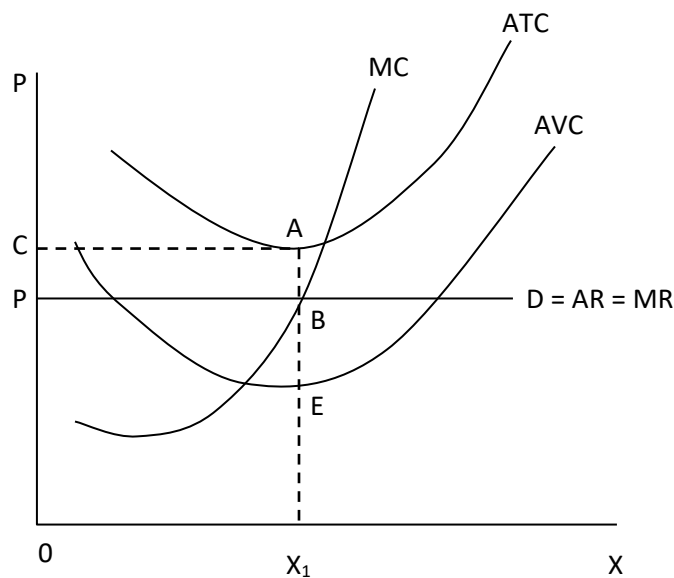
Perusahaan Mengalami Kerugian

Suatu perusahaan akan menghadapi keadaan yang cukup berat apabila harga barang berada di bawah biaya produksi rata-rata. Ini berarti bahwa penerimaan total lebih kecil dari biaya produksi total, sehingga perusahaan dikatakan menanggung kerugian. Namun apabila tingkat harga itu masih berada di atas biaya variabel rata-rata, berarti bahwa perusahaan masih mampu membayar seluruh biaya variabel (TVC) dan membayar sebagian biaya tetap (TFC).

Dalam keadaan seperti ini perusahaan harus membuat pertimbangan sedemikian rupa sehingga berani melanjutkan usahanya, karena apabila perusahaan menutup usahanya berarti perusahaan akan justru menderita rugi sebesar seluruh biaya tetapnya.

Biaya tetap itu harus dibayar oleh perusahaan walaupun perusahaan itu menutup usahanya atau tidak menghasilkan produksi sama sekali. Jadi daripada perusahaan itu rugi sebesar biaya tetap total, maka perusahaan lebih baik rugi hanya sebagian dari biaya tetapnya. Keadaan ini dapat digambarkan pada Gambar 8.5

Gambar 8.5. Perusahaan Mengalami Kerugian



Gambar 8.5 menunjukkan tingkat harga barang X setinggi P_1 yang berpotongan dengan kurva biaya marginal (MC). Perpotongan ini menentukan besarnya jumlah barang X yang dihasilkan sebanyak X_1 . Perpotongan itu terletak di antara kurva biaya total rata-rata (ATC) dan kurva biaya variabel rata-rata (AVC). Jarak antara ATC dan AVC menunjukkan besarnya biaya tetap rata-rata per satuan barang yang dihasilkan.

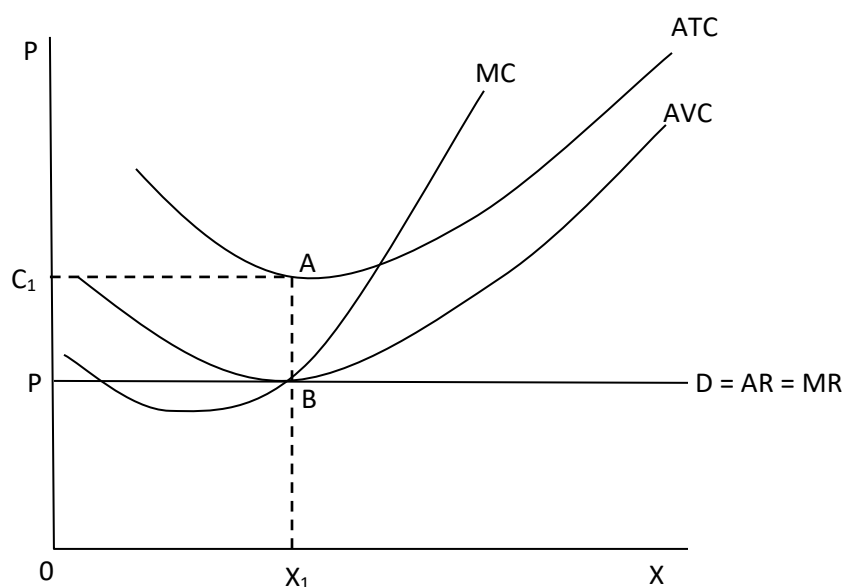
Karena itu karena tingkat harga berada di atas biaya variabel rata-rata, berarti masih ada kelebihan penerimaan untuk menutup sebagian dari biaya tetap. Jadi kalau perusahaan terus

melakukan usahanya dalam keadaan seperti itu, berarti bahwa perusahaan hanya akan menderita rugi yang lebih kecil daripada kalau perusahaan menutup usahanya sama sekali.

Perusahaan Tutup usaha (Shut-down point)

Sekarang bagaimana kalau perusahaan menghadapi harga jual yang lebih rendah lagi, yaitu harga barang tepat menyinggung titik minimum dari kurva biaya variabel rata-rata (AVC) dan pada titik minimum AVC itu pasti kurva biaya marginal (MC) memotong dari bawah di mana perusahaan menghasilkan barang sebanyak X^* . Ini berarti bahwa penerimaan perusahaan tepat sama besarnya dengan biaya variabel total perusahaan. Dengan kata lain perusahaan akan menanggung rugi sebesar biaya tetap total (TFC). Oleh karena itu tibalah saatnya bagi perusahaan untuk betul-betul melakukan pilihan, apakah menutup usahanya dengan menderita rugi sebesar biaya tetap total ataukah terus berusaha tetapi juga menderita rugi sebesar biaya tetap total ataukah terus berusaha tetapi juga menderita rugi sebesar biaya tetap total ($OX^*)(AB)$. Perusahaan biasanya akan melihat prospek usaha di masa yang akan datang. Apabila prospek usaha itu kelihatan cerah, maka sebaiknya perusahaan tidak menutup usahanya, karena perusahaan harus mempertahankan pasar yang sudah dikuasainya. Seandainya perusahaan itu tutup usaha, maka akan sulit bagi perusahaan itu apabila harus memulai usaha lagi dengan mencari pasar-pasar baru bagi barang produksinya. Tetapi kalau memang prospek usaha ini tampak suram, maka perusahaan sebaiknya tutup saja.

Gambar 8.6. Perusahaan Tutup Usaha



Gambaran dari keadaan ini dapat dilihat pada Gambar 8.6. sumbu horizontal seperti biasa menggambarkan jumlah barang X yang dihasilkan, sumbu vertikal menggambarkan tingkat harga, penerimaan, dan biaya produksi. Tampak dalam gambar tersebut tingkat harga yang ditunjukkan oleh kurva permintaan $D = AR = MR$ tepat menyinggung titik minimum kurva biaya variabel rata-rata dan pada saat itu berpotongan dengan kurva biaya marginal. Pada tingkat produksi setinggi X_1 tingkat harga P_1 berada di bawah tingkat biaya rata-rata C_1 , tetapi sama dengan tingkat biaya variabel rata-rata C_2 . Dengan demikian tampak bahwa perusahaan menderita rugi sebesar biaya tetap rata-rata untuk per satuan barang X yang dihasilkan, yaitu sebesar C_1P_1 .

PRODUKSI JANGKA PANJANG

Dalam jangka panjang kita akan melihat bahwa semua faktor produksi bersifat variabel, sehingga perusahaan dimungkinkan untuk mengembangkan produksinya pada tingkat yang lebih banyak dan lebih luas. Dalam jangka panjang perusahaan dimungkinkan masuk - keluar pasar, tergantung pada prospek laba bagi perusahaan. Adapun yang dimaksud dengan industri ialah kumpulan perusahaan, misalnya industri sepatu adalah kumpulan perusahaan sepatu, industri pakaian adalah kumpulan berbagai jenis perusahaan pakaian. *Suparmoko* menjelaskan bahwa Industri dan perusahaan dalam jangka panjang sisi penggunaan biaya, dapat dibedakan dalam tiga jenis industri, yaitu :

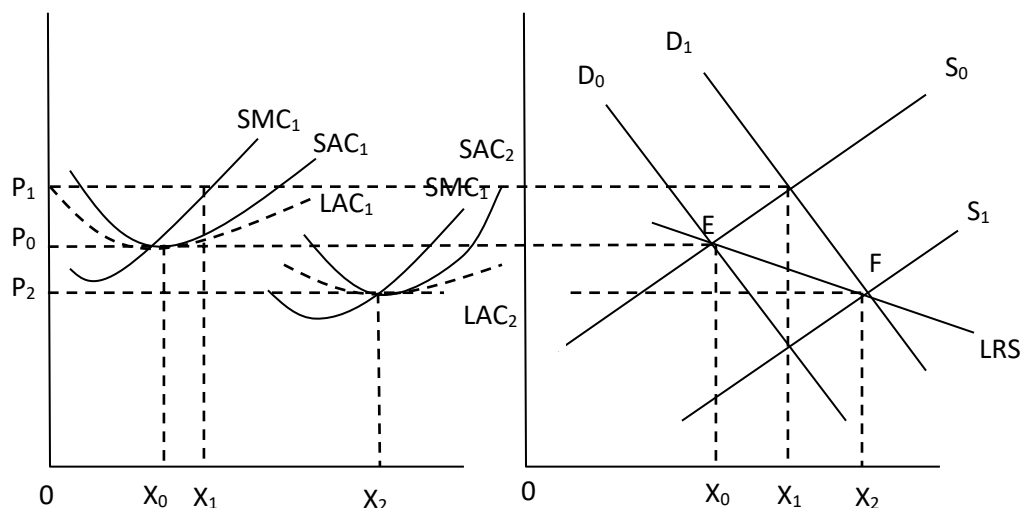
- 1. Industri dengan struktur biaya yang menurun (decreasing cost industry),**
- 2. Industri dengan struktur biaya yang konstan (constant cost industry) dan**
- 3. Industri dengan struktur biaya yang menaik (increasing cost industry)**

1. Industri dengan Biaya Menurun (Decreasing cost)

Industri dengan struktur biaya yang menurun ialah industri yang mempunyai kecenderungan memiliki biaya yang semakin rendah dengan semakin banyaknya jumlah barang yang dihasilkan. Masuknya perusahaan baru dapat mengurangi biaya yang dipikul oleh setiap perusahaan

dalam suatu industri. Masuknya perusahaan baru memungkinkan tersedianya tenaga kerja yang terlatih dalam jumlah yang lebih besar, dan hal ini akan menurunkan biaya. Masuknya perusahaan baru akan terjadi pengembangan transportasi, komunikasi dan jaringan kerja yang semakin luas dan lebih efisien. Gambar 8.7 a melukiskan keadaan perusahaan yang sudah berada dalam keseimbangan jangka panjang. Dalam keadaan ini perusahaan hanya mampu mendapatkan laba normal yang dilukiskan oleh perpotongan antara kurva biaya marginal jangka pendek dengan kurva permintaan tepat pada titik minimum dari kurva biaya total rata-rata jangka pendek, dan pada saat itu pula kurva biaya rata-rata jangka panjang berada pada titik skala produksi yang minimum.

Gambar 8.7. Biaya perusahaan Yang Menurun



Tingkat harga ditentukan oleh perpotongan antara kurva permintaan dan kurva penawaran di dalam pasar atau industri. Tingkat harga ini mau tidak mau harus dihadapi oleh perusahaan yang bekerja dalam persaingan sempurna. Kemudian kalau kita andaikan terjadi suatu perubahan tingkat pendapatan pasar D_0 bergeser ke kanan menjadi D_1 , maka ini berarti akan menaikkan harga P_1 dan ada perpotongan yang baru antara kurva permintaan D_1 dan kurva penawaran S_0 pada titik F . Tingkat harga yang baru yaitu P_1 harus dihadapi oleh perusahaan. Dengan harga barang setinggi P_1 , maka perusahaan akan menyesuaikan tingkat produksinya yaitu sampai pada jumlah produksi X_1 di mana terjadi perpotongan antara kurva

penerimaan marginal dengan kurva permintaan pada harga P_1 . Dengan harga dan jumlah produksi yang baru ini perusahaan mendapatkan laba yang maksimal dan merupakan laba murni karena biaya produksi lebih rendah daripada penerimaan biaya total perusahaan.

Dengan adanya laba murni ini, ternyata menarik bagi para wiraswasta lain untuk meningkatkan usahanya atau mulai masuk ke dalam jenis industri ini. Kemungkinan masuknya pengusaha-pengusaha baru ini sangat dimungkinkan karena memang tidak ada larangan masuk ke dalam ataupun keluar dari industri ini. Tetapi dengan masuknya para pengusaha baru ataupun pengusaha lama menaikkan produksinya, maka akan tampak ada peningkatan dalam produksi barang X di pasar atau industri barang X, yang berarti menggeser kurva penawaran S_0 menjadi S_1 . Peningkatan hasil produksi ini tampak menurunkan harga barang X. Di sisi lain dengan semakin banyaknya perusahaan yang terlibat dalam menghasilkan barang X dan masing-masing meningkatkan jumlah produksinya, maka permintaan terhadap faktor produksi yang digunakan untuk menghasilkan barang X itu meningkat dan harga faktor produksi yang digunakan untuk menghasilkan barang X itu akan menurun, sehingga akan menyebabkan biaya produksi menjadi lebih rendah dan tercermin pada pergeseran kurva biaya produksi ke bawah. Pergeseran biaya produksi ke bawah dan pergeseran kurva penawaran ke bawah akan menyebabkan tingkat harga yang ditunjukkan oleh perpotongan antara kurva permintaan dan penawaran dan bertemu dengan kurva biaya produksi yang baru di bawah tingkat harga barang X yang mula-mula. Ini berarti pula bahwa dengan meluasnya jumlah perusahaan dan meningkatnya jumlah produksi, justru akan menyebabkan biaya produksi rata-rata menjadi lebih rendah. Jenis industri yang mengalami keadaan seperti disebut dengan industri dengan biaya yang menurun (*decreasing cost industry*). Harga faktor produksi yang menjadi lebih murah dengan semakin banyaknya permintaan sebagai contoh adalah jalan raya, listrik, air minum, dan faktor produksi lain yang dapat dibeli secara besar-besaran untuk mendapatkan harga per satuan yang lebih murah.

Kemudian kalau titik-titik keseimbangan dalam industri yaitu titik perpotongan antara kurva permintaan dan kurva penawaran (titik E dan F), dihubungkan satu sama lain maka kita akan mendapatkan apa yang disebut dengan kurva penawaran jangka panjang. Tampak di sini

bahwa kurva penawaran jangka panjang untuk industri yang memiliki struktur biaya yang menurun dalam jangka panjang adalah miring dari kiri atas ke kanan bawah

Dalam Gambar 8.8 tersebut dilukiskan adanya pergeseran kurva-kurva biaya produksi ke sebelah kanan dari kurva biaya produksi sebelum terjadi perubahan permintaan dengan jumlah produksi yang lebih besar. Namun sebenarnya dapat saja kurva-kurva biaya produksi itu bergeser ke kiri dengan jumlah produksi yang lebih sedikit. Pergeseran ke sebelah kanan atau ke sebelah kiri dari letak kurva biaya semula sesungguhnya tergantung pada perbandingan antara kenaikan harga faktor produksi tetap dan faktor produksi variabel. Apabila harga faktor produksi tetap menjadi relatif lebih murah, maka dengan perubahan jumlah produksi akan relatif lebih sedikit faktor produksi yang mahal harganya dan lebih banyak faktor produksi yang murah harganya yang digunakan dalam proses produksi. Jadi apabila harga faktor produksi tetap relatif menjadi lebih murah, maka akan relatif lebih banyak faktor produksi tetap yang digunakan akan menyebabkan kurva-kurva biaya itu bergeser ke kanan

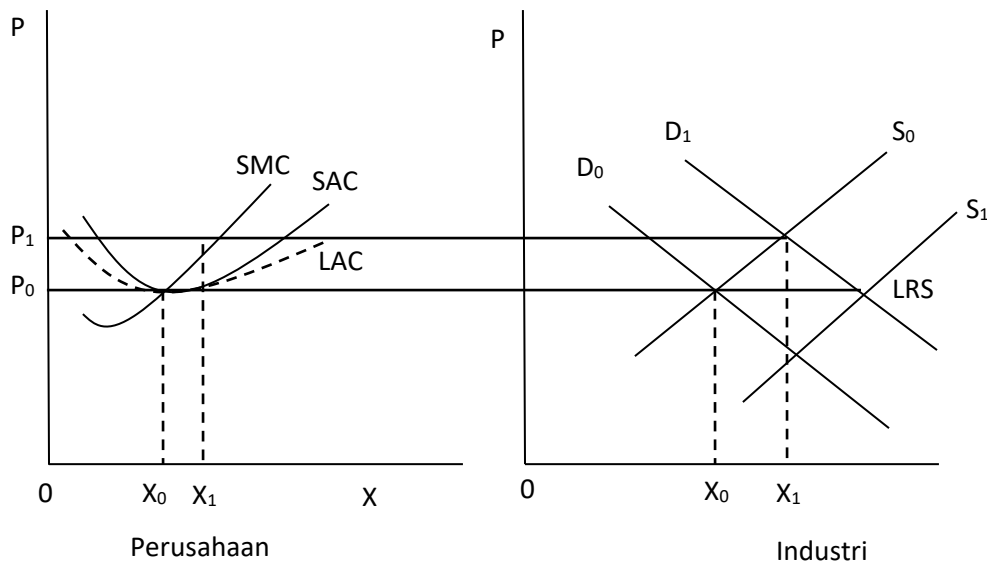
Industri dengan Biaya Konstan (Constant cost)

Industri yang mempunyai struktur biaya produksi yang konstan dalam jangka panjang walaupun terjadi perubahan produksi dan perubahan jumlah perusahaan yang ada dalam industri tersebut disebut sebagai industri dengan struktur biaya konstan. Masuknya perusahaan baru dalam industri tidak mempunyai pengaruh terhadap harga input. Keadaan ini dapat diterangkan sebagai berikut:

Mula-mula baik industri maupun perusahaan dalam keadaan keseimbangan jangka panjang, yaitu perusahaan mendapatkan laba normal dan tidak ada perusahaan yang keluar meninggalkan industri itu maupun perusahaan yang masuk ke dalam industri tersebut. Tetapi kemudian katakanlah permintaan akan barang Z yang dihasilkan oleh industri ini meningkat, maka ini berarti kurva permintaan dalam industri barang Z bergeser ke kanan; dengan penawaran barang Z yang tetap menyebabkan harga barang Z naik. Harga barang Z naik menjadi P_1 , dan tingkat harga ini juga dihadapi oleh perusahaan. Tampak dalam perusahaan bahwa kurva biaya marginal memotong kurva permintaan yang baru D_1 , sehingga keadaan ini

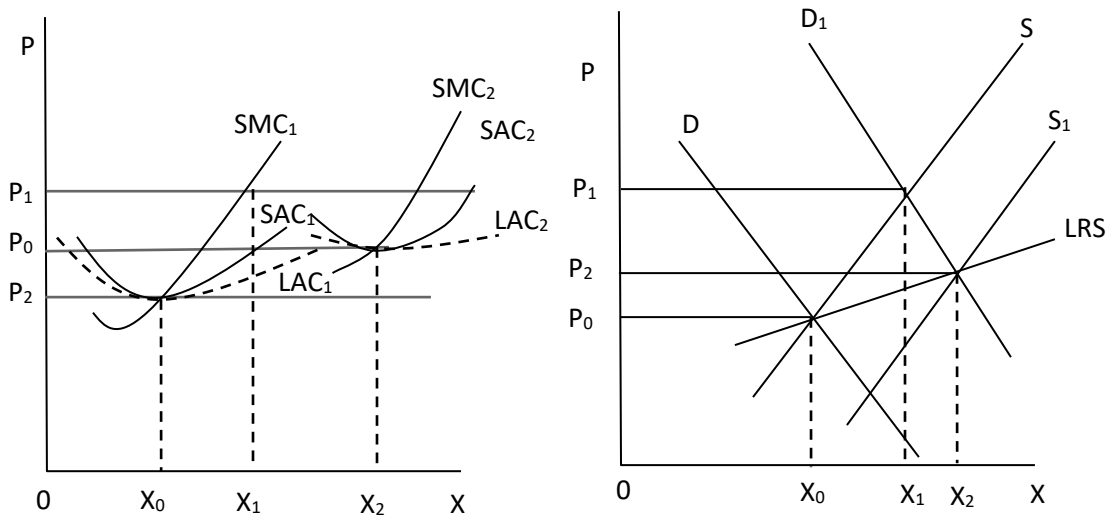
mendorong perusahaan untuk meningkatkan produksinya dan perusahaan mendapatkan laba murni (Gambar 8.8).

Ketika muncullah perusahaan baru yang memasuki industri tersebut karena dalam industri itu sedang terdapat laba murni atau laba supernormal. Masuknya perusahaan-perusahaan baru kedalam industri ini menyebabkan jumlah produksi barang Z yang dihasilkan menjadi meningkat dan pada gilirannya akan menekan tingkat harga barang Z. Keadaan ini digambarkan oleh bergesernya kurva penawaran S_0 menjadi S_1 , dengan kurva permintaan yang baru D_1 tetap tidak berubah. Tetapi dalam kasus industri ini berbeda dengan industri yang mengalami penurunan biaya produksi. Dalam industri dengan biaya yang konstan ini dengan masuknya perusahaan-perusahaan baru dan meningkatnya permintaan terhadap faktor produksi yang digunakan untuk menghasilkan barang X, ternyata tidak mempengaruhi harga faktor produksi tersebut. Oleh karena itu setelah jumlah perusahaan dalam industri meningkat dan jumlah produksi perusahaan juga meningkat, yang tampak hanya adanya penurunan harga barang Z tersebut sedemikian rupa sampai harga itu sama dengan biaya rata-rata untuk menghasilkan barang itu. Dengan kata lain perusahaan kembali mendapatkan laba normal dan industri berada dalam keseimbangan kembali pada harga P_0 lagi. Kemudian bila kita menghubungkan titik-titik keseimbangan pasar E dan F pada Gambar 8.8 itu, maka kita akan mendapatkan kurva penawaran jangka panjang. Untuk industri yang mempunyai struktur biaya produksi yang konstan dalam jangka panjang, tampak bahwa kurva penawaran jangka panjang dalam pasar barang Z itu berbentuk horizontal.

Gambar 8.8. Perusahaan Dengan Laba Murni**Industri dengan Biaya Meningkat (Increasing cost)**

Seperti halnya dengan uraian sebelumnya, kita mulai dengan keadaan industri dan perusahaan dalam keseimbangan, yaitu masing-masing perusahaan hanya mendapatkan laba normal, sedangkan dalam industri tidak terdapat perusahaan yang keluar dari ataupun yang masuk ke dalam industri. Karena sesuatu sebab misalnya karena kenaikan pendapatan masyarakat, maka terjadi peningkatan permintaan terhadap barang X yang dihasilkan oleh industri tersebut yang ditunjukkan oleh pergeseran kurva permintaan dari D_0 ke D_1 . (Gambar 6.10). Hal ini menimbulkan kenaikan harga barang dari P_0 menjadi P_1 . Dengan harga barang yang lebih tinggi, maka perusahaan berusaha untuk menambah produksinya menjadi X_1 , dan keuntungan murni dapat diperoleh oleh perusahaan yang bersangkutan.

Gambar 8.9. Perusahaan Dengan Biaya Menaik



Dengan adanya laba murni itu, maka perusahaan-perusahaan baru memasuki industri barang X tersebut, sehingga jumlah perusahaan dalam industri ini meningkat dan masing-masing menghasilkan barang X sebanyak X_1 , yang bersama-sama membentuk jumlah produksi dalam industri sebesar X_1 . Dengan permintaan yang sama dan penawaran yang meningkat yang ditunjukkan oleh pergeseran kurva penawaran dari S_0 menjadi S_1 , maka harga barang X cenderung untuk turun. Penurunan tingkat harga barang X ini akan berhadapan dengan gerakan menaik dari biaya produksi barang X sebagai akibat dari semakin banyaknya jumlah barang X yang dihasilkan dan semakin banyaknya jumlah perusahaan yang bekerja dalam industri barang X tersebut. Jadi di satu pihak harga barang produksi (X) cenderung turun dan di lain pihak biaya produksi cenderung naik, maka akan terjadilah harga keseimbangan P_2 yang terletak di atas harga barang X mula-mula (P_0) tetapi di bawah harga P_1 . industri jenis ini yaitu yang mengalami kenaikan harga dengan semakin banyaknya perusahaan yang bekerja dalam industri tersebut dan semakin banyaknya barang yang dihasilkan, disebut sebagai industri dengan biaya yang menaik (increasing cost industry). Industri ini berada dalam keseimbangan di mana perusahaan-perusahaan baru tidak akan masuk lagi ke dalam industri barang X , karena dalam keadaan ini masing-masing perusahaan hanya mendapatkan laba normal. Dengan

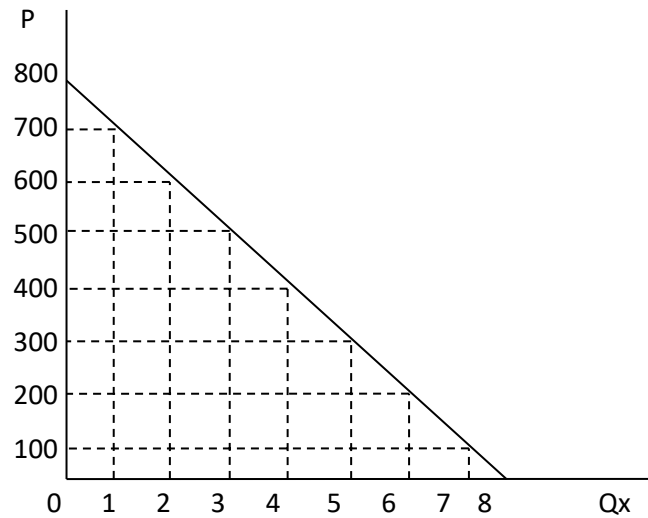
menghubungkan titik-titik keseimbangan dalam pasar atau industri barang X yaitu titik E dan titik F, maka kita dapat memperoleh kurva penawaran pasar jangka panjang. Kurva ini tampak miring dari kiri bawah ke kanan atas.

Perlu kita mengingat kembali bahwa pembicaraan kita dalam Bab ini telah mencakup penentuan tingkat produksi dan tingkat harga barang bagi perusahaan yang mencapai laba maksimal, baik itu laba murni maupun laba normal. Kondisi maksimisasi laba itu tetap berlaku walaupun perusahaan mendapatkan rugi, tetapi rugi yang minimal, yaitu pada saat biaya marginal sama dengan penerimaan marginal. Kita telah membahas pula kondisi perusahaan yang memaksimalkan laba baik dalam jangka pendek maupun dalam jangka panjang. Selanjutnya pada bab berikut akan dibicarakan penentuan harga dan jumlah produksi dalam pasar monopoli murni.

8.2. PASAR MONOPOLI

Pasar monopoli merupakan suatu keadaan pasar dimana hanya terdapat satu produsen yang menjual suatu barang. Terdapat hambatan bagi perusahaan baru untuk masuk ke dalam industri atau pasar barang tersebut. Oleh karena itu perusahaan atau produsen dalam pasar monopoli menjadi produsen tunggal dan mampu mempengaruhi harga barang yang dijualnya dengan cara mengubah-ubah jumlah barang yang dihasilkannya. Para konsumen tidak mempunyai pilihan lain jika menginginkan barang tersebut harus membelinya dari perusahaan monopoli tersebut. Karena barang yang dihasilkan oleh si monopoli tidak dapat digantikan oleh barang lain.

Bentuk kurva permintaan yang dihadapi perusahaan akan sama dengan bentuk kurva permintaan pasar atau industri. Kurva permintaan selalu turun dari kiri atas ke kanan bawah, atau dengan kata lain kurva permintaan itu mempunyai lereng yang negatif. Artinya jika produsen ingin menaikkan harga, maka ia akan menghasilkan atau menjual sedikit dan apabila ia ingin menurunkan harga ia akan menjual barang dengan jumlah yang banyak. Kurva permintaan yang dihadapi seorang monopolis ini dapat digambarkan seperti pada gambar 8.10.

Gambar 8.10. Kurve Permintaan Pada Monopli

Dalam Tabel 8.2 menunjukan hubungan antara harga dengan jumlah barang yang diminta. Harga barang X turun maka jumlah barang X yang diminta meningkat dan sebaliknya jika harga barang X naik, maka jumlah barang X yang diminta akan turun. Kalau produsen monopolis ingin menaikkan harga barang ia dapat mengurangi jumlah barang yang dihasilkan atau yang dijualnya, dan jika si monopolis ingin menurunkan harga barang ia dapat meningkatkan jumlah barang yang dihasilkannya.

Tabel 8.2. Permintaan akan barang X.

Harga Satuan X (P_x)	Jumlah Barang yang diminta (Q_x)	Penerimaan Total (Rp) $TR = P_x \cdot Q_x$	Penerimaan Marginal (Rp) $\frac{dTR}{dQ_x}$
800	0	0	-
700	1	700	700
600	2	1200	500
500	3	1500	300
400	4	1600	100
300	5	1500	-100
200	6	1200	-300
100	7	700	-500

Dalam Gambar 8.11 menunjukkan kurva permintaan yang dihadapi oleh seorang monopolis sama dengan kurva permintaan pasar yaitu mempunyai lereng yang negatif. Sebuah hipotesis jika produsen menghasilkan atau menjual barang X sebanyak 6 buah, maka harga yang terjadi akan setinggi Rp 200,- karena pembeli memang bersedia membayar dengan harga Rp 200,-. Dan jika produsen menjual barang X sebanyak 3 buah, maka harga yang terjadi akan setinggi Rp 500,-, karena konsumen bersedia membayar dengan harga tersebut. Dengan demikian dalam pasar monopoli produsen dapat mempengaruhi harga barang dengan cara mengubah-ubah jumlah barang yang dihasilkannya.

Sebab Munculnya Monopoli

Gregory Mankiw (tahun 2009) menjelaskan penyebab yang paling dasar dari munculnya monopoli adalah *hambatan untuk masuk menjadi penyebab utama*. Jika perusahaan lain dapat masuk kepasar maka bentuk monopoli tidak ada lagi. suatu monopoli terus menjadi pemain tunggal di pasarnya karena perusahaan-perusahaan lain tidak mampu masuk ke pasar itu dan bersaing dengannya. *Mankiw* (2009) bahwa hambatan untuk masuk ini timbul akibat tiga hal :

- 1). Suatu sumber daya inti hanya dimiliki oleh satu perusahaan.
- 2). Pemerintah memberikan hak eksklusif kepada satu perusahaan untuk membuat barang atau jasa tertentu.
- 3). Biaya produksi barang tersebut untuk satu produsen lebih efisien daripada untuk banyak produsen.

Monopoli Sumber Daya

Suatu perusahaan mempunyai kekuatan monopoli karena memiliki suatu sumber daya pokok yang tidak dimiliki oleh perusahaan lain. Suatu perusahaan yang memiliki sumberdaya bahan baku atau teknologi tertentu yang tidak dimiliki perusahaan lainnya, maka akan berpotensi timbulnya kekuatan monopoli. *Mankiw* memberi contoh jika sumber daya air minum di sebuah kota kecil, hanya dimiliki oleh satu perusahaan, maka harga satu galon air minum akan dipaksa untuk sama dengan biaya marginal untuk memompa satu galon air. namun jika hanya ada satu sumur di kota itu dan tidak ada kemungkinan untuk mendapatkan

air dari tempat lain, maka pemilik sumur itu memiliki hak monopoli air. Tidaklah mengherankan jika si pemonopoli memiliki kekuatan pasar yang jauh lebih besar daripada perusahaan apapun di pasar yang kompetitif. Jika barang yang dijual benar-benar merupakan kebutuhan, seperti air Gambar 8.11. Kurve Permintaan Pada Monopoli maka si monopoli dapat meminta harga yang sangat tinggi, meskipun biaya marginalnya rendah. Dalam praktiknya di Indonesia sumberdaya air merupakan suatu sumberdaya yang menguasai hajat hidup orang banyak maka pengaturan untuk distribusi air minum di atur oleh pemerintah tidak diserahkan kepada perusahaan swasta. Dengan demikian pemerintah mempunyai hak monopoli terhadap air minum.

Monopoli yang Diciptakan oleh Pemerintah

Dalam berbagai kasus, monopoli terjadi karena pemerintah telah memberikan hak eksklusif kepada seseorang atau suatu perusahaan untuk memproduksi atau menjual barang dan jasa. Seringkali monopoli terjadi sebagai hasil dari pengaruh politik yang dimiliki pemonopoli. Pemerintah bisa memberikan monopoli jika dirasakan sesuai dengan keinginan publik. Hak paten dan hak cipta adalah contoh penting mengenai bagaimana pemerintah menciptakan monopoli untuk melayani keinginan publik. Ketika sebuah perusahaan farmasi menemukan suatu obat baru, perusahaan tersebut dapat mendaftarkan hak paten atas obat itu kepada pemerintah. Jika pemerintah menganggap obat itu benar-benar baru, hak paten akan dikeluarkan sehingga perusahaan farmasi itu memiliki hak tunggal untuk membuat dan menjual obat tersebut selama 20 tahun. Begitu juga halnya dengan penulis buku yang dapat mendaftarkan hak cipta atas buku yang ditulisnya. Hak cipta adalah jaminan dari pemerintah bahwa tidak ada orang lain yang boleh mencetak dan menjual karya tersebut tanpa seizin penulisnya. Hak cipta ini membuat si penulis buku sebagai pemonopoli dalam hal penjualan bukunya.

Dampak-dampak dari hak paten dan hak cipta dapat dilihat dengan mudah. Karena aturan tersebut memberikan kekuasaan kepada suatu produsen untuk memonopoli pasar, maka harga barang yang di produksinya akan jauh lebih tinggi daripada seandainya barang tersebut di jual di pasar yang kompetitif. Namun, dengan diizinkan monopoli ini untuk menjual barangnya dengan harga yang lebih tinggi, dan mengambil lebih banyak untung, maka hal-hal yang diharapkan bisa terjadi. Perusahaan farmasi diperbolehkan untuk melakukan

monopoli atas obat-obatan yang mereka temukan agar mereka bisa terus melakukan riset yang membutuhkan dana besar. Para penulis buku diperbolehkan untuk melakukan monopoli atas buku yang mereka tulis agar hidup mereka tercukupi dan bisa terus menulis buku yang lebih baik lagi.

Karena itu maka aturan mengenai hak paten dan hak cipta memiliki sisi positif dan sisi negatif. Sisi positif dari hak paten dan hak cipta adalah adanya insentif yang lebih tinggi untuk mendorong aktivitas kreatif seseorang untuk berbuat dan berinovasi sehingga dapat menciptakan barang atau jasa yang lebih berkualitas. Sementara itu, sisi negatifnya akan muncul akibat harga yang ditentukan di pasar monopoli yang dapat merugikan konsumen.

Monopoli Alamiah

Mankiw (2009) mengemukakan suatu industri disebut **monopoli alamiah** (*natural monopoly*) jika suatu perusahaan dapat menyediakan barang atau jasa pada seluruh pasar yang membutuhkannya dengan biaya yang lebih rendah daripada dua atau tiga perusahaan sekaligus. Suatu monopoli alamiah muncul ketika terdapat skala ekonomi (*economies of scale*) disuatu daerah output tertentu yang relevan. Suatu perusahaan tunggal dapat menghasilkan barang sejumlah berapapun dengan biaya minimal. Artinya, untuk jumlah output berapa pun, sejumlah perusahaan akan menghasilkan jumlah output-per-perusahaan yang lebih sedikit, sementara biaya total rata-ratanya lebih tinggi.

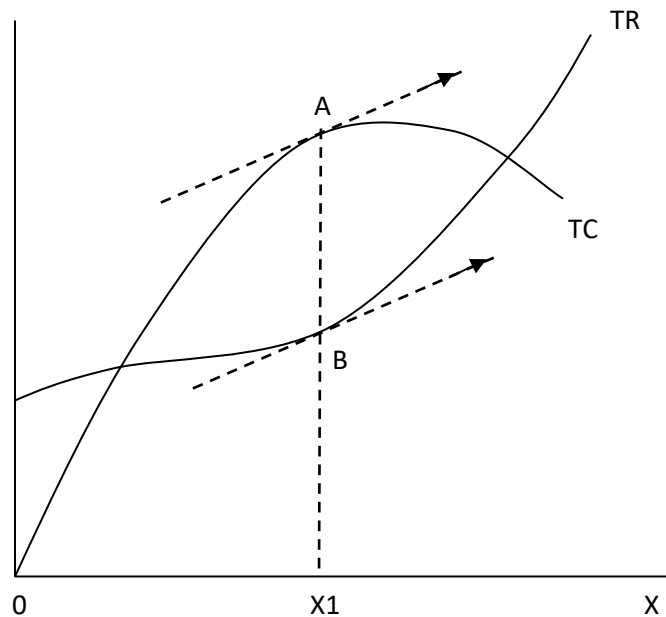
Suatu contoh monopoli alamiah distribusi air. Untuk memberikan air kepada penduduk suatu kota, sebuah perusahaan harus membangun jaringan pipa di seluruh kota. Jika terdapat dua perusahaan atau lebih sekaligus yang berkompetisi dalam penyediaan jasa ini, masing-masing perusahaan harus membayar biaya tetap berupa pembangunan jaringan. karena itu, biaya total rata-rata dari penyediaan air ini akan minimal jika hanya ada satu perusahaan yang melayani seluruh pasar air.

Ketika suatu perusahaan merupakan monopoli alamiah, perusahaan tersebut tidak akan terlau peduli dengan perusahaan-perusahaan baru yang masuk ke pasar itu dan mengurangi kemampuan monopolinya. Umumnya suatu perusahaan menemui kesulitan dalam menjaga posisi monopolinya jika perusahaan tersebut tidak memiliki suatu sumber daya inti atau tidak mendapat perlindungan dari pemerintah.

Produksi, Harga dan Penjualan

Seorang produsen monopolis harus menentukan jumlah barang yang dihasilkannya dan kemudian menjualnya sehingga dengan pendekatan Penerimaan Total dan Biaya Total adalah selisih yang merupakan keuntungan si monopoli jika penerimaan total lebih besar dari biaya total. Dan sebaliknya jika penerimaan total lebih kecil dari biaya total maka perusahaan monopolis mengalami kerugian. Gambar 8.11 yaitu produsen menghasilkan jumlah produksi setinggi X_1 , dengan jumlah Penerimaan Total setinggi X_1A dan Biaya Total setinggi X_1B . Jadi AB adalah besarnya keuntungan total yang diterima perusahaan monopolis. Pada tingkat laba maksimal itu dicapai, dimana lereng kurva penerimaan total sama besarnya dengan lereng kurva biaya total. Ini berarti bahwa penerimaan marginal (MR) sama dengan biaya marginal (MC).

Gambar 8.11. Laba maksimal seorang monopolis: Pendekatan TR-TC



Tabel 8.3. Produksi, Harga, Penerimaan, Biaya dan Keuntungan

Produksi (Q=Unit) (1)	Harga (P=Rp) (2)	Total Revenue (TR= PxQ) (3)	Total Cost (TC=RP) (4)	Keuntungan (π = TR – TC) (5)
0	2000	0	400	-
1	1800	1800	1600	200
2	1600	3200	2600	800
3	1400	4200	3400	800
4	1200	4800	4000	800
5	1000	5000	4600	400
6	800	4800	5400	-600
7	600	4200	6400	-2200
8	400	3200	7600	-4400
9	200	1800	9000	-7200
10	0	0	10600	-10600

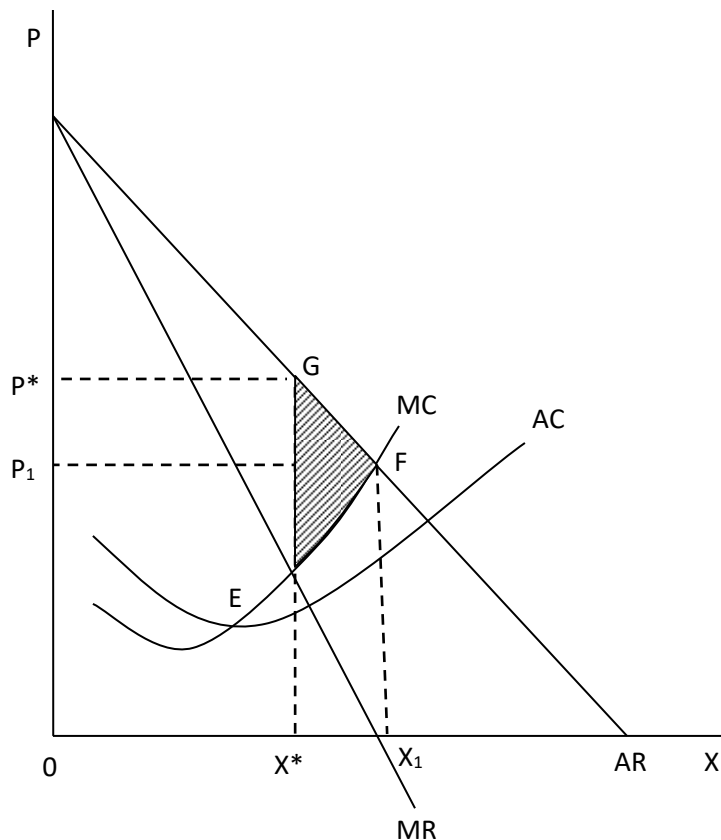
Biaya tetap sebelum perusahaan berproduksi adalah sebesar Rp. 400, walaupun si monopoli telah menetapkan harga sebesar Rp 2000,- tetapi konsumen belum ada yang bersedia membeli karena ketidak mampuan konsumen dengan harga tersebut. Ketika harga diturunkan menjadi Rp 1800, maka konsumen bersedia membeli dengan harga tersebut. Dan perusahaan mendapat keuntungan sebesar Rp 200,- karena biaya sebesar Rp 1600,- demikian seterusnya pada tingkat produksi berikutnya..

Pada tingkat produksi sebesar 4 unit dan harga diturunkan oleh si monopoli menjadi Rp 1200,- maka penerimaan sebesar Rp 4800, dan biaya Rp 4000,- sehingga keuntungan adalah sebesar Rp 800,- dan pada tingkat produksi 4 unit perusahaan berada pada keuntungan yang maksimum, dan pada tingkat produksi sebesar 4 unit dengan harga Rp 1200,- adalah lebih murah bagi konsumen jika dibandingkan dengan harga pada produksi sebesar 3 unit. Pada tingkat produksi diatas 4 unit maka akan berlaku hukum hasil yang semakin berkurang, karena biaya marginalnya meningkat. Karena ada tambahan satu unit produksi.

Kerugian Masyarakat karena Monopoli

Suparmoko (tahun 1990) Menjelaskan bahwa produsen monopolis menghasilkan barang dengan tujuan untuk memaksimalkan laba dengan cara menyamakan antara penerimaan marginal dan biaya marginal. Tetapi karena dalam pasar monopoli harga tidak sama dengan biaya marginal, maka akan terciptalah laba monopolis yang berupa perbedaan

antara tingkat harga dan biaya rata-rata. Sekarang kita perhatikan Gambar 8.12 yang menunjukkan seorang produsen monopolis sedang mendapatkan laba murni dengan menghasilkan barang X sebanyak X^* dengan tingkat harga setinggi P^* . keadaan ini berbeda bila dibandingkan dengan keadaan seorang pesaing sempurna yang bekerja untuk memaksimumkan laba. Dalam pasar persaingan sempurna seorang pengusaha atau produsen akan menghasilkan barang dengan berpedoman pada kesamaan antara biaya marginal (MC) dan penerimaan marginal (MR) yang kebetulan juga sama dengan penerimaan rata-rata (AR) atau sama dengan tingkat harga, yang mana dapat ditunjukkan pada perpotongan antara kurva biaya marginal (MC) dan kurva penerimaan rata-rata (AR) pada titik F. Pada titik keseimbangan F itu berarti produsen akan menghasilkan barang sebanyak X_1 dengan tingkat harga barang setinggi P_1 . Ini berarti bahwa dengan adanya produsen monopolis jumlah barang yang dihasilkan bagi masyarakat lebih sedikit yaitu setinggi X^* dibanding dengan apabila produsen bekerja dalam pasar persaingan sempurna (X_1), dan pula harga barang dalam pasar monopoli lebih tinggi (P^*) dibanding dengan harga pada pasar persaingan sempurna (P_1). Dengan demikian dapat dikatakan pula bahwa masyarakat mendapatkan kerugian (social loss) karena adanya pasar monopoli. Kerugian masyarakat itu ditunjukkan oleh segitiga EFG, yaitu perbedaan antara berkurangnya penerimaan total dan berkurangnya biaya total apabila kita mengurangi produksi dari X_1 menjadi X^* .

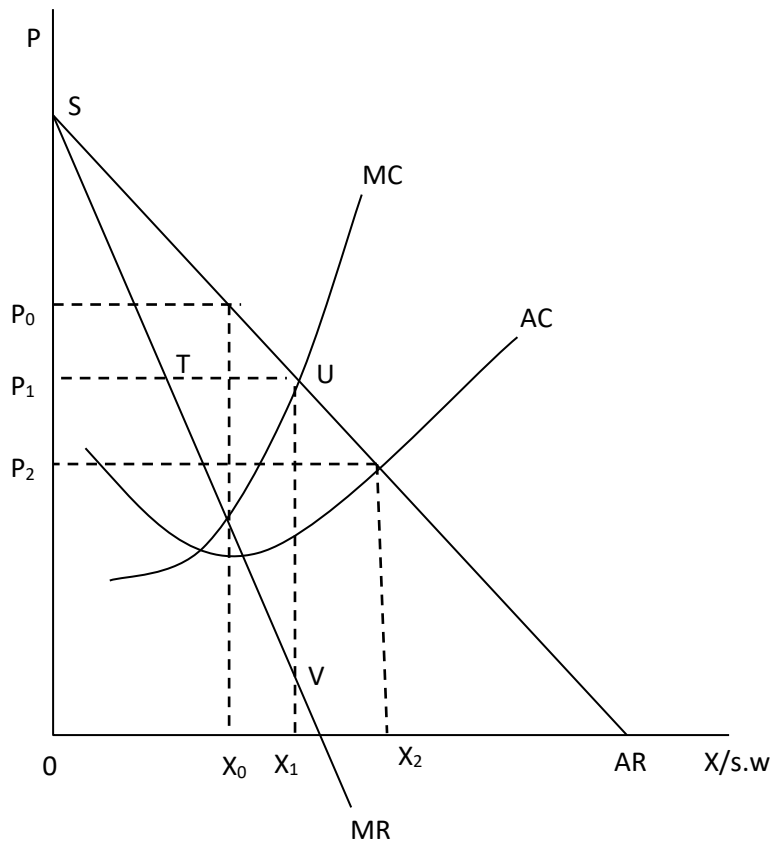


Gambar 8.12 Kerugian masyarakat karena monopoli

karena itu sering kali pemerintah merasa tidak senang apabila terjadi monopoli dalam produksi sesuatu jenis barang, karena monopoli akan merugikan masyarakat, di samping jumlah barang yang tersedia dalam masyarakat menjadi lebih sedikit, tingkat harga barang juga menjadi lebih tinggi. Memang ada pengecualian bahwa suatu jenis barang tertentu harus dihasilkan secara monopoli karena adanya struktur biaya yang bersifat menurun terus dengan semakin banyaknya barang yang dihasilkan.

Perusahaan seperti yang disebut terakhir ini cenderung tidak mudah mendapatkan laba, oleh karena harus diusahakan oleh produsen tunggal. Contohnya ialah perusahaan air minum, dan karena air minum adalah untuk kepentingan orang banyak, maka perusahaan ini seringkali dimonopoli oleh pemerintah sendiri untuk melindungi konsumen. Untuk menanggulangi hal-hal yang tidak menyenangkan tadi, maka pemerintah seringkali campur tangan terhadap kegiatan produsen monopolis, yaitu pemerintah dapat mengenakan pajak dan dapat pula menentukan tingkat harga maksimum untuk barang yang bersangkutan.

Penentuan Harga Maksimal oleh Pemerintah



Gambar 8.13 Penentuan harga maksimal terhadap barang yang dihasilkan seorang monopolis

Dalam mengatur perekonomian, pemerintah dapat menggunakan wewenangnya untuk menentukan harga maksimum dari barang yang dihasilkan oleh seorang monopolis. Pemerintah selalu beritikad baik yaitu ingin melindungi masyarakat dari harga yang terlalu tinggi dan jumlah barang yang terlalu sedikit dihasilkan dalam masyarakat, tetapi juga jangan sampai terlalu merugikan produsen monopolis tersebut.

Oleh karena itu pedoman yang diambil pemerintah dalam menentukan harga maksimum ialah pada saat biaya marginal sama dengan penerimaan marginal yaitu sejumlah produksi X_2 pada Gambar 8.13. Dalam keadaan seperti ini produsen monopolis masih mendapatkan laba murni. Perlu diperhatikan bahwa dengan penentuan harga maksimal oleh pemerintah itu kurva permintaan atau kurva penerimaan rata-rata berubah menjadi STUAR dan kurva penerimaan marginal (MR) berubah bentuk menjadi garis STUV. Ini berarti produsen

dapat menghasilkan barang sejumlah X_2 dengan harga barang setinggi P_m . Kalau produsen menghasilkan barang lebih banyak dibanding dengan jumlah X_2 itu, maka kurva permintaan yang dihadapi produsen monopoli kembali seperti kurva permintaan semula yaitu TAR, dan kurva penerimaan marginalnya adalah VMR.

Bagi perusahaan yang bersifat “public utilities” yang seringkali merupakan Badan Usaha Milik Negara, pemerintah menentukan harga dengan berpedoman pada perpotongan antara kurva biaya rata-rata dan kurva penerimaan rata-rata. Ini berarti bahwa perusahaan tersebut tidak diharapkan untuk mendapatkan laba di atas laba normal, karena perusahaan tersebut harus bekerja untuk kepentingan orang banyak. Perusahaan akan menghasilkan barang dengan jumlah yang lebih besar lagi (X_3) dan dengan harga yang lebih rendah lagi (P_3) dibanding dengan apabila harga maksimal ditentukan atas dasar perpotongan antara biaya marginal (MC) dan kurva penerimaan rata-rata (AR)

Jadi uraian di atas dapat dipahami bahwa pengenaan pajak biasanya diberlakukan bagi produsen atau perusahaan yang hasil produksinya kurang dikehendaki pemerintah demi kesejahteraan masyarakat; misalnya minuman keras, tembakau dan sebagainya. Sedangkan penentuan harga maksimum lebih banyak dikenakan pada barang-barang yang merupakan kebutuhan orang banyak dan harus disediakan dalam masyarakat dengan harga yang murah, sebagai misal adalah air minum, listrik, angkutan kereta api dan sebagainya.

Diskriminasi Harga

Gregory Mankiw (tahun 2009) menjelaskan bahwa Untuk mencapai keuntungan si monopoli maka si monopoli melakukan perluasan pasar. Untuk memperluas pasar selain dengan kegiatan promosi maka si monopoli dapat melakukan diskriminasi harga. Diskriminasi harga adalah suatu kebijakan perusahaan yang menjual output yang sama dengan harga yang berbeda pada pembeli yang berbeda-beda. Dan biaya produksi untuk menghasilkan output tersebut adalah sama. Barang yang dijual oleh perusahaan adalah sama, dan mungkin penampilan atau juga kemasan yang berbeda terhadap konsumen yang berbeda.

Tujuan diskriminasi harga oleh produsen monopoli adalah untuk memperluas pasar dengan cara menjual barang yang dihasilkannya dipasar yang berbeda. Yang dimaksud dengan

dua pasar yang berbeda ialah bahwa dua pasar itu memiliki elastisitas permintaan yang berlainan, dan tidak ada kemungkinan bahwa barang yang sudah dijual dipasar yang satu dijual kembali di pasar yang lain oleh pembeli di salah satu pasar tersebut.

Perusahaan-perusahaan dalam perekonomian menggunakan beragam strategi bisnis yang ditunjukkan untuk mengenakan harga yang berbeda kepada konsumen yang berbeda. Sekarang, setelah memahami aspek ekonomi dari diskriminasi harga, marilah kita lihat beberapa contohnya (*Mankiw, 2009*) ;

Tiket Bioskop

Kebanyakan bioskop menjual tiket dengan harga yang lebih murah untuk anak-anak dan untuk warga negara yang dewasa dibanding yang dijual kepada yang bukan warga negara. Fakta ini sulit dijelaskan dalam pasar kompetitif. Dalam suatu pasar kompetitif, harga sama dengan biaya marginal, dan biaya marginal dari menyediakan satu kursi dengan biaya marginal, dan biaya marginal dari menyediakan satu kursi untuk anak-anak atau orang dewasa yang warga negara adalah sama dengan biaya marginal untuk menyediakan satu kursi untuk siapa saja. Tapi, fakta ini dengan mudah dijelaskan jika bioskop-bioskop memiliki kekuatan monopoli lokal dan jika anak-anak dan orang dewasa yang warga negara memiliki hanya kerelaan membayar tiket bioskop dengan harga yang lebih rendah. Pada kasus ini, bioskop-bioskop meningkatkan keuntungan mereka dengan melakukan diskriminasi harga.

Tiket Pesawat

Kursi-kursi pesawat dijual pada harga-harga yang berlainan. Kebanyakan perusahaan penerbangan menjual harga tiket pulang-pergi antara dua kota dengan lebih murah jika pembelinya akan menginap di kota tujuan pada malam minggu. Awalnya, hal ini terlihat aneh. Apa gunanya perusahaan penerbangan memperdulikan apakah penumpangnya menginap di kota yang dituju pada malam minggu? Alasannya adalah bahwa melalui cara ini perusahaan penerbangan dapat membedakan penumpangnya yang melakukan perjalanan bisnis dan yang melakukan perjalanan pribadi. Penumpang yang melakukan perjalanan bisnis mempunyai kerelaan untuk membayar dengan harga tinggi, dan, hampir pasti tidak akan mau menginap di kota tujuan saat malam minggu. Sebaliknya, seseorang yang melakukan perjalanan pribadi memiliki kerelaan untuk membayar dengan harga lebih rendah daripada, dan, hampir pasti,

mau menginap di kota tujuan saat malam minggu. Maka, perusahaan penerbangan dapat melakukan diskriminasi harga dengan sukses melalui cara penjualan tiket dengan harga yang lebih rendah untuk mereka yang menginap di kota tujuan saat malam Minggu.

Kupon Diskon

Sebagian besar perusahaan menawarkan kupon diskon kepada masyarakat di majalah dan surat kabar. Seorang pembeli hanya perlu menggunting kupon diskon tersebut untuk mendapatkan diskon sebesar, katakanlah, \$0,50 untuk pembelian barang berikutnya di toko yang menawarkan kupon diskon tersebut. Mengapa perusahaan menawarkan kupon kupon diskon? Mengapa mereka tidak memotong harganya sebesar \$0,50 saja?

Alasannya adalah bahwa kupon diskon membuat perusahaan-perusahaan mampu melakukan diskriminasi harga. Perusahaan tahu bahwa tidak semua konsumennya rela membuang-buang waktu untuk menggunting kupon diskon. Terlebih lagi, kerelaan untuk membuang waktu menggunting kupon berkaitan dengan kerelaan konsumen untuk melakukan pembayaran. Seorang eksekutif yang kaya dan sibuk tidak akan mau menghabiskan waktunya menggunting kupon-kupon diskon dari surat kabar, dan kemungkinan besar ia rela membayar lebih tinggi untuk macam-macam barang. Seseorang yang tidak memiliki pekerjaan lebih mungkin menggunting kupon-kupon diskon dan memiliki kerelaan untuk membayar pada harga yang lebih rendah. Maka, dengan menjual barang pada harga yang lebih rendah kepada mereka yang membawa kupon diskon, perusahaan-perusahaan dapat melakukan diskriminasi harga dengan baik.

Bantuan Keuangan

banyak universitas dan perguruan tinggi yang memberikan bantuan keuangan kepada mahasiswa-mahasiswanya yang membutuhkan. Kita dapat melihat kebijakan ini sebagai bentuk diskriminasi harga. Mahasiswa yang kaya memiliki sumber daya keuangan yang lebih besar, dan juga kerelaan untuk membayar yang lebih tinggi daripada mereka yang miskin. Dengan memberlakukan uang kuliah yang mahal dan secara selektif menawarkan bantuan keuangan, banyak perguruan tinggi menjual jasanya kepada konsumen berdasarkan nilai pendidikan. Perilaku ini sama dengan perilaku seorang pemonopoli yang melakukan diskriminasi harga.

Diskon Jumlah

Sejauh ini dalam contoh-contoh diskriminasi harga kita, si pemonopoli mengenakan harga yang berbeda-beda kepada konsumen yang berbeda. Walaupun begitu, kadang-kadang si pemonopoli melakukan diskriminasi dengan cara membedakan harga bagi konsumen yang sama untuk jumlah pembelian yang berbeda. Sebagai contoh, banyak perusahaan yang menawarkan harga yang lebih murah kepada konsumen yang membeli dalam jumlah besar. Suatu toko kue akan menjual donat seharga \$0,50 per buahnya, tapi \$5 saja untuk satu lusin donat. Ini adalah bentuk dari diskriminasi harga karena konsumen membayar harga yang lebih tinggi untuk barang yang pertama daripada barang yang kedua belas. Diskon jumlah ini ternyata berhasil dalam praktik diskriminasi harga karena kerelaan untuk membayar seorang konsumen untuk satu unit tambahan barang yang sama akan berkurang seiring semakin banyak unit yang dibelinya.

Kebijakan Anti Monopoli

Monopoli gagal mengalokasikan sumber daya secara efisien. Monopoli memproduksi jumlah barang yang lebih sedikit daripada yang diinginkan oleh masyarakat, dan harganya menjadi lebih tinggi. *Mankiw* mengemukakan bahwa para pembuat kebijakan dipemerintahan dapat membuat kebijakan untuk mengatasi masalah monopoli ini dengan beberapa cara sebagai berikut:

1. **Membuat industri-industri lebih kompetitif**
2. **Mengatur perilaku monopoli-monopoli**
3. **Mengubah beberapa monopoli swasta menjadi perusahaan publik**

Meningkatkan Kompetisi dengan Undang-Undang Antitrust

Jika Coca-cola dan PepsiCo ingin melakukan merger alias penggabungan perusahaan, tindakan ini akan sangat diperhatikan dan diperiksa dengan teliti oleh pemerintah federal sebelum benar-benar efektif. Para pengacara dan kaum ekonom didepartemen kehakiman akan mungkin saja memutuskan bahwa merger antara kedua perusahaan minuman yang besar ini akan membuat pasar minuman di AS menjadi tidak kompetitif, dan hasilnya, mengurangi kesejahteraan negara itu secara keseluruhan. Jika demikian, maka departemen kehakiman akan membawa kasus merger ini ke pengadilan, dan jika hakimnya setuju, maka kedua perusahaan ini akan dilarang menggabungkan diri. hal demikianlah yang persisnya menghalangi raksasa peranti lunak microsoft membeli intuit pada tahun 1994.

Pemerintah memperoleh kekuasaan atas industri swasta dari undang-undang *antitrust*, kumpulan peraturan yang ditujukan untuk mengekang kekuasaan monopoli. Undang-undang yang paling pertama dan paling penting adalah Sherman Antitrust Act, yang dikeluarkan oleh kongres pada tahun 1890 untuk mengurangi kekuasaan pasar dari berbagai “*trust*” (konglomerasi) yang besar dan kuat, yang dimasa itu dipandang sangat dominan dalam perekonomian. Clayton Act, yang dikeluarkan pada tahun 1914, memperkuat kekuasaan pemerintah dan mengizinkan adanya tuntutan swasta. Sebagaimana didefinisikan oleh Mahkamah Agung AS, undang-undang antitrust adalah “suatu perjanjian komprehensif mengenai kebebasan perekonomian yang ditujukan untuk memelihara kompetisi yang bebas dan tidak terganggu sebagai prinsip utama perdagangan”.

Undang-undang *antitrust* memberikan pemerintah berbagai cara untuk mendukung kompetisi. Undang-undang ini mengizinkan pemerintah untuk melarang diadakannya merger, seperti yang dicontohkan antara Coca-cola dengan PepsiCo. Undang-undang ini juga mengizinkan pemerintah untuk memecah perusahaan-perusahaan. Sebagai contoh, pada tahun 1984 pemerintah memecah AT & T, perusahaan telekomunikasi besar, menjadi delapan perusahaan yang lebih kecil. Akhirnya, undang-undang *antitrust* juga mencegah perusahaan-perusahaan untuk mengkoordinasikan kegiatan-kegiatan mereka dalam cara-cara yang menjadikan pasar kurang kompetitif.

Undang-undang *antitrust* mempunyai manfaat dan kelebihan dan juga kekurangan. Terkadang, perusahaan-perusahaan melakukan merger bukan untuk mengurangi kompetisi, tetapi untuk mengurangi biaya-biaya dengan cara membuat produksinya lebih efisien, yaitu dengan bersatu. Manfaat dari merger kadang-kadang disebut *sinergi*. Contohnya, banyak bank di AS telah melakukan merger beberapa tahun belakangan ini, dan dengan menggabungkan operasi mereka, banyak yang mampu mengurangi staf administrasinya. Jika undang-undang *antitrust* dimaksudkan untuk meningkatkan kesejahteraan sosial, pemerintah harus mampu menentukan merger mana yang baik dan diinginkan, dan merger mana yang tidak. Artinya, pemerintah harus mampu mengukur dan membandingkan manfaat sosial dari sinergi dengan beban sosial dari kurangnya kompetisi. Para kritikus dari undang-undang *antitrust* sangatlah skeptik atas pandangan bahwa pemerintah dapat melakukan analisis biaya manfaat yang diperlukan ini dengan akurasi yang cukup baik.

Regulasi

Cara lain yang dapat dilakukan pemerintah untuk menghadapi masalah akibat monopoli adalah mengatur perilaku pemonopoli. Solusi ini umum dalam menangani monopoli-monopoli alamiah, seperti perusahaan air dan listrik. Perusahaan-perusahaan ini tidakizinkan untuk mengenakan harga semau mereka. Alih-alih demikian, pemerintahlah yang mengatur harga barang yang mereka jual.

Bagaimanakah seharusnya harga yang diatur pemerintah untuk monopoli alamiah? Pertanyaan ini tidaklah semudah kelihatannya. Dengan mudah, kita mungkin menyimpulkan bahwa harga haruslah sama dengan biaya marginal si pemonopoli. Jika harga sama dengan biaya marginal, konsumen akan membeli jumlah produksi si pemonopoli yang memaksimalkan surplus total, dan alokasi sumber-sumber daya akan menjadi efisien.

Bagaimana pun, terdapat dua masalah dengan sistem regulasi harga berdasarkan biaya marginal. Yang pertama digambarkan melalui Monopoli alamiah, berdasarkan definisi, memiliki biaya total rata-rata yang menurun. Ketika biaya total rata-rata menurun, biaya marginal selalu lebih kecil daripada biaya total rata-rata. Jika para regulator ingin membuat harga sama dengan biaya marginal, maka harga akan lebih kecil daripada biaya total rata-rata, dan perusahaan ini akan memilih untuk keluar dari industri.

Para regulator dapat menanggapi masalah ini dengan berbagai cara, namun tidak ada satupun yang sempurna. Salah satunya adalah menyubsidi si pemonopoli pada intinya, pemerintah menutupi kerugian-kerugian yang inheren dalam penentuan harga berdasarkan biaya marginal. Tetapi, untuk membayar subsidi, pemerintah perlu mendapatkan dananya dari pajak, yang melibatkan kerugian beban baku tersendiri. Alternatifnya, para regulator ini dapat memberikan wewenang kepada si pemonopoli untuk mengenakan harga yang lebih tinggi daripada biaya marginal. Jika harga teregulasi ini sama dengan biaya total rata-rata, si pemonopoli mendapatkan bahwa keuntungan ekonomi nol. Namun, penentuan harga berdasarkan biaya rata-rata akan membawa kerugian beban baku karena harga si pemonopoli tidak lagi mencerminkan biaya marginal produksi barang itu. Intinya, penentuan harga berdasarkan biaya rata-rata adalah layaknya pajak pada barang yang dijual si pemonopoli itu.

Masalah kedua dengan sistem regulasi harga berdasarkan biaya marginal (dan juga berdasarkan biaya total rata-rata) adalah bahwa hal ini tidak memberikan insentif kepada si pemonopoli untuk menekan biaya-biaya. Masing-masing perusahaan dalam pasar kompetitif mencoba menekan biaya-biaya mereka karena biaya yang lebih rendah berarti keuntungan yang lebih tinggi. Namun, jika suatu monopoli teregulasi mengetahui bahwa para regulator akan mengurangi harga jika biaya-biaya turun, maka si pemonopoli tidak akan mendapatkan keuntungan dari tekannya biaya-biaya. Pada praktiknya, para regulator mengatasi masalah ini dengan memberikan wewenang kepada pemonopoli untuk mengambil sebagian manfaat dari biaya yang lebih rendah dalam bentuk keuntungan yang lebih tinggi, suatu praktik yang sudah bukan merupakan regulasi harga berdasarkan biaya marginal.

Kepemilikan Publik

Kebijakan ketiga yang digunakan pemerintah untuk mengatasi monopoli adalah kepemilikan publik. Artinya, alih-alih mengatur monopoli alamiah yang dijalankan oleh

perusahaan swasta, pemerintah dapat menjalankan monopoli itu sendiri. Solusi ini umum digunakan di banyak negara Eropa, dimana pemerintahannya memiliki dan mengoperasikan utilitas-utilitas umum seperti perusahaan telepon, air, dan listrik. Di AS, pemerintahan menjalankan jasa pos. Pengiriman surat First Class terkadang dikatakan sebagai monopoli alamiah.

8.3. PASAR OLIGOPOLI

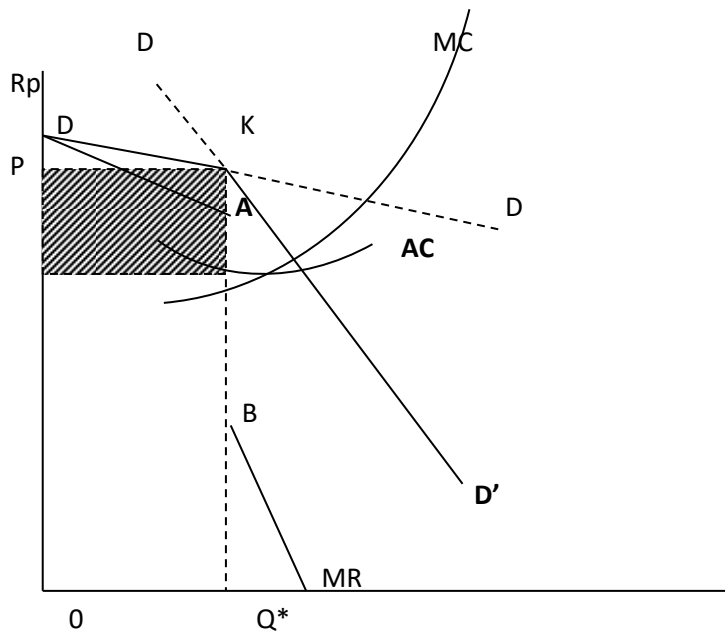
Pasar Oligopoli adalah suatu keadaan pasar dimana terdapat beberapa perusahaan yang menguasai pasar baik secara *independen* (sendiri-sendiri) maupun *bekerja sama walaupun dilakukannya secara diam-diam*. Oligopoli bisa dibedakan antara *oligopoli dengan diferensiasi produk* (setiap perusahaan dengan merek-merek khusus tersendiri, misalnya industri kosmetik, industri mobil di Indonesia) dan *oligopoli tanpa diferensiasi produk* (misalnya: industri seng, industri pipa besi dan sebagainya).

Boediono (tahun 1984) menjelaskan bahwa Perusahaan dalam pasar oligopoli cenderung melakukan diferensiasi produksinya untuk mempengaruhi permintaan konsumen. Semakin besar tingkat diferensiasi produk yang ada, semakin *tidak tergantung* permintaan suatu perusahaan pada perilaku perusahaan lain. Tingkat ketergantungan (interdependensi) antara perusahaan satu dengan yang lain ini mempunyai implikasi terhadap kurva permintaan seorang oligopolist. Semakin kecil ketergantungan perusahaan terhadap perusahaan lain, maka semakin lebih pasti permintaan terhadap perusahaan tersebut. Sehingga kemiringan kurve permintaannya akan lebih jelas. Sebaliknya jika perusahaan mempunyai ketergantungan yang besar, maka akan kita bisa menggambarkan suatu kurva untuk seorang produsen oligopoli. Kecuali, kalau kita tahu perilaku atau reaksi apa yang akan dilakukan produsen-produsen lain bila produsen kita mengubah harga jualnya atau tingkat outputnya.

Diperkirakan reaksi produsen-produsen lain begitu luasnya, sehingga analisa mengenai perilaku seorang produsen dalam industri pada pasar oligopoli tanpa ada diferensiasi produk harus mengambil asumsi-asumsi yang menyederhanakan mengenai reaksi perusahaan-perusahaan lain. Tanpa asumsi mengenai macam reaksi produsen-produsen lain, agak susah diadakan analisa. Bagi oligopoli dengan diferensiasi produk yang kuat kita bisa dengan lebih mudah menggambarkan kurva permintaan bagi seorang produsen. Walaupun demikian perusahaan harus tetap berhati-hati menghadapi perusahaan lain. Jadi pernyataan diatas jika kita lebih mempertajam perbedaan perusahaan yang melakukan diferensiasi produk dengan tidak melakukan diferensiasi produk maka Oligopoli dengan tanpa diferensiasi produk dimana permintaan seorang produsen tidak bisa ditentukan. Tidak bisa dianalisa. Dan oligopoli dengan diferensiasi produk yang cukup kuat; maka permintaan seorang produsen bisa ditentukan batas-batas posisinya..

Uraian ini menunjukkan bahwa tujuan mencari keuntungan maksimum dari perusahaan oligopoli tidak bertentangan dengan fakta yang sering kita jumpai bahwa dalam pasar oligopoli bahwa sukar berubah atau tegar, seandainya ada perubahan kondisi permintaan atau ongkos, asal perubahan tersebut “moderate” (tidak terlalu besar/ekstrim).

GAMBAR 8.14. Perubahan Harga dan output



Kita dapat melihat bahwa posisi “equilibrium” dari seorang produsen oligopoli sangat peka terhadap *perilaku produsen-produsen lain*, terutama bila perilaku ini menyangkut perubahan dari harga jual. Oleh karena itu perusahaan-perusahaan oligopoli biasanya sadar betapa pentingnya untuk bisa bersetuju mengenai harga jual dengan para saingannya (baik secara tidak langsung, diam-diam, ataupun bila undang-undang memperkenankan, dalam bentuk kerja sama atau asosiasi yang terbuka antara mereka). Bila ini tercapai, maka ketidak pastian (ada ketidak stabilan) yang dihadapi oleh produsen-produsen oligopoli akan berkurang. Hal ini mempunyai dua implikasi :

- (a) Tendensi bagi para produsen oligopoli untuk bekerja sama dibidang penentuan harga.
- (b) Tendensi bagi para produsen untuk bersaing tidak dalam bentuk persaingan harga, tetapi dalam bentuk persaingan-persaingan lain, seperti ; bungkus yang baik, after sales service yang baik, kupon-kupon berhadiah dan sebagainya. (sering disebut dengan istilah *non price competition*).

OLIGOPOLI DAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT

Boediono (tahun 1984) menjelaskan Efek kesejahteraan dari bentuk pasar oligopoli kurang lebih sama dengan monopoli. Di satu pihak oligopoli menimbulkan efek-efek negatif dalam bentuk :

- (a) Kemungkinan adanya keuntungan yang terlalu besar (*excess profit*) yang dinikmati oleh para produsen oligopoli dalam jangka panjang.
- (b) Kemungkinan adanya ketidak efisienan produksi karena setiap produsen tidak beroperasi pada AC yang minimum.
- (c) Kemungkinan adanya “eksploitasi” terhadap konsumen maupun buruh (karena $P > MC$, seperti dalam kasus monopoli).
- (d) Ketegaran harga (terutama *ke bawah*) sering dikatakan menunjang adanya inflasi yang kronis; dan ini merugikan masyarakat secara makro.

Di lain pihak, pengalaman dan penelitian menunjukkan bahwa justru dalam industri-oligopoli kita jumpai inovasi dan penerapan teknologi baru yang sangat pesat . Hal ini disebabkan perusahaan-perusahaan tersebut cukup besar dan mampu untuk menyediakan dana untuk pengembangan dan penelitian ; karena unsur persaingan antar perusahaan adalah cukup kuat (*meskipun* tidak dalam bentuk *persaingan harga*), sehingga dorongan untuk berlomba di bidang penemuan proses produksi baru, produk baru dan penurunan ongkos produksi, cukup kuat pula (lebih kuat dari kasus monopoli)

Adakah yang bisa dilakukan pemerintah untuk mengurangi efek-efek negatif tersebut? Secara umum bisa dikatakan bahwa kebijaksanaan-kebijaksanaan untuk mencapai tujuan tersebut lebih sulit dilaksanakan daripada kebijaksanaan terhadap perusahaan monopoli. Ini disebabkan bukan hanya karena jumlah perusahaan yang harus “diawasi” operasinya lebih banyak daripada kasus monopoli, tetapi juga karena sulitnya merumuskan kebijaksanaan-kebijaksanaan yang tepat karena baik kurva-kurva permintaan maupun perilaku perusahaan-perusahaan oligopoli mengandung lebih banyak “ketidak tentuan” dibanding dengan sebuah perusahaan monopoli (yaitu : target kebijaksanaan lebih kabur). Namun demikian ada beberapa kebijaksanaan umum yang mungkin bisa diambil untuk mengurangi efek-efek negatif tersebut menurut Boediono adalah :

- (a). Pemerintah harus menjaga agar hambatan-hambatan bagi *peusahaan baru* untuk masuk kedalam industri/pasar oligopoli tersebut di tekan sampai sekecil-kecilnya. Tujannya adalah agar perusahaan-perusahaan oligopoli yang telah ada merasakan adanya persaingan *potensial* yang lebih kuat sehingga mendorong mereka untuk berperilaku lebih kompetitif di bidang harga maupun non harga

(b). Diadakannya undang-undang (di Amerika Serikat: Antitrust Law) yang melarang adanya kerjasama diantara para pengusaha oligopoli (baik secara diam-diam atau terbuka). Adanya “kerjasama” (collosion) tersebut akan mengurangi dorongan untuk bersaing antara mereka sendiri di bidang harga maupun non harga dan sekaligus memperbeaar kemampuan mereka untuk meng “eksploitor” konsumen dan buruh. Ekonom harus berhati-hati terhadap adanya berbagai “asosiasi” pengusaha sejenis yang memungkinkan adanya “collusion”.

(c). kemungkinan kebijaksanaan yang lebih drastis adalah mencoba merombak struktur pasar yang oligopolistis tersebut antara lain dengan menentukan batas maksimum dari ukuran suatu badan usaha dan melarang diadakannya penggabungan (merger) antara perusahaan-perusahaan yang telah ada. (Professor George Stigler, misalnya, berpendapat bahwa seringkali merger dilakukan oleh perusahaan-perusahaan dengan tujuan untuk menguasai *pasar* bukan untuk meningkatkan efisiensi produksi!).

8.4. PERSAINGAN MONOPOLI

Persaingan monopolistis suatu keadaan pasar bila dalam suatu pasar terdapat banyak produsen, yang menjual barang yang serupa tapi tidak sama, dan dalam persaingan di pasar ini ada unsur-unsur diferensiasi produk (perbedaan merek, bungkus, dan sebagainya). Diantara produk-produk yang dihasilkan oleh masing-masing produsen. Dari segi kurva permintaan yang dihadapi oleh sebuah perusahaan, adanya diferensiasi produk berarti adanya kemampuan produsen (secara individual) untuk mempengaruhi (betapapun kecilnya pengaruh tersebut) harga jual dari produknya.

Pada pasar persaingan monopoli tidak adanya produk yang homogen (jadi tidak adanya substitusi yang sempurna anatar hasil produksi perusahaan A dan hasil produksi perusahaan B, meskipun hasil produksi tersebut sejenis) adalah aspek pokok yang membedakan pasar persaingan monopolistis dengan pasar persaingan sempurna. Dan bukan aspek jumlah perusahaan yang ada dalam pasar, maupun aspek kebebasan bagi perusahaan-perusahaan baru untuk masuk kedalam pasar.

Boediono menjelaskan bahwa pada pasar persaingan monopoly mempunyai dua ciri utama :

- (1) Dalam persaingan monopoly perusahaan-perusahaan menjual produk yang terdifirensiasi, dimana produk tersebut dapat digantikan satu sama lain tetapi bukan pengganti yang sempurna.

- (2) Perusahaan ada kemungkinan untuk masuk dan keluar secara bebas. Perusahaan baru relatif lebih mudah untuk memasuki pasar dengan mereknya sendiri. Dan bagi perusahaan yang sudah ada untuk keluar jika produknya tidak mendapat keuntungan.

Menurut model **Camberlin (Ari Sudarman 1987)** bahwa pada pasar persaingan monopoli didasari atas beberapa anggapan dasar yaitu;

1. Di pasar terdapat banyak penjual dan juga pembeli
2. Produk yang dihasilkan produsen bersifat dibedakan, tetapi diantara mereka dapat saling menggantikan
3. Di pasar ada kebebasan bagi perusahaan untuk masuk dan atau keluar dari pasar
4. Produsen selalu berusaha untuk memaksimalkan keuntungan, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang
5. Harga-harga faktor produksi dan tingkat teknologi adalah tertentu.
6. Perilaku produsen adalah dianggap tertentu setelah ia mengetahui bentuk permintaan dan ongkos produksi dari usahanya.
7. Jangka panjang dianggap terdiri dari beberapa periode jangka pendek yang identik. Yang masing-masingnya bebas antara yang satu dengan yang lain dalam arti bukan keputusan yang diambil produsen dalam satu periode jangka pendek tertentu tidak mempengaruhi keputusan periode yang lainnya. Karena optimum keuntungan jangka pendek untuk tujuan keuntungan jangka panjang.
8. Kurve permintaan dan ongkos produksi dianggap sama untuk semua produsen yang ada dikelompok itu.

PERSAINGAN MONOPOLISTIS DAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT

Efek Kesejahteraan persaingan monopolistis, **Boediono** mengemukakan sebagai berikut :

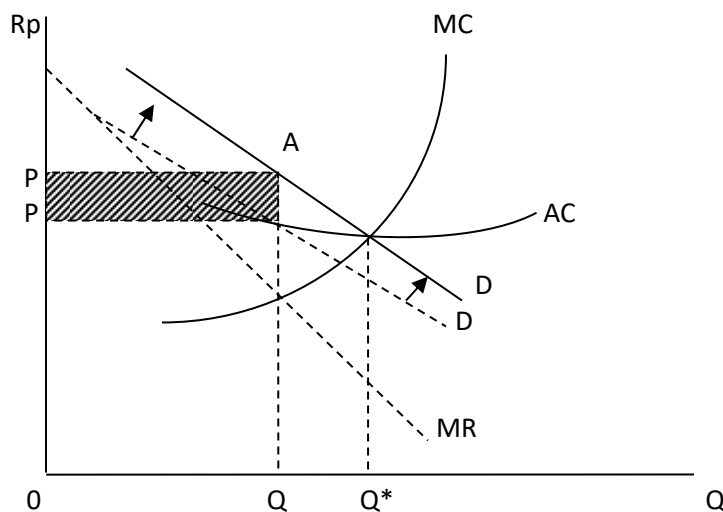
- (a) Ketidak efisienan produksi karena produsen-produsen tidak memproduksi dengan AC yang minimum. Ini adalah konsekuensi dari adanya kurva permintaan yang menurun. AC minimum tidak tercapai berarti bahwa perusahaan-perusahaan tidak memanfaatkan secara penuh *economies of scale* yang tersedia. Dengan perkataan lain, di dalam pasar tersebut terlalu banyak perusahaan-perusahaan yang ukurannya terlalu kecil. Ini adalah pemborosan sumber-sumber ekonomi masyarakat.
- (b) Konsumen masih harus membayar harga produk yang lebih tinggi dari ongkos marginal untuk menghasilkan produk tersebut. Sebaliknya, input dibayar hanya setinggi MC, yang lebih rendah daripada nilai output marginal yang dihasilkan oleh faktor-faktor produksi tersebut (yang tidak lain adalah *harga jual* (P) output tersebut). Sekali lagi masalahnya bersumber pada $P > MC$

Mengenai efek negatif (a) diatas, ada argumentasi dari Professor Chamberlain (Boediono 1984) yang mengatakan bahwa sebetulnya tidak beroprasinya perusahaan-perusahaan persaingan monopolistis pada posisi AC minimum bukan merupakan pemborosan sumber ekonomi yang sia-sia. Sebabnya adalah bahwa masyarakat menerima imbalan dari “ketidak efisienan” penggunaan sumber-sumber ekonomi ini berupa tersedianya varitas-varitas produk yang bisa dipilih oleh para konsumen. Kalau setiap barang di dunia ini homogen (seragam), tentunya dunia ini adalah tempat yang paling membosankan. Tersedianya keanekaragaman barang-barang di pasar itu sendiri memberikan kepuasan tambahan kepada para konsumen. Jadi sumber-sumber ekonomi yang hilang tadi tidaklah sia-sia.

Ini adalah pendapat Edward Chamberlain. Berapa jauh keanekaragaman ini rill (dan bukan hanya bayangan karena misalnya, hanya berbeda bungkusnya) dan bisa menghasilkan kepuasan tambahan yang rill kepada konsumen tentulah perlu dipastikan lebih dahulu. Tetapi hilangnya (atau terjadinya pemborosan) sumber-sumber ekonomi tersebut di atas adalah suatu hal yang rill dan pasti. Untuk mengurangi efek-efek negatif tersebut Secara teoritis ada langkah-langkah yang bisa diterjemahkan ke dalam kebijaksanaan-kebijaksanaan yang operasional.

Cara teoritis ini adalah pertama-tama dengan mengurangi jumlah produsen di dalam industri tersebut sehingga kurva permintaan bagi setiap perusahaan kembali bergeser ke atas dari D ke D .

Gambar 8.15. Pergeseran Kurve Permintaan Keatas.



(lihat gambar 8.15), yaitu pada posisi di mana kurva permintaan tersebut memotong AC pada titik minimumnya.

jika tindakan hanya berhenti di sini tanpa ada tindakan-tindakan lain, maka perusahaan akan memilih tingkat output Q dan harga jual P , karena ini akan menghasilkan keuntungan yang maksimum. Keuntungan diperoleh adalah $(P-P)$ dikaitkan OQ , yaitu area dalam gambar yang diberikan garis-garis miring. Kalau dibiarkan, keadaan ini akan mengundang perusahaan-perusahaan baru untuk masuk ke dalam industri tersebut dan kita kembali ke posisi equilibrium jangka panjang yang semula, yaitu A . Atau kalau pemerintah melarang masuknya perusahaan-perusahaan baru, maka perusahaan-perusahaan yang ada akan memperoleh excess profit sebesar $(P-P') \times OQ$ seperti di atas. Ini menimbulkan efek “ketidakadilan” (seperti dalam monopoli).

Untuk mengatasi ini maka tindakan pertama tadi harus diikuti dengan tindakan kedua, yaitu membuat agar perusahaan-perusahaan tersebut (setelah kurva permintaan bergeser ke D' untuk memproduksi, bukan pada tingkat output Q_1 tetapi pada tingkat output Q^* , di mana $MC = AC = D' = P$ yaitu suatu posisi yang serupa dengan posisi *welfare optimum* dari persaingan sempurna. Disini produsen beroperasi pada AC minimum, konsumen membayar harga barang sesuai dengan ongkos produksinya (MC), dan produsen tidak memperoleh keuntungan lebih, ini adalah posisi kesejahteraan optimum bagi masyarakat.

Bagaimana bisa membuat perusahaan untuk beroperasi pada posisi ini? Ada dua alternatif: (a) diputuskan dengan peraturan pemerintah atau (b) dengan memberi subsidi agar perusahaan mau memproduksi pada posisi tersebut dengan sukarela. Kalau alternatif (a) yang dipilih, konsekuensinya adalah perlunya sistem pengawasan (fisik maupun administratif) terhadap kegiatan produksi setiap perusahaan (ini tentunya akan memakan biaya dan tenaga-tenaga yang tidak sedikit dari pemerintah) kalau alternatif (b) yang dipilih, konsekuensinya adalah pemerintah harus memberikan subsidi paling tidak sebesar $(P-P') \times OQ$ yaitu keuntungan produsen yang hilang. Ini berarti beban permanen pada budget negara.

Jadi jelas tindakan-tindakan “penyembuhan” dari efek-efek negatif persaingan monopolistis memerlukan “biaya” (atau memerlukan penggunaan sumber-sumber ekonomi). Tentunya harus difikirkan masak-masak apakah keuntungan (berupa hilangnya efek-efek negatif tersebut) lebih besar dari “biaya” untuk mengatasinya.

8.5. PASAR MONOPSONI

Pembahasan tentang pasar monopsoni, kita akan membahas pada sisi kekuatan pasar yaitu dari sisi *pembeli*. Kita akan melihat bahwa, kalau pembeli tidak terlalu banyak, peran pembeli tersebut dapat juga mempunyai kekuatan pasar dan kekuatan tersebut dimanfaatkan untuk mempengaruhi harga atas suatu produk. Pembahasan tentang **Monopsoni mengarah** pada suatu pasar dimana hanya ada satu pembeli. Sedangkan jika terdapat hanya sedikit pembeli disebut **oligopsoni**.

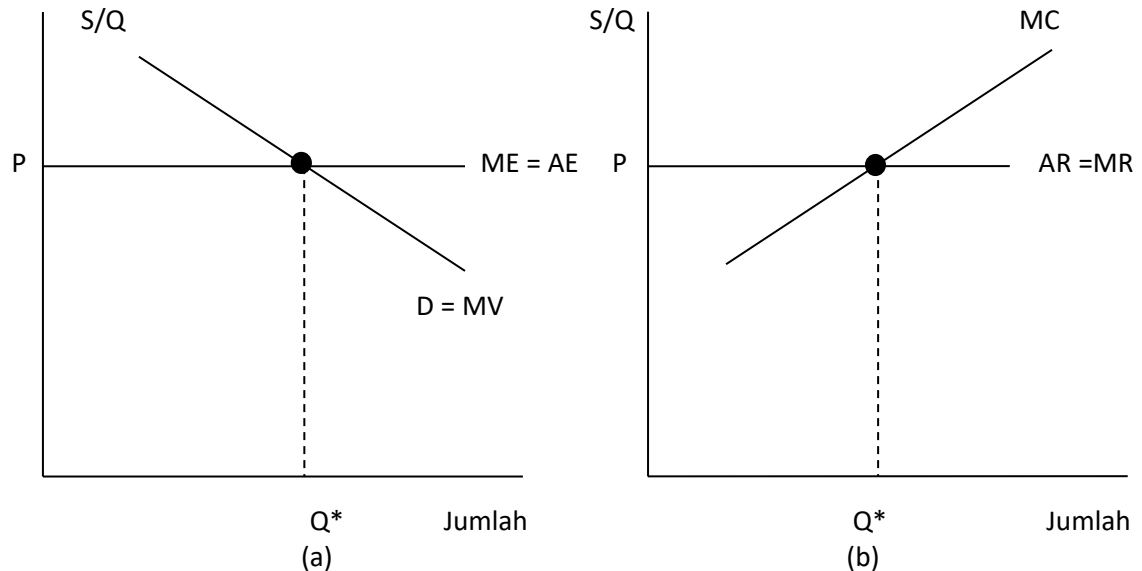
Pindyck dan Rubinfeld (tahun 2008) menjelaskan bahwa dengan satu atau hanya sedikit pembeli, maka beberapa pembeli akan mempunyai **kekuatan monopsoni**: Kemampuan pembeli untuk mempengaruhi harga suatu barang sangat memungkinkan untuk membeli

barang dengan harga yang lebih murah dari harga yang seharusnya berlaku dalam suatu pasar yang bersaing. Pada situasi pasar monopsoni anda akan mencoba memutuskan berapa harga suatu barang yang harus dibeli. Anda dapat menggunakan prinsip marjinal dasar – terus membeli semua unit barang tersebut hingga pembelian unit terakhir memberikan nilai tambah, atau kegunaan (*utility*), yang sama dengan biaya unit terakhir. Dengan kata lain, pada marjin itu, manfaat tambahan harus berimbang dengan biaya tambahan.

Mari kita bahas manfaat tambahan dan biaya tambahan ini secara lebih rinci. Kita menggunakan istilah **nilai marjinal** (*marginal value*) untuk mengacu pada manfaat tambahan dari pembelian satu unit tambahan suatu barang. Bagaimana kita menggunakan nilai marjinal? Ingatlah, bahwa satu kurva permintaan individu menentukan nilai marjinal, atau **manfaat marjinal** (*marginal utility*), sebagai suatu fungsi jumlah yang dibeli. Karena itu, **rencana nilai marjinal** (*marginal value schedule*) anda adalah kurva *permintaan* Anda atas barang tersebut. Kurva permintaan individu kemiringannya menurun ke bawah karena nilai marjinal yang diperoleh dengan membeli satu unit tambahan barang merosot ketika jumlah total yang dibeli naik.

Biaya tambahan untuk pembelian satu unit tambahan barang disebut **pengeluaran marjinal** (*marginal expenditure*). Berapa pengeluaran marjinal tersebut bergantung pada apakah anda seorang pembeli yang bersaing atau pembeli yang memiliki kekuatan monopsoni. Seandainya anda adalah pembeli yang bersaing – dengan kata lain, anda tidak mempunyai pengaruh pada harga barang yang anda beli. Dalam hal ini, harga masing-masing unit yang anda beli adalah sama berapa pun unit yang anda beli; harga adalah harga pasar barang tersebut. Gambar 8.16 (a), memberikan ilustrasi prinsip ini. Harga yang anda bayar untuk setiap unit adalah **pengeluaran rata-rata** (*average expenditure*) anda per unit, dan harga tersebut adalah sama untuk semua unit. Tetapi, berapa *pengeluaran marjinal* anda per unit? Sebagai seorang pembeli yang bersaing, pengeluaran marjinal anda adalah sama dengan pengeluaran rata-rata anda, yang selanjutnya sama dengan harga pasar barang tersebut.

Gambar 8.16. Biaya Tambahan dan Manfaat Tambahan



Gambar 8.16 (a) juga memperlihatkan **rencana nilai marjinal** anda (yaitu, kurva permintaan anda). Berapa banyak barang yang harus anda beli? Anda harus membeli hingga nilai marjinal unit terakhir benar-benar sama dengan pengeluaran marjinal untuk unit terakhir tersebut. Dengan demikian, anda harus membeli sejumlah Q^* pada titik potong antara pengeluaran marjinal dan kurva permintaan

Kami memperkenalkan konsep pengeluaran marjinal dan pengeluaran rata-rata karena keduanya akan membuat lebih mudah memahami apa yang terjadi apabila pembeli mempunyai kekuatan monopsoni. Tetapi sebelum mempertimbangkan situasi tersebut, marilah kita bahas analogi antara kondisi pembeli yang bersaing dan kondisi penjual yang bersaing. Gambar 8.16 (b) memperlihatkan bagaimana seorang penjual yang bersaing sempurna memutuskan berapa banyak harus diproduksi dan dijual. Karena penjual tersebut menerima harga pasar yang berlaku, penerimaan rata-rata dan penerimaan marjinalnya akan sama dengan harga pasar tersebut. Jumlah yang memaksimalkan laba berada pada titik potong antara kurva penerimaan marjinal dan kurva biaya marjinal..

Sekarang, seandainya anda adalah satu-satunya pembeli suatu barang. Sekali lagi, anda menghadapi suatu kurva penawaran pasar, yang menunjukkan berapa banyak produsen bersedia menjual barang sebagai fungsi harga yang anda bayar. Apakah jumlah barang yang anda beli harus pada titik dimana kurva nilai marjinal anda berpotongan dengan kurva penawaran pasar tersebut? Tidak. Kalau anda ingin memaksimalkan manfaat bersih anda dari pembelian barang tersebut, anda harus membeli jumlah yang lebih kecil, yang akan anda peroleh dengan harga yang lebih rendah.

Untuk menentukan berapa banyak harus dibeli, tentukan nilai marjinal dari pembelian unit terakhir sama dengan pengeluaran marjinal untuk unit terakhir tersebut. Namun, perhatikan bahwa kurva penawaran pasar bukanlah kurve pengeluaran marjinalnya. Kurva penawaran pasar tersebut memperlihatkan berapa banyak yang harus anda bayar untuk *setiap*

unit, sebagai fungsi jumlah unit total yang anda beli. Dengan kata lain, kurva penawaran tersebut adalah kurva *pengeluaran rata-rata*. Dan, karena kurva pengeluaran rata-rata ini kemiringannya naik ke atas, kurva pengeluaran marginal harus terletak di atasnya. Keputusan untuk membeli suatu unit tambahan menaikkan harga yang harus dibayar untuk *semua* unit, bukan hanya untuk satu unit tambahan tersebut.

Pelaku monopsoni murni adalah suatu pasar yang didalamnya hanya terdapat sedikit perusahaan yang saling bersaing sebagai pembeli, sehingga masing-masing perusahaan mempunyai kekuatan monopsoni. Misalnya perusahaan besar otomotif di Jepang saling bersaing satu sama lain sebagai pembeli ban dan unsur-unsur lainnya. Dalam pasar bersaing harga dan nilai marginal adalah sama. Tetapi seorang pembeli yang mempunyai kekuatan monopsoni dapat membeli suatu barang dengan harga dibawah nilai marginal.

Menurut Pindyck dan Rubinfeld bahwa kekuatan monopsoni tergantung pada tiga hal ;

1.Elastisitas Penawaran Pasar;

Pelaku monopsoni diuntungkan karena menghadapi kurve penawaran yang menurun, sehingga pengeluaran marginalnya melebihi pengeluaran rata-rata. Makin kurang elastis kurve penawarannya, makin besar perbedaan antara pengeluaran marginalnya dan pengeluaran rata-rata dan makin besar kekuatan monopsoni yang dinikmati pembeli. Apabila hanya ada satu pembeli dipasar secara keseluruhan, kekuatan monopsoninya ditentukan oleh elastisitas penawaran pasar. Apabila penawaran sangat elastis, maka kekuatan monopsoninya akan kecil dan keuntungan yang didapat sebagai satu-satunya pembeli hanya sedikit.

2.Jumlah Pembeli;

Jumlah pembeli merupakan faktor penentu kekuatan monopsoni. Apabila jumlah pembelinya sangat besar, maka tidak satupun pembeli dapat mempengaruhi harga. jadi pembeli menghadapi kurve penawaran yang sangat elastis. Kekuatan monopsoni muncul jika jumlah pembelinya terbatas, apalagi kalau pembeli tunggal. Pembeli dapat memaksa industri agar harga turun dan menuntut mutu yang tinggi.

Pembeli mempunyai kekuatan jika ;

- a. Pembeli dapat membeli produk industri dalam jumlah besar terhadap penjualan pihak penjual sehingga bisnis penjual tergantung pada pembeli agar tetap bisa hidup.
- b. Produk yang dibeli dari industri adalah produk standar, tidak terdeferensiasi, sehingga pembeli dapat menekan harga karena banyak pemasok alternatif.
- c. Produk yang dibeli dari industri merupakan sebagian besar dari biaya industri karena pembelian cukup besar dari pihak pembeli sehingga dapat menutupi biaya produksi dari industri.
- d. Pembeli mempunyai informasi lengkap tentang permintaan pasar, harga pasar dan biaya pemasok.
- e. Pembeli mendapat laba rendah, sehingga dari laba yang rendah menimbulkan dorongan yang besar untuk menekan biaya.

3. Interaksi Diantara Pembeli;

Jika ada tiga atau empat pembeli yang berada di pasar bersaing ketat, maka mereka akan menawarkan harga yang mendekati nilai marginal mereka untuk produk tersebut. Dengan demikian mereka mempunyai kekuatan monopsoni yang sedikit. Tetapi jika para pembeli kurang bersaing atau bahkan bersekongkol, maka harga tidak akan ditawar sangat tinggi. Dan tingkat kekuatan monopsoni pembeli mungkin akan sama setinggi seperti hanya ada satu pembeli.

Sri Adiningsih (tahun 1991) menjelaskan ada beberapa sebab yang membuat monopsoni tidak mempunyai pesaing di pasar input di antaranya yaitu ;

1. Geografi;
Beberapa perusahaan. Menduduki posisi monopsonistik karena berada pada kota kecil. Pada situasi ini bila tenaga kerja pindah perlu biaya yang tinggi, tenaga kerja lokal tidak menarik bagi perusahaan yang kuat, dan perusahaan mempunyai pengaruh yang kuat terhadap upah.
2. Spesialisasi ;
Adanya kebutuhan akan input yang khusus atau special oleh sebuah perusahaan yang mengakibatkan tenaga kerja tidak mempunyai alternative pekerjaan lain untuk memperbaiki penerimaannya.
3. Diskriminasi Sewa;
Jika monopsoni dapat memisahkan penawaran faktor produksi menjadi dua atau lebih pasar yang berbeda mungkin dapat menaikkan laba monopsoni.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiningsih S. 1991. *Ekonomi Mikro*. Penerbit BPFE Yogyakarta
- Boediono , 1984. *Ekonomi Mikro*. Penerbit BPFE, Yogyakarta.
- Case & Fair. 2007. *Prinsip-prinsip Ekonomi*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Foster E. 1970. *Economics an Introductory Program*. Printed in the United States of America
- Koutsoyiannis A. 1982. *Modern Microeconomics*. The Macmillan Press LTD, London and basingstoke.
- Lipsey R. 1991. *Pengantar Mikro Ekonomi*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Mansfield E. 1979. *Microeconomics Theory And Applications*. W. W. Norton & Company, inc. Printed in the United States of America.
- Mankiw G. 2009. *Principles of Economics*, Salemba Empat, Jakarta.
- Pindyck S & Rubinfeld L. 2007. *Mikro Ekonomi*. PT Indeks, Jakarta.
- Sudarman A. 1980. *Teori Ekonomi Mikro*. Penerbit BPFE Yogyakarta.
- Samuelson A & Nordhaus D. 1986. *Ekonomi*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Suparmoko, 1990. *Pengantar Ekonomika Mikro*. Penerbit BPFE. Yogyakarta.
- Sukirno S. 2008. *Mikro Ekonomi*. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Pengantar Teori Ekonomi Mikro



Buku Pengantar Ekonomi mikro membahas masalah ekonomi lebih fokus pada masalah dasar ekonomi secara individual, mengupas Teori Permintaan dan Teori Penawaran, Konsep-Konsep Elastisitas, Perilaku Konsumen, Teori Produksi, Teori Biaya dan Penerimaan, Teori-Teori Pasar. Buku ini dibahas selain menggunakan bahasa verbal juga penulis menggunakan model-model matematika, gambar-gambar dan menampilkan angka-angka dan perhitungan-perhitungan agar para pembaca memahami betul penerapan teori yang ada.

Buku ini disusun untuk memenuhi kebutuhan bahan bacaan bagi mahasiswa terutama mahasiswa yang sedang mempelajari Pengantar Teori Ekonomi Mikro, karena materinya disusun sesuai kebutuhan sehingga mahasiswa lebih mudah mendapat materinya. Semoga buku ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Tiada Gading Yang Tiada Retak,
Tiada Manusia yang Sempurnah,
kecuali Sang Pencipta Alam
Semesta.



ISBN 978-602-8828-34-5



Anggota IKAPI No. 017/SSL



DR. JUNAIDDIN ZAKARIA, SE, MS.

Pengantar Teori Ekonomi Mikro

DR. JUNAIDDIN ZAKARIA, SE, MS.

Pengantar Teori Ekonomi Mikro

