

EKONOMI MIKRO

Pendekatan Praktis dan Lugas

Oleh:

M. Rondhi
Joni Murti Mulyo Aji

EKONOMI MIKRO: Pendekatan Praktis dan Lugas

Dicetak dan diterbitkan oleh
UPT Penerbitan UNEJ
Jl. Kalimantan 37 Jember 68121
Telp. 0331-330224, Psw. 0319, Fax. 0331-339029
E-mail: upt-penerbitan@unej.ac.id

Hak Cipta @ 2015

Design/cetak: Noerkoentjoro W.D.
Fatkhur Rokhim

Perpustakaan Nasional RI – Katalog Dalam Terbitan

338.5

MR
e

M. Rondhi, Joni Murti
Ekonomi Mikro: Pendekatan Praktis dan
Lugas/oleh M. Rondhi dan Joni Murti Mulyo
Aji.--Jember: Jember University Press, 2015.
x, 234 hlm. ; 23 cm.

ISBN: 978-602-9030-24-2

1. EKONOMI MIKRO
I. Judul

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang. Dilarang memperbanyak tanpa
ijin tertulis dari penerbit, sebagian atau seluruhnya dalam bentuk apapun,
baik cetak, *photoprint*, maupun *microfilm*.

Persembahan

Penulis 1:

*Untuk Istriku Retno Susilowati,
dan buah cinta kami : Faris dan Michiko*

Penulis 2:

*Karya ini saya dedikasikan untuk:
Utami, Aulia, dan Naufal*

Kata Pengantar

Buku teks bidang ilmu ekonomi termasuk ekonomi mikro umumnya berasal dari barat (Eropa dan Amerika Serikat). Hal ini disebabkan karena ilmu ekonomi sudah berkembang lama di negara tersebut. Dengan demikian referensi termasuk buku teks, jurnal dan bahan bacaan lain sudah banyak tersedia disana. Umumnya buku teks di Indonesia berupa terjemahan, saduran atau mengambil referensi dari buku tersebut. Karena itu konteks dan contoh-contohnya mengambil dari negara tersebut. Buku ekonomi mikro ini berbeda dengan buku bahasa Indonesia lainnya. Buku ini mengambil contoh produk dan lokasi yang ada di Indonesia.

Semangat besar penulisan buku ini adalah “bagaimana membahas ekonomi mikro lebih mudah dipahami”. Ada dua hal penting yang ingin disampaikan penulis dalam buku ini, yaitu (1) apakah konsep pasar itu, dan (2) bagaimana konsep pasar tersebut menjelaskan kondisi perekonomian nyata sehari-hari. Untuk menjelaskannya dua hal penting tersebut, penulis telah membahasnya secara rinci dalam lima bagian, yaitu (1) pendahuluan sistem pasar, (2) kebijakan pemerintah dalam mempengaruhi pasar, (3) konsep dasar ekonomi mikro, (4) perilaku perusahaan dalam berbagai bentuk pasar, dan (5) eksternalitas, barang publik dan sumberdaya bersama. Kelima bagian terinci dalam 17 bab yang saling terkait.

Penulis berusaha menjelaskan cara mudah belajar ekonomi mikro dengan memahami konsep pasar. Karena dengan memahami konsep pasar, maka pembaca dapat menganalisis apakah perekonomian itu berjalan dengan konsep tersebut atau tidak. Idealnya, sistem pasar mampu menjadikan (mengalokasikan) sumberdaya secara efisien. Namun, ada beberapa hal yang menyebabkan sistem pasar tidak dapat mengalokasikan sumberdaya secara efisien yang dikenal dengan istilah kegagalan pasar (*market failure*). Kegagalan pasar terjadi ketika (1) terdapat eksternalitas, (2) pasar tidak kompetitif, dan (3) barang tersebut merupakan barang publik dan barang sumber daya bersama. Bila keadaan ini terjadi maka diperlukan adanya kebijakan pemerintah.

Beberapa poin dalam buku ini yang membedakan dengan buku lain adalah:

1. Sebagian besar contoh kasus (ilustrasi) adalah kasus dalam negeri (Indonesia), sehingga mudah dipahami. Ilustrasi petani beras di Klaten, ilustrasi peternak daging sapi di Boyolali merupakan contoh yang akrab didengar di telinga kita, sehingga mempermudah pembaca dalam memahami konsep spesialisasi (bab 2). Kasus produksi kelapa sawit, kasus

perusahaan penyedia listrik, kasus mie instan, dan kasus produsen sepeda motor merupakan ilustrasi-ilustrasi yang akan mempermudah pembaca dalam memahami perilaku perusahaan pada berbagai bentuk pasar (bab 12-15). Namun demikian, untuk memperluas wacana pembaca (tidak tertinggal dengan pengetahuan umum), penulis sedikit membandingkan dengan kondisi negara tetangga (pada bab 8, peran pemerintah dalam perdagangan internasional).

2. Buku ini merupakan buku dasar, karenanya pendekatan matematis yang digunakan adalah pendekatan sederhana (bab 4 tentang elastisitas dan bab 12 tentang perilaku perusahaan dalam pasar persaingan sempurna). Ini akan memberikan kemudahan pembaca dalam memahami teori. Penulis lebih menggunakan logika-logika sederhana untuk mempermudah pemahaman. Contoh sederhana adalah logika kenapa pasar monopoli itu perlu ada? Penulis menggunakan ilustrasi sederhana dengan konsep efisiensi produksi satu perusahaan (penyediaan biaya tetap) itu lebih efisien jika dibandingkan dua perusahaan (bab 13).
3. Buku ini disusun dengan mengajak pembaca menjadikan dirinya sebagai subjek dalam buku ini. Di awal bab diberikan ilustrasi kenapa bab ini penting yang diberi judul “Kenapa Anda Perlu Tahu”, di akhir bab diberikan tambahan pemahaman tentang konteks yang sering menjadi penyebab konsep tersebut sulit dipahami yang berjudul “Pertunjuk-Petunjuk yang Mempermudah Pemahaman”.

Selamat membaca semoga pembaca dapat menyelami buku ini sebagaimana penulis berusaha memberikan ilustrasi yang mudah kepada pembaca.

Masyhuri
Guru Besar Ekonomi Pertanian & Agribisnis
Universitas Gadjah Mada Yogyakarta

Prakata

Syukur yang tak terhingga kami panjatkan kepada Allah SWT, atas limpahan rahmat dan karuniaNya sehingga buku “Ekonomi Mikro, Sebuah Pengantar” ini dapat terselesaikan dengan baik. Buku ini ditulis dengan maksud untuk memberikan pengalaman praktis bagi pembaca, terutama mahasiswa dan pembelajar pemula yang ingin belajar tentang konsep “Ekonomi Mikro” agar dapat dengan mudah memahami materi yang terkandung sekaligus membangun motivasi untuk dapat mengaitkan materi pada kehidupan sehari-hari yang pada gilirannya mendorong pembaca untuk terus mengembangkan ilmunya.

Meskipun buku ini ditulis secara sederhana (lugas), namun buku tetap mengacu pada materi-materi yang terstandar dan berbasis pengembangan Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI) dan Standard Nasional Perguruan Tinggi (SNPT). “Buku teks” (*text book*), dalam hal ini, merupakan salah satu komponen penting yang diharapkan dapat menunjang keberhasilan pengembangan kurikulum khususnya dan peningkatan mutu pendidikan pada umumnya.

Banyak buku serupa sudah ditulis dan diterbitkan oleh ahli-ahli ekonomi. Buku ini berusaha melengkapi dengan pendekatan yang berbeda. Buku ini berusaha menerangkan konsep dan teori Ekonomi Mikro secara lugas dengan pendekatan logika. Substansi kajian dalam buku ini disusun sedemikian rupa sehingga keinginan penulis untuk menyajikan konsep dan teori secara lugas dan sederhana tersebut dapat tercapai. Pendek kata, buku ini ditulis dengan mengedepankan semangat “mempermudah pembaca” dalam memahami konsep-konsep ekonomi.

Materi dalam buku ini disajikan dengan pendekatan untuk “*How to know*” (Bagaimana untuk mencari tahu) dan “*How to apply*” (Bagaimana untuk mengaplikasikannya), diharapkan dapat memberikan pengalaman langsung kepada pembaca untuk membangun sendiri konsep sekaligus memberikan makna pada pengetahuan yang diperolehnya. Terdapat 5 tema dalam buku ini (1) sistem ekonomi pasar, bagaimana perekonomian sekarang ini berlangsung, (2) peran pemerintah dalam mempengaruhi ekonomi pasar: pendekatan praktis, (3) Sekilas teori ekonomi mikro: kurva permintaan, kurva penawaran dan pasar input, (4) Perilaku perusahaan di pasar, dan (5) eksternalitas, barang publik dan barang sumberdaya bersama.

Secara detail tema-tema tersebut dijabarkan dalam 17 bab yang meliputi: (1) Belajar ekonomi dan bagaimana ekonomi pasar digambarkan; (2) Pentingnya perdagangan; (3) Asal-usul harga; (4) Elastisitas dan

aplikasinya; (5) Sistem pasar dan efisiensi; (6) Kebijakan pemerintah atas harga dan upah; (7) Kebijakan pemerintah atas perpajakan; (8) Kebijakan pemerintah atas perdagangan internasional; (9) Perilaku konsumen dan kurva permintaan; (10) Biaya produksi dan kurva penawaran, (11) Permintaan dan Penawaran Input; (12) Pasar Persaingan Sempurna; (13) Pasar Monopoli; (14) Pasar Kompetisi Monopolistik; (15) Pasar Oligopoli; (16) Eksternalitas; dan (16) Barang Publik dan Sumberdaya Bersama.

Penulis berusaha merinci materi secara urut dengan sinergi (keterkaitan) antar bab. Masing-masing tema dan bab dalam buku ini memiliki keterkaitan. Namun demikian pembaca bebas membaca buku ini dari bagian mana saja yang diinginkan. Bagi pemula, cara termudah membaca buku ini adalah secara urut dari bab 1 hingga bab 17. Bagi pembaca yang sudah paham akan konsep ekonomi dasar, pembaca dapat membacanya secara terpisah. Misalnya, kebijakan pemerintah dalam mempengaruhi ekonomi dan pasar bisa dibaca bagi pembaca yang sudah paham ekonomi pasar (bab 1 – 5).

Untuk mempermudah pemahaman, di setiap bab penulis berusaha mengungkapkan dengan mudah dan sederhana yang dijelaskan dengan poin-poin berikut:

1. Mengapa perlu tahu, berisi suatu pengenalan materi yang diharapkan dapat memotivasi pembaca agar ingin mengetahui lebih jauh tentang apa yang terkandung di dalamnya;
2. Konsep, pengertian dan contoh-contoh yang diambil dari pengalaman penulis yang bertujuan untuk mengajak pembaca memahami konsep ekonomi tidak hanya secara tekstual tetapi juga kontekstual;
3. Petunjuk yang memudahkan pemahaman, merupakan penutup bab yang diharapkan memberikan pengalaman belajar yang menyenangkan bagi pembaca;
4. Contoh soal (pertanyaan) bertujuan untuk memotivasi pembaca untuk memahami isi buku ini sekaligus menyelesaikan permasalahan yang dihadapi.

Ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan masukan, kritik, dan saran, serta bantuannya dalam proses pembuatan dan pencetakan buku ini. Terima kasih kepada Dr. Adhitya Wardhono (FE Unej) atas masukan dan kritiknya terutama bagian konsep perekonomian. Juga kepada Asisten Laboratorium Ekonomi Pertanian Unej (Elvan C.W., Yuanita A. W., Rizky Y., Nadia O. J., Resi A.) yang telah mencurahkan waktunya untuk mengkoreksi secara detail (per kata, kalimat dan paragraf) tata tulis dan membaca (kemudahan buku ini untuk dipahami) seluruh bab buku ini. Sekali lagi terima kasih pada Sdr Elvan atas

kesediaannya mengedit keseluruhan grafik dan tabel. Juga kepada sdr Sona yang membantu mendesain cover dan ilustrasi gambar dalam masing-masing tema buku ini. Semoga buku ini dapat diterima semua lapisan pembaca (khususnya mahasiswa yang ingin belajar ekonomi).

Akhirnya, penulis menyadari bahwa penulisan buku ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu penulis menerima kritik dan saran yang membangun guna kesempurnaan buku ini. Penulis berharap semoga buku ini dapat memenuhi harapan pembaca, memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi pembaca dan memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan serta pembangunan sumber daya manusia pada umumnya.

Jember, Agustus 2015

Penulis

Daftar Isi

	Halaman
BAGIAN 1: SISTEM PASAR	1
Bab 1. Belajar Ekonomi dan Bagaimana Ekonomi Digambarkan	3
Bab 2. Perdagangan dan Ekonomi Pasar	23
Bab 3. Asal-usul Harga.....	35
Bab 4. Elastisitas dan Aplikasinya	59
Bab 5. Sistem Pasar dan Efisiensi	75
BAGIAN 2: PERAN PEMERITAH DALAM MEMPENGARUHI SISTEM PASAR	91
Bab 6. Kebijakan Pemerintah atas Harga dan Upah.....	93
Bab 7. Kebijakan Pemerintah atas Perpajakan	99
Bab 8. Kebijakan Pemerintah atas Perdagangan Internasional	113
BAGIAN 3: SEKILAS TEORI EKONOMI MIKRO	123
Bab 9. Perilaku Konsumen dan Kurva Permintaan.....	125
Bab 10. Biaya Produksi dan Kurva Penawaran.....	135
Bab 11. Pasar untuk Faktor Produksi - Tenaga Kerja	149
BAGIAN 4: PERILAKU PERUSAHAAN PADA BERBAGAI BENTUK PASAR	165
Bab 12. Perusahaan dalam Pasar Persaingan Sempurna	167
Bab 13. Perilaku Perusahaan dalam Pasar Monopoli	183
Bab 14. Perilaku Perusahaan pada Pasar Kompetisi Monopolistik.....	197
Bab 15. Perilaku Perusahaan pada Pasar Oligopoli.....	205
BAGIAN 5: EKSTERNALITAS, BARANG PUBLIK DAN SUMBERDAYA BERSAMA	215
Bab 16. Eksternalitas.....	217
Bab 17. Barang Publik dan Sumberdaya Bersama	225
DAFTAR PUSTAKA	231

1

Sistem Pasar



Bagian pertama buku ini menggambarkan perekonomian sistem pasar, di mana sebuah perekonomian ditentukan oleh kekuatan pasar yang menekankan pada interaksi penawaran dan permintaan. Sistem pasar memberikan akses pada pemilik sumberdaya (terutama tenaga kerja, modal) untuk berinteraksi di pasar. Pada masa kerajaan, sumberdaya cenderung dikuasai oleh penguasa (sebagian kecil pelaku ekonomi), begitu juga produksi barang dan jasa dikendalikan secara penuh oleh penguasa. Sistem pasar memberikan insentif bagi produsen untuk memproduksi secara efisien, juga memberikan pilihan bagi konsumen dalam mengkonsumsi barang.

Pembahasan sistem pasar dirinci dalam lima bab. Bab pertama difokuskan pada prinsip ekonomi dan bagaimana ekonomi digambarkan yang mengajak

pembaca untuk memahami logika-logika sederhana (mudah dipahami) yang digunakan oleh ahli-ahli ekonomi. Bab 2 menjadi dasar kenapa pelaku ekonomi perlu berspesialisasi (menfokuskan dalam suatu bidang tertentu). Bab 3 menjadi momentum pertemuan antara kurva penawaran dan permintaan dalam sebuah harga keseimbangan dan juga faktor-faktor (determinan) yang mempengaruhinya. Bab 4 fokus pada bagaimana perubahan faktor-faktor yang mempengaruhi pasar pada keseimbangan. Bagian ini diakhiri bab 5 dengan konsep pasar yang memberikan efisiensi (total surplus terbesar) bagi pelaku pasar baik produsen maupun konsumen.

Bab 1 Belajar Ekonomi dan Bagaimana Ekonomi Digambarkan

Mengapa Anda Perlu Tahu

Belajar ekonomi merupakan suatu yang mudah bagi sebagian mahasiswa namun bisa terasa sulit bagi sebagian lainnya. Sebagaimana kita pahami bersama, perekonomian adalah suatu sistem yang jamak yang ada di sekitar kita atau yang banyak dijumpai dalam kehidupan sehari-hari. Ekonomi yang berlaku untuk suatu barang, sangat terkait dengan pelaku-pelaku yang ada di dalamnya, meliputi *produsen* siapa yang memproduksi barang tersebut, *konsumen* - siapa yang membeli produk tersebut dan pihak lainnya, misalnya *pemerintah*, yang bisa mengatur atau mempengaruhi keberlangsungan barang tersebut.

Karenanya, belajar ekonomi sangat terkait dengan sudut pandang yang digunakan. Ilustrasi berikut bisa jadi memberikan gambaran tentang bagaimana belajar ekonomi. Buku ini menggunakan ilustrasi "rumah" untuk menjelaskan bagaimana sebuah perekonomian berlaku. Bagi keluarga, rumah merupakan tempat untuk beristirahat, membesarkan anak-anak, berbagi dengan anggota keluarga dan juga memberikan status kepada keluarga tersebut. Di sisi pengembang (*developer*), pihak yang menawarkan jasa untuk membangun rumah, rumah merupakan produk yang membutuhkan input produksi seperti pasir, semen, kayu, dan lainnya. Pihak pemerintah memandang bahwa rumah merupakan sesuatu kebutuhan dasar bagi warga yang harus dipenuhi, karenanya pemerintah mengatur kepemilikan rumah melalui program yang dimilikinya.

Terkait dengan itu semua, bagi ilmuwan rumah merupakan objek penelitian yang menarik terkait dengan elemen-elemen yang membentuk tegaknya rumah tersebut. Arsitek berpikir bagaimana membuat pondasi supaya kuat dan tahan dari bencana yang akan terjadi sewaktu-waktu, juga bagaimana membuat tiang yang kuat dan enak dipandang.

Lebih dari itu, ilmuwan bidang ekonomi (ekonom) berpikir tentang bagaimana seorang konsumen dan produsen berperilaku, dan juga bagaimana mempengaruhi pemikiran keluarga-konsumen dan, pengembang-produsen dalam membuat rumah. Ada kalanya ilmuwan memberikan saran kepada konsumen dan produsen melalui instrumen yang diberikan kepada pemerintah berupa kebijakan.

Dalam perjalanan belajar ekonomi, penulis berkesempatan membaca banyak literatur. Setiap literatur tentunya memiliki pembahasan dan pendekatan masing-masing. Dengan gaya penulisan yang beragam, setiap

literatur telah memperkaya khasanah wawasan dan pandangan penulis tentang ekonomi. Secara majemuk, buku ekonomi membahas perekonomian berdasarkan sistem pasar, kegagalan pasar dan peran pemerintah. Paul Krugman misalnya, lebih mendasarkan pembahasan ekonomi dari sudut pandang ekonomi klasik, di mana keseimbangan pasar berperan penting dalam menjelaskan kondisi perekonomian. Ekonom lain Stiglitz, tanpa mengurangi pembahasan peran pasar dalam perekonomian, banyak mengulas tentang kegagalan sistem pasar dalam menjawab kondisi perekonomian. Dia berpendapat bahwa cara termudah untuk mempelajari kegagalan sistem pasar adalah dengan mempelajari sistem pasar itu sendiri. Sementara itu Mankiw, juga memaparkan perekonomian dengan pendekatan pasar dan pendekatan lain seperti dua ekonom sebelumnya. Namun, ia mampu menjelaskan kondisi perekonomian dengan ilustrasi sederhana dan menarik. Oleh karenanya, penulis banyak diilhami dan mendasarkan ilustrasi pembahasan buku ini pada buku-buku yang ditulis Mankiw dan Stiglitz. Dengan harapan buku ini juga mudah untuk dipahami.

Bagi penulis, yang sedang belajar dan terus akan belajar, belajar ekonomi merupakan suatu hal yang menarik dan penuh tantangan. Untuk memudahkan cara mempelajari ekonomi, penulis berusaha menjelaskan perekonomian dari sudut pandang orang yang sedang belajar. Cara ini memberikan persepsi yang sama untuk pembaca buku ini. Penjelasan ekonomi yang mudah dipahami dengan contoh-contoh sederhana yang ada di sekitar kita merupakan ciri khas dan ditonjolkan dalam buku ini.

Dalam ilmu ekonomi terdapat istilah - istilah ekonomi yang barangkali terdengar asing bagi pemula, yang umumnya berasal dari negara di mana penulis asli menulisnya. Dalam pembuatan contoh kasus dan analogi, mereka tidak jarang menggunakan kasus-kasus yang ada di negara mereka, dan itu terkadang (baca: cenderung sering) membuat suatu buku menjadi sulit dipahami, karena pembaca tidak akrab dengan konteks persoalan tersebut. Buku ini berupaya untuk menjelaskannya dalam kasus di Indonesia sehingga mudah untuk dipahami, namun penulis juga masih menggunakan istilah yang digunakan secara internasional dengan harapan pembaca memahami kosakata tersebut secara prural. Selain itu, penulis berharap pembaca memiliki persepsi yang sama terhadap istilah tersebut ketika membaca buku lain.

Buku ini bukanlah hasil pemikiran baru tentang ekonomi, melainkan hanya mempermudah pemahaman ekonomi berdasarkan kondisi yang ada di sekitar kita, terutama bagi pemula yang sedang belajar ekonomi. Bagaimana dasar konsumen dan produsen mengambil keputusan, bagaimana konsumen dan produsen mengalokasikan sumberdaya dan bagaimana suatu sistem pasar bekerja.

Pertanyaan mendasar sebelum belajar ekonomi adalah mengapa ilmu ekonomi perlu dipelajari. Jawaban sangat sederhana dan tepatnya adalah karena sumberdaya bersifat terbatas. Sumberdaya seperti tanah dan kandungan yang ada di dalamnya merupakan sesuatu yang terbatas. Hal ini disebabkan karena rasio antara penambahan penduduk lebih besar dibandingkan dengan rasio penambahan sumberdaya tersebut. Karenanya, ilmu ekonomi mempelajari bagaimana mengalokasikan sumberdaya tersebut. Buku ini akan membahas tentang ekonomi mikro, yang secara sederhana bisa dipandang sebagai ilmu yang mempelajari tingkah laku konsumen dan produsen. Namun demikian, karena tingkah laku produsen dan konsumen tidak terlepas dari sistem yang berlaku di suatu negara, maka pembahasan tingkah laku produsen dan konsumen dalam buku ini sedikit dikaitkan dengan kebijakan pemerintah.

Sebelum membahas tentang ekonomi mikro secara menyeluruh, terdapat dasar-dasar yang perlu dipahami bersama. Dasar ini merupakan hasil pemikiran dari para ekonom dari waktu ke waktu. Terkadang, dasar pemikiran ini sulit untuk dimengerti bagi orang yang baru belajar ekonomi meskipun pernah kita alami dan/atau banyak terdapat dalam kehidupan sehari-hari di sekeliling kita.

8 Prinsip Dasar Ekonomi

Prinsip dasar merupakan kerangka dasar dalam mempelajari ilmu ekonomi. Prinsip dasar mendirikan alasan kenapa orang berperilaku (suatu hal yang jamak) dan bertindak (reaksi ketika terdapat perubahan). Mankiw mengidentifikasi setidaknya ada 10 prinsip dasar ilmu ekonomi, dalam buku ini penulis menyederhanakannya dalam 8 prinsip ilmu ekonomi.

1. Pada umumnya orang merespon adanya insentif

Insentif merupakan instrumen yang memberikan motivasi untuk menjalankan sesuatu. Sebelum memutuskan untuk membeli suatu barang, konsumen memiliki preferensi akan barang tersebut termasuk di dalamnya adalah harga dan kualitas. Harga barang yang lebih murah merupakan *insentive* bagi konsumen untuk membeli suatu barang. Tidak heran, ketika pusat perbelanjaan menawarkan diskon (harga lebih murah dari harga normal) konsumen memiliki insentif untuk datang dan membeli barang pada pusat perbelanjaan tersebut. Konsumen berfikir rasional dengan membandingkan keuntungan yang didapat dan biaya yang dikeluarkan.

Di lain pihak, produsen yang rasional juga merespon terhadap insentif. Jika harga semangka terus mengalami kenaikan, maka petani semangka memiliki insentif untuk menambah luasan lahan yang ditanami

buah semangka. Karena petani berfikir tentang adanya kemungkinan tambahan keuntungan dengan menambah luasan lahan.

2. Orang menghadapi adanya pilihan (*trade-off*) dalam bertindak

Prinsip dasar ini menekankan bahwa orang atau masyarakat memiliki keterbatasan. Seorang mahasiswa memiliki keterbatasan waktu untuk mengambil bidang studi yang akan ditekuni. Dia memiliki pilihan untuk belajar di bidang ekonomi atau bidang pertanian. Sekali dia memutuskan untuk menekuni bidang studi ekonomi, dalam waktu yang sama dia mengalami keterbatasan untuk menekuni bidang studi pertanian. Seorang pebisnis memiliki pilihan untuk terjun dalam usaha manufaktur atau usaha perkebunan. Saat dia memutuskan untuk memilih usaha manufaktur, dalam waktu dan sumberdaya yang sama dia menghadapi keterbatasan untuk terjun dalam bidang perkebunan.

Dalam skala yang lebih luas, negara juga mengalami pilihan (*trade off*) dalam hal menentukan kebijakan antara efisiensi (*efficiency*) dan kesetaraan (*equality*). Efisiensi berarti mengalokasikan atau memberikan sumberdaya sesuai dengan kemampuan untuk memproduksi atau mengelola sumberdaya dengan input minimal, sedangkan kesetaraan berarti mengalokasikan atau memberikan sumberdaya secara adil kepada semua anggota masyarakat. Artinya semua orang mendapat akses dan bagian yang sama terhadap sumberdaya tersebut. Jika kebijakan pemerintah menekankan pada efisiensi maka dalam waktu yang sama pemerintah memiliki keterbatasan untuk menekankan kesetaraan (pemerataan).

Misalkan pembayar pajak terbesar adalah orang yang bekerja keras (karena pendapatannya tinggi, maka wajib membayar pajak tinggi), maka secara efisiensi yang berhak menerima pelayanan terbaik dari pemerintah adalah orang tersebut. Namun karena sistem pemerataan, maka semua orang (termasuk yang membayar pajak kecil) mendapatkan pelayanan yang sama. Kondisi ini menyebabkan orang malas untuk bekerja keras dalam memproduksi barang dan jasa.

Adanya pilihan dalam bertindak atau mengambil keputusan ini tidak serta merta menjadi penghalang untuk melakukan pilihan dalam satu waktu, namun lebih menjelaskan bahwa orang tersebut memiliki keterbatasan untuk melakukannya. Mahasiswa yang belajar ekonomi, tentu masih bisa belajar pertanian namun memiliki keterbatasan. Pebisnis yang terjun dalam perusahaan manufaktur tentu masih bisa terjun dalam bidang perkebunan, namun memiliki keterbatasan. Begitu juga pemerintah yang menekankan pada pemerataan akan sedikit

mengorbankan pembayar pajak tertinggi. Paling tidak adanya pilihan ini memberikan alternatif bagaimana orang akan menentukan pilihan.

3. Orang berfikir rasional dalam mengambil keputusan

Semua orang pasti pernah berkesempatan untuk mengambil keputusan. Selepas lulus dari bangku sekolah menengah, seorang siswa dihadapkan pada pilihan untuk masuk perguruan tinggi atau bekerja. Dia akan memperhitungkan biaya dan keuntungan dari pengambilan keputusannya tersebut. Karenanya, orang akan berfikir rasional dalam pengambilan keputusan. Dalam ilmu ekonomi, berfikir rasional dikaitkan dengan motif ekonomi (keuntungan) yang didapatkan.

Jika pengambilan keputusan dijatuhkan pada bekerja maka keuntungan yang didapatkan adalah mendapatkan gaji dari hasil bekerjanya. Namun, gaji yang diterima adalah adalah gaji standar lulusan sekolah menengah. Jika pengambilan keputusan adalah meneruskan ke perguruan tinggi atau akademi, maka terdapat biaya yang harus dia keluarkan, yaitu biaya untuk membayar kuliah dan segala keperluannya. Biaya lain yang juga dia tanggung adalah waktu yang digunakan untuk studi di bangku universitas. Kalau dia memutuskan untuk tidak kuliah (memilih bekerja), maka dia dapat menggunakan waktu tersebut untuk bekerja dan mendapatkan hasil pada saat itu juga.

Begitu juga seorang pebisnis yang akan mengalokasikan dana untuk memulai usaha baru akan memperhitungkan biaya yang akan dikeluarkan dan keuntungan yang akan didapatkan. Dalam contoh sebelumnya, seorang pebisnis mempunyai dua pilihan untuk berusaha dalam bidang manufaktur atau dalam bidang perkebunan. Jika pebisnis memilih untuk usaha manufaktur maka pebisnis tersebut memiliki dua biaya yaitu: (1) biaya yang dikeluarkan terkait usahanya (seperti penyediaan lahan, pendirian pabrik, pembayaran tenaga kerja, dan lainnya), dan (2) biaya dari kesempatan yang hilang (*opportunity costs*) untuk mengusahakan bisnis perkebunan. Hal ini berlaku sebaliknya, bagi pebisnis yang bergerak dalam bidang usaha perkebunan akan menghadapi dua biaya yaitu (1) biaya yang dikeluarkan untuk usahanya (biaya penyediaan lahan, penggajian tenaga kerja, biaya alat, dan biaya lainnya), dan (2) biaya atas kesempatan yang hilang untuk mengusahakan usaha bidang manufaktur.

4. Perdagangan menyebabkan pihak-pihak yang terlibat menjadi lebih baik

Konsumen adalah pihak yang mengkonsumsi barang yang diproduksi oleh pihak lain, sedangkan produsen adalah penghasil suatu barang. Petani adalah pihak yang memproduksi bahan dasar pangan, perkebunan, dan lainnya. Tukang kayu dan tukang batu adalah pihak yang memiliki profesi untuk membangun rumah, dalam istilah modern

dikenal dengan pengembang (*developer*). Penenun adalah pihak yang memproduksi bahan dasar untuk pakaian, dalam dunia modern digantikan oleh pabrik tekstil.

Untuk memenuhi kebutuhannya, petani membutuhkan barang yang produksi oleh tukang kayu dan penenun. Oleh karenanya, maka diperlukan adanya pertukaran. Seandainya, petani dapat memenuhi kebutuhan pakaian dan rumah secara mandiri, maka tidak diperlukan adanya pertukaran. Begitu juga jika penenun dapat memenuhi kebutuhan pangan dan rumah secara otonom, tentu pertukaran bukan suatu yang mutlak untuk dilakukan.

Di masa lalu, di mana manusia masih secara bebas memanfaatkan sumberdaya alam secara bebas, pertukaran tidak diperlukan. Di masa tersebut, belum ada pembedaan spesifikasi antara petani, tukang kayu/tukang batu maupun penenun. Namun di masa sekarang ini, dengan pertambahan penduduk yang pesat maka konsekuensinya adalah terbatasnya sumberdaya, maka pertukaran merupakan suatu yang mutlak untuk dilakukan. Kondisi tersebut memunculkan istilah spesialisasi. Artinya, petani adalah pihak yang spesifik memproduksi bahan dasar pangan, perkebunan, dan lainnya. Tukang kayu dan tukang batu adalah pihak yang secara spesifik memproduksi rumah.

Penggunaan istilah perdagangan merupakan generalisasi dari pertukaran. Keduanya memiliki kesamaan asas dasar yang menyertainya yaitu asas sukarela. Petani bersedia menukarkan sebagian hasil produksi usaha pertaniannya demi mendapatkan kebutuhan pakaian dari penenun dan kebutuhan rumah dari tukang kayu dan tukang batu, demikian juga sebaliknya, yang membedakannya adalah dalam perdagangan ada suatu generalisasi dari pertukaran yang berupa nilai dari pertukaran tersebut, biasanya dinilai dengan satuan harga yang diukur dengan uang. Satuan uang ini merupakan satuan untuk membuat fleksibilitas dan akurasi dari pertukaran tersebut.

5. Pasar biasanya merupakan tempat yang tepat untuk mengorganisasikan aktivitas ekonomi

Analogi sederhana poin 4 di atas bahwa pertukaran atau perdagangan menyebabkan semua pihak menjadi lebih baik, setiap pertukaran dan perdagangan mengandung unsur nilai. Selanjutnya, bagaimana mengatur atau mengorganisasikan nilai tersebut agar setiap pihak mendapatkan proporsi nilai yang adil tentang sumberdaya yang dimiliki.

Secara historis, pengorganisasian nilai dilakukan oleh pihak-pihak yang menguasai sumberdaya. Pada masa kerajaan, sumberdaya

dikuasai oleh orang-orang kerajaan, begitu juga produksi barang dan jasa dikendalikan secara penuh oleh sistem tersebut. Selain itu, pada saat diversifikasi kebutuhan juga masih relatif sederhana dan hanya terbatas untuk memenuhi kebutuhan pokok. Sehingga, kerajaan masih mampu mengorganisasikan sumberdaya yang ada.

Perkembangan penduduk yang pesat dengan segala kompleksitas kebutuhannya, pihak kerajaan dipandang tidak mampu untuk mengorganisasikan sumberdaya yang dimiliki, maka diperlukan suatu sistem yang diharapkan mampu untuk mengorganisasikan sumberdaya tersebut. Adam Smith (1723-1790) mempublikasikan tulisan yang berjudul *The Wealth of Nation* pada tahun 1776 (dicetak ulang tahun 2003). Dalam tulisannya tersebut dia menjelaskan bahwa setiap barang memiliki harga, dan harga dari barang tersebut adalah nilai dari barang tersebut di pasar.

Dalam analogi simpel di atas, bisa saja seorang petani menukarkan hasil produksinya kepada penenun. Namun bagaimana halnya jika terdapat banyak petani dan banyak penenun yang membutuhkan barang yang sama. Salah satu kemungkinan yang ada adalah petani akan mencari penenun yang bersedia menukarkan hasil produksi pertanian dengan hasil tenun sesuai dengan nilai yang dia kehendaki. Begitu juga sebaliknya, penenun akan mencari petani yang bersedia menukarkan hasil produksi tenunnya dengan produksi pertanian sesuai dengan yang dia kehendaki. Sistem itu dinamakan sistem ekonomi pasar (*market economy*), yaitu suatu sistem yang menyerahkan keputusan kepada pelaku pasar, penjual, dan pembeli. Pertanyaan yang penting dan mendasar adalah apakah sistem ekonomi pasar tersebut sesuai untuk menjawab pertanyaan kehidupan dewasa ini. **Anda akan mendapatkan jawabannya dalam buku ini.**

6. Pemerintah dapat mempengaruhi kondisi pasar

Pasar merupakan interaksi antara penjual dan pembeli dalam mempertukarkan barang dan jasa yang diproduksi. Dengan adanya pasar maka konsumen dan produsen akan menjadi lebih baik, dalam bahasa ekonomi dikenal dengan istilah *well-being*. Keadaan yang lebih baik ini tercapai jika pasar berjalan dengan efisien. Namun terdapat permasalahan lain, dalam kehidupan bernegara tidak semua barang dan jasa bisa dibawa ke pasar untuk dipertukarkan. Contoh konkrit adalah pertahanan dan keamanan pelayanan pemerintah. Siapa yang bertanggung jawab untuk menyediakan barang-barang ini. Meskipun kebutuhan konsumen akan barang ini tinggi (semua masyarakat membutuhkan pertahanan dan keamanan), namun tidak ada yang mau menyediakan barang ini (karena tidak ada yang mau membayar untuk barang ini). Hal ini menyebabkan

pasar tidak dapat bekerja secara efisien atau dikenal dengan istilah kegagalan pasar (*market failure*), kondisi di mana pasar tidak dapat mengalokasikan sumberdaya secara efisien.

Sebaliknya, jika sumberdaya yang dibutuhkan oleh orang banyak tersebut dikuasai oleh satu pemilik. Apa yang akan terjadi? Ada dua kemungkinan: (1) jika pemiliknya baik dia akan menentukan harga sesuai dengan kemampuan konsumen untuk membayarnya, hal ini menyebabkan kebaikan untuk semua, (2) jika pemiliknya serakah dan ingin mengambil keuntungan besar, maka dia akan menentukan harga semaunya sendiri dan akan berdampak pada kurangnya kesejahteraan konsumen. Dalam hal ini pemilik sumberdaya tersebut memiliki kekuatan pasar (*market power*), kemampuan dari satu (sebagian kecil) pelaku pasar untuk mengatur pasar. Hal ini menyebabkan pasar menjadi tidak efisien. **Kita akan mempelajarinya lebih lanjut dalam pasar monopoli.**

Selain itu, penyebab lain adanya kegagalan pasar adalah adanya pihak lain yang merasa dirugikan dalam proses produksi, namun sulit untuk dipertukarkan di pasar. Contohnya adalah dalam proses produksi untuk menghasilkan kain. Seorang penenun (dalam skala rumah tangga) atau pabrik tekstil (dalam skala manufaktur) menghasilkan efek samping dari produksinya berupa polusi udara yang mengganggu lingkungan sekitar. Polusi ini sulit dibawa ke pasar untuk dipertukarkan. Dalam istilah ekonomi dikenal dengan eksternalitas (*externality*), dampak dari adanya kegiatan yang dilakukan seseorang kepada kesejahteraan pihak lain yang tidak terlibat dalam kegiatan tersebut.

Kondisi-kondisi di atas menyebabkan pasar tidak berjalan sesuai dengan harapan (*in-efisien*). Kondisi ini banyak terjadi dalam kehidupan perekonomian sehari-hari. Oleh karenanya perlu peran pemerintah untuk menjembatani kondisi-kondisi ini. Kapan dan apa bentuk peran pemerintah yang dibutuhkan merupakan tugas dari para ahli ekonomi. Akademisi tentunya dapat mempelajari tentang bagaimana cara untuk membuat keputusan berdasar ilmu ekonomi yang dipelajari.

7. Standar hidup suatu negara tergantung pada kemampuan untuk memproduksi barang dan jasa

Standar hidup dinyatakan dalam pendapatan perorang pertahun atau pengeluaran perorang pertahun atau yang dikenal dengan istilah pendapatan perkapita (*percapita income*). Pendapatan perkapita berbeda antara satu negara dengan negara yang lain. Pendapatan perkapita Indonesia tahun 2013 sebesar US\$ 3.986 atau setara dengan Rp 39.860.000. Pendapatan perkapita dihitung dari pendapatan negara total dibagi dengan jumlah penduduk. Pendapatan tersebut bisa jadi bukan

merupakan pendapatan rata-rata yang diterima oleh perorang masyarakat Indonesia. Hal ini karena adanya efek distribusi yang tidak merata. Sebagian masyarakat memiliki pendapatan yang lebih besar dari pendapatan perkapita tersebut, sedangkan sebagian yang lain memiliki pendapatan yang lebih kecil.

Pendapatan perkapita negara maju bisa jadi 5 sampai 10 kali lipat pendapatan perkapita negara berkembang. Meskipun ini bukan merupakan satu-satunya ukuran untuk mengukur kesejahteraan, paling tidak pendapatan perkapita merupakan cerminan tingkat pendapatan yang bisa dialokasikan untuk belanja selama setahun. Karenanya, pendapatan perkapita ini berpengaruh terhadap standar hidup masing-masing negara.

Dengan pendapatan perkapita tersebut, bagaimana alokasi untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Berapa besar dana untuk memenuhi kebutuhan makan, pakaian, perumahan, rekreasi, kesehatan dan lainnya. Logikanya, semakin besar pendapatan perkapitanya, semakin besar pengeluaran untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan tersebut. Sehingga, semakin besar pendapatan semakin besar kuantitas atau kualitas kebutuhan hidup yang dapat dipenuhi.

Apa yang menyebabkan standar hidup suatu negara berbeda dengan negara lain? Ilustrasi sederhana berikut dapat digunakan untuk menjawab pertanyaan tersebut. Dalam sebuah perusahaan distribusi barang, terdapat dua pekerja, katakan saja pekerja A dan pekerja B. Dalam satu jam kerja, pekerja A mampu mendistribusikan barang ke sebanyak 200 pelanggan, sedangkan pekerja B hanya mampu mendistribusikan barang ke 100 pelanggan. Jika penghitungan honor/penerimaan/gaji adalah Rp 1000 per pelanggan yang didistribusikan, maka pekerja A memperoleh Rp 200.000 dan pekerja B adalah Rp 100.000. Apa yang membedakan keduanya? Jawaban sederhana adalah produktivitas (*productivity*), jumlah produksi persatuan tenaga kerja. Produktivitas pekerjaa A: 200 pelanggan/jam; produktivitas pekerja B: 100 pelanggan/jam.

Mungkin anda masih bertanya-tanya, kenapa upah tenaga kerja di negara maju, Rp 100.000 perjam dan upah tenaga kerja di negara berkembang hanya Rp 10.000 perjam? Cara menetapkan upah minimum juga berdasarkan prinsip produktivitas ini. **Pertanyaan ini akan dijawab pada pembahasan bab tenaga kerja dalam buku ini.** Pemerintah memiliki peran dalam mengatur hubungan antara tenaga kerja dan pengatur produktivitas kerja (pemilik perusahaan).

8. Ekonom berfikir tentang margin

Dalam buku ini, pembaca akan banyak bersinggungan dengan istilah margin, diantaranya utilitas marginal, biaya marginal, produk

marginal, tenaga kerja marginal, dan marginal-marginal lainnya. Istilah ini banyak dipakai di berbagai buku dan jurnal ilmiah ekonomi. Dalam ilmu ekonomi, secara teks margin berarti tambahan. Ekonom selalu berfikir tentang tambahan. Ilustrasi yang digunakan di sini adalah perbandingan untuk mengkonsumsi barang dengan kualitas bagus (barang A) dan barang dengan kualitas biasa (barang B). Dasar pemikiran yang digunakan ekonom adalah untuk mendapatkan barang yang bagus membutuhkan tambahan biaya. Jika tambahan manfaat (kualitas barang) lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan maka dia memutuskan untuk membeli barang A dan sebaliknya.

Pelaku bisnis juga berpikir tentang margin. Misalnya, untuk memproduksi 100 kilogram karet kering, pengusaha mengeluarkan biaya total sebesar Rp 2 juta (biaya: pendirian pabrik, sewa lahan, bahan baku, dan termasuk upah tenaga kerja), atau dengan kata lain pengusaha harus menjual karet paling tidak senilai Rp 20.000 per kilogram. Jika pebisnis berpikir seperti ekonom yang berpikir margin/tambahan, misalkan setiap satu kilogram produksi dihargai Rp 15.000, akankah pebisnis tersebut menerima tawaran itu? Barangkali orang umum akan menjawab tidak karena harga yang ditawarkan lebih rendah dibandingkan dengan biaya produksi rata-rata. Namun, ekonom akan berfikir tentang tambahan manfaat yang didapatkan untuk memproduksi satu kilogram karet dan tambahan biaya yang benar-benar ia keluarkan untuk memproduksi satu kilogram karet. Misalkan tambahan biaya yang benar-benar ia keluarkan secara langsung untuk memproduksi satu kilogram karet adalah Rp 10.000 (untuk bahan baku dan tenaga kerja), maka pebisnis tersebut bisa saja memutuskan untuk menerima tawaran tersebut.

Bagaimana Ekonom Berfikir

Ekonom adalah istilah yang digunakan untuk menyebut ahli dalam bidang ekonomi. Seorang dikatakan ekonom jika mampu menyelesaikan masalah-masalah yang terkait dengan ekonomi dengan pendekatan ekonomi. Seperti layaknya ahli dalam bidang mekanik yang menyelesaikan masalah permesinan dengan teknik permesinan. Contoh sederhana, seorang mekanik akan mencari jawaban kenapa sebuah mobil mogok dan mencari solusi agar mobil tersebut dapat berjalan kembali. Dia akan mencari tahu penyebab mogoknya mobil tersebut dengan cara: (1) memeriksa daya/power untuk menggerakkan mesin, (2) memeriksa apakah mesin berfungsi normal, (3) memeriksa apakah bahan bakarnya tersedia dan dapat masuk secara normal ke

mesin tersebut, dan lain sebagainya. Cara berfikir tersebut adalah cara berfikir untuk mencari solusi terhadap kondisi permesinan.

Ekonom juga memiliki pendekatan-pendekatan tertentu untuk menyelesaikan masalah perekonomian. Sebagai mahasiswa yang baru belajar ekonomi menemukan permasalahan ekonomi merupakan sebuah tantangan tersendiri. Terkadang permasalahan ekonomi merupakan permasalahan yang secara abstrak untuk dapat dilihat. Dalam permasalahan produksi: Apakah produksi kopi petani sudah optimal? Apakah nelayan sudah mendapatkan pendapatan yang sesuai? Permasalahan tenaga kerja: Apakah pekerja di perkebunan sudah mendapatkan gaji yang sesuai? Apakah hubungan nelayan dan buruh nelayan sudah adil? Dalam kasus barang sumberdaya bersama: Apakah pembagian wilayah tangkapan nelayan di laut sudah adil? Dalam kasus konsumsi: Bagaimana konsumsi daging masyarakat Indonesia? Misalkan harga daging naik, ke mana perpindahan konsumen daging tersebut? Pertanyaan-pertanyaan tersebut merupakan upaya untuk mencari permasalahan-permasalahan perekonomian yang ada di sekitar kita. Permasalahan tersebut bersifat abstrak dan membutuhkan pendekatan-pendekatan tertentu untuk mengetahui dan mencari solusinya.

Penggambaran pada Ilmu Ekonomi

Untuk menggambarkan bagaimana sebuah sistem berlaku perlu adanya penyederhanaan sistem tersebut yang biasanya dibuat dalam bentuk model. Penyederhanaan tersebut berusaha untuk menggambarkan kondisi yang sebenarnya. Karenanya penggambaran model tersebut juga menggunakan asumsi-asumsi agar model tersebut dapat diterima. Selain itu untuk menggambarkan perekonomian juga perlu menggunakan metode yang dapat diterima secara ilmiah.

Model

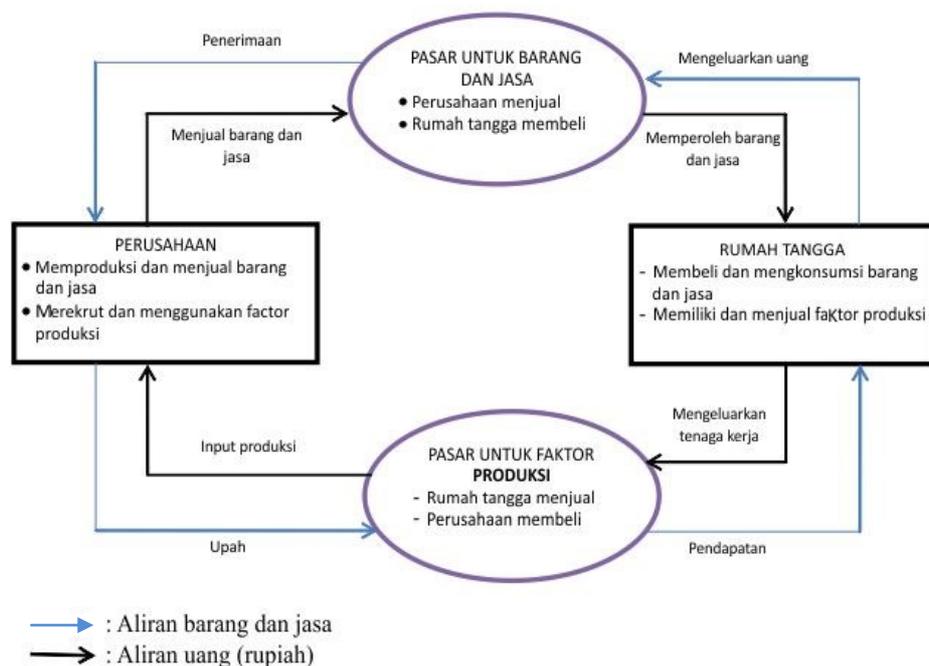
Model adalah penggambaran sederhana dari kondisi sebenarnya yang *relative* lebih kompleks. Anda mungkin masih sulit percaya bahwa perekonomian juga dapat dimodelkan. Saat anda belajar biologi tubuh manusia di sekolah menengah, anda diberikan model plastik dari tubuh manusia tersebut. Dalam model tersebut, anda belajar tentang fungsi organ tubuh seperti hati, pankreas, ginjal, otot, dan syaraf. Model tersebut akan memudahkan anda dalam belajar biologi dan menggambarkan kondisi sebenarnya dengan sebuah replika sederhana tubuh manusia.

Dalam bidang ekonomi juga tidaklah jauh berbeda, permodelan juga digunakan untuk menyederhanakan kondisi sebenarnya. Dalam kondisi sebenarnya, anda dapat melihat masyarakat merespon negatif adanya

kenaikan harga daging sapi dengan mengurangi konsumsi daging tersebut dan mencoba untuk berganti ke konsumsi lain, seperti daging ayam dan lainnya.

Model Perekonomian Sederhana

Dalam buku ini anda akan mengenal model-model perekonomian, terutama model dalam ekonomi mikro. Namun, sebagai gambaran awal anda akan diperkenalkan dengan model hubungan antara rumah tangga dan perusahaan. Mankiw (2001) menggambarkan aliran sirkular tersebut dalam sebuah diagram sederhana yang dikenal dengan diagram aliran-sirkular (aliran yang berputar) atau siklus pada sebuah perekonomian tertutup tanpa campur tangan pemerintah dan asing. Diagram aliran-sirkular (siklus ekonomi) merupakan diagram yang menghubungkan antara pihak rumah tangga dan perusahaan dalam menjalankan sistem perekonomiannya. Secara detail, diagram tersebut dapat dilihat sebagai berikut.



Gambar 1.1 Siklus ekonomi

Aliran tersebut menjelaskan hubungan antara rumah tangga dan perusahaan yang dihubungkan oleh pasar, baik pasar barang dan jasa maupun pasar faktor produksi. Masing-masing pelaku ekonomi memiliki peran dan hak masing-masing. Rumah tangga melalui pasar produksi memiliki tenaga

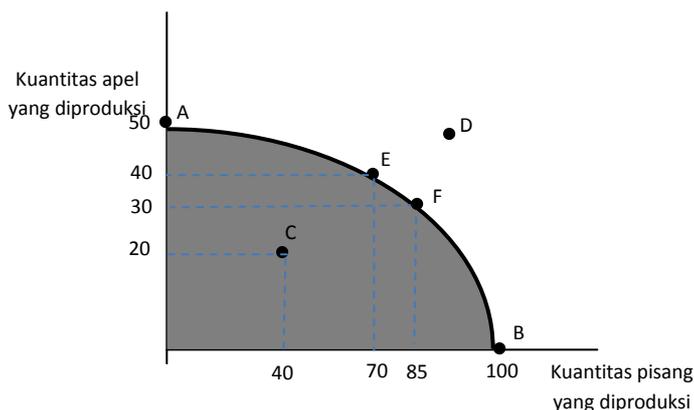
kerja yang diperdagangkan melalui pasar faktor produksi. Oleh perusahaan tenaga kerja digunakan sebagai input produksi. Di sisi lain rumah tangga menerima pendapatan atas tenaga kerja yang dikeluarkannya, dan perusahaan mengeluarkannya dalam bentuk upah untuk tenaga kerja tersebut. Pada pasar barang, perusahaan menjual barang dan jasa yang diproduksi dan mendapatkan penerimaan atas penjualan barang dan jasa tersebut. Sedangkan rumah tangga mengeluarkan uang untuk pembelian barang dan jasa tersebut.

Contoh di atas merupakan contoh sangat sederhana dari suatu perekonomian tanpa adanya peran pemerintah dan asing. Dalam kehidupan sekarang ini, model perekonomian sudah sangat kompleks. Contoh, dalam alur pasar tenaga kerja, saat rumah tangga mengeluarkan tenaga kerja sebagai input produksi untuk perusahaan, maka tenaga kerja tersebut dibebani pajak yang harus dibayarkan ke pemerintah. Begitu juga di pasar barang dan jasa, baik perusahaan maupun barang itu sendiri juga dikenai pajak yang harus dibayarkan ke pemerintah. Kita akan belajar ini pada bab-bab berikutnya. Namun, sebagai konsep awal, kondisi di atas merupakan kondisi dasar perekonomian.

Model Batas Kemungkinan Produksi yang Memaksimalkan Output

Model perekonomian di atas adalah model perekonomian yang menjelaskan hubungan antara perusahaan dan rumah tangga. Model sederhana lain yang perlu diketahui adalah model batas kemungkinan produksi. Model ini bertujuan untuk menggambarkan perekonomian atau perusahaan atau industri dalam memproduksi barang dengan sumberdaya yang ada. Jika anda memiliki faktor-faktor produksi tertentu (input produksi), anda akan berfikir output apa saja yang akan anda produksi. Selanjutnya, setelah anda tahu tentang output apa saja yang akan anda produksi, anda juga akan memikirkan kombinasi apa yang dapat memaksimalkan produksi. Pemikiran ini akan berkembang terus. Dalam istilah ekonomi ini dikenal dengan batas kemungkinan produksi (*production possibilities frontier*) yaitu grafik yang menggambarkan kombinasi beberapa output.

Misalkan suatu perusahaan pertanian memproduksi dua barang, buah apel dan buah pisang. Beberapa sumberdaya yang digunakan adalah tenaga kerja, lahan, bibit, dan pupuk. Misalkan semua sumberdaya digunakan untuk memproduksi buah apel, katakan 50 ton apel, maka tidak ada pisang yang bisa diproduksi. Sebaliknya, jika semua sumberdaya digunakan untuk memproduksi buah pisang, misalkan 100 ton pisang, maka tidak ada apel yang bisa diproduksi.



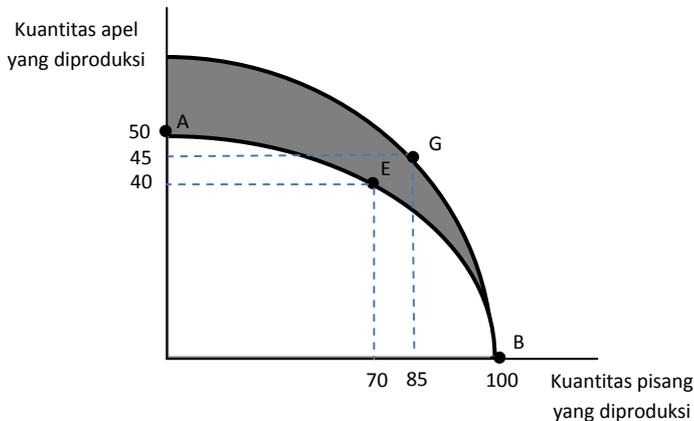
Gambar 1.2 Batas kemungkinan produksi

Area yang diarsir merupakan area yang mungkin untuk diproduksi dengan sumberdaya yang dimiliki. Salah satunya adalah titik C. Di titik ini, misalkan produksi apel sebanyak 20 ton dan produksi pisang sebanyak 40 ton. Produksi ini bukan merupakan produksi yang optimal karena dibawah garis produksi optimal, 50 ton apel atau 100 ton pisang. Begitu juga, perusahaan tidak bisa memproduksi pada titik D karena keterbatasan sumber daya yang dimiliki. Salah satu kemungkinan adalah memproduksi di salah satu titik sepanjang garis AB, misalkan di titik A, B, E atau F. Misalkan saja di titik E, jumlah apel sama dengan 40 ton dan jumlah pisang sebesar 70 ton. Pada garis ini merupakan pilihan di mana perusahaan menghasilkan produksi yang optimal, dan pada garis ini, produksi di katakan efisien.

Pada kurva batas kemungkinan produksi berlaku prinsip ekonomi yang telah diuraikan dalam bab 1, orang menghadapi pilihan (*trade off*). Ambil salah satu titik di kurva tersebut, misalkan titik E, produksi apel 40 ton dan produksi pisang 70 ton. Misalkan perusahaan ingin menaikkan produksi pisang menjadi 85 ton, karena keterbatasannya, maka dia hanya mampu memproduksi apel sebanyak 30 ton, dan seterusnya.

Kenapa kurva batas kemungkinan produksi tidak berupa garis lurus, malah bengkok terhadap sumbu O atau menghadap ke luar dari sumbu O? Bayangkan ilustrasi berikut. Misalkan perusahaan menggunakan sebagian besar sumberdayanya untuk memproduksi apel, maka kurva agak berbentuk tegak, karena sumberdaya yang digunakan untuk memproduksi pisang digunakan untuk memproduksi apel. Begitu juga, ketika perusahaan menggunakan sebagian besar faktor produksinya untuk memproduksi pisang, maka kurva kemungkinan produksi akan berbentuk landai. Sehingga sumberdaya yang cocok untuk memproduksi apel akan memproduksi apel dan

sebaliknya, sumber daya pisang akan digunakan untuk memproduksi pisang. Karena perubahan perpindahan dari produksi pisang dan apel tidak bersifat konstan, maka kurva tersebut melengkung.



Gambar 1.3 Pergeseran batas kemungkinan produksi

Kurva batas kemungkinan produksi merupakan pilihan untuk memproduksi barang pada tingkat optimum dalam waktu tertentu, namun bisa berubah dengan berubahnya waktu. Misalkan ditemukan teknologi pembibitan baru untuk apel, sehingga dengan sumberdaya yang sama mampu memproduksi buah apel lebih banyak, misalkan produksi apel naik dari 40 ton menjadi 45 ton seperti dalam Gambar 1.3 di atas.

Pendekatan Ilmiah

Untuk menentukan dan mempelajari permasalahan ekonomi, mahasiswa perlu mempelajari ekonomi dan berfikir seperti ekonom. Meskipun permasalahan-permasalahan perekonomian tidak tampak nyata seperti kasus “mobil mogok” dalam konteks di atas, namun ekonom juga menggunakan pendekatan-pendekatan keilmuan untuk pengembangan objek dan pengujian teori. Pendekatan-pendekatan tersebut harus dapat diuji dan dibuktikan kebenarannya. Untuk mengetahui bagaimana konsumsi daging dan bagaimana elastisitas konsumsi daging tersebut, ekonom perlu mengumpulkan data konsumsi daging dan data konsumsi barang lain. Selain itu, ekonom juga perlu mempelajari analisis konsumsi termasuk faktor-faktor yang mempengaruhinya. Misalnya, analisis konsumsi merupakan analisis yang dijelaskan dengan pendekatan ekonomi. Banyak literatur yang mendukung

untuk analisis konsumsi tersebut. Jika anda mau menulis atau menganalisis konsumsi anda perlu banyak membaca literatur terkait analisis konsumsi tersebut.

Asumsi

Seorang mekanik memperbaiki mesin mobil yang rusak dengan menggunakan asumsi-asumsi tertentu. Dalam kasus “mobil mogok” di atas *engineer* berasumsi adanya salah satu komponen yang rusak atau tidak berfungsi (berubah), sedangkan komponen yang lain bersifat tetap. Jika mekanik berasumsi mesinnya yang rusak, maka komponen lain adalah tetap, jika powernya yang rusak (berubah), maka mesin tetap, dan seterusnya. Variabel-variabel ini diselesaikan satu-persatu. Begitu juga dalam permasalahan ekonomi, asumsi juga diperlukan. Dalam kasus konsumsi daging di atas, jika harga daging naik, bagaimana konsumsi daging tersebut? Naiknya harga merupakan perubahan salah satu variabel, dengan asumsi variabel lain adalah tetap. Contoh variabel lain adalah harga dan jumlah konsumsi ikan, harga dan jumlah konsumsi sayuran, dan seterusnya.

Cabang-cabang Ilmu Ekonomi

Ilmu pertanian fisik seperti ilmu tanah memiliki cabang-cabang tertentu mulai dari fisika tanah, kimia tanah, biologi tanah maupun lebih dari itu geografi tanah. Masing-masing cabang tersebut memiliki konsentrasi dibidangnya. Namun secara umum, cabang-cabang ilmu tersebut menginduk dalam satu rumpun ilmu tanah.

Sama dengan bidang lain, ekonomi juga memiliki cabang-cabang ilmu. Ilmu untuk mempelajari perilaku konsumsi rumah tangga terhadap kebutuhan pokok, ilmu untuk mempelajari tentang tingkat produksi petani jagung di suatu daerah hingga ilmu untuk mempelajari efek inflasi terhadap pengangguran. Secara umum, ilmu ekonomi dikategorikan dalam dua cabang besar yaitu: (1) ilmu ekonomi mikro dan (2) ilmu ekonomi makro.

Ilmu ekonomi mikro mentitikberatkan pada perilaku rumah tangga dan perusahaan dalam berinteraksi di pasar, sedangkan ilmu ekonomi makro menitikberatkan pada fenomena yang lebih luas, baik dalam tataran negara maupun dalam tataran wilayah. Sebagai contoh, ekonomi mikro mempelajari perilaku rumah tangga dengan adanya kenaikan pajak pertambahan nilai yang dibebankan pada jenis barang tertentu, sedangkan ekonomi makro membahas tentang efek ekspor terhadap pendapatan nasional, pertumbuhan ekonomi, pengangguran dan inflasi.

Bagaimanapun, ekonomi mikro dan ekonomi makro saling berkaitan. Karena perubahan ekonomi nasional pada dasarnya merupakan perubahan

ekonomi individu. Keputusan individu akan berdampak pada perekonomian secara nasional. Misalkan pemerintah membebankan atau menaikkan pajak pada suatu barang, maka perilaku konsumen/individu untuk membeli barang tersebut juga bisa jadi berubah.

Pandangan Normatif and Pandangan Positif

Sumber daya ikan di laut merupakan sumberdaya bersama. Setiap orang memiliki hak yang sama untuk memanfaatkan sumberdaya tersebut. Namun kenyataannya, ada sebagian nelayan yang tidak memiliki akses wilayah tangkapan atau hanya memiliki sebagian kecil wilayah tangkapan. Bagaimana solusi untuk keadaan ini?

Pandangan positif adalah pandangan yang menjelaskan bagaimana sebuah sistem bekerja, sedangkan pandangan normatif adalah pandangan yang menjelaskan bagaimana sebuah sistem seharusnya bekerja. Seorang ekonom bekerja menjelaskan bagaimana sebuah sistem bekerja, sedangkan seorang penasehat bekerja bagaimana sebuah sistem seharusnya bekerja. Jika seorang ekonom menjelaskan sebuah sistem, selanjutnya mengarahkan bagaimana sebuah sistem itu bekerja, maka seorang ekonom sedang berperan sebagai seorang penasehat.

Dalam kasus di atas pandangan positif adalah pandangan yang menjelaskan bagaimana kondisi sebenarnya wilayah tangkapan ikan tersebut “ada sebagian nelayan yang tidak memiliki akses wilayah tangkapan”. Sedangkan pandangan normatif menjelaskan bahwa “seharusnya sumberdaya ikan di laut harus dikelola bersama”.

Oleh karenanya ekonom berusaha merancang bagaimana supaya sumberdaya perikanan tersebut dapat dikelola bersama. Dari kondisi riil tersebut, ekonom berusaha mengaplikasikan ilmu ekonomi yang terkait dengan bidang, misalnya bagaimana mengelola sumberdaya bersama untuk mencapai output bersama.

Pendekatan Deskriptif, Grafis, dan Matematis

Untuk mempermudah pemahaman buku ini, penulis menggunakan beberapa pendekatan diantaranya pendekatan deskriptif, grafis, dan matematis. Pendekatan deskriptif digunakan untuk menjelaskan teori-teori atau prinsip-prinsip ekonomi yang berlaku. Dalam penjelasan deskriptif tersebut disertai dengan contoh atau studi kasus yang ada di sekitar kita. Namun, karena tidak semua kasus dapat dijelaskan dengan studi kasus, terkadang penulis menggunakan ilustrasi baik ilustrasi grafis, diagram, maupun ilustrasi matematis.

Pendekatan grafis pertama kali digambarkan oleh ekonom Alfred Marshall pada 1930-an. Setelah itu, pendekatan tersebut banyak digunakan untuk menggambarkan model perekonomian. Penggambaran diagram dan ilustrasi grafis merupakan upaya penyederhanaan dari kondisi riil yang biasanya sangat kompleks. Ilustrasi yang bersifat diagram akan lebih mudah untuk dipahami dan kadang lebih mudah diingat dibandingkan penjelasan deskriptif. Ilustrasi grafis merupakan gambaran dari hubungan antara sumbu x dan sumbu y. Bagaimanapun kompleksnya permasalahan perekonomian, akan digambarkan dengan dua sumbu tersebut. Terkadang, penggambaran grafis bersifat abstrak jika dikomparasikan dengan kondisi riil. Oleh karenanya penggunaan asumsi, seperti dalam penjelasan di atas sangat diperlukan.

Selain itu, menggunakan ilustrasi matematika juga diperlukan untuk membantu penggambaran deskriptif dan grafis tersebut. Penggunaan rumus matematika baik aljabar, matrik, diferensial, dan terkadang integral diperlukan. Namun karena buku ini berupa buku dasar, pendekatan matematis sangat minim ditampilkan.

Petunjuk yang Mempermudah Pemahaman

1. Cara sederhana untuk menjelaskan biaya oportunitas adalah dengan cara berfikir terbalik pada periode sebelum memutuskan sesuatu. Seseorang yang telah menentukan untuk bekerja selepas lulus dari sekolah menengah, bisa saja berfikir terbalik seandainya dia menentukan untuk melanjutkan kuliah ke bangku universitas. Begitu juga seorang pebisnis yang telah memutuskan untuk berusaha di bidang manufaktur bisa saja berfikir terbalik seandainya dia memilih di bidang perkebunan. Hal ini menegaskan bahwa ketika seorang telah menentukan pilihan kuliah di bidang ekonomi, dia akan mengeluarkan biaya untuk kuliah di bidang ekonomi dan hilangnya kesempatan untuk memilih bidang pertanian, seperti kesempatan untuk belajar cara pengembangan generatif dan vegetatif. Begitu juga pebisnis yang menentukan bidang usaha manufaktur akan mengeluarkan biaya untuk usahanya tersebut dan biaya atas hilangnya kesempatan berusaha di sektor perkebunan.
2. Kenapa ekonom berfikir tambahan bukan menggunakan istilah rata-rata atau total. Tambahan adalah kondisi di mana pelaku sudah memiliki landasan untuk melakukan sesuatu. Dengan ijazah yang dimiliki, lulusan S1 sudah dapat mencari peluang untuk mendapatkan pekerjaan, namun dengan melanjutkan kuliah lagi ada tambahan biaya yang harus dikeluarkan dan tentunya manfaat yang diharapkan. Jika tambahan manfaat lebih besar dibandingkan dengan tambahan biaya, maka lulusan S1 tersebut akan memutuskan melanjutkan ke jenjang pendidikan S2.

3. Kenapa istilah perdagangan lebih banyak digunakan dibandingkan pertukaran? Pada zaman dahulu, di mana mata uang belum digunakan, istilah pertukaran lebih tepat digunakan karena pada saat tersebut belum adanya pengganti yang disepakati secara umum untuk menukarkan sesuatu. Sekarang, dengan bervariasinya kebutuhan manusia perlu adanya standar yang digunakan untuk menukarkan satu barang dengan barang yang lain yang berupa uang.

Istilah-Istilah Penting

- Insentif
- Pilihan (*trade-off*)
- Batas kemungkinan produksi (*production possibilities frontier*)
- Pandangan normatif
- Pandangan positif
- Margin
- Ekonomi mikro
- Ekonomi makro
- Model
- Biaya oportunitas (*opportunity cost*)
- Efisien (*efficient*)

Pertanyaan-Pertanyaan Jawaban Pendek

1. Seorang mahasiswa memiliki keterbatasan untuk menekuni dua bidang studi yang berbeda dalam waktu yang sama. Hal ini karena mahasiswa menghadapi.....
2. Pada saat ekonom menjelaskan kondisi secara sebenarnya, maka ekonom tersebut berpandangan.....
3. Ilmu ekonomi yang mempelajari perilaku produsen dan konsumen disebut dengan.....
4. Grafik yang menggambarkan kombinasi beberapa output dengan batasan input disebut dengan
5. Kenapa upah di negara berkembang lebih rendah dibandingkan negara maju?
6. Sebutkan dua hal yang menyebabkan pasar tidak berjalan secara efisien!.
7. Jelaskan konsep marginal!

Pertanyaan-Pertanyaan Benar/Salah

1. Negara menghadapi *trade-off* antara efisiensi dan kesetaraan (*equity*).

2. Ekonom berfikir bahwa dalam menjalankan bisnis, pengusaha hanya menanggung biaya yang dikeluarkan saja, tanpa memperhitungkan korbanan waktu karena yang bersangkutan tidak dapat bekerja di tempat lain.
3. Perdagangan menguntungkan semua pihak yang terlibat di dalamnya.
4. Ekonomi pasar mendasarkan keputusan pada perilaku semua stakeholder yang terlibat di dalamnya.
5. Kondisi di mana pasar tidak dapat mengalokasikan sumberdaya secara efisien disebut kegagalan pasar (*market failure*).
6. Pada saat ekonom berpandangan bagaimana ekonomi seharusnya bekerja, maka ekonom tersebut berperilaku normatif.
7. Ilmu ekonomi yang membahas tentang pendapatan nasional, pertumbuhan ekonomi, pengangguran dan inflasi disebut dengan ekonomi mikro.
8. Untuk mempermudah pembahasan ekonomi, ekonom sering menggunakan model.
9. Produktivitas tenaga kerja negara maju lebih tinggi dibandingkan dengan negara berkembang. Hal ini karena produktivitas tenaga kerja di negara maju lebih tinggi dibandingkan dengan Negara berkembang.
10. Eksternalitas merupakan salah satu penyebab ketidak efisienan pasar.

Bab 2 Perdagangan dan Ekonomi Pasar

Mengapa Anda Perlu Tahu

Produk yang kita konsumsi sehari-hari merupakan produk dari gabungan berbagai macam produk yang bisa jadi tidak kita mengerti dari mana produk tersebut berasal. Beras yang kita makan sehari-hari bisa jadi berasal dari Klaten atau dari Jember, produk susu olahan yang kita konsumsi bisa jadi berasal dari Boyolali atau Malang, pakaian yang kita pakai berasal dari kapas yang dihasilkan petani di luar negeri dan diproduksi oleh pabrik pakaian di Pekalongan atau Solo, sepatu yang kita pakai bisa jadi berasal dari Sidoarjo, sepeda motor yang kita gunakan untuk pergi kuliah bisa jadi keluaran Jepang yang dirakit di Jakarta dan seterusnya.

Pertanyaan mendasar apakah mereka memproduksi barang atau jasa dengan tujuan untuk kesejahteraan kita? Apakah mereka yang memproduksi barang tersebut mendapatkan imbalan dari pemerintah? Ataupun mereka memproduksi barang-barang tersebut karena mereka mengharapkan imbalan dari pengguna barang tersebut? Pada bab ini kita akan membahas tentang keuntungan perdagangan dan perlunya spesialisasi.

Perumpamaan dalam Ekonomi Modern

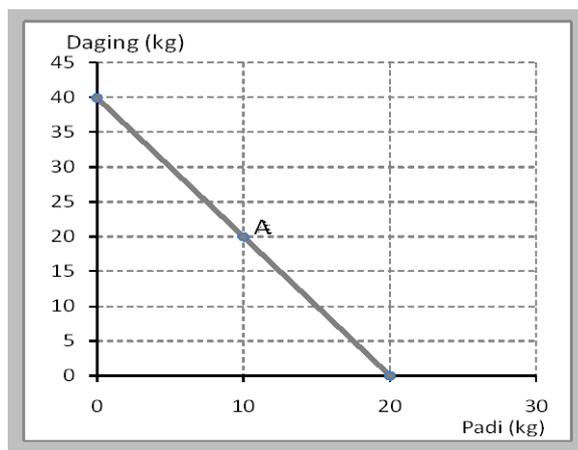
Untuk menggambarkan kondisi perekonomian yang kompleks, mari kita mengilustrasikan kondisi perekonomian yang sederhana. Namun gambaran sederhana ini barangkali terlalu ekstrim (baca: sulit ditemui) di masa sekarang. Petani beras di Klaten dan peternak sapi pedaging di Boyolali. Misalkan petani beras di Klaten menanam padi, memanen dan mengkonsumsinya setiap hari tanpa adanya lauk pauk, maka sampai pada waktu tertentu mereka akan bosan meskipun mereka memasaknya menjadi nasi goreng, bubur, dan lainnya. Begitu juga peternak sapi di Boyolali yang mampu memproduksi daging dan mengkonsumsinya setiap hari baik dibuat rendang, abon atau dibuat daging asap, pada titik tertentu akhirnya mereka akan mengalami kebosanan. Oleh karenanya perdagangan antara petani padi di Klaten dan peternak sapi pedaging di Boyolali menjadikan keduanya lebih baik. Gambaran ini tidak berbeda dengan gambaran pertukaran antara petani, tukang kayu, dan tukang tenun yang memproduksi kain yang telah **diterangkan dalam bab 1.**

Namun pembahasan tidak sampai di situ saja. Bagaimanakah jika petani padi di Klaten juga mampu untuk memproduksi daging sapi atau di lain pihak peternak di Boyolali juga mampu memproduksi padi. Apakah perdagangan masih diperlukan? Lebih lanjut, andaikan saja produktivitas padi

yang di produksi oleh peternak (yang juga sebagai petani) di Boyolali lebih tinggi dibandingkan produktivitas padi yang diproduksi petani di Klaten. Apakah spesialisasi masih diperlukan? Mari kita bahas lebih detail.

Kemungkinan Perbandingan Produksi Peternak di Boyolali dan Petani di Klaten

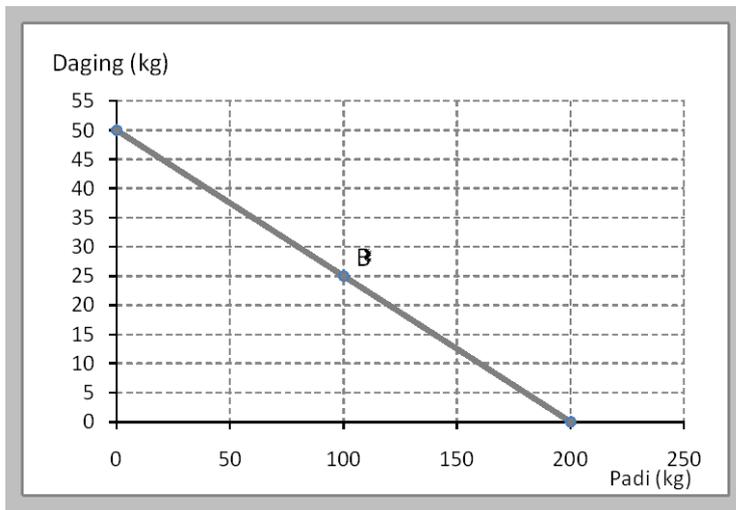
Sebelum membahas lebih detail, perlu diperhatikan bahwa untuk memproduksi barang dan jasa tentu menggunakan faktor produksi. Dalam hal ini digunakan faktor produksi tenaga kerja sebagai faktor pembanding. Misalkan peternak di Boyolali dan Petani di Klaten masing-masing memiliki alokasi waktu 200 jam kerja yang digunakan untuk memproduksi daging, padi dan kombinasi keduanya selama semusim. Sekarang kita bandingkan masing-masing. Peternak di Boyolali membutuhkan waktu 5 jam untuk memproduksi 1 kg daging dan membutuhkan waktu 10 jam untuk memproduksi 1 kg padi. Jika peternak menggunakan waktu keseluruhan untuk memproduksi daging, maka daging yang dapat diproduksi sebanyak 40 kg, sebaliknya jika peternak menggunakan keseluruhan waktunya untuk memproduksi padi, maka dia mampu untuk memproduksi padi sebanyak 20 kg, dan ketika peternak tersebut menggunakan separuh waktunya (100 jam) masing-masing untuk memproduksi daging dan padi, maka dia mampu memproduksi 20 kg daging dan 10 kg padi (seperti titik A) pada Gambar 2.1.



Gambar 2.1 Batas kemungkinan produksi peternak di boyolali

Di lain pihak petani di Klaten membutuhkan waktu 4 jam untuk memproduksi 1 kg daging dan 1 jam untuk memproduksi 1 kg padi. Jika

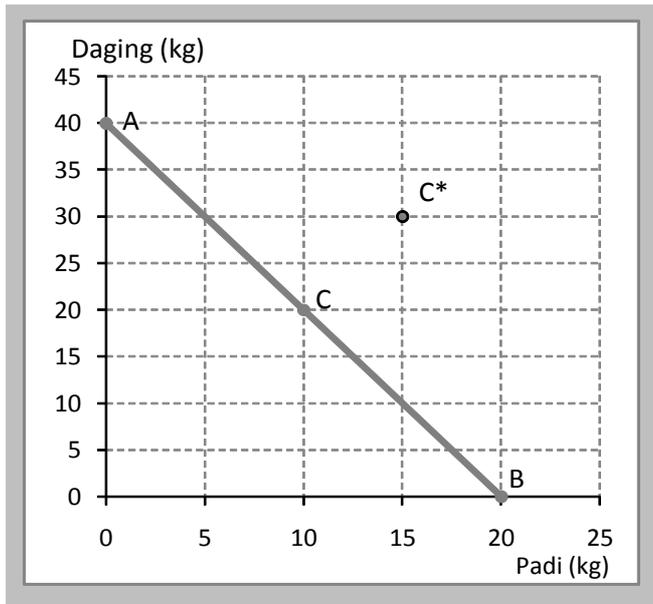
seluruh waktunya digunakan untuk memproduksi daging, maka petani di Klaten mampu memproduksi 50 kg daging, dan sebaliknya jika semua waktunya digunakan untuk memproduksi padi, maka dia mampu memproduksi 200 kg padi. Dan jika separuh waktunya (100 jam) masing-masing digunakan untuk memproduksi daging dan padi, maka dia mampu memproduksi daging sebanyak 25 kg daging sapi dan 100 kg padi (seperti titik B) pada Gambar 2.2.



Gambar 2.2 Batas kemungkinan produksi petani di klaten

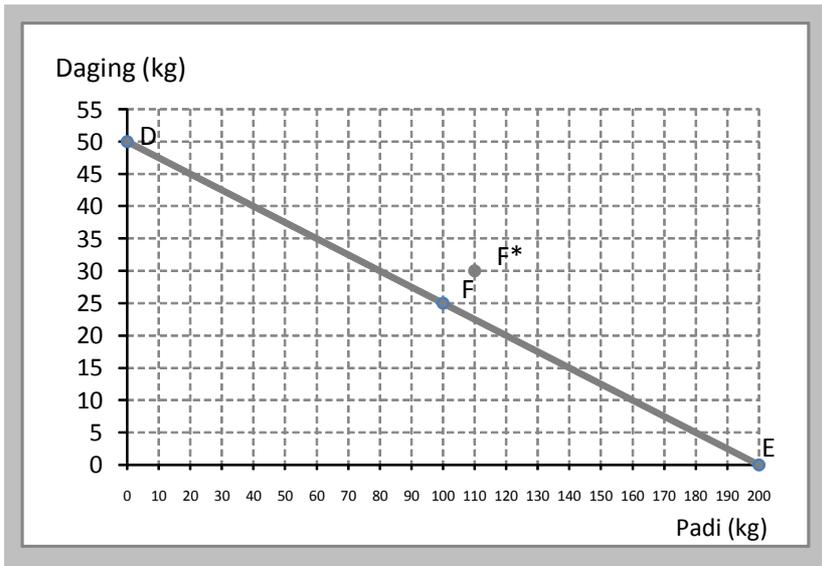
Dalam hal ini petani di Klaten memiliki produktivitas lebih tinggi dibandingkan peternak di Boyolali baik untuk daging maupun padi. Jika tidak ada perdagangan atau jika mereka berpikir untuk memenuhi kebutuhannya masing-masing, maka petani di Klaten dapat mengkonsumsi lebih banyak daging dan padi. Sebaliknya, peternak di Boyolali hanya mampu mengkonsumsi daging dan padi lebih sedikit.

Namun, jika keduanya berpikir untuk saling bertukar. Misalkan, petani di Klaten menawarkan ke peternak di Boyolali untuk hanya memproduksi daging, maka daging yang akan diproduksi sebanyak 40 kg. Misalkan dari 40 kg tersebut, 10 kg darinya ditukarkan dengan padi yang diproduksi oleh petani di Klaten sebanyak 15 kg, maka peternak di Boyolali akan memiliki 30 kg daging ($40 \text{ kg} - 10 \text{ kg}$) dan 15 kg padi seperti pada titik C* dalam gambar 2.3. Titik C* memiliki batas kemungkinan produksi yang lebih tinggi dibandingkan dengan titik A, B, dan C.



Gambar 2.3 Batas kemungkinan produksi peternak di boyolali sebelum dan sesudah pertukaran

Bagaimana halnya dengan petani di Klaten, apakah mereka untung dengan adanya perdagangan tersebut? Mari kita bahas lebih detail. Jika petani di Klaten menggunakan waktu masing-masing 80 jam kerja untuk memproduksi daging dan 120 jam kerja untuk memproduksi padi, maka daging dan padi yang akan diproduksi masing-masing sebanyak 20 kg daging dan 120 kg padi. Jika dari 120 kg padi tersebut, 15 kg ditukar dengan 10 kg daging, maka jumlah padinya berkurang menjadi 105kg ($120 \text{ kg} - 15 \text{ kg}$), namun jumlah dagingnya bertambah menjadi 30 kg (seperti titik F*) pada Gambar 3.4.



Gambar 2.4 Batas kemungkinan produksi petani di klaten sebelum dan sudah pertukaran

Dengan penjelasan dalam grafik di atas nampak jelas bahwa perdagangan atau pertukaran lebih menguntungkan dibandingkan jika masing-masing peternak di Boyolali dan petani di Klaten memproduksi kedua-duanya. Dengan adanya perdagangan, peternak di Boyolali lebih sejahtera karena memproduksi daging dan mengurangi produksi padi. Begitu juga petani di Klaten lebih banyak memproduksi padi dan mengurangi produksi daging.

Keunggulan Absolut

Pertanyaan selanjutnya mengapa petani di Klaten memiliki produktivitas lebih tinggi dibandingkan peternak di Boyolali? Untuk menjawab pertanyaan ini diperlukan pembahasan lebih mendalam kenapa produktivitas petani Klaten lebih tinggi dibandingkan peternak di Boyolali. Apakah karena teknologi, apakah karena teknik-teknik tertentu. Itu merupakan pembahasan lain.

Yang ingin ditekankan di sini adalah dari gambaran di atas kita dapat menyimpulkan bahwa petani di Klaten memiliki produktivitas lebih tinggi dibandingkan dengan peternak di Boyolali. Karenanya petani di Klaten memiliki keunggulan absolut dibandingkan dengan peternak di Boyolali. Keunggulan absolut merupakan perbandingan produktivitas antar produsen

barang. Untuk memproduksi daging dan padi petani di Klaten membutuhkan input tenaga kerja yang lebih sedikit dibandingkan peternak di Boyolali.

Biaya Opportunitas dan Keunggulan Komparatif

Ilustrasi di atas adalah perbandingan tenaga kerja pada dua pelaku usaha. Sekarang coba yang dibandingkan adalah biaya oportunitas masing-masing. Kita ulas kembali, untuk memproduksi 1 kg daging dan 1 kg padi peternak di Boyolali membutuhkan waktu masing-masing 5 jam dan 10 jam. Hal lain yang perlu digaris bawahi adalah “waktu yang digunakan untuk memproduksi daging akan mengurangi ketersediaan waktu untuk memproduksi padi”. Waktu untuk memproduksi daging adalah $\frac{1}{2}$ kali untuk memproduksi padi. Sebaliknya, waktu untuk memproduksi padi adalah 2 kali untuk memproduksi daging.

Sekarang kita lihat biaya oportunitas untuk petani di Klaten. Untuk memproduksi 1 kg daging dan 1 kg padi, petani di Klaten membutuhkan waktu 4 jam dan 1 jam untuk daging dan padi secara berurutan. Konsep oportunitas menjelaskan bahwa waktu yang digunakan untuk memproduksi suatu produk akan mengurangi waktu untuk memproduksi produk lain. Karenanya, waktu untuk memproduksi daging adalah 4 kali lipat waktu untuk memproduksi padi, sebaliknya waktu untuk memproduksi padi adalah $\frac{1}{4}$ kali waktu untuk memproduksi daging. Untuk mempermudah pemahaman, mari kita ringkas penjelasan di atas dalam tabel berikut.

Tabel 2.1 Biaya oportunitas untuk memproduksi daging dan padi

Produsen	Biaya oportunitas	
	Daging	Padi
Peternak di Boyolali	$\frac{1}{2}$ padi	2 daging
Petani di Klaten	4 padi	$\frac{1}{4}$ daging

Konsep biaya oportunitas menjelaskan bahwa biaya yang lebih kecil menunjukkan pelaku industri memiliki keunggulan komparatif. Ekonom menjelaskan bahwa keunggulan (*comparative advantage*) adalah perbandingan biaya oportunitas antar produsen dalam memproduksi barang.

Dari tabel tersebut, pertanyaan yang muncul adalah siapakah yang memiliki biaya oportunitas lebih kecil dalam memproduksi daging? Dan siapa yang memiliki biaya oportunitas lebih kecil dalam memproduksi padi? Biaya oportunitas peternak di Boyolali dalam memproduksi daging adalah $\frac{1}{2}$ padi. Biaya ini lebih kecil dibandingkan dengan biaya oportunitas petani di Klaten

dalam memproduksi daging yang memiliki biaya oportunitas 4 padi. Karenanya, peternak di Boyolali memiliki keunggulan komparatif dalam memproduksi daging dibandingkan petani di Klaten.

Selanjutnya biaya oportunitas peternak di Boyolali dalam memproduksi padi adalah 2 daging. Nilai oportunitas ini lebih besar dibandingkan oportunitas petani Klaten dalam memproduksi padi yaitu sebesar $\frac{1}{4}$ daging. Oleh karenanya petani di Klaten memiliki keunggulan komparatif dalam memproduksi padi dibandingkan dengan peternak di Boyolali.

Konsep keunggulan komparatif ini menunjukkan perlunya spesialisasi. Spesialisasi adalah konsentrasi produsen untuk memproduksi suatu barang berdasarkan keunggulan komparatifnya.

Keunggulan Komparatif dan Perdagangan

Jika produsen memiliki keunggulan komparatif atau produsen berspesialisasi, maka produksi akan meningkat. Lihat kembali contoh dalam sub bab "Batas kemungkinan produksi peternak di Boyolali dan Petani di Klaten" produksi peternak di Boyolali adalah 20 kg daging dan 10 kg padi, sedangkan produksi petani di Klaten adalah 25 kg daging dan 100 kg padi. Total produksi adalah 35 kg daging dan 110 kg padi.

Setelah adanya perdagangan, produksi daging dan padi peternak di Boyolali masing-masing adalah 30 kg dan 15 kg, sedangkan yang diproduksi petani di Klaten adalah 30 kg daging dan 105 kg padi. Sehingga, total daging dan padi yang diproduksi adalah 60 kg dan 120 kg. Nilai ini lebih tinggi dibandingkan dengan sebelum adanya perdagangan.

Tabel 2.2 Jumlah daging dan padi yang diproduksi sebelum dan sesudah perdagangan

Produsen	Sebelum		Sesudah	
	Daging	Padi	Daging	Padi
Peternak di Boyolali	20	10	30	15
Petani di Klaten	25	100	30	105
Total	35	110	60	120

Sekarang kita bandingkan antara perdagangan dan biaya oportunitas. Peternak di Boyolali menukarkan 10 kg daging dengan 15 kg padi, dengan kata lain harga padi adalah $\frac{2}{3}$ harga daging. Harga ini lebih rendah dibandingkan dengan biaya oportunitas padi yang diproduksi yaitu sebesar 2 daging.

Bagaimana halnya dengan petani di Klaten? Petani di Klaten menukarkan 15 kg padi dengan 10 kg daging atau dengan kata lain harga daging adalah $\frac{3}{2}$ padi. Harga ini lebih rendah dibandingkan dengan biaya oportunitas daging yang diproduksi sendiri yaitu 4 daging. Karenanya, perdagangan menyebabkan mereka lebih untung dibandingkan dengan memproduksinya sendiri.

Adanya perdagangan menyebabkan masing-masing pihak petani dan peternak, mendapatkan keuntungan karena harga yang didapatkan lebih rendah dibandingkan biaya oportunitas jika mereka memproduksinya sendiri. Hal ini karena peternak di Boyolali dan petani di Klaten mencurahkan waktunya untuk berkonsentrasi dalam memproduksi produk yang memiliki keunggulan komparatifnya.

Aplikasi Keunggulan Komparatif

Haruskah Direktur membersihkan rumah sendiri? Misalkan anda adalah seorang direktur puncak sebuah perusahaan perkebunan. Gaji anda dalam sehari (8 jam kerja) di perusahaan tersebut adalah sebesar Rp 4 juta. Anda adalah seorang pekerja keras, teliti, dan terkenal cepat dalam bekerja. Sehingga ketika anda membersihkan rumahpun, waktu yang dibutuhkan lebih cepat, katakanlah 4 jam. Pertanyaan yang menarik adalah apakah anda akan membersihkan rumah sendiri?

Di sisi lain, ada seorang pekebun yang biasa bekerja serabutan baik membersihkan rumah maupun membersihkan kebun. Dia dapat menyelesaikan pekerjaan membersihkan rumah milik direktur itu dalam waktu 8 jam atau 4 jam lebih lama dibandingkan direktur pemilik rumah tersebut. Biasanya pekebun tersebut dapat bekerja sebagai pembersih kebun dengan gaji Rp100 ribu untuk bekerja dalam satu hari kerja (8 jam).

Kita dapat menyelesaikan hal ini dengan pendekatan keunggulan komparatif dan biaya oportunitas. Gaji direktur untuk satu jam kerja adalah Rp 500 ribu, sedangkan gaji pekebun tersebut adalah Rp12,5 ribu. Biaya oportunitas direktur untuk membersihkan rumah tersebut adalah Rp 500 ribu perjam, sedangkan biaya oportunitas pekebun untuk membersihkan rumah tersebut adalah Rp 12,5 ribu. Pekebun memiliki keuntungan komparatif untuk membersihkan rumah karena dia memiliki biaya oportunitas yang lebih rendah. Meskipun direktur tersebut memiliki keunggulan absolut dalam mengerjakan pembersihan rumah tersebut (karena dia dapat mengerjakan pekerjaan tersebut dalam waktu yang lebih singkat), namun direktur tersebut akan memilih untuk bekerja di perusahaan dibandingkan membersihkan rumahnya. Kondisi sama-sama menguntungkan jika direktur tersebut

membayar pekebun tersebut di atas Rp 12.5 ribu hingga di bawah Rp 500 ribu perjam.

Perdagangan antar Negara

Kita telah mempelajari bahwa perdagangan menyebabkan semua pihak menjadi lebih baik, seperti yang telah diilustrasikan dalam contoh petani di Klaten dan peternak di Boyolali di atas. Bagaimana halnya dengan perdagangan antar negara? Apakah hal tersebut dapat dilakukan? Secara historis, pada masa Kekaisaran Tokugawa Jepang menutup hubungan dengan bangsa lain. Meskipun mereka mampu untuk *survive* dalam memenuhi kebutuhannya, namun kondisi kesejahteraannya jauh berbeda dengan sekarang di mana mereka membuka perdagangan luar negeri (dengan menjadi produsen mobil utama dunia).

Hal ini membuktikan bahwa bagaimanapun, adanya perdagangan menjadikan masing-masing negara di dunia menjadi lebih baik. Indonesia yang merupakan penghasil kelapa sawit terbesar dunia akan mengalami over-produksi jika tanpa perdagangan. Di sisi lain, tanpa adanya perdagangan negara-negara yang tidak memiliki kelapa sawit akan mengalami kesulitan untuk mengkonsumsi produk olahan minyak sawit, seperti minyak goreng, produk-produk kosmetik, dan lainnya.

Selain produk, perdagangan internasional juga meliputi tenaga kerja dan modal. Pekerja konstruksi di Qatar pada umumnya berasal dari Afrika dan Asia. Tanpa adanya perdagangan tenaga kerja, Qatar akan mengalami kesulitan dalam sektor propertinya. Begitu juga, bagi negara-negara Afrika dan Asia terbantu dengan adanya perdagangan internasional tersebut. Krisis ekonomi yang melanda Asia di akhir abad 20 memaksa aliran modal internasional untuk masuk ke negara-negara tersebut. Begitu juga, krisis yang terjadi di Yunani pada awal abad 21 memaksa mereka meminjam modal internasional.

Petunjuk-Petunjuk yang Mempermudah Pemahaman

1. Jika spesialisasi (keunggulan komparatif merupakan pilihan yang direkomendasikan) kenapa dalam kondisi sekarang petani di Klaten (yang seharusnya hanya menanam padi) juga beternak sapi, dan juga kenapa peternak di Boyolali (yang seharusnya hanya beternak sapi) masih juga menanam padi? Jawabannya adalah kita mengasumsikan bahwa seseorang menghadapi trade off jika sudah mengusahakan suatu produk, maka yang bersangkutan tidak bisa mengerjakan atau memproduksi barang lain.

2. Konsep keunggulan komparatif dapat dijelaskan dengan menggunakan konsep biaya oportunitas. Produsen yang memiliki biaya oportunitas lebih kecil, memiliki keunggulan komparatif dalam memproduksi suatu barang. Perdagangan menyebabkan harga yang diterima masing-masing pelaku ekonomi lebih rendah dibandingkan dengan biaya oportunitasnya. Begitulah gambaran tentang pentingnya perdagangan dalam perekonomian yang sederhana dengan dua pelaku pasar (petani dan peternak).
3. Bagaimana halnya dengan perekonomian yang sudah kompleks dimana banyak pelaku pasar yang aktif dalam perdagangan? Apakah konsep ini masih relevan untuk menjelaskan kompleksitas kondisi tersebut? Pada prinsipnya konsep ini sederhana di mana “orang hanya dapat mengerjakan satu aktivitas dalam satu waktu”, sehingga ketika orang tersebut akan melakukan aktivitas lain, dia akan memperhatikan biaya yang akan dia korbankan.

Istilah-Istilah penting

- Biaya Oportunitas (*opportunity cost*)
- Keunggulan absolut (*absolute advantage*)
- Keunggulan komparatif (*comparative advantage*)
- Perdagangan dan pertukaran

Pertanyaan-Pertanyaan Jawaban Pendek

1. Apa yang dimaksud dengan keunggulan absolut?
2. Apa perbedaan pertukaran dan perdagangan?

Perhatikan tabel berikut untuk menjawab pertanyaan 3 - 5.

Berikut merupakan perbandingan produktivitas tenaga kerja A dan B yang keduanya memproduksi jagung dan padi.

	Produksi Jagung	Produksi Padi
Tenaga kerja A	2 jam	6 jam
Tenaga kerja B	10 jam	5 jam

3. Siapa yang memiliki keunggulan absolut?
4. Siapa yang memiliki keunggulan komparatif memproduksi jagung ?
5. Siapa yang memiliki keunggulan komparatif memproduksi padi?

Pertanyaan-Pertanyaan Benar/Salah

1. Jika gaji anda sebesar Rp 50.000/jam, dan gaji tukang cat sebesar Rp 20.000/jam. Jika anda ingin mengerjakan pengecatan rumah, maka anda akan mengecat rumah tersebut sendiri.
2. Semakin kecil biaya oportunitas, maka keunggulan komparatif akan semakin besar.
3. Adanya keunggulan komparative akan menurunkan volume perdagangan dan juga meningkatkan kesejahteraan pasar.
4. Keunggulan absolut merupakan perbandingan produktivitas antar produsen barang.
5. Keunggulan komparatif merupakan perbandingan biaya oportunitas antar produsen dalam memproduksi barang.

Bab 3 Asal-usul Harga

Mengapa Anda Perlu Tahu

Bab ini diawali dengan pertanyaan-pertanyaan: bagaimana harga beras di Indonesia saat terjadi kemarau panjang di Jawa? Bagaimana efek kenaikan cukai rokok pada konsumsi rokok? Bagaimana harga bahan bakar di Maumere-Nusa Tenggara Timur saat terjadi badai di laut Flores? Untuk menjawab pertanyaan tersebut kita memperkenalkan istilah penawaran dan permintaan (*supply and demand*) dan interaksi antara keduanya dalam sebuah terminologi yang disebut pasar (*market*).

Bab ini membahas harga dikaitkan dengan permintaan dan penawaran suatu barang di pasar persaingan sempurna. Pasar persaingan sempurna dipilih karena pasar tersebut adalah pasar yang efisien (bahasan bab 5 dan bab 12). Selain itu, bab ini juga membahas faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan dan penawaran suatu barang. Model penawaran dan permintaan adalah dasar pembahasan buku ini. Untuk alasan ini, konsep yang dibahas dalam bab ini akan bermanfaat dalam mempelajari konsep dan teori ekonomi lebih lanjut.

Pasar, Pasar Persaingan Sempurna, dan Pasar Lainnya

Mari kita bahas pasar terlebih dahulu. Pasar adalah bertemunya penjual dan pembeli untuk mentransaksikan barang yang dijual dan barang yang dibeli. Pasar dapat bersifat sederhana (tradisional) maupun modern. Pasar produk pertanian yang didatangi pembeli pada sebuah tempat tertentu untuk saling tawar-menawar dan membeli barang merupakan contoh dari pasar sederhana. Pasar produk pertanian di Sidorajo merupakan salah satu contoh pasar tradisional ini, dimana pembeli dan penjual bertemu dalam sebuah pasar. Seorang penjual apel boleh jadi menetapkan harga yang mahal untuk produknya, namun pembeli bisa saja beralih ke penjual lain yang menawarkan barangnya dengan harga yang lebih murah. Di sisi lain, pembeli boleh jadi menawarkan apel dengan harga rendah, namun dia bisa jadi tidak akan mendapatkan barang yang ia inginkan hingga dia membeli dengan harga standar yang berlaku.

Selain pasar tradisional juga terdapat pasar modern. Pada pasar modern, pembeli satu dengan pembeli lainnya bisa jadi tidak bertemu dalam satu tempat tertentu. Begitu juga antara penjual satu dengan penjual lainnya juga bisa saja tidak saling bertemu. Hanya produk mereka bertemu di sebuah tempat atau etalase di supermarket. Mie instan yang ada di supermarket dengan berbagai merek dan perusahaan manufakturnya merupakan contoh

dari barang di pasar modern. Antara produsen mie instan tersebut tidak pernah bertemu dan bernegosiasi tentang harga dan jumlah barang yang ditawarkan, namun jika anda mengamati harga antar produk tersebut saling kompetitif. Jika produsen menetapkan harga sedikit dibawah harga rata-ratanya, maka pembeli akan beralih membeli produk tersebut, dan sebaliknya jika perusahaan menetapkan harga lebih besar dari harga rata-rata, maka pembeli akan beralih ke produk lain. Artinya, tidak ada produsen tunggal yang mampu mempengaruhi harga. Begitu juga pembeli dapat memilih tentang produk mie instan yang ingin dikonsumsinya.

Meskipun demikian, baik pasar tradisional maupun modern, keduanya memiliki persamaan yaitu adanya penjual, pembeli, dan informasi antara keduanya. Dalam contoh di atas keduanya merupakan contoh pasar persaingan sempurna. Ciri dari pasar persaingan sempurna adalah:

- (1) Barang yang diperdagangkan relatif sama. Pada contoh di atas, barang yang diperdagangkan bersifat sama contohnya adalah buah apel dan mie instan.
- (2) Terdapat banyak penjual dan pembeli, sehingga satu penjual atau satu pembeli tidak dapat mengatur pasar, baik penjual maupun pembeli bersifat sebagai penerima harga.
- (3) Informasi bersifat sempurna (kualitas dan kondisi barang).

Tidak semua jenis pasar berbentuk pasar persaingan sempurna. Jika penjualnya hanya satu, maka disebut pasar monopoli, dan terdapat pasar antara monopoli dan pasar persaingan sempurna yang disebut pasar oligopoli. Di samping itu ada juga pasar persaingan monopolistik yang terdiri banyak penjual yang menawarkan barang yang sedikit berbeda. Kita akan membahasnya pada bab-bab selanjutnya. Sekarang kita fokus pada pasar persaingan sempurna. Banyak analisis yang didasarkan pada pasar ini dengan memahami pasar ini kita akan mudah memahami pasar-pasar yang lainnya.

Permintaan

Kita mengawali belajar pasar dari sisi permintaan atau dari sisi konsumen. Kita tidak belajar dari mana permintaan ini dibentuk atau bagaimana menurunkan permintaan (pembahasan ini akan diulas dalam bab teori pilihan konsumen), akan tetapi kita mulai belajar dari apa yang mempengaruhi permintaan barang itu sendiri.

Hal penting dalam permintaan adalah jumlah barang yang diminta (*quantity demanded*), yaitu jumlah barang yang mampu dibeli oleh konsumen. Dalam hal ini kita menggunakan contoh mie instan. Bayangkan anda sendiri yang mengkonsumsi mie instan. Bagaimana anda menentukan jumlah

konsumsi mie instan? Dan faktor-faktor apa yang mempengaruhinya? Mungkin faktor-faktor berikut merupakan salah satu di antaranya.

1. Harga

Misalkan harga mie instan Rp 1.200, anda membeli 10 bungkus. Ketika harga naik menjadi Rp 1.500 anda akan menurunkan konsumsi, dan jika harga turun menjadi Rp 1.000 anda akan menaikkan konsumsi, dan seterusnya.

2. Pendapatan

Apa yang terjadi pada konsumsi mie instan ketika pendapatan anda menurun. Jika sifat barang tersebut merupakan barang normal, maka konsumsi akan menurun. Jika barang tersebut merupakan barang inferior, maka konsumsi barang tersebut akan naik. Contoh barang inferior adalah konsumsi ketela untuk pangan. Dengan meningkatnya pendapatan, maka konsumsi ketela pohon (singkong) akan berkurang dan berganti beras.

3. Harga barang lain

Misalkan harga beras turun, maka konsumsi mie instan akan turun. Mie instan dan beras adalah salah satu contoh barang substitusi. Kenaikan harga barang A akan menyebabkan konsumsi barang B naik. Mie instan dan beras merupakan sama-sama sumber karbohidrat. Jika harga mie instan naik, konsumsi saus tomat dan saus sambal mengalami penurunan, maka hubungan kedua barang ini bersifat komplementer, yaitu jika harga barang tersebut naik, menyebabkan konsumsi barang lain turun.

4. Rasa

Rasa merupakan salah satu faktor penting dalam mengkonsumsi suatu barang. Rasa muncul dari pengalaman seseorang mengkonsumsi barang tersebut. Bagi seseorang mengkonsumsi mie instan merupakan sensasi tersendiri. Apa yang terjadi terhadap permintaan jika rasa berubah?

5. Ekspektasi/harapan pada masa yang akan datang

Jika perusahaan akan menaikkan harga mie instan pada bulan berikutnya, maka pembelian konsumen akan mie instan pada bulan ini lebih banyak. Jika pendapatan anda pada bulan mendatang akan mengalami kenaikan, maka konsumsi anda untuk mie instan bulan ini akan mengalami kenaikan juga.

Kurva Permintaan

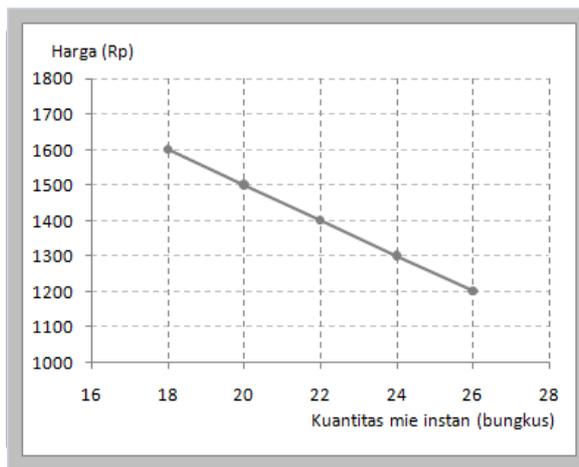
Anda telah mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan. Bagaimanakah menjelaskan faktor yang mempengaruhi permintaan tersebut dengan barang yang diminta dalam sebuah grafik. Untuk memudahkan pemahaman, anggap faktor-faktor yang mempengaruhi kuantitas barang yang diminta adalah tetap kecuali harga.

Jaka adalah mahasiswa yang suka mengonsumsi mie instan untuk sarapan paginya. Sebulan dia mengonsumsi mie instan sebanyak 26 bungkus jika harga Rp 1.200., harga Rp 1.300 dia mengonsumsi 24 bungkus, harga Rp 1.400 dia mengonsumsi 22 bungkus, jika harga Rp 1.500 dia mengonsumsi 20 bungkus, jika harga Rp 1.600 dia mengonsumsi 12 bungkus, harga Rp1.700 dia tidak mengonsumsi mie instan. Jika dibuat dalam tabel permintaan maka dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 3.1 Kuantitas mie instan yang diminta pada berbagai tingkat harga

Harga (Rp)	Kuantitas mie instan yang diminta (bungkus)
0	
1.200	26
1.300	24
1.400	22
1.500	20
1.600	18
1.700	12

Tabel permintaan adalah tabel yang menghubungkan antara harga barang dan kuantitas barang yang diminta. Selanjutnya, jika tabel permintaan tersebut dibuat dalam sebuah grafik permintaan, maka akan menjadi sebagai berikut.



Gambar 3.1 Kurva permintaan

Kurva permintaan adalah kurva yang menggambarkan harga barang dan kuantitas (jumlah) barang yang diminta. Kata kunci dalam definisi tersebut adalah kurva, harga dan kuantitas barang yang diminta. Sedangkan definisi permintaan adalah hubungan antara harga barang dan jumlah barang yang diminta.

Dari definisi tersebut kita tahu bahwa hanya variabel harga yang berpengaruh terhadap kuantitas barang yang diminta. Bagaimana halnya dengan faktor-faktor yang lain seperti pendapatan, harga barang lain, selera, dan ekspektasi. Dalam hal ini faktor-faktor yang lain tersebut diasumsikan tetap konstan. Dalam istilah ekonomi dikenal dengan “*ceteris paribus*”. Istilah ini berasal istilah latin yang berarti “dalam menganalisis suatu permasalahan, jika satu variabel diasumsikan berubah, maka variabel lain diasumsikan tetap”.

Anda masih bertanya-tanya, dalam kehidupan sehari-hari barangkali sesuatu datang dalam waktu bersama, sehingga sulit untuk membayangkan asumsi variabel lain adalah tetap. Dalam hal ini nanti kita bahas logika berfikir variabel lain adalah konstan pada sub bab keseimbangan permintaan dan penawaran.

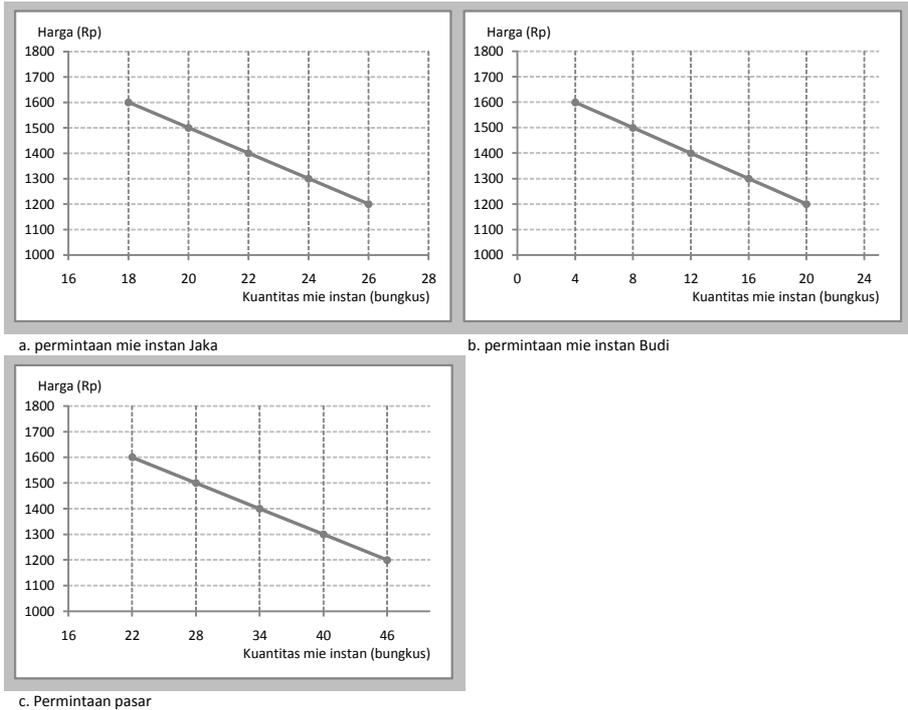
Permintaan Individu dan Permintaan Pasar

Permintaan di atas adalah permintaan untuk Jaka. Bagaimana halnya dengan permintaan mie instan untuk Budi temannya Jaka. Budi tidak terlalu suka mie instan, karenanya konsumsi Budi lebih sedikit dibanding Jaka. Berikut tabel permintaan untuk Jaka dan Budi. Bagaimana dengan permintaan mie instan keseluruhan atau permintaan pasar untuk mi instan.

Tabel 3.2 Tabel permintaan individu dan pasar

Harga (Rp)	Quantitas barang yang diminta Jaka (bungkus)	Quantitas barang yang diminta Budi (bungkus)	Kuantitas barang yang diminta pasar
0			
1.200	26	20	46
1.300	24	16	40
1.400	22	12	34
1.500	20	8	28
1.600	18	4	22
1.700			

Secara sederhana, permintaan pasar adalah total permintaan seluruh konsumen. Dalam hal ini permintaan pasar merupakan jumlah barang yang diminta oleh Jaka dan Budi seperti dalam table 3.2 di atas. Atau secara grafik dapat digambarkan sebagai berikut.



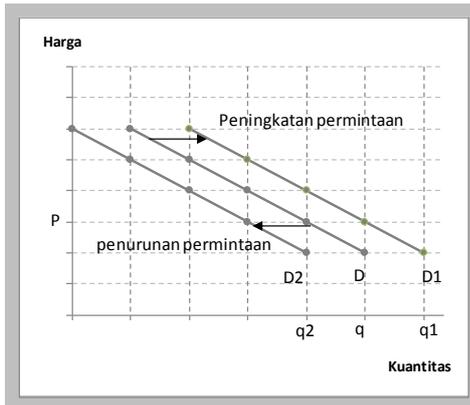
Permintaan pasar merupakan penjumlahan masing-masing permintaan individu suatu produk.

Gambar 3.2 Permintaan individu dan permintaan pasar

Pergeseran Kurva Permintaan

Perlu ditekankan lagi bahwa faktor yang mempengaruhi barang yang diminta adalah harga, pendapatan, harga barang lain, selera, ekspektasi, dan jumlah pembeli. Bayangkan jika salah satu lembaga penelitian kesehatan mengungkapkan bahwa konsumsi mie instan yang berlebihan akan menyebabkan penyakit kanker. Info ini akan mempengaruhi selera Jaka dan Budi serta orang-orang lain yang mengkonsumsi mie instan. Kondisi ini mempengaruhi konsumsi mie instan tanpa mempengaruhi harga terlebih dahulu. Selera berpengaruh menggeser kurva permintaan baik ke sebelah kanan maupun ke sebelah kiri.

Selera, merupakan salah satu faktor yang menggeser kurva permintaan. Faktor lainnya adalah pendapatan, harga barang lain, dan jumlah pembeli. Perhatikan kurva berikut.



Pendapatan, harga barang lain, selera, ekspektasi mempengaruhi permintaan tanpa harus mempengaruhi harga.

Gambar 3.3 Pergeseran kurva permintaan

Perubahan pendapatan

Jika pendapatan Jaka meningkat, maka dia akan mengkonsumsi mie instan lebih banyak dari q ke q_1 dibandingkan sebelumnya. Pendapatan yang meningkat ini menggeser kurva permintaan tanpa menggeser harga. Begitu juga sebaliknya, penurunan pendapatan akan menggeser kurva permintaan ke kiri, artinya mie instan yang dikonsumsi berkurang dari q ke q_2 .

Harga barang lain

Beras dan mie instan merupakan barang substitusi. Harga beras yang mengalami kenaikan menyebabkan konsumen beralih mengkonsumsi mie instan sehingga menggeser kurva permintaan ke kanan, artinya jumlah mie instan yang diminta mengalami kenaikan dari q ke q_1 , dan harga mie instan tetap. Begitu juga sebaliknya, jika harga beras mengalami penurunan, maka kurva permintaan juga bergeser ke kiri, dan jumlah barang yang diminta mengalami penurunan dari q ke q_2 .

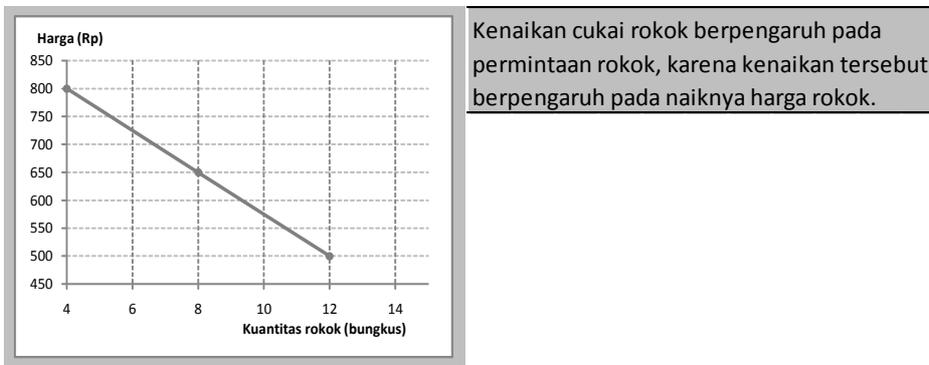
Selera

Pada kasus hasil penelitian yang menginformasikan bahwa konsumsi mie instan yang berlebihan akan menyebabkan penyakit kanker, kurva permintaan akan bergeser ke kiri. Artinya kuantitas mie instan yang diminta akan menurun dari q ke q_2 tanpa menurunkan harga. Di sisi lain, adanya iklan atau promosi yang menyebabkan selera konsumen mie instan naik akan menggeser kurva permintaan ke kanan. Artinya jumlah mie instan yang dikonsumsi bergeser dari q ke q_1 tanpa menggeser harga.

Ekspektasi

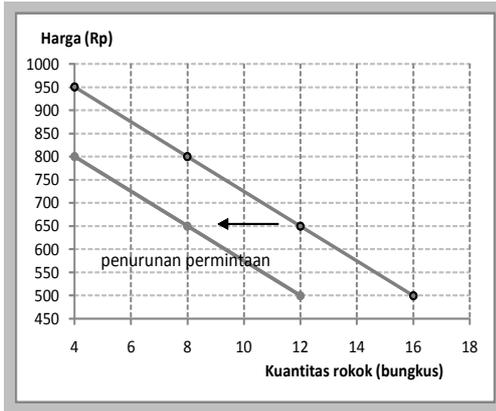
Pemerintah berencana menaikkan tarif (bea masuk) barang impor termasuk di dalamnya, adalah gandum sebagai bahan baku mie instan. Sehingga produsen akan menaikkan harga mie instan pada periode mendatang. Hal ini, akan mendorong kurva permintaan saat ini bergeser ke kanan dari q ke q_1 , artinya jumlah mie instan yang dikonsumsi saat ini akan bertambah sedangkan harga relatif tetap.

Bagaimana jika Pemerintah menaikkan cukai produk tembakau dan mendorong Majelis Ulama Indonesia untuk mengeluarkan fatwa dalam mengkonsumsi tembakau? Ketika pemerintah secara besar-besaran (*massive*) menaikkan cukai produk tembakau dari rata-rata 22% (tergantung jenis produknya), menjadi rata-rata 33% dan akan terus mengalami kenaikan pada tahun-tahun berikutnya. Adanya kenaikan cukai rokok salah satu produk tembakau, akan berpengaruh terhadap harga jual rokok, misalnya dari Rp 200/batang menjadi Rp 210/batang. Kenaikan harga ini menyebabkan pergerakan harga sepanjang kurva permintaan. Pergerakan ini menyebabkan jumlah rokok yang diminta turun, misalnya dari 10 batang rokok menjadi 8 batang rokok.



Gambar 3.4 Dampak kenaikan cukai rokok pada harga sepanjang kurva permintaan

Selain menempuh jalan menaikkan cukai rokok, pemerintah juga menghimbau Majelis Ulama Indonesia untuk mengeluarkan fatwa mengkonsumsi rokok yang dapat berdampak negatif, menurunkan selera dalam mengkonsumsi rokok. Fatwa ini menyebabkan kurva permintaan bergeser ke kiri. Artinya jumlah rokok yang diminta mengalami penurunan dari 10 batang rokok menjadi 8 batang rokok. Akan tetapi harga relatif tetap.



Fatwa larangan merokok berpengaruh pada selera konsumen, yang bertujuan menggeser permintaan tanpa mempengaruhi harga.

Gambar 3.5 Dampak fatwa larangan rokok pada pergeseran kurva permintaan

Dari dua model kebijakan pemerintah Indonesia dalam mengurangi konsumsi rokok tersebut, manakah yang terbukti efektif? Perlu penelitian lebih lanjut. Pemerintah menggunakan pendekatan kurva permintaan untuk mengurangi konsumsi rokok di Indonesia.

Penawaran

Pada sub bab sebelumnya, kita telah membahas permintaan yang menghubungkan jumlah barang yang diminta dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Di pasar, sebagai syarat untuk terjadinya transaksi perlu adanya barang yang ditawarkan oleh penjual.

Faktor yang Mempengaruhi Penawaran Individu

Bayangkan diri anda adalah penjual atau produsen mie instan yang dijual di pasar. Bagaimana perilaku penjual dan faktor apa yang mempengaruhinya? Jika anda sebagai produsen mie instan, berapa jumlah produk yang anda tawarkan ke pasar? Berikut ini faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Harga

Seperti juga permintaan, faktor penting yang mempengaruhi orang dalam memproduksi mie instan adalah harga mie instan itu sendiri. Jika harga mie instan naik, maka produsen akan memiliki insentif meningkatkan keuntungan dengan meningkatkan produksi. Sebaliknya, jika harga mie instan di pasar rendah, maka keuntungan yang diterima menurun. Dan pada suatu

titik, jika perusahaan mie instan dipandang tidak menguntungkan, maka produsen tidak akan memproduksi mie instan lagi. Dari penjelasan tersebut, kita dapat mengambil kesimpulan bahwa kuantitas barang yang ditawarkan berbanding lurus dengan harga barang tersebut. Jika harga barang tersebut naik, maka jumlah barang yang ditawarkan mengalami kenaikan. Sebaliknya, jika harga barang tersebut turun maka kuantitas yang ditawarkan mengalami penurunan.

Harga Input

Input adalah faktor produksi yang digunakan untuk memproduksi barang. Dalam hal ini adalah faktor yang digunakan untuk memproduksi mie instan antara lain gandum, mesin pembuat mie, mesin oven, tenaga kerja, bangunan, dan faktor-faktor pendukung lain. Jika harga input tersebut mengalami kenaikan, maka jumlah produksi mie instan yang anda produksi akan menurun. Hal ini menyebabkan harga input memiliki hubungan negatif dengan jumlah barang yang ditawarkan.

Teknologi

Teknologi merupakan faktor produksi yang tidak langsung berhubungan dengan jumlah barang yang ditawarkan. Adanya teknologi mesin pembuatan mie instan dengan menggunakan mesin yang lebih canggih dapat mengurangi tenaga kerja yang pada akhirnya dapat mengurangi biaya total.

Ekpektasi

Harapan pada masa yang akan datang akan berpengaruh pada jumlah barang yang ditawarkan saat ini. Jika anda berharap harga mie instan meningkat pada masa yang akan datang, maka anda akan menyimpan produk anda saat ini dan menjualnya pada masa yang akan datang.

Kurva Penawaran Individu dan Pasar

Anda telah mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran. Bagaimana menjelaskan faktor yang mempengaruhi penawaran tersebut dengan barang yang ditawarkan dalam sebuah grafik? Untuk memudahkan pemahaman, anggap faktor-faktor yang mempengaruhi kuantitas barang yang ditawarkan adalah tetap, kecuali harga.

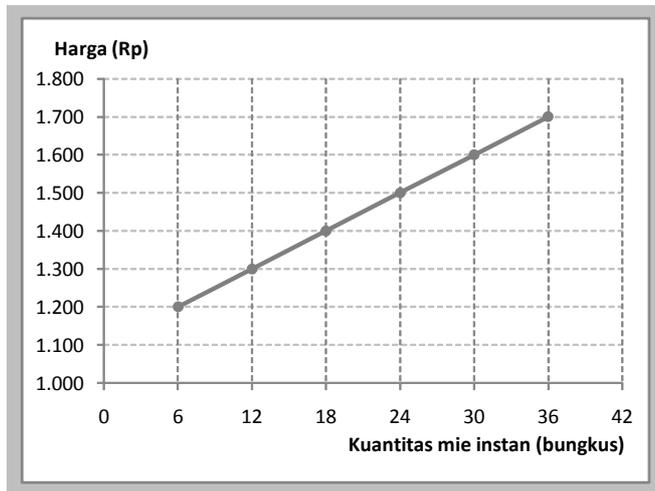
Bayangkan bahwa anda produsen mie intsan Trendi Food. Jika harga di bawah Rp 1.200 anda tidak memproduksi mie instan. Jika harga Rp 1.200 jumlah barang yang anda tawarkan sebanyak 6, jika harga Rp 1.300 jumlah

barang yang anda tawarkan sebanyak 12, jika seharga Rp 1.400 jumlah barang yang anda tawarkan sebanyak 18. Meningkatnya harga, akan meningkatkan jumlah barang yang ditawarkan seperti terlihat dalam tabel penawaran berikut.

Tabel 3.3 Jumlah barang yang ditawarkan pada berbagai tingkat harga

Harga (Rp)	Kuantitas mie instan yang ditawarkan (bungkus)
1.100	
1.200	6
1.300	12
1.400	18
1.500	24
1.600	30
1.700	36

Tabel penawaran adalah tabel yang menghubungkan antara harga barang dan kuantitas barang yang ditawarkan. Selanjutnya, jika tabel penawaran tersebut dibuat dalam sebuah grafik penawaran, maka akan menjadi sebagai berikut.



Gambar 3.6 Jumlah barang yang ditawarkan pada berbagai tingkat harga

Kurva penawaran adalah kurva yang menggambarkan harga barang dan kuantitas barang yang ditawarkan. Kata kunci dalam definisi tersebut

adalah kurva, harga, dan kuantitas barang yang ditawarkan. Sedangkan definisi penawaran adalah hubungan antara harga barang dan jumlah barang yang ditawarkan.

Dari definisi tersebut kita tahu bahwa hanya variabel harga yang berpengaruh terhadap kuantitas barang yang ditawarkan. Bagaimana halnya dengan faktor-faktor yang lain seperti harga input, teknologi, dan ekspektasi? Dalam hal ini faktor-faktor lain tersebut diasumsikan tetap atau konstan (*ceteris paribus*).

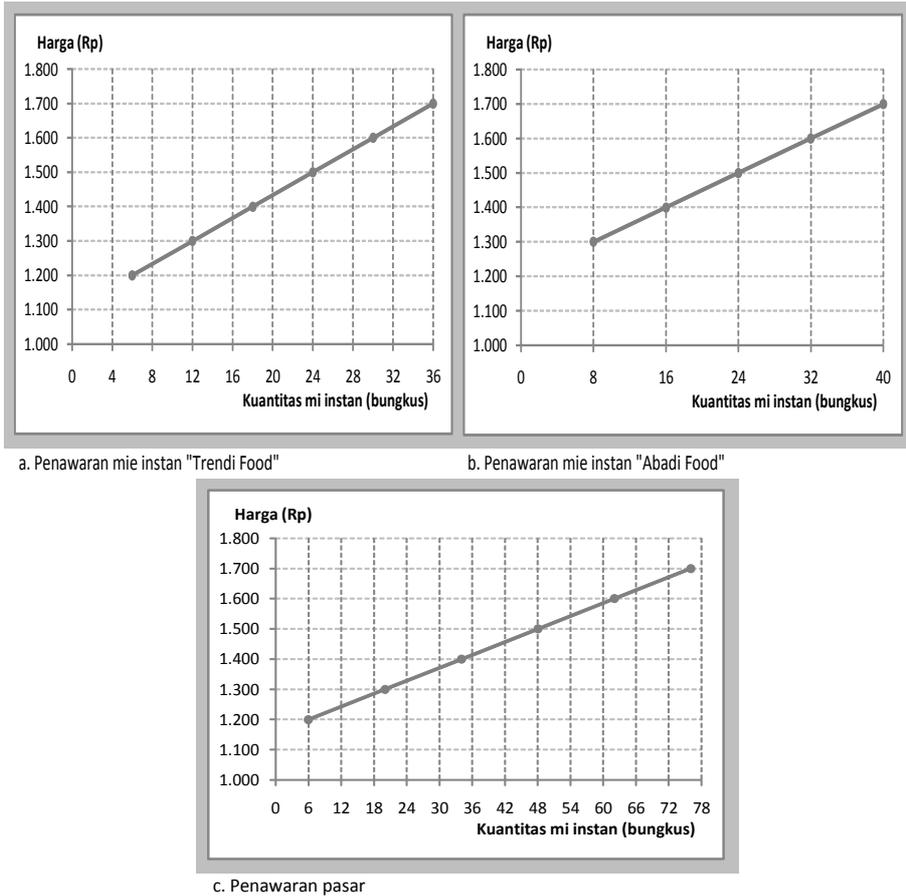
Kurva penawaran diatas adalah kurva penawaran individu, Trendi Food di mana keputusan yang diambil adalah keputusan individu. Selanjutnya bagaimana halnya dengan penawaran pasar?

Penawaran pasar adalah jumlah penawaran individu. Misalkan terdapat dua orang produsen Trendi Food, yang telah disebutkan di atas dan produsen lainnya Bahar dengan perusahaan Abadi Food. Abadi Food memiliki penawaran seperti pada kolom 3 Tabel 3.4. Sehingga penawaran pasar adalah total penawaran Trendifood dan Abadifood.

Tabel 3.4 Jumlah mie instan yang ditawarkan pada berbagai harga

Harga (Rp)	Kuantitas mi instan yang ditawarkan "Trendi Food" (bungkus)	Kuantitas mi instan yang ditawarkan "Abadi Food" (bungkus)	Kuantitas mi instan yang ditawarkan pasar (bungkus)
	(1)	(2)	(3) = (1) + (2)
1.100			
1.200	6		6
1.300	12	8	20
1.400	18	16	34
1.500	24	24	48
1.600	30	32	62
1.700	36	40	76

Dari tabel tersebut kita dapat membuat kurva penawaran pasar, yang menghubungkan antara harga barang dengan jumlah barang yang ditawarkan di pasar seperti terlihat dalam grafik berikut.

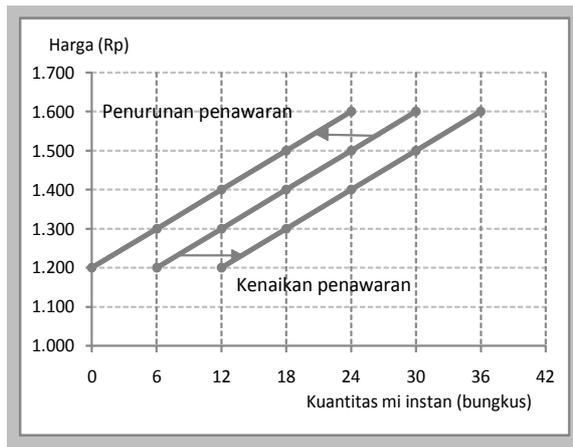


Penawaran pasar merupakan penjumlahan masing-masing penawaran individu suatu produk.

Gambar 3.7 Penawaran individu dan penawaran pasar

Pergeseran Kurva Penawaran

Harga merupakan faktor khusus yang berpengaruh terhadap penawaran. Perubahan harga menyebabkan barang yang diproduksi berubah sepanjang kurva penawaran. Bagaimana halnya dengan harga input, teknologi, ekspektasi, dan jumlah penjual? Faktor-faktor menyebabkan pergeseran kurva penawaran tanpa menyebabkan perubahan harga. Perhatikan gambar berikut.



Gambar 3.8 Pergeseran kurva penawaran

Harga input

Bagaimana misalnya upah tenaga kerja naik? Kenaikan upah tenaga kerja menyebabkan total biaya naik, sehingga keuntungan mengalami penurunan. Karenanya, kenaikan upah tenaga kerja menyebabkan kurva penawaran bergeser ke kiri tanpa menyebabkan harga mie instan tersebut berubah. Sebaliknya jika upah mengalami penurunan, maka menyebabkan kurva penawaran bergeser ke kanan, artinya jumlah barang yang ditawarkan lebih banyak dibandingkan sebelumnya.

Teknologi

Bagaimana halnya jika ditemukan teknologi baru yang mampu memproduksi mie instan dengan kuantitas yang lebih banyak dalam waktu yang sama? Adanya penemuan teknologi baru menyebabkan kuantitas produksi meningkat dan menggeser kurva penawaran ke kanan. Artinya, jumlah barang yang ditawarkan meningkat tanpa mempengaruhi harga.

Ekspektasi/Harapan

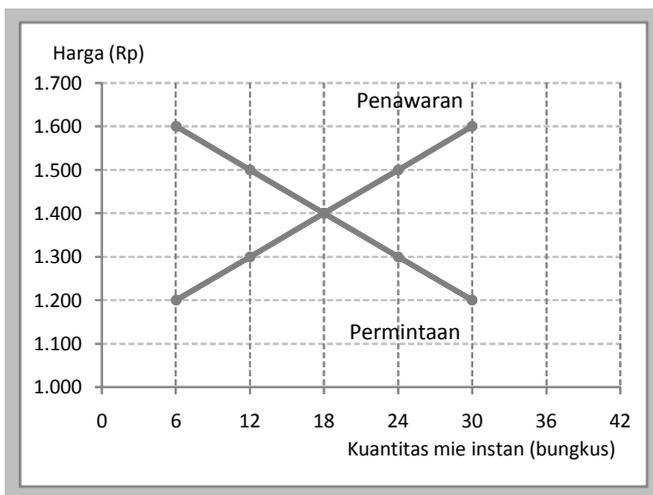
Harapan pada masa yang akan datang mempengaruhi kondisi barang yang ditawarkan saat ini. Adanya musim kering bisa jadi menyebabkan produksi gandum mengalami penurunan. Akibatnya, harga bahan baku mengalami kenaikan dan produksi mengalami penurunan. Jika anda berekspektasi semacam ini, maka anda akan menyimpan produksi dan menjualnya pada saat harga mengalami kenaikan.

Keseimbangan Permintaan dan Penawaran

Sudah dibahas diawal bahwa pasar merupakan tempat bertemunya pembeli dan penjual. Kita sudah membahas permintaan termasuk faktor-faktor yang mempengaruhi dan penawaran termasuk faktor-faktor yang mempengaruhinya. Pasar merupakan kondisi keseimbangan antara permintaan dan penawaran. Secara definisi, keseimbangan (*equilibrium*) adalah perpotongan antara kurva permintaan dan penawaran. Dalam hal ini, permintaan yang dimaksud adalah permintaan pasar, bukan permintaan individu. Begitu juga penawaran yang digunakan adalah penawaran pasar.

Mengapa permintaan dan penawaran pasar yang digunakan? Imajinasikan saja bahwa barang yang dijual di pasar (tradisional maupun modern) merupakan barang yang diproduksi oleh berbagai produsen dan pasar tersebut mempersilahkan siapa saja yang ingin datang untuk membeli.

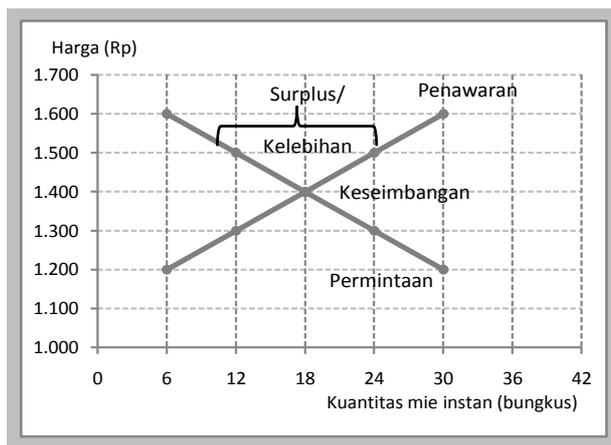
Sekarang kita kembali ke kurva permintaan pasar dan penawaran pasar yang telah kita miliki sebelumnya. Sekali lagi ini adalah cara untuk mempermudah pemahaman saja. Jika kita menemukan (memotongkan) kedua kurva tersebut, akan menemukan satu titik silang antar keduanya. Titik ini yang dinamakan titik keseimbangan (lihat Gambar 3.9), yaitu titik pertemuan antara kurva permintaan dan kurva penawaran. Jika kita tarik garis ke kiri dari titik tersebut (ke sumbu y), kita akan menemukan harga keseimbangan yaitu harga yang berlaku untuk titik keseimbangan. Selanjutnya, jika kita tarik garis ke bawah (ke sumbu x), maka akan kita temukan kuantitas keseimbangan, yaitu kuantitas barang pada titik keseimbangan.



Gambar 3.9 Keseimbangan pasar

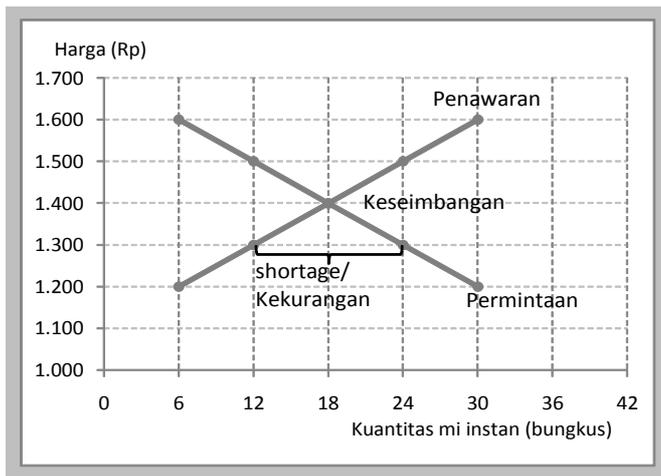
Bagaimana mendefinisikan keseimbangan ini dalam konteks pasar mie instan di atas? Apakah harga Rp 1.400 merupakan harga keseimbangan? Bagaimana dengan variasi harga mie instan di pasar, misalkan ada yang seharga Rp 1.300 atau Rp 1.350. Hal ini akan kita bahas dalam bab pasar. Secara sederhana dapat dijelaskan apabila terdapat mie instan yang dijual di pasar dan terdapat pembeli mie instan tersebut dengan harga tertentu, maka dapat dikatakan bahwa kondisi pasar adalah seimbang. Sebaliknya, kelangkaan mendapatkan mie instan dimana ketersediaan mie instan dengan harga di bawah atau diatas harga pasar merupakan kondisi yang tidak seimbang (*in-equilibrium*).

Kapan kondisi pasar ini tidak seimbang? Ini tergantung permintaan konsumen dan penawaran produsen dan juga interaksi keduanya. Baik produsen dan konsumen berusaha untuk mencapai ekuilibrium karena keduanya ingin mendapatkan kesejahteraan yang besar. Misalkan dalam suatu kondisi, harga mie instan di atas harga keseimbangan, Rp 1.500 jumlah mie instan yang ditawarkan di pasar sebanyak 24 bungkus, sedangkan jumlah mie instan yang diminta di pasar sebanyak 12 bungkus (lihat Gambar 3.10). Hal ini menyebabkan kondisi pasar mie instan dalam keadaan *surplus*, keadaan dimana jumlah barang yang ditawarkan di pasar lebih banyak dibandingkan yang diminta. Kondisi ini menyebabkan stok mie instan di gudang perusahaan mie instan menjadi berlebih. Oleh karenanya, produsen mie instan merespon dengan menurunkan harga pada tingkat tertentu hingga harga menjadi pada harga kondisi keseimbangan, sebagai contoh harga Rp 1.400.



Gambar 3.10 Kondisi di mana terdapat surplus di pasar

Dalam kondisi sebaliknya, misalkan harga mie instan lebih rendah dibandingkan harga pasar, yaitu Rp 1.300. Pada saat ini jumlah barang yang ditawarkan lebih sedikit dibandingkan dengan yang diminta, misalkan 12 bungkus mie (Gambar 3.11). Sedangkan jumlah barang yang diminta sebanyak 24 bungkus mie, dalam kondisi ini terdapat kekurangan kuantitas barang atau dikenal dengan istilah *shortage*, artinya jumlah barang yang diminta lebih banyak dibandingkan dengan jumlah barang yang ditawarkan. Dalam kondisi ini, pembeli harus menunggu untuk dapat mengkonsumsi mie instan. Kondisi ini memberi peluang pada produsen mie instan untuk menaikkan harga mie instan tanpa harus mengurangi kuantitas barang di pasar (jumlah barang bertambah menuju keseimbangan).



Gambar 3.11 Kondisi di mana terjadi kekurangan di pasar

Apakah pasar (permintaan dan penawaran) itu dapat seimbang sendiri atau perlu peran pihak lain misalnya pemerintah dalam menyeimbangkannya. Keduanya bisa terjadi tergantung jenis pasar untuk barang tersebut. Jenis pasar antara lain pasar persaingan sempurna, pasar monopoli, pasar oligopoli, dan pasar persaingan monopolistik yang akan kita bahas dalam bab selanjutnya. Pada kondisi keseimbangan ini, baik produsen dan konsumen semuanya mencapai kepuasan. Berapa lama harga bergerak menuju keseimbangan tergantung dari jenis pasar dan jenis barang tersebut. Kondisi ini disebut sebagai hukum permintaan dan penawaran, yaitu suatu harga yang membawa permintaan dan penawaran dalam kondisi keseimbangan.

Bagaimana menganalisis perubahan untuk menuju ke titik keseimbangan? Dalam menganalisis keseimbangan ini, posisikan anda sebagai seorang pengamat atau analis. Artinya anda dapat melihatnya dari sisi pembeli dan juga penjual. Saat terjadi suatu kejadian anda dapat menganalisis menurut pendekatan hukum permintaan dan penawaran. Tahap-tahap yang dilakukan oleh analis adalah sebagai berikut.

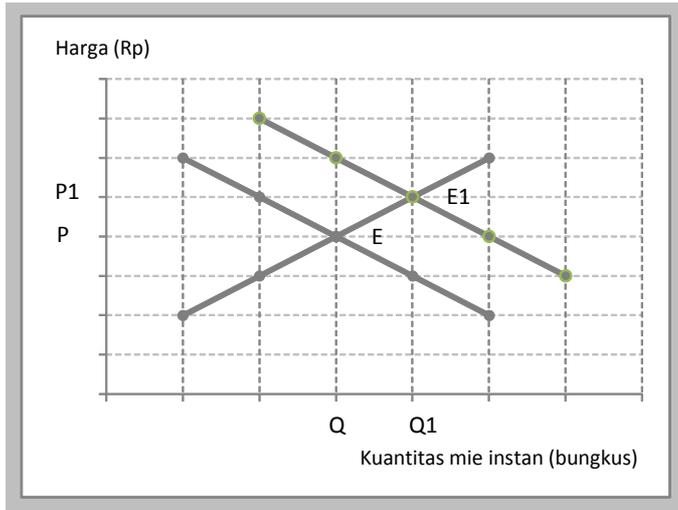
1. Mengenali bagaimana efek dari kejadian tersebut, apakah berpengaruh ke kurva penawaran atau ke permintaan atau keduanya.
2. Menentukan apakah kurva tersebut bergeser ke kanan atau ke kiri.
3. Mengetahui pergeseran harga sepanjang kurva baik dalam permintaan atau penawaran.

Pergeseran Permintaan

Misalkan adanya perayaan hari keagamaan seperti Hari Raya Idul Fitri. Bagaimana efeknya terhadap kondisi pasar mie instan?

Untuk menjawab ini, gunakan tiga langkah di atas:

1. Adanya Hari Raya Idul Fitri merubah selera masyarakat dalam mengkonsumsi mie instan. Masa tersebut adalah masa yang sibuk, sehingga masyarakat lebih memilih makanan yang cepat saji dan tidak butuh waktu lama untuk memasaknya. Kondisi ini akan menggeser kurva permintaan. Sementara kurva penawaran adalah tetap.
2. Kurva permintaan akan bergeser ke kanan. Pergeseran ini menyebabkan jumlah mi instan yang dikonsumsi mengalami kenaikan dari Q ke Q_1 (gambar 3.12).
3. Kenaikan jumlah mi instan yang dikonsumsi menyebabkan harga tersebut mengalami kenaikan dari P ke P_1 dan jumlah barang yang ditawarkan naik dari Q ke Q_1 (gambar 3.12).



Gambar 3.12 Pergeseran kurva permintaan

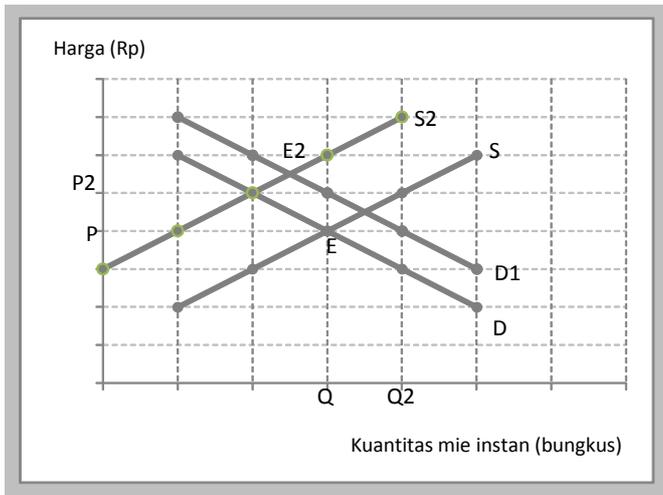
Perubahan Penawaran

Bagaimana efek badai di laut Flores terhadap kondisi pasar mie instan di Maumere, Nusa Tenggara Timur?

Untuk menjawab pertanyaan ini, langkah-langkah yang ditempuh adalah sebagai berikut.

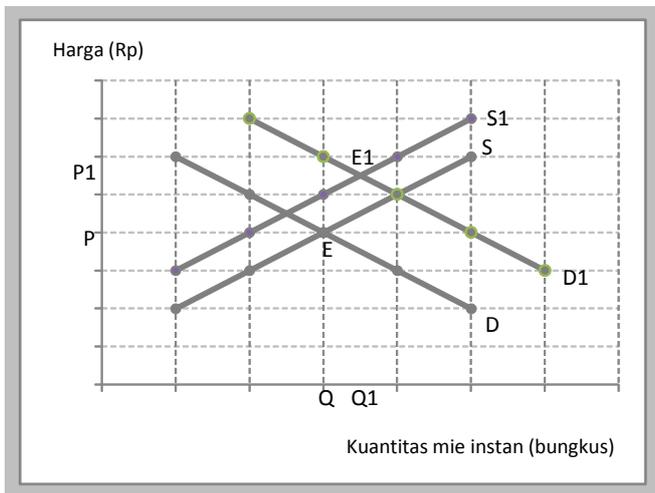
1. Adanya badai menyebabkan hambatan pasokan mie instan di Maumere. Kondisi ini mempengaruhi kurva penawaran tapi tidak mempengaruhi kurva permintaan. Kurva penawaran bergeser dari S ke S2.
2. Kurva penawaran bergeser ke kiri. Pergeseran ini menyebabkan jumlah mie instan yang ditawarkan mengalami penurunan dari Q2 ke Q (Gambar 3.13).
3. Pergeseran kurva Q2 ke Q menaikkan harga dari P ke P2 dan jumlah barang yang ditawarkan mengalami penurunan.

Kasus (a)



Gambar 3.14 Pergeseran kurva permintaan dan penawaran yang diawali dengan kurva penawaran

Kasus (b)



Gambar 3.15 Pergeseran kurva permintaan dan penawaran yang diawali dengan pergeseran kurva permintaan

Petunjuk-Petunjuk yang Mempermudah Pemahaman

1. Keseimbangan di pasar adalah pernyataan statik. Yakni, sekali pasar dalam kondisi keseimbangan, tidak ada kekuatan lanjutan untuk berubah. Oleh karenanya, ahli ekonomi menggunakan istilah *static comparative* untuk mendiskripsikan analisis perbandingan “keseimbangan statik lama” ke “keseimbangan statik yang baru”.
2. Selanjutnya, hal paling sulit ketika mempelajari penawaran dan permintaan adalah membedakan antara “*perubahan permintaan*” dan “*perubahan barang yang diminta*” serta antara “*perubahan penawaran*” dan “*perubahan barang yang ditawarkan*”. Untuk membantu mengingat, permintaan adalah keseluruhan hubungan antara harga dan kuantitas yang diminta. Yaitu, permintaan adalah keseluruhan kurva permintaan, bukan titik dalam kurva permintaan. Kemudian, perubahan permintaan adalah pergeseran dalam keseluruhan kurva permintaan yang hanya dapat disebabkan perubahan faktor penentu permintaan selain harga dari barang tersebut. Perubahan kuantitas yang diminta merupakan pergerakan sepanjang kurva permintaan dan disebabkan oleh perubahan harga barang tersebut. Demikian juga, penawaran merujuk pada keseluruhan kurva penawaran, tidak hanya satu titik dalam kurva penawaran. Karenanya, perubahan penawaran merupakan pergeseran keseluruhan kurva penawaran selain harga barang itu sendiri. Perubahan barang ditawarkan merupakan pergerakan sepanjang kurva penawaran dan disebabkan oleh perubahan harga barang itu.
3. Jika penawaran dan permintaan bergeser pada waktu yang sama dan kita tidak tahu besarnya setiap pergeseran, maka perubahan baik harga atau kuantitas bisa jadi ambigu (ketidakjelasan atau ketidakpastian). Contohnya, jika terdapat peningkatan penawaran (penawaran bergeser ke kanan) dan peningkatan permintaan (permintaan bergeser ke kiri), keseimbangan pasti naik, akan tetapi perubahan harga keseimbangan tidak pasti.

Istilah-istilah Penting

- Kuantitas yang diminta (*quantity demanded*)
- Hukum permintaan (*the law of demand*)
- Barang normal (*normal goods*)
- Barang inferior (*inferior goods*)
- Barang substitusi (*substitution goods*)
- Pelengkap (komplemen)
- Skedul permintaan (*demand schedule*)
- Kurva permintaan (*demand curve*)
- *Ceteris paribus*

- Kuantitas yang ditawarkan (*quantity supplied*)
- Hukum penawaran
- Skedul penawaran
- Keseimbangan (*equilibrium*)
- Harga keseimbangan (*equilibrium price*)
- Kuantitas Keseimbangan
- Kelerbihan (*surplus*)
- Pengurangan (*shortage*)
- Hukum Penawaran (*the law of supply*)

Pertanyaan-Pertanyaan Jawaban Pendek

1. Apa dua kriteria utama pasar persaingan sempurna?
2. Jelaskan hukum permintaan!
3. Apa variabel-variabel yang dapat mengakibatkan permintaan untuk barang selain harga barang itu sendiri?
4. Apa perbedaan antara barang normal dan barang inferior?
5. Jelaskan hukum penawaran!
6. Apa variabel yang mengakibatkan perubahan penawaran selain harga barang itu sendiri?
7. Misalkan penyedia jagung mengharap harga jagung meningkat pada masa yang akan datang. Bagaimana hal ini berdampak pada permintaan, penawaran, harga, dan kuantitas keseimbangan untuk jagung?
8. Jika terdapat surplus suatu barang, apakah harga berada di atas atau di bawah harga keseimbangan?
9. Misalkan terdapat peningkatan pendapatan konsumen. Pada pasar mobil (barang normal) apakah kondisi ini menyebabkan peningkatan permintaan atau kuantitas yang diminta? Apakah ini menyebabkan peningkatan penawaran atau peningkatan barang yang ditawarkan? Jelaskan!
10. Misalkan terdapat peningkatan teknologi yang digunakan untuk memproduksi, apakah kondisi ini menyebabkan peningkatan penawaran atau peningkatan barang yang ditawarkan? Apakah hal ini menyebabkan peningkatan permintaan atau barang yang diminta? Jelaskan!

Pertanyaan-Pertanyaan Benar/Salah

1. Pasar kompetitif sempurna terdiri dari produk yang semua barang berbeda dengan lainnya.
2. Sebuah pasar oligopolistik hanya memiliki beberapa penjual
3. Hukum permintaan menyatakan bahwa peningkatan harga suatu barang menurunkan permintaan barang tersebut.

4. Jika apel dan jeruk merupakan barang substitusi, peningkatan harga apel akan menurunkan permintaan jeruk.
5. Jika pemukul golf dan bola golf merupakan barang komplemen, peningkatan harga pemukul golf menurunkan permintaan bola golf.
6. Jika konsumen berharap harga sepatu meningkat pada masa yang akan datang, maka akan ada peningkatan permintaan sepatu hari ini.
7. Hukum penawaran menyatakan bahwa peningkatan harga barang akan meningkatkan kuantitas barang yang ditawarkan.
8. Peningkatan harga baja akan menggeser penawaran mobil ke kanan.
9. Saat harga sebuah barang di bawah harga keseimbangan, hal itu menyebabkan surplus.
10. Kurva penawaran pasar merupakan penjumlahan horizontal dari kurva penawaran individu.
11. Jika terdapat pengurangan suatu barang, harga barang tersebut cenderung turun.
12. Jika pensil dan kertas merupakan barang komplemen, peningkatan harga pensil menyebabkan permintaan kertas menurun dan kurva bergeser ke kiri.
13. Jika terdapat peningkatan penawaran terkait dengan penurunan permintaan kopi, maka terdapat penurunan baik harga maupun kuantitas keseimbangan untuk pasar kopi.

Bab 4 Elastisitas dan Aplikasinya

Mengapa Anda Perlu Tahu

Dalam rangka mengurangi konsumsi rokok di Indonesia pemerintah menaikkan cukai produk tembakau. Pemerintah juga menggagas pemberlakuan peraturan pemerintah tentang produk tembakau yang bertujuan mengurangi konsumsi rokok. Bab ini bukan membahas efektifitas dari peraturan pemerintah tersebut. Bab ini membahas pergerakan efek harga terhadap jumlah barang yang dikonsumsi dan jumlah barang yang ditawarkan. Misalkan harga rokok dinaikkan, apakah konsumen akan berhenti merokok? Jika iklan larangan merokok dengan semua variansinya ditekankan untuk dicantumkan pada bungkus rokok, apakah produk rokok akan berkurang? Bagaimana pengaruh pendapatan terhadap konsumsi rokok? Bab ini akan membahas aplikasi dasar teori permintaan dan penawaran.

Bab 4 ini merupakan bab keempat dalam rangkaian pembahasan pentingnya perekonomian. Bab ini juga membahas bagaimana efek harga terhadap jumlah barang yang diminta atau barang yang ditawarkan. Kita kenalkan dulu konsep elastisitas, elastisitas adalah ukuran perubahan jumlah barang yang diminta atau jumlah barang yang ditawarkan pada salah satu faktor yang mempengaruhinya.

Elastisitas Permintaan

Pada bab sebelumnya kita membahas pergerakan jumlah barang yang diminta secara *kualitatif*, yaitu pendekatan yang menjelaskan hanya dengan deskripsi. Pendekatan tersebut sangat bermanfaat untuk memudahkan dalam pemahaman, namun sulit untuk mendefinisikan apakah perubahan jumlah barang yang diminta tersebut elastis atau tidak elastis. Oleh karenanya kita perlu menggunakan pendekatan lain yaitu *pendekatan kuantitatif*, pendekatan yang menggunakan angka.

Kita telah membahas faktor-faktor yang mempengaruhi (determinan) jumlah barang yang diminta adalah harga, pendapatan, jenis barang, ekspektasi, dan jumlah pembeli. Sebenarnya, determinan ekspektasi merupakan fungsi dari salah satu determinan yang lain, misalkan ekspektasi harga dan pendapatan pada masa yang akan datang. Sedangkan jumlah pembeli berdampak pada jenis pasar yang akan kita bahas dalam bab pasar. Karenanya bab ini membahas elastisitas harga, elastisitas pendapatan, dan elastisitas harga silang.

Elastisitas Harga Permintaan

Elastisitas harga permintaan (selanjutnya disebut elastisitas harga) adalah perubahan jumlah barang yang diminta karena adanya perubahan harga. Permintaan barang dikatakan elastis jika perubahan harga akan sangat mempengaruhi perubahan jumlah barang yang diminta. Dalam kasus sebelumnya, permintaan mie instan dikatakan elastis jika perubahan harga mie instan berpengaruh pada jumlah mie instan yang diminta. Dalam hal ini istilah atau terminologi “berpengaruh” adalah sangat subyektif. Bagi konsumen yang berpendapatan tinggi, maka perubahan harga tidak terlalu berpengaruh terhadap permintaan, sebaliknya bagi konsumen berpendapatan kecil, maka perubahan harga sangat berpengaruh terhadap jumlah barang yang diminta. Untuk menetralsir hal tersebut, perlu dibuat kuantifikasi. Terdapat dua cara dalam perhitungan elastisitas harga, elastisitas harga permintaan dan metode titik tengah (*mid point method*):

$$1. \text{ Elastisitas harga permintaan} = \frac{\text{persentase perubahan barang yang diminta}}{\text{persentase perubahan harga}}$$

Dalam contoh kasus produk mie instan terdapat:

$$\begin{aligned} P_1 &= \text{Rp } 1.400 & Q_1 &= 34 \\ P_2 &= \text{Rp } 1.500 & Q_2 &= 30 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Persentase perubahan harga} &= (1.400 - 1.500)/1.400 \\ &= - 0,07 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Persentase perubahan permintaan} &= (34 - 30)/34 \\ &= 0,12 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Sehingga elastisitas harga} &= 0,12/- 0,07 \\ &= - 1,64 \end{aligned}$$

Tanda negatif berarti arah dari kurva permintaan adalah dari kiri atas ke kanan bawah. Ekonom sepakat untuk menghilangkan tanda tersebut.

Jika kita menggunakan perhitungan turunnya harga mie instan, maka terdapat:

$$\begin{aligned} \text{Persentase perubahan harga} &= (1.500 - 1.400)/1.500 \\ &= 0,07 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Persentase perubahan permintaan} &= (30 - 34)/34 \\ &= -0,13\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Sehingga elastisitas harga} &= -0,13/0,07 \\ &= -2\end{aligned}$$

Dari hasil tersebut kita bisa melihat bahwa terdapat perbedaan nilai elastisitas harga dengan cara perhitungan kenaikan harga dan penurunan harga.

2. Metode titik tengah (*mid point method*)

$$\text{Elastisitas harga permintaan} = \frac{(Q_2 - Q_1) / ((Q_2 + Q_1) / 2)}{(P_2 - P_1) / ((P_1 + P_2) / 2)}$$

Dengan menggunakan metode titik tengah ini, elastisitas harga akan sama baik ketika perhitungan harga naik maupun saat perhitungan harga turun.

Dengan menggunakan contoh yang sama, maka elastisitas harga yang didapatkan:

$$\begin{aligned}Q_2 - Q_1 &= 4 \\ (Q_1 + Q_2) / 2 = 32, \text{ kemudian } 4/32 &= -0,125\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}P_2 - P_1 &= 100 \\ (P_2 + P_1) / 2 &= 1.450, \text{ kemudian } 100/1.450 = 0,07\end{aligned}$$

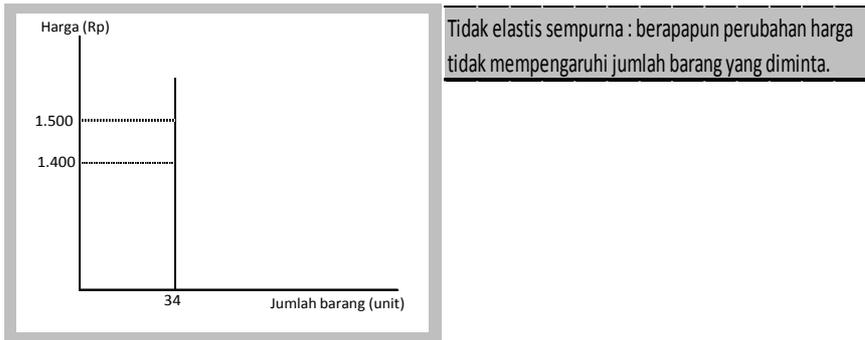
$$\begin{aligned}\text{Sehingga elastisitas harga} &= -0,125/0,07 \\ &= -1,81\end{aligned}$$

Metode titik tengah ini lebih banyak disepakati oleh ekonom.

Terdapat lima jenis elastisitas harga permintaan:

1. Elastisitas harga tidak elastis sempurna (*perfectly in-elastic demand*)

Tidak elastis sempurna merupakan kondisi di mana perubahan harga tidak berpengaruh terhadap perubahan jumlah barang yang diminta. Berapapun harga yang ditetapkan jumlah barang yang diminta adalah tetap.



Gambar 4.1 Kurva permintaan inelastis sempurna

Cara mudah untuk mengingat tidak elastis sempurna adalah ingat awalan huruf “Tidak elastis sempurna” adalah T dan juga lihat grafik di atas adalah “Tegak” yang juga diawali dengan huruf T.

2. Elastisitas harga tidak elastis (*in-elastic demand*)

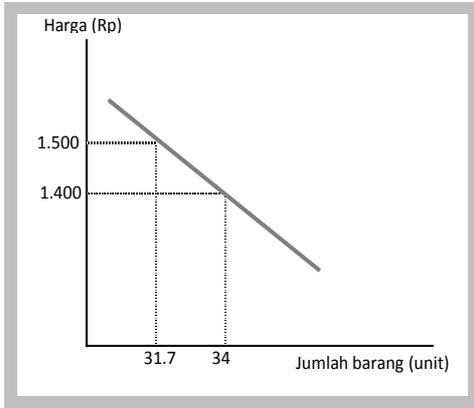
Tidak elastis merupakan suatu kondisi di mana perubahan harga akan menurunkan jumlah barang yang diminta dalam presentase yang kecil. Dalam kasus di atas, perubahan harga dari Rp 1.400 ke Rp 1.500 hanya merubah permintaan dari 34 bungkus mie instan ke 32 bungkus mie instan. Kondisi tersebut diplotkan dalam grafik menjadi:



Gambar 4.2 Kurva permintaan *in-elastic*

3. Elastisitas harga uniter (*unit elastic demand*)

Elastisitas uniter adalah kondisi di mana perubahan harga akan menurunkan jumlah barang yang diminta dalam persentase yang sama. Dalam kasus konsumsi mie instan di atas, perubahan harga dari Rp 1.400 ke Rp 1.500 menyebabkan penurunan konsumsi mie instan dari 34 bungkus ke 31,75 bungkus.

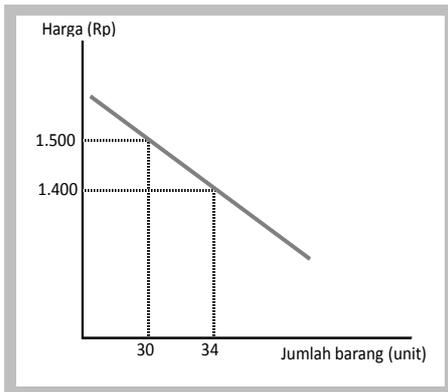


Elastisitas: perubahan harga berpengaruh terhadap jumlah barang yang diminta dengan persentase yang lebih besar.

Gambar 4.3 Kurva permintaan elastis uniter

4. Elastisitas harga elastis (*elastic demand*)

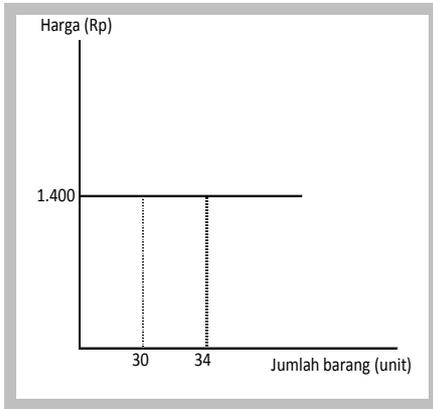
Elastisitas harga elastis adalah kondisi di mana perubahan jumlah barang yang diminta lebih tinggi dibandingkan perubahan harga.



Elastisitas uniter : perubahan harga berpengaruh terhadap jumlah barang yang diminta dengan persentase yang sama.

Gambar 4.4 Kurva permintaan elastis

5. Elastisitas harga elastis sempurna (*perfectly elastic demand*). Elastis sempurna berarti adanya sedikit perubahan harga menyebabkan perubahan yang sangat besar pada jumlah barang yang diminta.



Elastisitas sempurna: Jumlah barang yang diminta dengan berubah meskipun tanpa perubahan harga.

Gambar 4.5 Kurva permintaan elastis sempurna

Perubahan Penerimaan dan Elastisitas Harga

Setelah kita tahu tentang elastisitas harga, bagaimana kaitan elastisitas harga dengan penerimaan yang diterima oleh penjual? Penerimaan adalah jumlah yang dibayarkan oleh pembeli dan diterima oleh penjual barang, yang merupakan perkalian antara jumlah barang yang dibeli dengan harga yang berlaku. Secara matematis dapat dituliskan dengan $P \times Q$ (jika kita lihat dalam grafik di atas adalah perkalian antara titik sumbu Y dan titik sumbu X).

Buka kembali grafik ini pada **bab 3 yang merupakan keseimbangan pasar barang**. Pada titik keseimbangan ini, jumlah mie instan yang diminta oleh pembeli sebanyak 34 dengan harga Rp 1.400 sehingga total penerimaan yang diperoleh penjual adalah $\text{Rp } 1.400 \times 34 = \text{Rp } 47.600$.

Elastisitas Pendapatan

Pembahasan di atas disebut juga elastisitas harga barang itu sendiri. Selain itu perubahan konsumsi seseorang juga dipengaruhi oleh pendapatan. Elastisitas pendapatan mengukur besarnya persentase perubahan jumlah barang yang diminta dibagi persentase perubahan pendapatan. Secara matematis dapat dituliskan sebagai berikut:

$$\text{Elastisitas pendapatan} = \frac{\text{persentase perubahan barang yang diminta}}{\text{persentase perubahan pendapatan}}$$

Kriteria yang digunakan adalah jika elastisitas pendapatan bertanda positif, artinya persentase perubahan barang yang diminta meningkat seiring dengan peningkatan pendapatan, maka barang tersebut termasuk barang normal. Meskipun demikian, sesama barang normal barang kebutuhan pokok memiliki elastisitas yang lebih kecil dibandingkan dengan barang mewah. Namun besaran elastisitasnya tidak ditentukan.

Sebaliknya, jika elastisitas pendapatan bertanda negatif, artinya persentase perubahan barang yang diminta menurun dengan meningkatnya pendapatan, maka barang tersebut dikategorikan dalam barang inferior.

Elastisitas Silang

Elastisitas silang menjelaskan persentase perubahan jumlah barang yang diminta dibagi dengan persentase perubahan harga barang lain. Hal yang membedakan dengan elastisitas harga adalah harga yang digunakan sebagai pembagi adalah harga barang lain.

Secara matematis, elastisitas silang dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$\text{Elastisitas silang} = \frac{\text{persentase perubahan barang yang diminta}}{\text{persentase perubahan harga barang lain}}$$

Elastisitas bertanda positif berarti antara kedua barang tersebut merupakan barang substitusi, sedangkan jika bertanda negatif kedua barang tersebut merupakan barang komplementer. Elastisitas bernilai 0,5 berarti peningkatan harga barang X sebesar 1 rupiah akan meningkatkan jumlah barang Y yang diminta sebesar 0,5 satuan dan ini berarti antara barang X dan barang Y bersifat substitusi. Sebaliknya, jika elastisitas -0,5 artinya kenaikan harga barang X sebesar 1 rupiah akan menurunkan konsumsi barang Y sebesar 0,5 yang artinya barang X dan barang X bersifat komplementer.

Elastisitas Penawaran

Kita telah membahas elastisitas permintaan yang merupakan hubungan antara jumlah barang yang diminta dan harga yang berlaku terhadap suatu barang dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Terkait dengan sistem pasar, terdapat elastisitas lain yang menerangkan hubungan antara

harga barang dengan jumlah barang yang ditawarkan atau yang dikenal dengan istilah elastisitas penawaran.

Penawaran barang dikatakan elastis jika perubahan harga sangat berpengaruh terhadap perubahan jumlah barang yang ditawarkan. Sebaliknya, penawaran barang dikatakan in-elastis jika perubahan harga barang tidak terlalu berpengaruh terhadap perubahan jumlah barang yang ditawarkan.

Perhitungan Elastisitas Penawaran

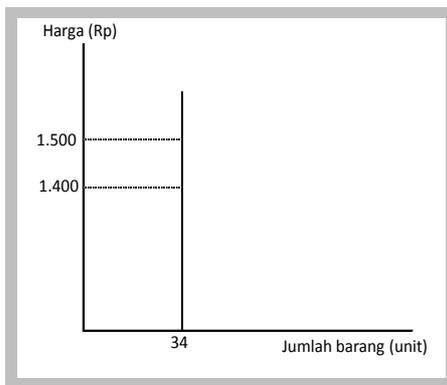
Para ekonom menghitung elastisitas harga penawaran adalah persentase perubahan jumlah barang yang ditawarkan dibagi dengan persentase perubahan harga. Secara matematis, formulasi tersebut dapat dituliskan sebagai berikut:

$$\text{Elastisitas harga penawaran} = \frac{\text{persentase perubahan barang yang ditawarkan}}{\text{persentase perubahan harga}}$$

Terdapat lima jenis elastisitas harga penawaran:

1. Elastisitas harga penawaran tidak elastis sempurna (*perfectly in-elastic supply*)

Tidak elastis sempurna merupakan kondisi di mana perubahan harga tidak berpengaruh terhadap perubahan jumlah barang yang ditawarkan. Berapapun harga yang ditetapkan jumlah barang yang ditawarkan adalah tetap.



Tidak elastis sempurna : berapapun perubahan harga tidak mempengaruhi jumlah barang yang ditawarkan.

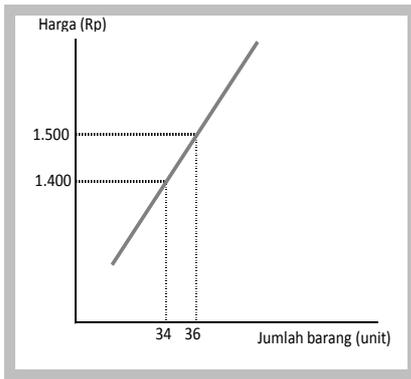
Gambar 4.9 Kurva penawaran in-elastis sempurna

Dari grafik di atas dapat kita lihat bahwa kenaikan harga tidak menyebabkan jumlah mie instan yang ditawarkan meningkat atau dengan kata lain jumlah mie instan yang ditawarkan tetap sebanyak 34 bungkus mie instan meskipun terjadi peningkatan harga.

Cara mudah untuk mengingat tidak elastis sempurna adalah ingat awalan huruf “Tidak elastis sempurna” adalah T dan juga lihat grafik di atas adalah “Tegak” yang juga diawali dengan huruf T.

2. Elastisitas harga penawaran tidak elastis (*in-elastic supply*)

Elastisitas harga penawaran dikatakan tidak elastis jika suatu kondisi di mana perubahan harga akan merubah jumlah barang yang ditawarkan dalam persentase yang kecil. Dalam kasus penawaran mie instan di atas, perubahan harga dari Rp 1.400 ke Rp 1.500 menyebabkan perubahan jumlah barang yang diminta dari 34 bungkus mie instan menjadi 36 bungkus mie instan. Kenaikan jumlah barang yang ditawarkan akan menjadi:

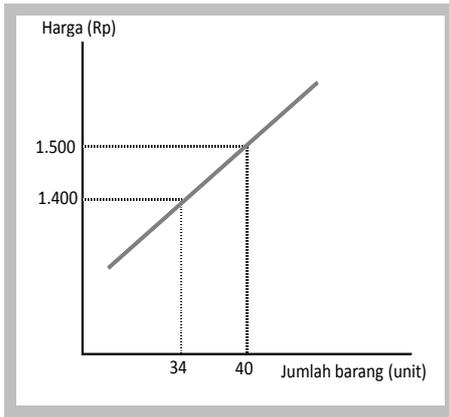


Tidak elastis : perubahan harga berpengaruh terhadap jumlah barang yang ditawarkan dengan persentase lebih kecil.

Gambar 4.10 Kurva penawaran in-elastis

3. Elastisitas harga uniter (*unit elastic supply*)

Elastisitas uniter adalah kondisi di mana perubahan harga akan merubah jumlah barang yang ditawarkan dalam persentase yang sama. Dalam kasus konsumsi mie instan di atas, perubahan harga dari Rp 1.400 ke Rp 1.500 menyebabkan kenaikan jumlah barang yang ditawarkan dari 34 bungkus ke 40 bungkus.

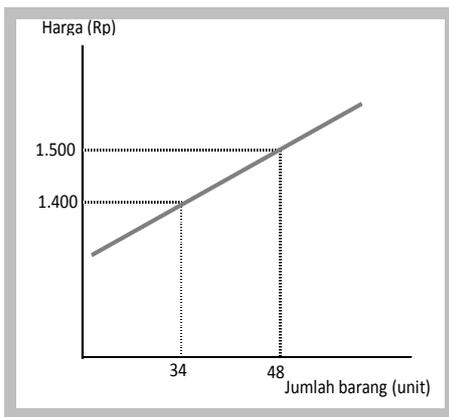


Elastis uniter: perubahan harga berpengaruh terhadap jumlah barang yang ditawarkan dengan persentase yang sama.

Gambar 4.11 Kurva penawaran elastis uniter

4. Elastisitas harga elastis (*elastic supply*)

Elastisitas harga penawaran bersifat elastis adalah jika perubahan harga sangat berpengaruh terhadap jumlah barang yang ditawarkan. Dalam kasus penawaran mie instan di atas, kenaikan harga barang dari Rp 1.400 berpengaruh terhadap kenaikan jumlah barang yang ditawarkan dari 34 bungkus menjadi 48 bungkus.

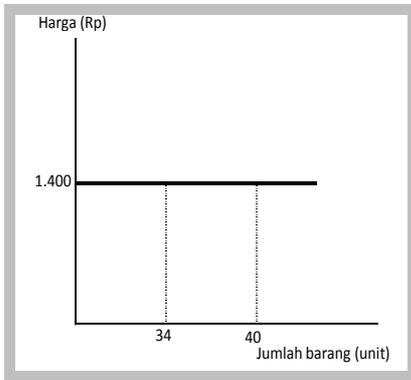


Elastis: perubahan harga berpengaruh terhadap jumlah barang yang ditawarkan dengan persentase yang lebih besar.

Gambar 4.12 Kurva penawaran elastis

5. Elastisitas harga elastis sempurna (*perfectly elastic supply*)

Elastis sempurna berarti adanya sedikit perubahan harga menyebabkan perubahan yang sangat besar pada jumlah barang yang ditawarkan.



Elastis: perubahan jumlah barang yang ditawarkan tidak terpengaruh oleh perubahan harga.

Gambar 4.13 Kurva penawaran elastis sempurna

Bagaimana Aplikasi Permintaan, Penawaran, dan Elastisitas?

Dalam awal bab ini dikemukakan contoh tentang bagaimana menurunkan jumlah konsumsi rokok. Mari kita bahas upaya penurunan jumlah konsumsi rokok dari segi permintaan, penawaran, dan elastisitasnya. Karena rokok merupakan barang yang permintaannya in-elastis, perubahan harga tidak akan menurunkan konsumsi. Karena rokok merupakan barang yang *inelastic*, penanggung pajak banyak dibebankan pada konsumen (pembahasan lebih detail siapa penanggung pajak ada di bab 7) Di sisi lain, perusahaan rokok akan mendapatkan penerimaan yang besar dibandingkan sebelumnya.

Petunjuk-Petunjuk yang Mempermudah Pemahaman

1. Cara mudah untuk mengingat perbedaan antara istilah elastis dan in-elastis adalah dengan mengganti kata sensitivitas untuk elastisitas. Contoh elastisitas harga permintaan menjadi sensitivitas harga permintaan. Jika kuantitas barang yang diminta bersifat sensitif pada perubahan harga (permintaan bersifat relatif datar), maka permintaan elastis. Jika kuantitas yang diminta adalah in-sensitif pada perubahan harga (permintaan adalah relatif tegak), maka permintaan bersifat in-elastis. Hal yang sama juga berlaku elastisitas harga pada penawaran. Jika kuantitas yang ditawarkan adalah sensitif pada perubahan harga,

maka penawaran bersifat elastis. Jika kuantitas yang ditawarkan adalah in-sensitif pada perubahan harga, maka penawaran adalah in-elastis.

2. Meskipun elastisitas dan slope adalah mirip, namun keduanya tidaklah sama. Sepanjang garis lurus, slope bersifat tetap. Slope (meningkat seiring waktu) adalah sama di manapun pada garis dan hal tersebut diukur dengan perubahan variabel tergantung (*variable dependent*) dibagi dengan perubahan variabel bebas (*variable in-dependent*). Bagaimanapun elastisitas diukur dengan persentase perubahan pada variabel tergantung dibagi dengan persentase perubahan variabel bebas. Nilai ini berubah dengan Bergeraknya sepanjang garis karena perubahan satu unit variabel merupakan persentase yang besar ketika nilai awal adalah kecil berkebalikan dengan ketika nilainya besar. Secara singkat dikatakan bahwa kurva yang lebih datar cenderung bersifat lebih elastis dan kurva yang tegak cenderung bersifat lebih in-elastis.
3. Istilah elastisitas digunakan untuk mendeskripsikan berapa banyak kuantitas yang meregang (berubah) dengan adanya beberapa kondisi ekonomi seperti perubahan harga atau pendapatan. Jika kuantitas sangat meregang dengan adanya perubahan harga atau pendapatan, hal tersebut dikatakan elastis. Gambaran ini juga bisa membantu anda untuk mengingat dan menghitung elastisitas. Pada pembilang kita akan selalu menemukan persentase perubahan kuantitas dan di penyebut kita selalu akan menemui persentase perubahan variabel yang bersumber pada perubahan kuantitas.

Istilah-Istilah Penting

- Elastisitas (*elasticity*)
- Elastisitas harga permintaan (*price elasticity of demand/demand elasticity*)
- Elastis (*elastic*)
- Elastis sempurna (*perfectly elastic*)
- In-elastis (*in-elastic*)
- In-elastis sempurna (*perfectly in-elastic*)
- Barang substitusi (*substitution goods*)
- Barang komplemen (*complementary goods*)
- Total penerimaan (*total revenue*)
- Elastisitas pendapatan permintaan (*income elasticity*)
- Elastisitas harga silang perminta (*cross elasticity*)
- Barang normal (*normal goods*)
- Barang inferior (*inferior goods*)
- Elastisitas uniter (*unitary elasticity*)

Pertanyaan-Pertanyaan Jawaban Pendek

1. Sebutkan empat faktor penentu utama elastisitas harga permintaan!
2. Jika permintaan in-elastis, akankah peningkatan harga meningkatkan atau menurunkan total penerimaan?
3. Jika harga minuman kaleng meningkat dua kali lipat dari Rp 5.000 untuk setiap kaleng menjadi Rp 10.000 perkaleng dan anda membeli beberapa, apa elastisitas harga permintaan yang anda alami, elastis atau inelastis?
4. Jika harga teh botol meningkat Rp 1.000 sen dan ini mempengaruhi anda untuk tidak lagi membeli teh tersebut dan berganti pada air mineral, berapa elastisitas harga permintaan anda dan apakah hal tersebut elastis atau in-elastis?
5. Misalkan pendapatan anda meningkat sebesar 20% dan kuantitas yang anda minta untuk telur menurun 10%. Berapa nilai elastisitas pendapatan anda dan termasuk barang apakah telur tersebut?
6. Jika elastisitas harga penawaran untuk ikan segar yang dijual dalam waktu sehari bersifat elatis, bagaimana jika elastisitas harga penawaran saat dijual lebih dari sehari? Jelaskan!
7. Jika kurva permintaan adalah linear, apakah elastisitasnya linear sepanjang kurva permintaan? Mengapa?
8. Misalkan bahwa saat harga apel naik sebesar 20%, kuantitas yang diminta untuk jeruk sebesar 6%. Berapa elastisitas harga-silang permintaan antara apel dan jeruk? Apakah kedua barang tersebut termasuk barang substitusi atau barang komplementer?

Pertanyaan-Pertanyaan Benar/Salah

1. Jika kuantitas yang diminta untuk suatu barang adalah in-sensitif terhadap perubahan harga barang tersebut, permintaan dikatakan in-elastis terhadap harga.
2. Penggunaan metode *midpoint* (titik tengah) untuk menghitung elastisitas, jika peningkatan harga pensil dari Rp 2.000 ke Rp 4.000 menurunkan kuantitas yang diminta dari 1000 pensil ke 500 pensil, kemudian permintaan untuk pensil adalah elastis.
3. Permintaan untuk ban Gajah Tunggal harus lebih in-elastis dibandingkan permintaan untuk ban bermerk Goodyear.
4. Elastisitas harga permintaan didefinisikan sebagai persentase perubahan harga barang tersebut dibagi dengan persentase perubahan kuantitas yang diminta barang tersebut.
5. Jika elastisitas harga silang dari permintaan antara dua barang adalah positif, barang tersebut bisa jadi barang komplemen.

6. Jika permintaan untuk suatu barang adalah in-elastis, peningkatan harganya akan meningkatkan total penerimaan.
7. Permintaan untuk kebutuhan pokok seperti insulin cenderung menjadi barang elastis.
8. Jika elastisitas pendapatan untuk pengendara bus adalah negatif, maka pengendara bus merupakan barang inferior.
9. Jika elastisitas harga penawaran untuk *blue jeans* adalah 1,3 artinya peningkatan harga *blue jeans* 10% akan meningkatkan kuantitas barang yang ditawarkan untuk *blue jeans* tersebut sebesar 13%.
10. Elastisitas harga cenderung lebih in-elastis dengan fasilitas produksi perusahaan mencapai kapasitas maksimum.
11. Majunya teknologi yang menggeser kurva penawaran pasar ke kanan selalu meningkatkan tingkat penerimaan yang diterima produsen.
12. Elastisitas pendapatan pada permintaan untuk barang-barang mewah seperti permata, cenderung lebih besar dari 1 (>1).

Bab 5 Sistem Pasar dan Efisiensi

Mengapa Anda Perlu Tahu

Pernahkah anda mengalami perasaan gembira atau kecewa saat anda pergi ke supermarket, toko atau pasar terkait dengan harga yang berlaku ketika anda datang dengan kondisi keuangan yang pas? Bayangkan anda sebagai konsumen. Jika anda ke pasar Beringharjo Yogyakarta, untuk membeli batik dengan harga tertentu. Anda memiliki alokasi dana tertentu untuk dibelikan batik, akan tetapi setelah anda sampai di sana, anda merasa bahwa harga yang berlaku di pasar tersebut lebih mahal dibandingkan yang anda harapkan. Akhirnya, anda mengalami kekecewaan dan memilih untuk mengurungkan niat membeli batik tersebut. Sebaliknya, jika harga yang berlaku di pasar tersebut lebih rendah dibandingkan harga preferensi anda, anda merasa gembira dan memiliki kemampuan untuk membelinya dan barangkali masih memiliki sisa dari alokasi dana tersebut.

Kondisi yang sama juga dapat dialami produsen. Sekarang bayangkan anda sebagai produsen. Saat anda memproduksi batik dan anda membawa batik tersebut ke pasar, anda merasa bahwa harga yang berlaku di pasar tersebut tidak sesuai dengan apa yang anda harapkan. Anda merasa bahwa modal yang anda keluarkan untuk memproduksi batik tersebut terasa tidak terbayarkan ketika anda melihat harga yang berlaku di pasar tersebut lebih rendah dibandingkan dengan harga preferensi anda. Apakah anda akan mengurungkan untuk memproduksi batik tersebut?

Bayangkan anda sebagai orang yang berfikir ekonomi. Bagaimana harga tersebut berlaku? Siapa yang diuntungkan dan siapa yang merasa dirugikan? Kita akan membahasnya dalam bab ini, yaitu pembahasan tentang ekonomi kesejahteraan (siapa yang mendapatkan keuntungan atau kerugian dari adanya perdagangan tersebut). Pada pendahuluan buku ini dijelaskan bahwa pasar merupakan sarana yang baik bagi produsen dan konsumen dalam menukarkan dan mendapatkan barang yang diinginkan.

Bab ini membahas keinginan untuk membayar bagi pembeli barang, perasaan yang dialami konsumen jika harga di pasar lebih rendah atau lebih tinggi dari yang diharapkan (surplus konsumen). Selain itu, bab ini juga membahas hubungan biaya produksi bagi produsen dan kurva penawaran. Bagaimana jika harga yang didapatkan lebih rendah dibandingkan dengan harga lainnya?

Sebagai patokan akan diberikan harga dan kuantitas keseimbangan (harga pasar atau harga umum yang berlaku untuk produk sebuah barang). Jika anda mendapatkan harga barang lebih murah dibandingkan dengan harga pasar, maka anda mengalami surplus. Di sisi lain, jika produsen memperoleh

harga lebih mahal dibandingkan dengan harga pasar, maka produsen tersebut mendapatkan surplus produsen.

Surplus Konsumen

Kembali lagi terkait contoh kasus batik yang dijual di pasar Beringharjo di atas. Sebelum ke pasar Badu sudah memiliki preferensi tentang harga dari batik impian yang akan dia beli. Misalkan Badu berpreferensi bahwa batik tersebut harganya Rp 50 ribu. Atau dengan kata lain Badu mengalokasikan sejumlah Rp 50 ribu untuk membeli batik tersebut. Dalam istilah ekonomi, batas tertinggi kemampuan untuk membayar sesuatu barang disebut dengan kesediaan untuk membayar (*willingness to pay*). Dalam kasus Badu, kesediaan untuk membayar batik tersebut adalah Rp 50 ribu. Ketika Badu sampai di pasar Beringharjo ternyata batik impian tersebut seharga Rp 55 ribu artinya lebih tinggi dibandingkan dengan alokasi anggaran Badu. Maka Badu tidak mendapatkan barang tersebut.

Teman Badu, Djoko juga berkeinginan untuk membeli batik yang sama. Dia berangkat dengan kesediaan untuk membayar sebesar Rp 60 ribu. Ketika Djoko sampai di pasar dan menemui harga yang berlaku adalah Rp 55 ribu, maka dia langsung membeli dan dia memiliki kelebihan uang sebesar Rp 5 ribu. Kelebihan Rp 5 ribu tersebut dikenal dengan istilah surplus konsumen. Jadi istilah surplus konsumen adalah kelebihan yang dirasakan atau diterima oleh konsumen karena kesediaannya membeli barang lebih tinggi dibandingkan dengan harga yang berlaku di pasar. Andi teman Badu yang lain, memiliki kesediaan untuk membeli batik tersebut dengan alokasi yang lebih rendah yaitu Rp 45 ribu. Andi juga mengalami hal yang sama dengan Badu, saat harga di pasar Rp 55 ribu, maka Andi juga tidak mampu untuk membelinya.

Tabel 5.1 Kesediaan membayar konsumen pada batik

Pembeli	Kesediaan untuk membayar batik (Rp000/pasang)	<i>Willingnes to pay</i> adalah kesediaan konsumen untuk membeli suatu barang pada harga tertentu.
Djoko	60	
Badu	50	
Andi	45	

Konsep konsumen surplus ini banyak digunakan oleh para produsen dengan memberikan diskon pada produknya. Anda dapat menemukan di banyak toko, swalayan atau pasar yang memberikan diskon jika anda membeli

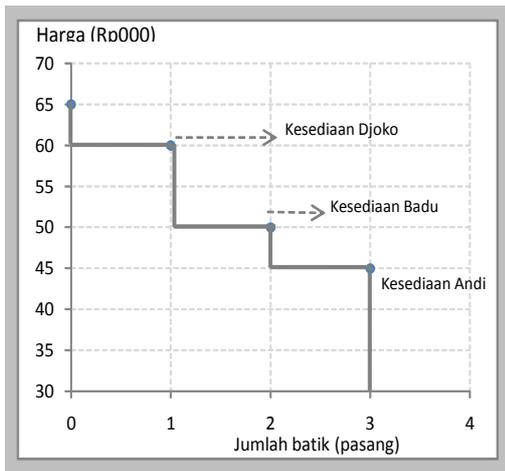
barang lebih dari satu. Contoh jika anda membeli produk shampo sebanyak satu buah, maka harga yang berlaku adalah Rp 2 ribu, jika anda membeli dua buah maka anda cukup membayar Rp 3,8 ribu. Artinya anda untung Rp 200. Dalam kasus shampo ini keuntungan karena membeli dua buah shampo disebut surplus konsumen.

Bagaimana mengaitkan hal tersebut dengan teori permintaan? Bayangkan jika harga di pasar lebih besar dari Rp 60 ribu, maka jumlah batik yang diminta sama dengan nol. Karena pada harga tersebut tidak seorangpun bersedia untuk membeli. Selanjutnya jika harga di pasar adalah Rp 50 ribu, maka jumlah barang yang dibeli di pasar sebanyak 2 buah. Karena pada tingkat harga ini Djoko dan Badu mampu untuk membelinya. Selanjutnya, jika harga di pasar adalah Rp 45 ribu, maka ada tiga konsumen yang bersedia membeli. Kondisi ini dapat dibuat dalam sebuah tabel.

Tabel 5.2 Jumlah batik yang diminta pada berbagai harga

Harga batik (Rp000/pasang)	Pembeli	Jumlah batik yang diminta (pasang)
> 60	Tidak ada	0
51 – 60	Djoko	1
46 – 50	Badu dan Djoko	2
< = 45	Andi, Badu dan Djoko	3

Jika tabel tersebut digambarkan dalam sebuah grafik, maka akan didapatkan Gambar berikut. Garis hitam tebal menunjukkan kesediaan seseorang untuk membeli batik.



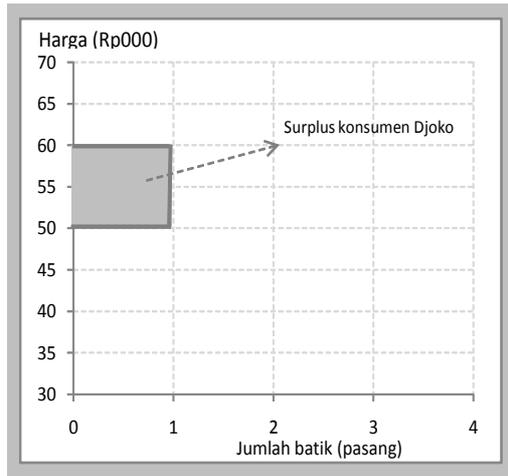
Jika harga di pasar lebih rendah dibandingkan kesediaan konsumen untuk membayar, maka surplus konsumen lebih besar.

Gambar 5.1 Kesediaan membayar dan harga pasar

Pada harga di atas Rp 60 ribu, tidak seorangpun bersedia membeli batik tersebut, karenanya permintaan sama dengan nol. Pada harga Rp 60 ribu hanya satu konsumen yang bersedia membelinya. Atau dengan kata lain permintaan sama dengan 1, jika harga di pasar Rp 51 - 60 ribu. Selanjutnya jika harga di pasar Rp 46 - 50 ribu maka dua orang yang bersedia membelinya dan jika harga Rp 45 ribu atau dibawahnya maka terdapat tiga orang yang bersedia membelinya.

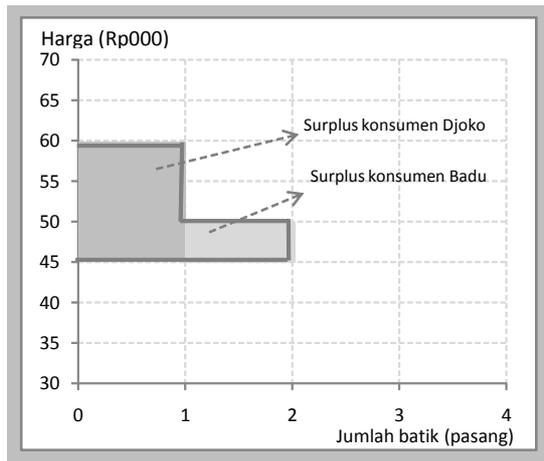
Bagaimana halnya dengan surplus konsumen? Apakah Djoko mendapatkan surplus konsumen saat harga di pasar sama dengan Rp 60 ribu? Berdasarkan definisi surplus konsumen yang menyebutkan bahwa surplus konsumen adalah selisih antara kesediaan untuk membeli dan harga di pasar, maka pada saat harga di pasar Rp 60 ribu yang besarnya sama dengan kesediaan Djoko untuk membeli batik, maka surplus konsumen sama dengan nol atau tidak ada surplus konsumen. Namun ketika harga di pasar lebih kecil dibandingkan dengan kesediaan konsumen/pembeli untuk membeli batik, maka terdapat surplus konsumen.

Semakin besar kesediaan konsumen untuk membeli barang di pasar, sedangkan harga di pasar tetap, maka surplus konsumen akan semakin besar. Atau dengan kata lain semakin kecil harga di pasar, sedangkan kesediaan untuk membayar konsumen tetap, maka surplus konsumen lebih besar. Dalam kasus di atas jika harga di pasar sebesar Rp 50 ribu, maka terdapat surplus konsumen sebesar Rp 10 ribu. Jika digambarkan dalam sebuah Gambar 5.2, maka akan terlihat sebagai berikut:



Gambar 5.2 Surplus satu konsumen

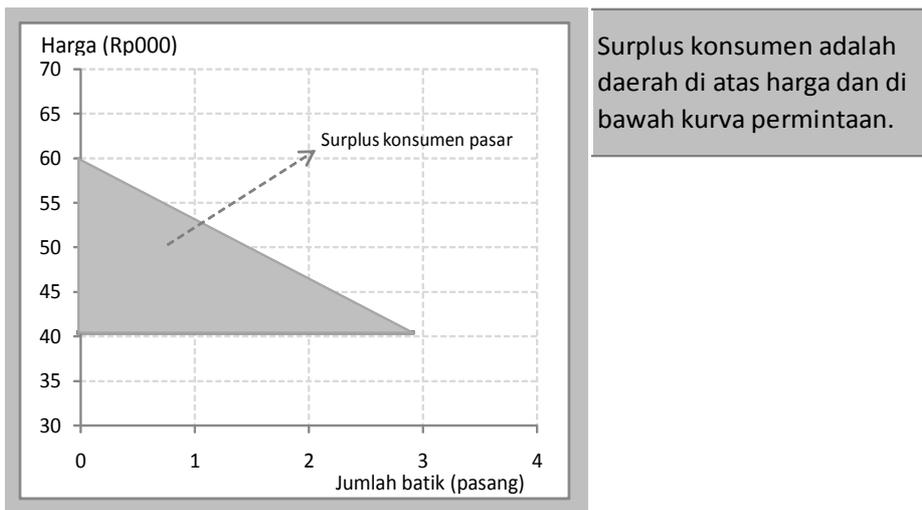
Lebih lanjut, jika harga di pasar sebesar Rp 45 ribu, maka terdapat surplus konsumen sebesar Rp 20 ribu dari surplus konsumen Djoko sebesar Rp 15 ribu dan Rp 5 ribu surplus konsumen yang diterima Badu. Lebih detail dapat dilihat dalam Grafik 5.3.



Gambar 5.3 Surplus dua konsumen

Dari gambar tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa surplus konsumen adalah daerah dibawah kurva permintaan yang lebih besar dibandingkan dengan harga pasar yang berlaku. Anda barangkali masih

mengalami kesulitan untuk mendefinisikannya. Coba bayangkan di pasar terdapat banyak pembeli dengan berbagai tingkat atau level pendapatan. Bayangkan anda adalah sebagai pengamat yang melihat bagaimana pembeli merespon terhadap harga yang berlaku di pasar. Di pasar sebenarnya, anda akan mendapati ribuan bahkan jutaan peminat batik. Harga menjadi faktor penentu bagi calon pembeli untuk menentukan pembeliannya. Pada saat harga batik Rp 65 ribu, bisa jadi tidak ada yang membeli batik, namun jika harga batik turun menjadi Rp 60 ribu barangkali terdapat calon pembeli yang bersedia membelinya, dan pada saat harga batik turun menjadi Rp 50 ribu, maka jumlah pembeli akan bertambah dan seterusnya. Maka jika digambarkan dalam sebuah kurva permintaan maka akan didapatkan sebagai berikut:



Surplus konsumen adalah daerah di atas harga dan di bawah kurva permintaan.

Gambar 5.4 Surplus konsumen di pasar

Surplus Produsen

Saat membahas surplus produsen, bayangkan diri anda adalah seorang produsen batik. Misalkan Wahyu Koleksi memproduksi batik dan menjual di pasar Beringharjo di mana banyak pembeli yang datang. Untuk memproduksi batik tersebut, Wahyu Koleksi membutuhkan biaya produksi juga termasuk biaya oportunitas di dalamnya. Singkat cerita, harga yang dia tawarkan di pasar untuk produknya adalah Rp 60 ribu.

Di pasar kompetisi Wahyu Koleksi tidak sendiri, terdapat penjual lain yang memproduksi batik yang sejenis (relatif sama). Katakanlah Dita Koleksi dan Kurnia Koleksi yang mampu memproduksi batik dan menawarkan harga

di pasar masing-masing Rp 50 ribu dan Rp 45 ribu. Asumsikan bahwa masing-masing produsen hanya mampu memproduksi satu batik. Jika di pasar terdapat dua pembeli, maka terdapat dua batik yang perlu diproduksi dan ditawarkan di pasar. Pada saat harga di pasar Rp 45 ribu, batik produksi Kurnia Koleksi saja yang laku di pasar. Selanjutnya, jika harga di pasar Rp 50 ribu maka batik Dita Koleksi juga laku di pasar, dan selanjutnya jika harga di pasar Rp 60 ribu maka batik Wahyu Koleksi juga laku.

Tabel 5.3 Biaya produksi masing-masing produsen batik

Penjual/produsen	Biaya yang dikeluarkan (Rp000/pasang)
Wahyu Koleksi	60
Dita Koleksi	50
Kurnia Koleksi	45

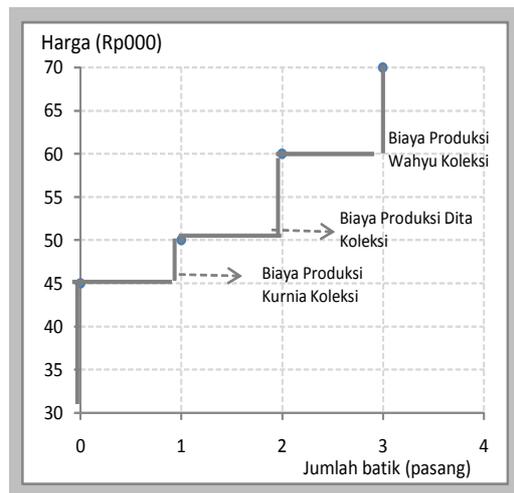
Sekarang kita berpikir tentang yang di alami oleh masing-masing produsen. Jika harga di pasar Rp 50 ribu, maka ada dua produsen atau ada dua batik yang terjual di pasar. Di sisi lain Kurnia Koleksi memiliki keuntungan yang lebih besar dengan surplus Rp 5 ribu dibanding Dita Koleksi dengan surplus Rp 0. Kelebihan keuntungan yang diterima produsen ini dikenal dengan istilah surplus produsen. Jadi surplus produsen adalah kelebihan antara harga yang ditawarkan (harga yang diterima) di pasar dengan biaya produksinya.

Tabel 5.4 Jumlah batik yang terjual pada masing-masing harga

Harga (Rp000)	Penjual	Jumlah batik yang dijual
< 45	Tidak ada	0
45-49	Kurnia Koleksi	1
50 – 59	Kurnia Koleksi, Dita Koleksi	2
>=60	Kurnia Koleksi, Dita Koleksi dan Wahyu Koleksi	3

Surplus Produsen dan Kurva Penawaran

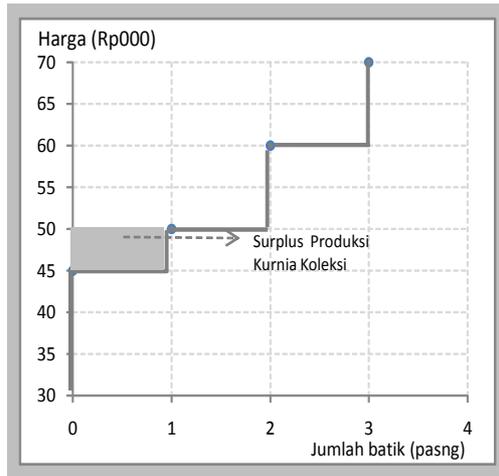
Pada harga di bawah Rp 45 ribu tidak seorang produsenpun mau memproduksi. Pada harga Rp 45 ribu, hanya Kurnia Koleksi yang mau memproduksi. Selanjutnya, pada harga Rp 50 ribu terdapat dua produsen yang masuk ke pasar (Kurnia Koleksi dan Dita Koleksi). Dan selanjutnya pada harga Rp 60 ribu, terdapat 3 produsen yang bersedia masuk ke pasar seperti pada gambar berikut:



Gambar 5.5 Biaya produksi masing-masing penjahit

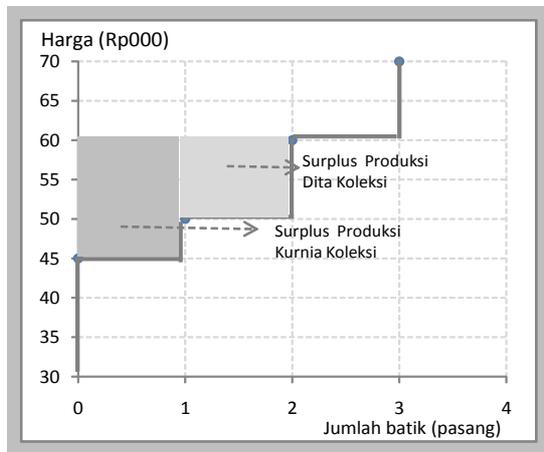
Surplus Produsen Satu Perusahaan

Selisih antara harga di pasar dan kesediaan untuk memproduksi disebut surplus produsen. Pada saat harga Rp 50 ribu, maka terdapat surplus produsen sebesar Rp 5 ribu (hasil pengurangan harga di pasar sebesar Rp 50 ribu dikurangi dengan biaya produksinya sebesar Rp 45 ribu). Dengan kata lain, semakin tinggi harga, maka banyak produsen yang bersedia masuk ke pasar. Hal ini sesuai dengan hukum penawaran yang menyebutkan bahwa jumlah barang ditawarkan semakin banyak dengan tingginya harga di pasar.



Gambar 5.6 Surplus produksi satu perusahaan

Surplus Produsen Dua Perusahaan

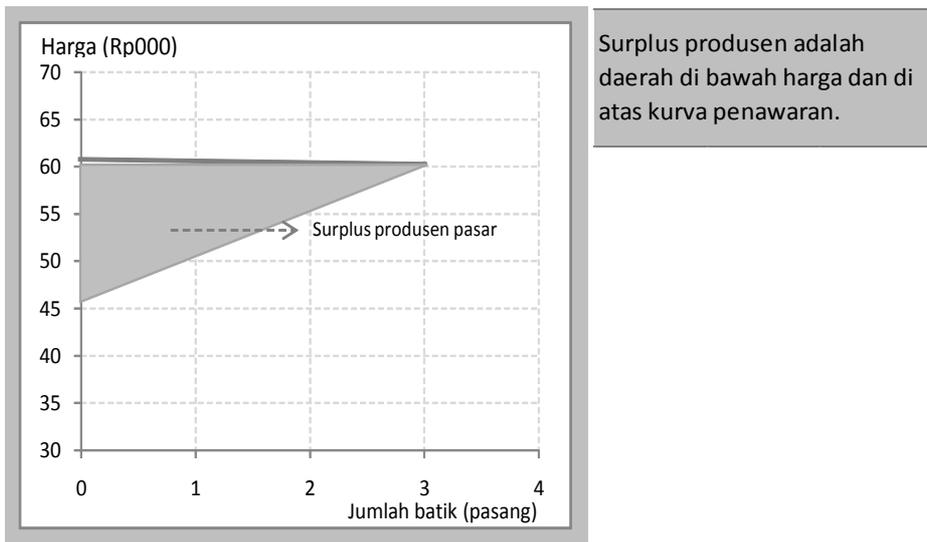


Gambar 5.7 Surplus produksi dua perusahaan

Saat harga di pasar Rp 60 ribu maka terdapat surplus produsen sebesar Rp 25 ribu (Rp 10 ribu + Rp 15 ribu) seperti pada Gambar 5.7.

Surplus Produsen Di Pasar

Contoh di atas adalah contoh surplus produsen dengan hanya tiga pelaku usaha yang memproduksi batik. Bayangkan jika di pasar terdapat banyak produsen yang memproduksi batik, dengan biaya produksi yang berbeda. Misalkan terdapat produsen dengan biaya produksi Rp 45 ribu, Rp 46 ribu, Rp 47 ribu, Rp 48 ribu, dan seterusnya, maka surplus produsen akan terlihat rapi (halus) seperti pada Gambar 5.8 berikut:



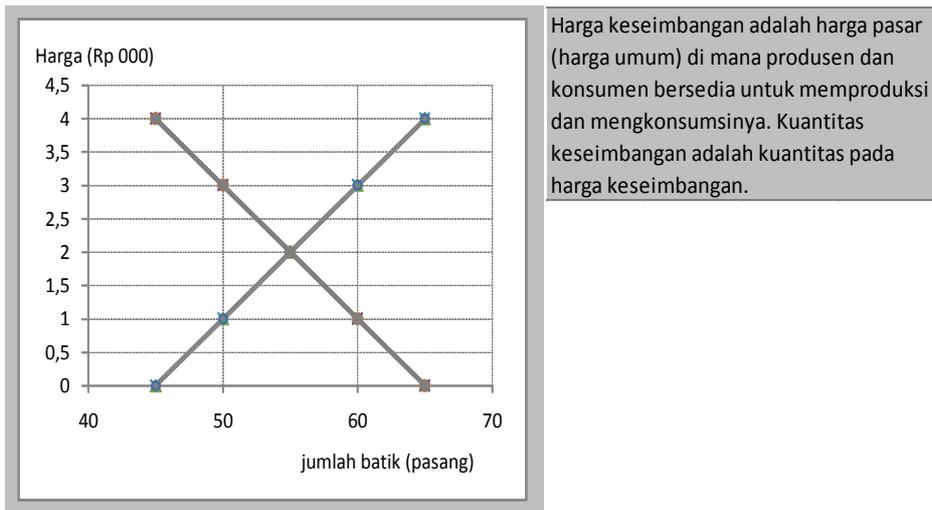
Gambar 5.8 Surplus produsen di pasar

Keseimbangan Pasar

Konsumen berharap untuk mendapatkan tingkat harga pasar yang serendah-rendahnya, sehingga surplus konsumennya tinggi, sebaliknya produsen berharap untuk mendapatkan harga yang paling tinggi, sehingga mendapatkan surplus produsen setinggi-tingginya. Keseimbangan pasar terjadi jika jumlah barang yang dibeli sama dengan jumlah barang yang ditawarkan pada tingkat harga keseimbangan. Misalkan pada harga Rp 45 ribu terdapat empat konsumen yang bersedia untuk mengkonsumsi batik, namun tidak ada perusahaan yang bersedia memproduksi batik tersebut. Pada harga Rp 50 ribu terdapat satu perusahaan yang bersedia memproduksi batik. Pada harga tersebut terdapat tiga konsumen yang bersedia membeli. Bisa jadi harga yang lebih murah menyebabkan konsumen berlomba-lomba untuk

mengonsumsi barang tersebut. Tingginya keinginan konsumen menyebabkan produsen menaikkan harga.

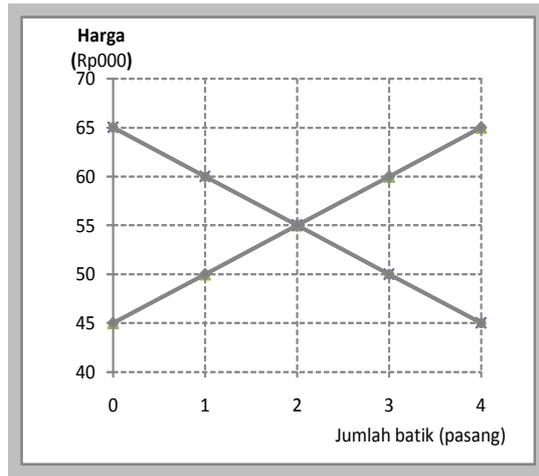
Begitu juga, pada harga Rp 65 ribu terdapat 4 produsen yang bersedia untuk memproduksi batik. Namun pada harga tersebut tidak satupun konsumen yang bersedia membeli. Selanjutnya, pada harga Rp 55 ribu terdapat tiga produsen yang bersedia memproduksi, dan seterusnya. Harga pasar adalah harga yang berlaku di mana produsen dan konsumen bersedia untuk membayarnya. Kuantitas keseimbangan adalah kuantitas di mana produsen dan konsumen bersedia untuk memproduksi dan mengkonsumsinya. Dalam hal ini adalah jumlah barang yang banyak diproduksi dan dikonsumsi. Secara detail, dapat dilihat dalam Gambar 5.9 berikut:



Gambar 5.9 Jumlah barang dan harga pada keseimbangan

Total Surplus

Pertanyaan selanjutnya adalah apakah keseimbangan pasar merupakan solusi terbaik untuk produsen dan konsumen? Sekarang kita gunakan total surplus untuk membahas konsep kesejahteraan pasar. Total surplus adalah surplus konsumen ditambah surplus produsen. Kita lihat pada harga keseimbangan Rp 55 ribu dan kuantitas keseimbangan sebanyak 2. Pada Gambar 5.10 dapat dilihat bahwa surplus konsumen berada pada daerah arsiran ABC, sedangkan surplus produsen terdapat pada daerah arsiran ADC. Sehingga total surplus adalah pada daerah arsiran BDC.

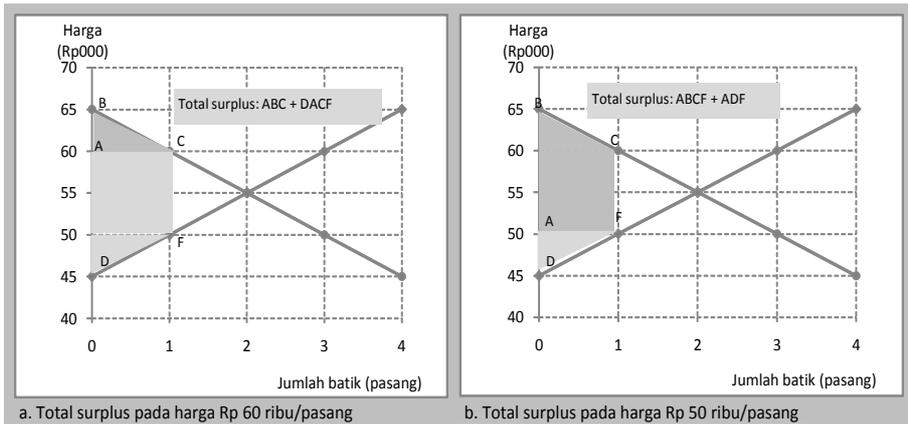


Gambar 5.10 Total surplus pada keseimbangan pasar

Surplus total = (nilai untuk pembeli – jumlah yang dibayarkan oleh pembeli) + (jumlah yang diterima oleh penjual – biaya yang dikeluarkan oleh penjual).

Surplus total = nilai untuk pembeli – biaya untuk penjual.

Bagaimana total surplus (kesejahteraan) pada harga Rp 60 ribu? Pada harga ini terdapat 3 produsen yang bersedia untuk memproduksi batik. Namun demikian hanya satu konsumen yang bersedia untuk membeli. Surplus konsumen terlihat pada daerah ABC, sedangkan surplus produsen terlihat pada daerah DAFC. Sehingga total surplus sama dengan BDFC. Surplus ini lebih rendah dibandingkan total surplus pada harga keseimbangan (Rp 50 ribu).



Gambar 5.11 Total surplus pada berbagai harga di pasar

Bagaimana total surplus pada harga Rp 50 ribu? Pada harga ini terdapat 3 konsumen yang bersedia untuk membeli batik. Namun demikian, hanya satu produsen yang bersedia untuk memproduksinya. Surplus konsumen sebesar $ABCF$, sedangkan surplus produsen sebesar DAF . Sehingga total surplus adalah $BDFC$. Baik pada harga Rp 60 ribu atau Rp 50 ribu, total surplus adalah sama. Surplus ini lebih kecil dibandingkan pada total surplus saat harga pasar keseimbangan (lihat Gambar 5.10).

Sekarang terlihat jelas bahwa sistem pasar memberikan kesejahteraan yang lebih besar baik untuk produsen dan konsumen. Atau dengan kata lain sistem keseimbangan pasar memunculkan efisiensi pasar.

Ahli ekonomi umumnya menyarankan pasar bebas karena pasar bebas adalah efisien. Karena pasarnya efisien, banyak yang percaya bahwa kebijakan pemerintah harus *laissez-faire* yang berarti “membiarkannya bekerja”. Terminologi “*invisible hand*”-nya Adam Smith pada penempatan pasar memberi petunjuk pembeli dan penjual untuk mengalokasikan sumber daya yang memaksimalkan surplus total.

Tambahan untuk efisiensi, pengambil keputusan juga berkonsentrasi terkait dengan pemerataan (*equity*), keadilan distribusi kesejahteraan antar anggota masyarakat. Isu keseragaman melibatkan pertimbangan normatif yang melebihi bidang ekonomi.

Petunjuk-Petunjuk yang Mempermudah Pemahaman

Terdapat dua alasan sebuah pasar bebas tidak efisien:

1. Sebuah pasar mungkin tidak kompetitif sempurna. Jika pembeli dan penjual individu (atau sebagian grup kecil dari mereka) dapat

mempengaruhi harga, mereka memiliki kekuatan pasar dan kemudian mereka mampu menjaga harga dan kuantitas jauh dari keseimbangan.

2. Sebuah pasar mungkin menyebabkan efek samping atau eksternalitas, yang berdampak pada orang yang tidak terlibat sama sekali di pasar. Efek samping ini, seperti polusi yang tidak diperhitungkan oleh pembeli dan penjual dalam sebuah pasar, karenanya keseimbangan pasar mungkin tidak efisien untuk masyarakat secara keseluruhan.

Istilah-Istilah Penting

- Surplus konsumen (*surplus consumer*)
- Surplus produsen (*surplus producer*)
- Surplus total (*Total surplus*)
- Kesiediaan konsumen untuk membayar (*Willingness to pay*)
- Efisiensi pasar (*Market efficiency*)
- Keseimbangan pasar (*Market equilibrium*)
- Harga keseimbangan (*Price equilibrium*)
- Kuantitas keseimbangan (*Quantity equilibrium*)

Pertanyaan-Pertanyaan Jawaban Pendek

1. Apa hubungan kurva permintaan dan surplus konsumen?
2. Apa hubungan kurva penawaran dan surplus produsen?
3. Apa yang dimaksud dengan surplus produsen dan bagaimana pengukurannya?
4. Saat harga sebuah barang meningkat, apa yang terjadi pada surplus konsumen?
5. Saat harga sebuah barang meningkat, apa yang terjadi pada surplus produsen? Mengapa?
6. Apakah arti “kesejahteraan pasar” untuk seorang ahli ekonomi?
7. Apakah sistem keseimbangan pasar memberikan kesejahteraan yang lebih baik?

Pertanyaan-Pertanyaan Benar/Salah

1. Surplus produsen adalah keinginan untuk memproduksi bagi pembeli dikurangi dengan harga di pasar.
2. Jika kurva permintaan di pasar adalah stasioner (tetap), surplus konsumen menurun saat harga di pasar tersebut menurun.
3. Surplus total adalah biaya yang dikeluarkan oleh penjual dikurangi keinginan untuk membeli seorang pembeli.

4. Pasar bebas adalah efisien karena mereka mengalokasikan output untuk pembeli yang memiliki keinginan untuk membayar dibawah harganya.
5. Surplus produsen adalah area di atas kurva permintaan dan penawaran.
6. Keuntungan pemberlakuan pasar bebas adalah untuk mengalokasikan sumberdaya di mana hasil pengalokasian tersebut adalah efisien.
7. Ekuilibrium dalam pasar kompetitif tidak memaksimalkan surplus total.
8. Memproduksi lebih sebuah produk selalu menurunkan surplus total.
9. Kesejahteraan meningkat saat surplus produsen meningkat.
10. Kenaikan harga akan meningkatkan surplus konsumen.

2

Kebijakan Pemerintah dalam Mempengaruhi Sistem Pasar



Bagian pertama telah membahas bagaimana sistem pasar berlangsung dan dampak (efisiensi) karena sistem pasar tersebut. Pertanyaan selanjutnya adalah apakah sistem pasar tersebut dapat berlangsung 100% tanpa adanya campur tangan pihak lain (pemerintah)? Tentu, sistem pasar adalah sistem yang efisien. Namun perlu dipahami bersama bahwa baik produsen maupun konsumen tinggal di sebuah

negara yang membutuhkan barang-barang yang tidak dapat diproduksi oleh pasar (barang publik). Selain itu, terkadang (cenderung sering) informasi pasar suatu produk tidak sempurna. Selanjutnya, bagaimana kebijakan pemerintah mempengaruhi pasar dan bagaimana perilaku pasar tersebut mensikapi kebijakan pemerintah. Bagian ini bukan membahas efek kebijakan terhadap pendapatan nasional (*gross domestic product*) yang merupakan bahasan dalam ekonomi makro, namun lebih menekankan bagaimana perilaku produsen, konsumen, dan dampaknya terhadap kesejahteraan pasar akibat adanya kebijakan pemerintah tersebut.

Terdapat tiga bab dalam bagian dua ini yang dijabarkan dalam bab 6, 7 dan bab 8. Bab 6 menggaris bawahi bahwa adanya kebijakan harga (baik barang maupun tenaga kerja) akan menyebabkan pasar menjadi kurang efisien, karena produsen tidak mampu memproduksi barang pada titik tertentu yang memberikan total surplus terbesar. Bab 7 membahas dampak kebijakan pemerintah dengan adanya pajak pada perilaku konsumen, produsen dan pasar. Adanya kebijakan pajak mengurangi surplus konsumen dan surplus produsen, juga surplus pasar. Salah satu contoh menarik adalah adanya kenaikan cukai rokok pada perilaku konsumsi dan produksi. Artinya siapa yang menanggung beban akibat adanya kenaikan cukai rokok tersebut?. Sedangkan bab 8 secara lebih luas membahas kebijakan pemerintah terkait perdagangan internasional. Bab 8 menjadi dasar pengetahuan mengapa kelompok perdagangan regional (seperti “Masyarakat Ekonomi ASEAN”) dianjurkan oleh ahli ekonomi.

Bab 6 Kebijakan Pemerintah atas Harga dan Upah

Mengapa Anda Perlu Tahu

Apakah anda pernah mendengar kebijakan pemerintah tentang harga terendah (*floor price*) dan harga tertinggi beras (*ceiling price*)? Mengapa ada kebijakan tentang Upah Minimum Regional (UMR)? Siapakah yang mendapatkan keuntungan atau kerugian atas dikeluarkannya kebijakan-kebijakan tersebut? Bagaimana menjelaskan kebijakan tersebut dalam sebuah grafik?

Anda telah belajar sistem pasar dan efisiensi adanya sistem tersebut. Perlu dipahami bersama bahwa sistem tersebut adalah sistem tanpa adanya keterlibatan pemerintah. Sistem tersebut adalah sistem yang ditawarkan oleh Adam Smith dalam bukunya "*The Wealth of Nation*" dan David Ricardo dalam bukunya "*The Principle of Taxation*" pada abad 18. Jika kebijakan tersebut dipakai, maka negara tidak punya kontrol untuk melindungi golongan marginal dalam perekonomian. Selain itu, pemerintah juga tidak memiliki dana untuk membangun sarana dan prasarana publik (lalu lintas, pertahanan, dan keamanan). Oleh karenanya Keynes pada abad 19 memperkenalkan sistem pasar dengan peran serta pemerintah.

Pendahuluan

Kita sudah membahas bagaimana permintaan dan penawaran diaplikasikan dalam aktivitas ekonomi sehari-hari. Mekanisme pasar mie instan menunjukkan betapa pasar sangat terpengaruh oleh kekuatan harga yang ditentukan oleh interaksi produsen dan konsumen. Pada bab ini akan dilanjutkan bagaimana seandainya ada peran serta pemerintah dalam menentukan kekuatan pasar tersebut.

Seperti yang disebutkan sebelumnya, dalam sistem pasar transaksi yang dikeluarkan oleh pembeli akan di terima oleh penjual. Sistem pasar ini melihat perekonomian secara keseluruhan baik dari sisi permintaan maupun dari sisi penawaran. Sehingga, perhitungan ekonomi didasarkan pada semua yang terlibat di pasar termasuk produsen dan konsumen. Dari sisi produsen, ekonom akan memandang output yang dihasilkan oleh produsen. Dari sisi konsumen, ekonom akan melihat yang dihasilkan oleh konsumen. Akhirnya, sistem pasar melihat bagaimana output hasil interaksi keduanya. Dengan adanya peran pemerintah, maka pasar akan mengalami pergeseran yang bisa menguntungkan produsen, konsumen, keduanya, atau pihak lain yang tidak ikut di dalamnya. Sebaliknya, peran pemerintah juga dapat kurang

menguntungkan baik bagi produsen, konsumen, keduanya, atau pihak yang tidak ikut terlibat di dalamnya.

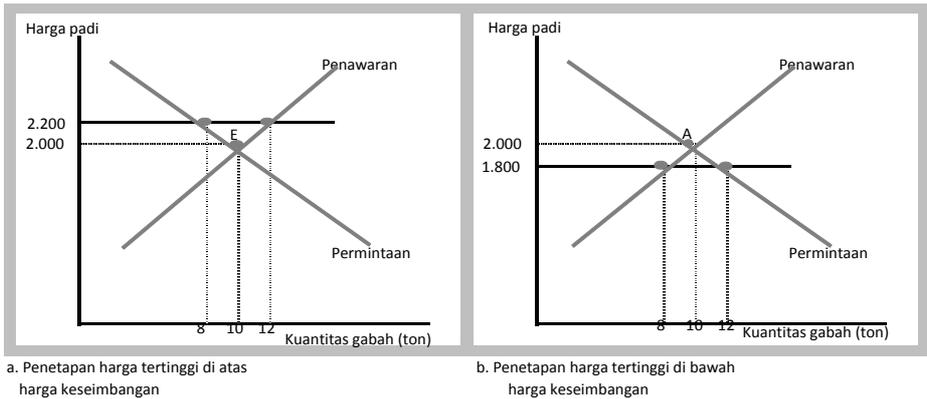
Untuk membahas peran pemerintah dalam pasar tersebut akan dijelaskan kondisi-kondisi empiris yang ada di sekitar kita. Pada tahun 1990-an pemerintah Indonesia memberlakukan harga dasar gabah yang dibeli langsung dari petani. Bagaimana dampak kebijakan harga tersebut pada pasar gabah? Selain itu, pemerintah juga memberlakukan pajak pertambahan nilai untuk produk yang dijual di pasar. Bagaimana dampak kebijakan pemberlakuan pajak tersebut terhadap pasar suatu barang? Sekarang hampir di semua wilayah di Indonesia diberlakukan upah minimum regional. Bagaimana dampak pengenaan upah tersebut terhadap pasar tenaga kerja? Mari kita bahas satu persatu. Pembahasan ini didasarkan pada kekuatan pasar dan kesejahteraan antara penjual dan pembeli.

Pengontrolan Harga Gabah Petani

Pengontrolan harga gabah dapat dilakukan dengan menentukan harga tertinggi (*ceiling price*) maupun harga terendah (*floor price*). Beberapa dekade sebelumnya, pemerintah memberlakukan kebijakan pengontrolan harga tersebut. Penentuan harga tertinggi mengatur harga maksimum suatu barang untuk dijual di pasar. Penentuan harga dasar mengatur harga minimum suatu barang dijual di pasar.

Penentuan Harga Tertinggi

Bagaimana penentuan harga tertinggi terhadap pasar? Penentuan harga tertinggi membatasi harga yang berlaku dipasar. Misalkan tanpa adanya kebijakan pemerintah dalam mengontrol harga, keseimbangan pasar adalah pada titik A (harga gabah Rp 2.000/kg dan kuantitas sebanyak 10 ton). Misalkan pemerintah menentukan harga tertinggi sebesar Rp 2.200/kg, maka harga tersebut tidak berdampak pada keseimbangan karena pasar dapat seimbang tanpa adanya peran pemerintah (lihat Gambar 6.1 panel a). Namun, misalnya pemerintah menentukan harga tertinggi yang lebih rendah dibandingkan harga keseimbangan, maka hal ini akan berpengaruh terhadap kondisi pasar. Pemerintah menentukan harga tertinggi (Rp 1.800/kg) yang lebih rendah dibandingkan dengan harga keseimbangan, maka akan berpengaruh pada produsen gabah yang tidak dapat memproduksi barang dengan harga jual yang lebih rendah dibandingkan dengan biasanya (Rp 2.000/kg). Sebaliknya, permintaan pasar dengan harga tersebut adalah lebih besar dibandingkan dengan harga permintaan pada harga keseimbangan (12 ton dibandingkan dengan 10 ton).

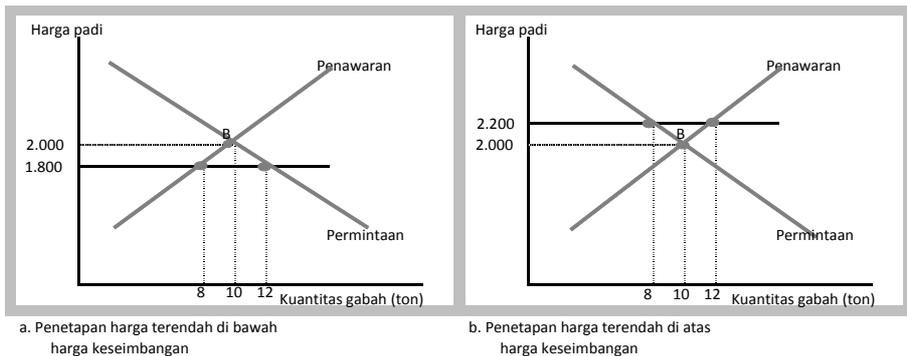


Gambar 6.1 Kebijakan penentuan harga tertinggi

Adanya kebijakan penetapan harga tertinggi menyebabkan konsumen tidak mendapatkan barang yang diinginkan karena jumlah barang yang tersedia di pasar lebih sedikit dibandingkan dengan jumlah barang yang diinginkan pasar.

Penentuan Harga Terendah

Bagaimana penentuan harga terendah terhadap pasar? Misalkan harga keseimbangan gabah sebesar Rp 2.000/kg. Pada harga ini jumlah barang yang diminta konsumen sebesar 10 ton. Misalkan pemerintah menentukan harga dasar gabah sebesar Rp 1.800/kg, di mana harga keseimbangan sebesar Rp 2.000/kg, maka kebijakan tersebut tidak berdampak pada harga keseimbangan (Gambar 6.2 panel a). Namun, jika harga dasar yang ditentukan oleh pemerintah sebesar Rp 2.200/kg, maka petani punya inisiatif untuk meningkatkan produksi menjadi 12 ton. Akan tetapi kemampuan pembeli untuk membeli gabah dengan harga tersebut mengalami penurunan menjadi 8 ton (Gambar 6.2 panel b). Akibatnya terdapat kelebihan jumlah gabah di pasar.



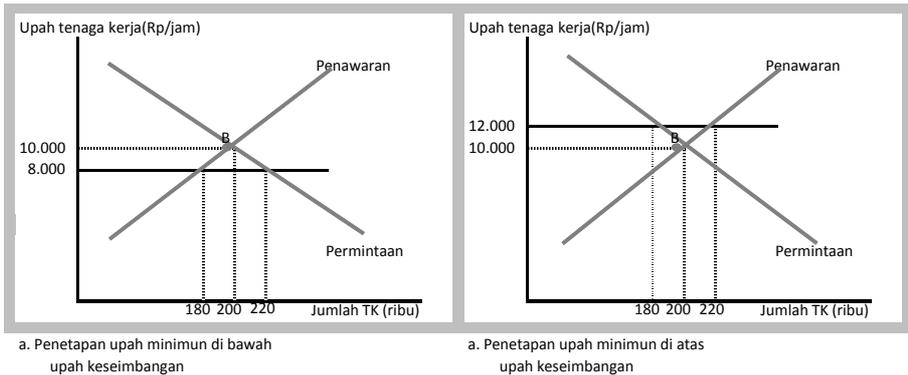
Gambar 6.2 Kebijakan penentuan harga terendah.

Adanya kelebihan jumlah barang di pasar menyebabkan pasar kembali mengalami penyesuaian dengan menurunkan harga jual di pasar, sehingga terbentuk keseimbangan kembali. Kebijakan harga dasar ini merupakan suatu yang masih menjadi perdebatan panjang (*debatable*) baik dikalangan pemerintah, legislatif maupun kalangan akademisi. Pemerintah berupaya agar petani (produsen gabah) mendapatkan kesejahteraan (surplus) yang tinggi dan juga berusaha agar konsumen mendapatkan harga yang sesuai.

Kebijakan Upah Minimum

Kebijakan upah minimum merupakan ilustrasi lain dari adanya kebijakan pemerintah. Upah diukur dengan satuan rupiah perbulan, atau bisa juga diukur dengan rupiah perjam. Misalkan upah yang berlaku di Provinsi Jawa Tengah adalah Rp 10.000 perjam. Pada saat upah tersebut jumlah tenaga kerja yang bekerja di pasar tenaga kerja sebanyak 200 ribu orang (seperti pada Gambar 6.3 panel a). Jika pemerintah menetapkan upah minimum sebesar Rp 8.000 perjam, maka ketentuan tersebut tidak berpengaruh terhadap pasar tenaga kerja. Hal ini karena upah yang berlaku di pasar lebih tinggi dibandingkan dengan upah yang ditetapkan pemerintah. Sebaliknya, misalkan pemerintah menetapkan upah tenaga kerja minimum sebesar Rp 12.000 perjam, maka jumlah tenaga kerja yang ingin masuk ke dunia kerja bertambah menjadi 220 ribu orang, namun permintaan tenaga kerjanya hanya 180 ribu orang, dengan demikian pasar tenaga kerja mengalami surplus tenaga kerja atau dengan kata lain terdapat pengangguran.

Mengapa hanya 180 ribu tenaga kerja yang terserap di pasar? Hal ini karena sebagian perusahaan tidak memiliki kemampuan untuk menggaji perusahaan sebesar itu, sehingga timbulah Pemutusan Hubungan Kerja (PHK).



Gambar 6.3 Penetapan upah minimum di bawah dan di atas upah keseimbangan

Petunjuk-Petunjuk untuk Mempermudah Pemahaman

1. Mengapa tidak semua komoditas diberikan kebijakan harga dasar atau harga tertinggi? Pengaturan kebijakan menyebabkan kesejahteraan pasar menjadi lebih rendah dibandingkan dengan tanpa adanya kebijakan. Jika pemerintah mengatur harga pada semua komoditas, maka jumlah barang yang diproduksi di pasar lebih rendah dibandingkan tanpa adanya kebijakan harga tersebut.
2. Mengapa kebijakan Upah Minimum Regional (UMR) tetap diberlakukan meskipun hal tersebut akan menurunkan kesejahteraan pasar? Pada awalnya, kebijakan upah minimum berawal dari adanya desakan kesatuan seluruh pekerja untuk menyeragamkan upah bagi pekerja di suatu daerah. Bagi perusahaan yang mampu membayar upah di atas UMR tersebut, adanya kebijakan UMR tersebut tidak ada masalah. Artinya perusahaan dapat membayar upah tenaga kerja sesuai dengan upah minimum, namun jika upah berada di bawah UMR, mereka akan melakukan Pemutusan Hubungan Kerja (PHK).

Istilah-Istilah Penting

- Harga tertinggi (*ceiling price*)
- Harga terendah (*floor price*)
- Upah Minimum Regional (UMR)

Pertanyaan-Pertanyaan Jawaban Pendek

1. Mengapa pemerintah menetapkan harga tertinggi untuk produk gabah beberapa waktu lalu? Apa dampaknya untuk kesejahteraan pasar?
2. Apa permasalahan yang muncul dengan penetapan harga tertinggi?
3. Mengapa beberapa waktu lalu pemerintah menetapkan harga terendah untuk produk gabah? Apa dampaknya untuk kesejahteraan pasar?
4. Apa permasalahan yang muncul dengan penetapan harga terendah?
5. Apa permasalahan jika pemerintah mengatur Upah Minimum Regional (UMR) di atas upah minimum keseimbangan?
6. Apa permasalahan jika pemerintah mengatur Upah Minimum Regional (UMR) di bawah upah minimum keseimbangan?

Pertanyaan-Pertanyaan Benar/Salah

1. Harga patokan tertinggi yang dipatok di bawah harga keseimbangan menyebabkan surplus.
2. Harga patokan terendah yang dipatok di atas harga keseimbangan merupakan batasan yang membatasi.
3. Upah minimum membantu tenaga kerja remaja karena mereka menerima upah yang lebih tinggi dibandingkan dengan sebaliknya.
4. Harga terendah di pasar selalu menciptakan surplus di pasar tersebut.
5. Penetapan harga tertinggi (*ceiling price*) akan menguntungkan produsen tetapi merugikan kesejahteraan pasar.

Bab 7 Kebijakan Pemerintah atas Perpajakan

Mengapa Anda Perlu Tahu

Anda datang ke supermarket dengan anggaran belanja mie instan sebesar Rp 22 ribu. Harga satu bungkus mie instan sebesar Rp 2 ribu. Harga yang tercantum belum termasuk pajak pertambahan nilai sebesar 10%. Logikanya, jika tanpa pajak, maka anda dapat memperoleh 11 bungkus mie instan, namun dengan adanya pajak anda hanya akan memperoleh 10 bungkus mie instan. Adanya pembebanan pajak tersebut menyebabkan surplus konsumen mengalami penurunan.

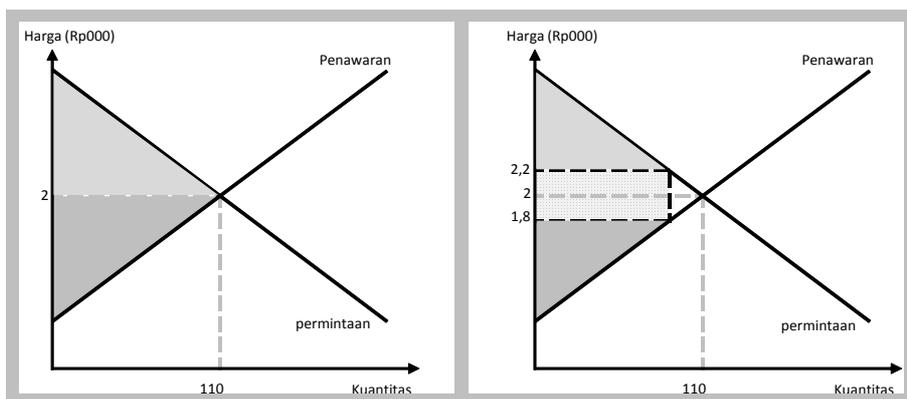
Bab sebelumnya kita telah membahas bagaimana surplus konsumen dan produsen, di mana keseimbangan pasar merupakan titik tertinggi kesejahteraan konsumen dan produsen. Pada bab ini akan dibahas salah satu faktor yang menyebabkan turunnya kesejahteraan tersebut, yaitu perpajakan. Selain perpajakan, terdapat hal lain yang dapat menurunkan kesejahteraan pasar, misalnya proteksi perdagangan dan pasar monopoli. Namun bab ini hanya memfokuskan pada penekanan pajak.

Bab ini merupakan bab kedua adanya kebijakan pemerintah yang berdampak pada pasar. Bab ini membahas bagaimana pajak dapat menurunkan surplus konsumen dan produsen. Karenanya pasar tidak dapat menyediakan barang dengan kuantitas optimum. Sehingga pajak dapat menyebabkan kehilangan pasar optimum atau dikenal dengan *deadweight loss*. Selanjutnya, siapakah yang menanggung pajak tersebut, apakah konsumen atau produsen? Bab ini diakhiri dengan ukuran pengenaan pajak yang memberikan penerimaan optimum pajak.

Efek Perpajakan pada Pasar

Pajak adalah cara di mana pemerintah mendapatkan sumber pendanaan untuk pembangunan. Yang menjadi pertanyaan menarik adalah apakah semua pajak yang dibebankan dapat diterima secara keseluruhan oleh pemerintah atau ada efek lain ke pasar?

Dalam contoh kasus di atas, misalkan di pasar terdapat 10 pembeli dengan anggaran belanja yang sama. Tanpa adanya perpajakan jumlah barang yang bisa dikonsumsi sebesar 110 bungkus, namun dengan adanya perpajakan sebesar 10%, maka jumlah barang yang dikonsumsi di pasar berkurang menjadi 100 bungkus. Adanya penurunan 10 bungkus ini disebut dengan *deadweight loss*.



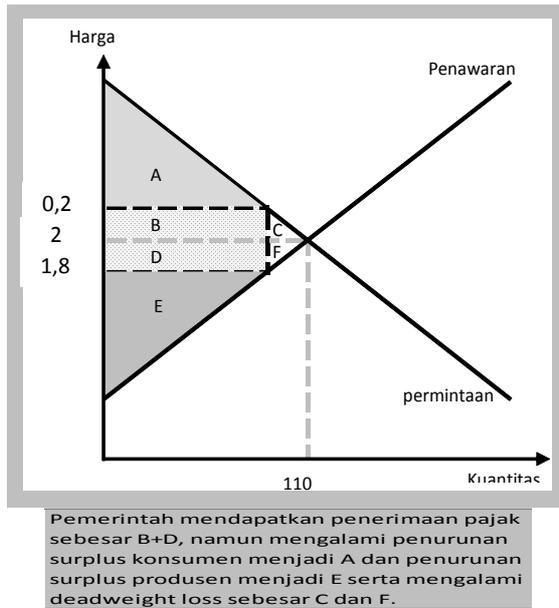
a. Harga dan kuantitas tanpa adanya pajak

b. Harga dan kuantitas dengan adanya pajak

Pengenaan pajak menyebabkan menurunnya surplus konsumen dan produsen. Grafik a menunjukkan total surplus yang lebih besar dibandingkan grafik b.

Gambar 7.1 Surplus total tanpa pajak dan dengan adanya pajak

Dengan menggunakan konsep surplus konsumen dan surplus produsen pada bab sebelumnya, kita dapat mengerti bahwa pada Gambar 7.1 panel a memiliki surplus konsumen dan produsen yang lebih besar dibandingkan dengan Gambar 7.1 panel b. Hal ini dikarenakan pengenaan pajak menurunkan jumlah barang yang diterima konsumen. Pada harga Rp 2 ribu konsumen akan mendapatkan jumlah mie instan sebanyak 110 bungkus, namun dengan adanya pajak 10% konsumen menerima harga Rp 2,2 ribu dengan jumlah barang yang diterima sebanyak 100 bungkus. Di sisi lain, produsen hanya menerima bagian harga sebesar Rp 1,8 ribu. Selain itu, pemerintah juga menerima pajak sebesar persentase dari harga barang yang terjual/terbeli di pasar dikalikan dengan jumlah barang yang terjual. Namun, ada bagian lain yang hilang dengan adanya pengenaan pajak tersebut yaitu bagian yang tidak diarsir dalam gambar di atas. Untuk lebih jelasnya, perhatikan gambar berikut:



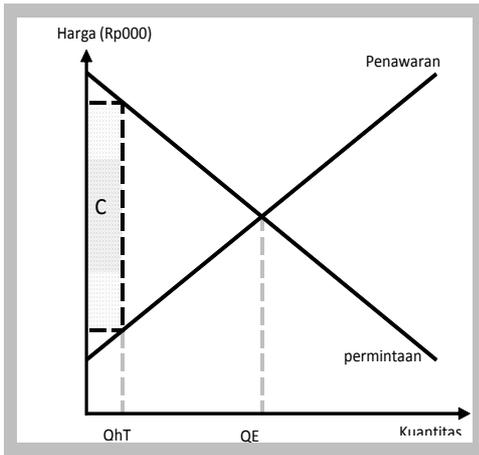
Gambar 7.2 Surplus konsumen, surplus produsen, pajak yang diterima pemerintah, dan *deadweight loss*.

Dari Gambar 7.2 di atas dapat dibuat dalam sebuah tabel berikut:
Tabel 7.1 surplus konsumen, surplus produsen, total surplus, dan penerimaan pajak.

	Surplus konsumen	Surplus produsen	Penerimaan pajak	Total surplus
Tanpa pajak	A+B+C	D+E+F	Tidak ada	A+B+C+D+E+F
Adanya pajak	A	D	B+D	A+E
Perubahan	-(B+C)	-(E+F)	+ (B+D)	-(C+F)

Adanya pajak menurunkan surplus konsumen dan produsen dan total surplus (tanda negatif), akan tetapi terdapat penerimaan pemerintah dengan adanya pajak tersebut.

Adanya pajak menurunkan surplus konsumen dan produsen. Pada sisi konsumen, terdapat penurunan surplus konsumen dari (A+B+C) menjadi A atau pengurangan sebesar (B+C). Pada sisi produsen terdapat pengurangan surplus produsen dari (D+E+F) turun menjadi (D) atau turun sebesar (E+F). Akan tetapi terdapat penerimaan pemerintah (B+D) yang awalnya tidak ada. Secara keseluruhan perekonomian, adanya peneanaan pajak menurunkan total



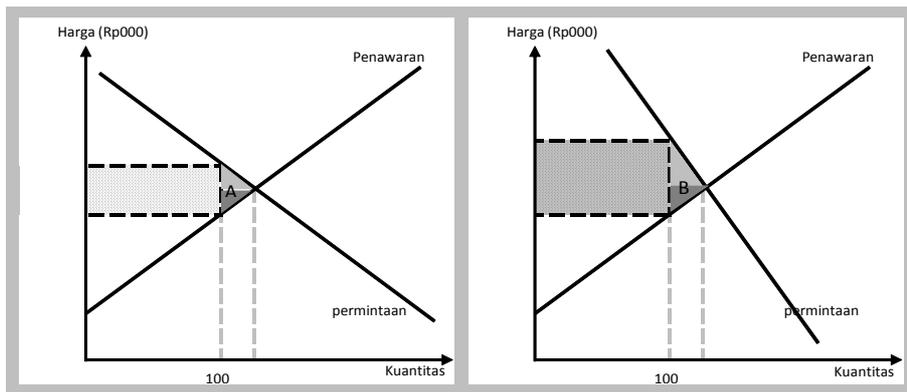
Pengenaan pajak yang terlalu tinggi tidak hanya menurunkan surplus produsen dan konsumen, namun menurunkan penerimaan pemerintah.

Gambar 7.4 Surplus konsumen, surplus produsen, pajak yang diterima pemerintah, dan *deadweight loss* pada tingkat pajak yang tinggi.

Adanya pajak tinggi yang dibebankan pada suatu barang tidak menyebabkan jumlah penerimaan pajak lebih tinggi namun sebaliknya menyebabkan penerimaan pemerintah lebih rendah (lihat Gambar 7.4 area C). Di sisi lain pembebanan pajak yang sangat tinggi akan menurunkan kesejahteraan konsumen dan produsen. Selain itu juga akan meningkatkan *deadweight loss*. Oleh karenanya dalam menentukan besarnya pajak, pemerintah juga perlu memperhatikan hal-hal tersebut di atas.

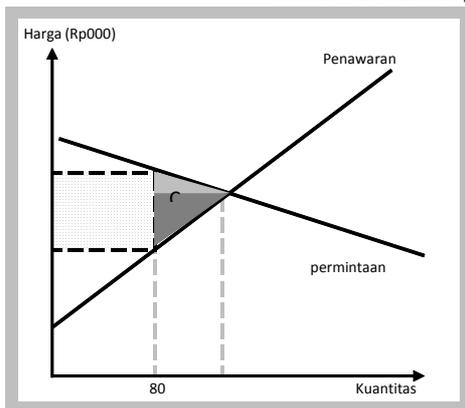
Penentu Besar Kecilnya *Deadweight Loss*

Bagaimana besar kecilnya *deadweight loss* tersebut? Pada Gambar 7.5 *deadweight loss* sebesar daerah A. Adanya peningkatan pembebanan pajak, seperti pada Gambar 7.5 panel b akan meningkatkan pajak, namun *deadweight loss* relatif tetap. Hal ini karena elastisitas pada panel b adalah inelastis. Artinya peningkatan pembebanan pajak tidak terlalu berpengaruh pada konsumsi barang tersebut. Akan tetapi, pada Gambar 7.5 panel C, di mana kurva permintaan bersifat elastis, adanya peningkatan pajak akan menurunkan konsumsi dan akhirnya menyebabkan *deadweight loss* yang besar.



a. *deadweightloss* dengan elastisitas permintaan dan penawaran *uniter*

b. *deadweightloss* dengan elastisitas permintaan inelastis dan elastisitas penawaran *uniter*



c. *deadweightloss* dengan elastisitas permintaan elastis dan elastisitas penawaran *uniter*

Pada barang yang elastisitas permintaannya bersifat in-elastis, adanya peningkatan beban pajak berpengaruh kecil terhadap *deadweigh loss*, sedangkan pada barang yang elastisitas permintaannya bersifat elastis, peningkatan beban pajak akan meningkatkan *deadweight loss*.

Gambar 7.5 Surplus konsumen, surplus produsen, pajak yang diterima pemerintah, dan *deadweight loss* pada berbagai jenis kurva permintaan dan penawaran.

Sebaliknya, semakin sensitif penjual berada dalam penurunan harga suatu barang (penawaran yang lebih elastis), semakin mereka menurunkan kuantitas yang ditawarkannya saat pajak dibebankan dalam sebuah pasar. Semakin besar penurunan kuantitas yang dipertukarkan di pasar menyebabkan

besarnya *deadweight loss*. Akibatnya, semakin besar elastisitas penawaran dan permintaan, semakin besar *deadweight loss* dari sebuah pajak.

***Deadweight Loss* dan Penerimaan Pajak sebagaimana Beragamnya Pajak.**

Deadweight loss meningkat dengan meningkatnya suatu pajak. Tentu saja, *deadweight loss* meningkat pada suatu tingkat peningkatan sebagaimana peningkatan pajak. *Deadweight loss* meningkat dengan tingkatan pangkat dua dari pajak. Contohnya, jika pajaknya meningkat 2 kali lipat, *deadweight loss* meningkat 4 kali. Jika pajak meningkat 3 kali lipat, *deadweight loss* meningkat 9 kali lipat, dan selanjutnya.

Pertama, penerimaan pajak meningkat dan kemudian menurun sebagaimana peningkatan pajak. Hal ini karena, pertama, peningkatan pajak akan meningkatkan pajak yang dikumpulkan per unit melebihi peningkatan pajak yang menurunkan unit yang dijual. Pada beberapa hal, bagaimanapun penambahan peningkatan pajak akan menurunkan ukuran pasar (jumlah kuantitas yang terjual dan pajaknya) pada beberapa tingkat di mana pemerintah mulai mengumpulkan pajak yang besar untuk beberapa kuantitas yang kecil di mana penerimaan pajak mulai menurun.

Ide bahwa tingkat pajak yang tinggi akan menurunkan pasar yaitu menurunkan penerimaan pajak yang digambarkan oleh Arthur Laffer tahun 1974. Kurva Laffer adalah diagram yang menggambarkan bahwa peningkatan ukuran pajak, pada awalnya penerimaan meningkat dan kemudian menurun. Implikasinya adalah jika tingkat pajak sudah tinggi, penurunan tingkat pajak akan meningkatkan penerimaan pajak. Hal ini merupakan bagian dari hal yang disebut ekonomi sisi penawaran (*supply-side economics*). Bukti telah menunjukkan bahwa hal ini bisa jadi benar untuk individu yang dikenakan pajak pada tingkat yang sangat tinggi, akan tetapi mungkin tidak benar untuk keseluruhan ekonomi. Pengecualian yang benar adalah di Swedia tahun 1980 sebab tingkat pajak sekitar 80% untuk pekerja tertentu.

Bagaimana pajak mempengaruhi pasar mie instan? Peran pemerintah dalam menentukan harga tertinggi dan harga dasar berpengaruh pada permintaan dan penawaran seperti yang telah kita pelajari pada bab sebelumnya. Bagaimana halnya jika pemerintah menentukan pajak, dalam hal ini pajak pertambahan nilai ke suatu barang? Bagaimana dampaknya ke pasar? Kita akan membahasnya pada kekuatan permintaan dan penawaran.

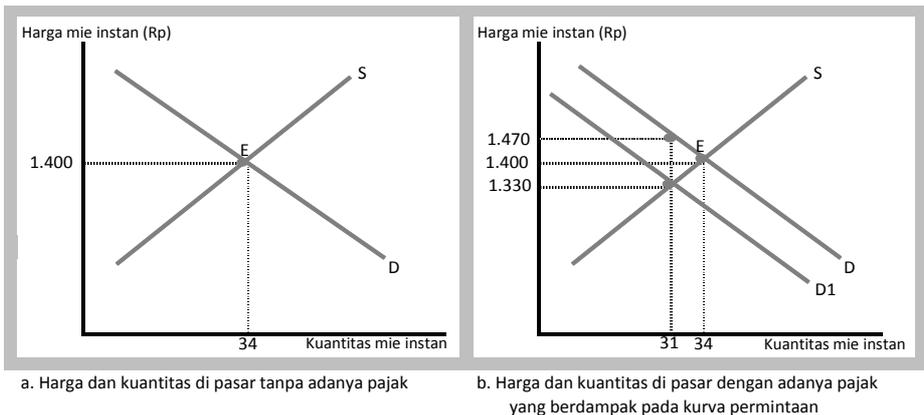
Dalam kasus **pasar mie instan pada bab 3** buku ini, pemerintah belum menekankan pajak pertambahan nilai. Misalkan pemerintah menekankan pajak sebesar 10% untuk tiap bungkus mie instan yang dijual ke pasar. Bagaimana dampaknya ke pasar? Untuk menjawab pertanyaan ini, mari kita bahas pajak pertambahan nilai.

Siapa yang menanggung beban pajak tersebut: produsen, konsumen atau produsen, dan konsumen? Siapa yang menentukan kekuatan pembayar pajak tersebut? Jawaban pertanyaan ini tergantung pada sistem perundangan yang dimiliki oleh suatu negara.

Menurut undang-undang perpajakan No. 42 Tahun 2009 pajak pertambahan nilai dibayarkan oleh pembeli melalui pedagang. Bagaimana pemberlakuan pajak tersebut berpengaruh terhadap pasar? Meskipun demikian, kita juga akan membahas bagaimana jika pembayaran pajak tersebut diberlakukan ke penjual. Selain itu, kita juga akan mempelajari jika pemerintah hanya menentukan besarnya pajak tanpa mengatur siapa yang membayar pajak tersebut. Artinya, kekuatan pasar akan mengatur siapa yang akan membayar pajak tersebut.

Baiklah, untuk pertama kita akan membahas jika pajak tersebut dibebankan ke pembeli. Cara yang kita gunakan adalah 3 tahap **menganalisis pasar menuju keseimbangan seperti yang dibahas pada bab 3**. Ingat kembali langkah-langkahnya sebagai berikut: (1) menentukan apakah kebijakan tersebut berdampak pada kurva permintaan atau penawaran? (2) menentukan apakah pergeseran kurva tersebut ke arah kanan atau ke arah kiri? (3) bagaimana efek pergeseran kurva tersebut dalam membentuk keseimbangan? Dengan mendasarkan tiga langkah tersebut maka analisis yang dilakukan adalah (1) karena pajak tersebut dibebankan pada pembeli, maka kebijakan tersebut berdampak pada kurva permintaan, (2) karena pemerintah menekankan pajak, maka kemampuan pembeli untuk membeli mie instan tersebut menurun, akibatnya kurva permintaan bergeser ke kiri dari D ke D_1 (Gambar 7.6), (3) pergeseran tersebut berpengaruh terhadap penurunan jumlah barang di pasar dari 34 ke 31, dan harga dari Rp 1.400 ke Rp 1.330.

Untuk mempermudah pembahasan gunakan Gambar 7.6 berikut ini. Panel A menunjukkan harga dan kuantitas keseimbangan sebelum pajak. Sedangkan panel B menunjukkan harga dan kuantitas setelah pengenaan pajak. Adanya pajak menurunkan kemampuan pembeli untuk mengkonsumsi mie instan dari 34 bungkus menjadi 31 bungkus dan juga harga dari Rp 1.400 menjadi Rp 1.330. Kuantitas dan harga mie instan yang dijual di pasar mengalami penurunan. Hal ini karena pembeli membeli barang seolah-olah harga yang dibayarkan adalah Rp 140 lebih tinggi dari harga pasar.



Gambar 7.6. Contoh surplus konsumen, surplus produsen, penanggung pajak tanpa adanya pajak, dan dengan adanya pajak dengan bergesernya kurva permintaan

Untuk mempermudah pemahaman, kita menggunakan petunjuk berikut. Jika harga barang sebelum pajak adalah Rp 1.400, maka jumlah mie instan yang dikonsumsi adalah sebanyak 34 bungkus. Pengenaan pajak 10% menyebabkan harga barang lebih tinggi Rp 140 (nilai ini dibagi bersama antara pembeli dan penjual-misalkan dibagi dua), sehingga pembeli mendapatkan harga Rp 1.470. Adanya kenaikan pajak tersebut seolah-olah harganya adalah Rp 140 lebih tinggi, sehingga jumlah mie instan yang dikonsumsi sebanyak 31 bungkus mie instan. Pada jumlah barang ini (31 bungkus mie instan), maka harga barang yang diterima produsen adalah Rp 140 lebih rendah ($\text{Rp } 1470 - \text{Rp } 140 = \text{Rp } 1.330$).

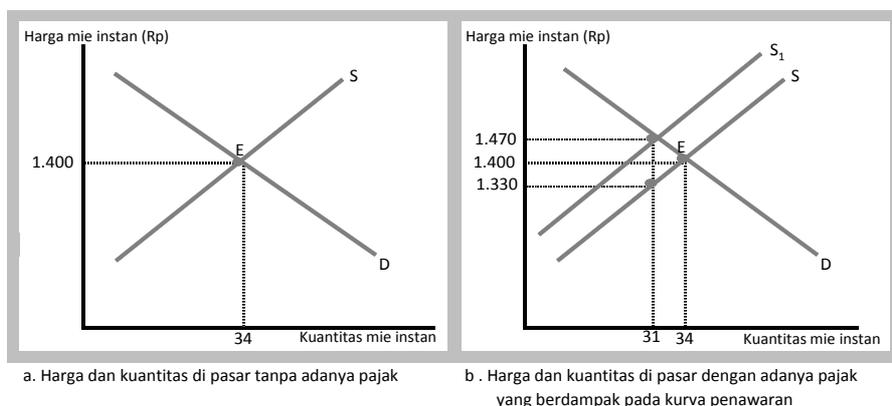
Selanjutnya siapakah sebenarnya yang membayar pajak? Mari kita bahas lebih lanjut. Meskipun pajak tersebut dibebankan ke pembeli, pada dasarnya pembeli dan penjual membagi beban pajak tersebut. Karena harga turun dari Rp 1.400 menjadi Rp 1.330 ketika dikenakan pajak, penjual menanggung pajak Rp 70/bungkus. Pembeli membayar penjual dengan harga lebih rendah (Rp 1.330) dari harga di pasar, akan tetapi harga efektif termasuk pajak meningkat dari Rp 1.400 menjadi Rp 1.470 ($\text{Rp } 1.330 + \text{Rp } 140$).

Ketika pemerintah menekankan pajak 10%, maka harga yang dibayarkan oleh pembeli akan menjadi Rp 1.540 ($\text{Rp } 1.400 + \text{Rp } 140$, 10% dari Rp 1.400). Namun kondisi ini akan berpengaruh terhadap pasar, sehingga permintaan dan penawaran termasuk harga di dalamnya mengalami perubahan. Namun harga tersebut bukanlah harga yang diterima oleh penjual, karena 10% dari harga tersebut diterima oleh pemerintah. Harga yang

diterima oleh penjual adalah, misalkan mereka membagi dua beban pajak tersebut (Rp 70 untuk masing-masing pembeli dan penjual), maka penjual menerima harga Rp 1.330 dan pembeli harus membayar Rp 1.470.

Di sisi lain, misalkan pajak dibebankan ke penjual. Bagaimana efeknya ke pasar? Mari kita analisis menggunakan tiga step menganalisis pasar. (1) pengenaan pajak pertambahan nilai kepada produsen mempengaruhi kurva penawaran, (2) karena pajak merupakan komponen dari biaya yang dikeluarkan untuk produksi, naiknya harga input akan mengurangi kuantitas barang yang diproduksi, maka kurva penawaran akan bergeser ke kiri, (3) Pergeseran ke kiri ini sebesar 10% dari harga pasar sebelumnya sebesar Rp 140 (besaran ini tidak ditanggung sendiri oleh produsen, melainkan juga dibagi kepada konsumen).

Misalkan harga pasar sebelum pajak adalah Rp 1.400, maka produsen akan berpikir bahwa jumlah barang yang ditawarkan adalah sama dengan saat harga di pasar Rp 1.400 dikurangi dengan Rp 70 (Rp 140/2). Sehingga produsen membayangkan harga yang diterima adalah Rp 1.330. Dalam kurva penawaran, pada saat harga Rp 1.400 maka jumlah barang yang ditawarkan adalah 34, pada saat harga Rp 1.330 maka jumlah barang yang ditawarkan adalah 31. Pada saat jumlah barang 31, harga yang berlaku di pasar adalah Rp 140 lebih tinggi yaitu sebesar Rp 1.470.



Gambar 7.7 Contoh surplus konsumen, surplus produsen, penanggung pajak tanpa adanya pajak, dan dengan adanya pajak dengan bergesernya kurva penawaran

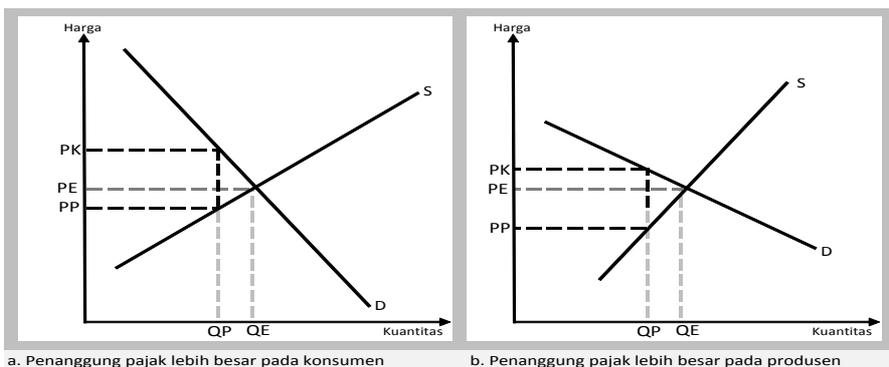
Pajak menurunkan jumlah barang yang ada di pasar. Dalam Gambar 7.7 panel b di atas diketahui bahwa pajak yang dibayarkan konsumen dan produsen masing-masing adalah Rp 70. Dalam kurva di atas diketahui bahwa

pembeli membayar Rp 70 lebih tinggi, begitu juga penjual menerima harga Rp 70 lebih rendah. Hal ini sama dengan ketika pajak tersebut dibebankan kepada pembeli.

Kesimpulannya (1) pajak menurunkan jumlah barang yang ada di pasar, (2) baik dibebankan kepada penjual maupun kepada pembeli, beban pajak akan ditanggung bersama baik oleh pembeli maupun penjual, (3) yang membedakan keduanya adalah siapa yang membayar pajak, apakah pembeli atau penjual.

Elastisitas dan Distribusi Pembayar/Penanggung Pajak

Kasus di atas di mana besarnya persentase pembayar pajak adalah sama rata merupakan suatu kasus yang sangat jarang terjadi. Sebenarnya, penanggung pajak adalah tergantung elastisitas dari masing-masing kurva. Perhatikan Gambar 7.8 berikut. Pada Gambar 7.8 panel a kurva penawaran lebih elastis dibandingkan kurva permintaan. Sehingga adanya pembebanan pajak lebih banyak ditanggung oleh pembeli dibandingkan penjual. Karena pembeli tidak punya alternatif lain untuk pindah ke produk lain. Pada Gambar 7.8 panel b kurva permintaan lebih elastis dibandingkan kurva penawaran. Sehingga adanya pajak tidak terlalu berpengaruh pada kurva permintaan, karena konsumen dapat pindah ke barang/produk lain, maka produsen lebih suka menanggung beban pajak.



Penanggung pajak lebih besar pada kurva yang kurang elastis. Artinya, jika kurva permintaan kurang elastis, maka konsumen akan menanggung lebih besar pajak dibandingkan produsen, dan sebaliknya.

Gambar 7.8 Contoh surplus konsumen, surplus produsen, penanggung pajak pada berbagai elastisitas permintaan, dan penawaran

Kesimpulannya, beban pajak lebih banyak ditanggung oleh sisi pasar yang kurang elastis. Hal ini diukur dengan siapa yang akan meninggalkan pasar jika dibebani pajak. Jika konsumen dapat dengan mudah pindah ke produk lain, maka pajak lebih besar ditanggung oleh produsen. Sebaliknya, jika konsumen sulit pindah ke produk lain, maka pajak lebih besar ditanggung oleh konsumen. Contoh kasus ini bisa terdapat pada produk-produk rokok di mana permintaan rokok cenderung tidak elastis, sehingga cukai rokok banyak ditanggung konsumen.

Petunjuk-Petunjuk yang Mempermudah Pemahaman

1. Pajak dapat meningkatkan penerimaan pemerintah. Akan tetapi kenapa pemerintah tidak menetapkan pajak setinggi-tingginya? Perlu dipahami bahwa pajak adalah instrumen pendapatan negara. Pada tingkat pajak rendah, penerimaan negara dari pajak juga rendah. Selanjutnya peningkatan penerimaan negara naik seiring peningkatan pengenaan pajak. Namun pengenaan pajak yang tinggi akan menurunkan penerimaan negara. Dengan pajak yang tinggi, konsumen akan memilih untuk tidak membeli barang tersebut, sehingga penerimaan negara dari pembelian barang tersebut tidak terjadi. Karenanya, penerimaan negara dari pajak mengalami penurunan dengan penetapan pajak yang tinggi.
2. Kenapa *deadweight loss* meningkat dengan jumlah lipatan 2 kali. Hal ini karena 2 hal, (1) peningkatan pajak menurunkan kuantitas yang dipertukarkan dan hal ini meningkatkan *deadweight loss*, (2) saat kuantitas yang dipertukarkan menurun karena pajak, setiap unit yang tidak diproduksi dan dijual berturut-turut memiliki surplus total yang lebih tinggi terkait dengan unit yang tidak diproduksi. Hal ini tentu meningkatkan *deadweight loss* dari sebuah pajak.

Istilah-Istilah Penting

- *Deadweight loss*
- Pajak (*Tax*)
- Surplus Konsumen (*Consumer surplus*)
- Surplus Produsen (*Producer surplus*)
- Keseimbangan pasar (*Market equilibrium*)
- Elastisitas permintaan (*Demand elasticity*)
- Elastisitas penawaran (*Supply elasticity*)

Pertanyaan-Pertanyaan Jawaban Pendek

1. Jelaskan dengan gambar mengapa pemberlakuan pajak menurunkan surplus konsumen?
2. Mengapa pemberlakuan pajak menurunkan surplus produsen?
3. Apakah perpajakan penyebab satu-satunya *deadweight loss*?
4. Ketika suatu pajak dikenakan pada sebuah barang, apakah pajak yang diterima pemerintah sama dengan hilangnya surplus total karena pajak? Mengapa?
5. Mengapa *deadweight loss* menurunkan kesejahteraan pasar?

Pertanyaan-Pertanyaan Benar/Salah

1. Secara umum, suatu pajak meningkatkan kesejahteraan pasar.
2. Jika pajak dikenakan pada suatu barang dan menurunkan kuantitas yang terjual, pasti ada surplus konsumen dan produsen dari pajak tersebut.
3. Saat pajak dikenakan pada suatu barang, penerimaan yang pemerintah kumpulkan adalah lebih kecil dari hilangnya surplus produsen dan surplus konsumen dari pajak.
4. Jika suatu pajak dikenakan pada sebuah barang pada pasar di mana permintaannya adalah in-elastis sempurna, maka tidak terdapat *deadweight loss* dan penjual menanggung keseluruhan pajak.
5. Pajak pada rokok akan mungkin menciptakan *deadweight loss* yang lebih besar dibandingkan dengan pajak pada mobil mewah.
6. Pengenaan pajak yang terlalu tinggi akan meningkatkan penerimaan pajak.
7. Pajak yang dikumpulkan dari pembeli menciptakan *deadweight loss* yang lebih kecil dibandingkan dengan pajak yang dikumpulkan dari penjual.
8. Jika pajak yang dikumpulkan sebesar dua kali, maka *deadweight loss* dari pajak sebesar satu kali lipat.
9. Suatu *deadweight loss* muncul saat pajak menyebabkan pelaku pasar gagal memproduksi dan mengonsumsi jumlah unit yang dengannya keuntungan pembeli melebihi biaya penjual.

Bab 8 Kebijakan Pemerintah atas Perdagangan Internasional

Mengapa Anda Perlu Tahu

Anda barangkali pernah mengenal jeruk Pontianak-Kalimantan Barat yang terkenal tahun 1990-an atau masa sebelumnya. Produk jeruk tersebut banyak berada pada pasar-pasar buah, supermarket maupun pasar rakyat pada periode tersebut. Namun, produk tersebut tidak lagi membanjiri pasar sekarang ini. Apakah karena selera masyarakat pada produk tersebut mengalami penurunan? Apakah produk tersebut mengalami penurunan produksi, atautkah produk tersebut tergerus pasar produk jeruk impor? Mari kita bahas dari segi perdagangan internasional, siapa yang mengalami kerugian, siapa yang mengalami keuntungan, dan bagaimana kaitannya dengan pasar.

Perdebatan panjang antara pihak pro-perdagangan bebas dan pihak yang kontra-perdagangan bebas menyebabkan pembahasan pada bab ini menjadi menarik. Bagi yang kontra perdagangan bebas, artinya membela kepentingan produsen, adanya perdagangan bebas menyebabkan petani jeruk pontinak mengalami penurunan produksi karena tidak ada insentif pasar (harga harus bersaing dengan produk impor). Bagi yang pro perdagangan internasional, adanya perdagangan bebas menyebabkan konsumen memiliki surplus konsumsi. Dibandingkan dengan membeli jeruk pontinak yang lebih mahal dengan kuantitas yang sama, konsumen memilih untuk membeli produk impor yang lebih murah.

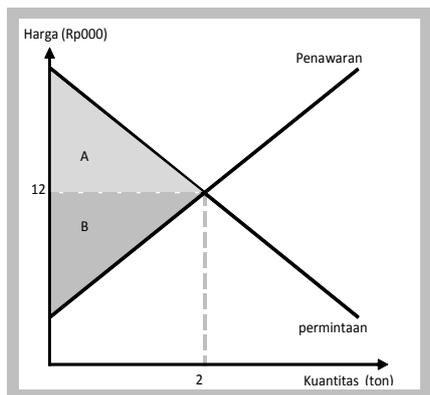
Bab ini merupakan bab ketiga peran pemerintah dalam pasar. Bab ini membahas tentang perdagangan bebas, siapa yang mengalami keuntungan atau kerugian dan efek kesejahteraan dari perdagangan bebas.

Tujuan dari bab ini adalah untuk menggunakan pengetahuan tentang ekonomi kesejahteraan yang diarahkan pada keuntungan perdagangan. Kita akan mengembangkan kondisi yang menentukan apakah negara pengimpor atau pengekspor sebuah barang dan menemukan siapa yang untung dan siapa yang rugi saat negara tersebut mengimpor atau mengekspor barang. Kita akan menemukan bahwa saat perdagangan bebas diijinkan, keuntungan dari pemenang lebih tinggi dibandingkan kerugian bagi yang kalah. Karena terdapat keuntungan dari perdagangan, kita akan melihat batasan pada perdagangan bebas menurunkan keuntungan perdagangan dan menyebabkan *deadweight loss* seperti yang diciptakan dengan adanya perpajakan.

Kondisi tanpa Perdagangan

Perdagangan internasional adalah perdagangan yang dilakukan antar individu atau perusahaan dari suatu negara dengan individu atau perusahaan di negara lain. Dalam perdagangan hal penting yang menjadi perhatian adalah harga dengan asumsi jenis dan kualitas adalah relatif sama. Dalam contoh di atas, kualitas jeruk Pontianak dan jeruk dari luar negeri diasumsikan sama.

Misalkan, tanpa adanya perdagangan internasional jumlah jeruk yang diminta di pasar domestik sebanyak 2 ton dengan harga Rp 12 ribu/kg atau nilai ekonomi perdagangan tersebut sebesar Rp 24 juta. Jika dibuat dalam sebuah grafik, akan terlihat dalam Gambar 8.1 dibawah ini. Sebelum adanya perdagangan internasional, surplus konsumen sebesar A dan surplus produsen sebesar B.



Sebelum adanya perdagangan internasional jumlah barang dan harga yang berlaku ditentukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran dalam negeri saja.

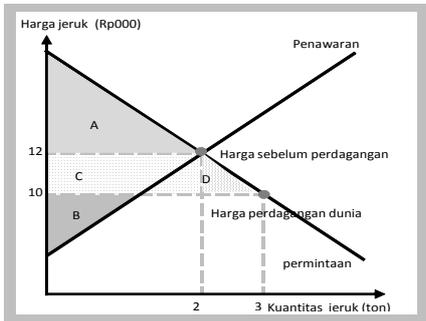
Gambar 8.1 Surplus total (surplus produsen dan surplus konsumen) tanpa adanya perdagangan internasional

Selanjutnya untuk membandingkan tingkat kompetisi jeruk Pontianak dengan jeruk internasional, maka harga domestik yang berlaku dibandingkan dengan harga internasional yang berlaku (harga internasional yang sudah disesuaikan dengan harga domestik dengan memasukkan biaya transportasi, asuransi atau dengan memakai harga di pelabuhan penerima-CIF). Dalam hal ini harga menunjukkan biaya oportunitas. Harga yang lebih tinggi menunjukkan komoditas tersebut memiliki biaya oportunitas lebih tinggi artinya produk tersebut di negara masing-masing kurang kompetitif. Jika harga jeruk Pontianak memiliki harga yang lebih rendah dengan harga internasional, maka jeruk Pontianak memiliki keunggulan komparatif. Sebaliknya, jika harga jeruk Pontianak lebih tinggi dibandingkan dengan

harga internasional, maka jeruk Pontianak tidak memiliki keunggulan komparatif.

Perdagangan dengan Harga Dunia Lebih Rendah Dibandingkan dengan Harga Domestik

Jika harga jeruk dunia Rp 10 ribu/kg, lebih rendah dibandingkan dengan harga domestik, maka jumlah permintaan lebih tinggi dibandingkan permintaan sebelum perdagangan internasional, dari 2 ton menjadi 3 ton seperti pada Gambar 8.2. Misalkan sebelum adanya perdagangan surplus konsumen adalah A, sedangkan setelah adanya perdagangan surplus konsumen mengalami peningkatan dari A menjadi $A + C + D$. Sedangkan pada sisi produsen, sebelum adanya perdagangan, surplus produsen adalah $B+C$, namun setelah adanya perdagangan surplus produsen berkurang menjadi B saja.



Jika harga luar negeri untuk suatu komoditas lebih rendah dibandingkan dengan harga domestik, maka perdagangan internasional akan meningkatkan surplus konsumen domestik, akan tetapi menurunkan surplus produsen.

Gambar 8.2 Surplus total (surplus produsen dan surplus konsumen) jika harga dunia lebih rendah dibandingkan harga domestik

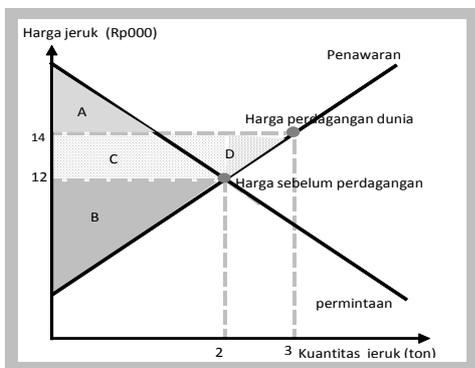
Berdasarkan Gambar 8.2 surplus konsumen, surplus produsen, dan total surplus dengan adanya harga internasional yang lebih rendah dapat digambarkan dalam Tabel 8.1 sebagai berikut. Berdasarkan penggambaran di atas, dapat disimpulkan bahwa adanya perdagangan internasional menyebabkan peningkatan jumlah barang yang diperdagangkan dan juga peningkatan surplus konsumen, akan tetapi menurunkan surplus produsen.

Tabel 8.1 Surplus produsen, konsumen, dan total surplus jika harga dunia lebih rendah dibandingkan harga domestik

	Surplus konsumen	Surplus produsen	Total surplus
Sebelum perdagangan	A	B+C	A+B+C
Setelah perdagangan	A+C+D	B	A+B+C+D
Perubahan	C+D	-C	D

Harga Dunia Lebih Tinggi Dibandingkan Dengan Harga Domestik

Bagaimana halnya jika harga dunia lebih tinggi dibandingkan dengan harga domestik? Misalkan harga dunia adalah Rp 14.000. Bagaimana efek terhadap perdagangan domestik? Maka jumlah penawaran lebih tinggi dibandingkan penawaran sebelum perdagangan internasional. Sebelum adanya perdagangan internasional, surplus produsen adalah B (lihat Gambar 8.3), sedangkan setelah adanya perdagangan surplus produsen mengalami peningkatan dari B menjadi (B+C+D). Sedangkan sebelum adanya perdagangan, surplus konsumen adalah (A+C), namun setelah adanya perdagangan surplus konsumen berkurang menjadi A saja.



Jika harga luar negeri untuk suatu komoditas lebih tinggi dibandingkan dengan harga domestik, maka perdagangan internasional akan meningkatkan surplus produsen, namun menurunkan surplus konsumen.

Gambar 8.3 Surplus total (surplus produsen dan surplus konsumen) jika harga dunia lebih tinggi dibandingkan harga domestic

Berdasarkan Gambar 8.3 tersebut dapat dijelaskan dalam Tabel 8.2, dapat disimpulkan bahwa adanya perdagangan internasional menyebabkan peningkatan jumlah barang yang diperdagangkan dan juga peningkatan surplus produsen.

Setelah adanya tarif surplus konsumen menurun menjadi $(A+C+D)$, surplus produsen naik menjadi $(B+E)$. Pemerintah mendapatkan penerimaan dari tarif sebesar G . Terdapat *deadweight loss* sebesar $(F+G+H)$.

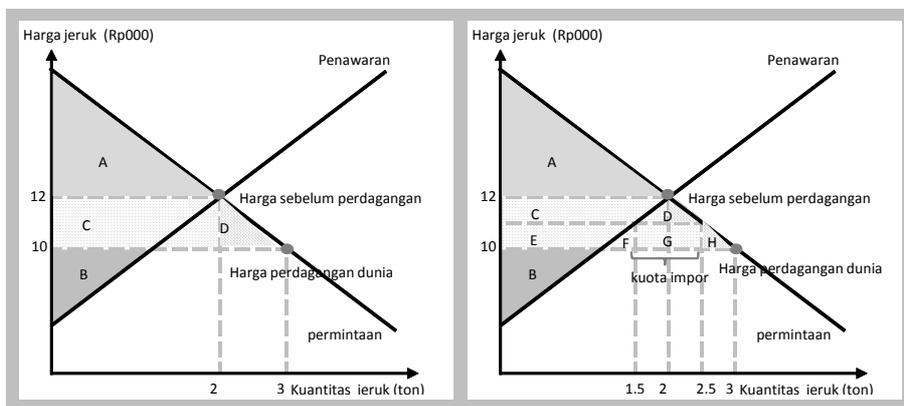
Tabel 8.3 Surplus produsen, konsumen, dan total surplus sebelum dan sesudah adanya tarif

	Surplus konsumen	Surplus produsen	Government	Total surplus
Sebelum tariff	$A+C+D+E+F+G+H$	B	-	$A+B+C+D+E+F+G+H$
Setelah tariff	$A+C+D$	$B+E$	G	$A+B+C+D+E$
Perubahan	$-(E+F+G+H)$	$+E$	$+G$	$-(F+G+H)$

Efek Kuota pada Kesejahteraan Pasar

Kuota impor adalah pembatasan jumlah barang yang dapat masuk ke pasar domestik. Untuk mencapai hal ini, pemerintah dapat membatasi jumlah lisensi yang diberikan kepada perusahaan yang memproduksi. Kuota impor meningkatkan surplus produsen, meningkatkan surplus pemegang lisensi karena menurunkan surplus konsumen dengan jumlah yang lebih besar dibandingkan peningkatannya di produsen dan surplus pemegang lisensi. Kemudian, kuota impor juga menciptakan *deadweight loss* dalam hal yang sama dengan tarif.

Perlu diperhatikan bahwa hasil dari suatu tarif dan kuota impor hampir sama. Jika pemerintah menjual lisensi-lisensi impor, pemerintah akan mendapatkan keuntungan sama dengan keuntungan penerimaan tarif dan kuota. Jika kuota diberikan ke perusahaan secara sukarela, penerimaan akan diterima negara atau perusahaan pengekspor.



a. Harga dan kuantitas barang tanpa adanya kuota impor.

b. Harga dan kuantitas barang dengan adanya kuota impor.

Kuota impor sama dengan tarif jika pemerintah membebankan biaya lisensi sebesar nilai dari tarif.

Gambar 8.5 Surplus total (surplus produsen dan surplus konsumen) dengan adanya kuota impor dan tanpa adanya kuota impor

Mengapa pemerintah membatasi perdagangan internasional melalui tarif dan kuota? Pada umumnya pemerintah suatu negara memberlakukan kebijakan penetapan tarif dan kuota impor atas masuknya produk-produk asing ke pasar domestik. Ada beberapa alasan yang melandasinya yaitu:

- Perlindungan industri pemula (baru). Industri baru mengklaim bahwa mereka membutuhkan proteksi sementara dari kompetisi internasional hingga mereka cukup mampu untuk berkompetisi.
- Semua negara memproteksi salah satu industrinya. Penolak perdagangan bebas membantah bahwa negara lain menyediakan industrinya dengan keunggulan yang tidak terbuka seperti subsidi, pengurangan pajak, dan batasan lingkungan yang rendah. Bagaimanapun, keuntungan konsumen di negara pengimpor akan melebihi kerugian produsen di negara tersebut dan negara akan beruntung ketika mengimpor produk-produk bersubsidi.
- Argumen sebagai alat perlindungan (*bargaining*). Penolak perdagangan bebas mengklaim bahwa ancaman pembatasan perdagangan menyebabkan di lain negara menurunkan pembatasan perdagangan mereka. Bagaimanapun, jika hal ini tidak berjalan maka negara pengancam harus mundur atau menurunkan perdagangan walaupun in tidak diinginkan.
- Argumen pekerjaan. Penentang perdagangan bebas berargumen bahwa perdagangan merusak pekerjaan dalam negeri. Bagaimanapun, saat perdagangan bebas merusak pekerjaan yang tidak efisien dalam sektor impor, akan menciptakan pekerjaan yang lebih efisien dalam sektor ekspor, industri di mana negara memiliki sebuah keunggulan komparatif. Hal ini selalu benar sebab setiap negara memiliki keunggulan komparatif dalam memproduksi sesuatu.
- Argumen keamanan nasional. Beberapa industri mengklaim bahwa produknya penting untuk keamanan nasional sehingga perlu dilindungi dari kompetisi internasional.

Saat negara memilih untuk mengurangi pembatasan perdagangan, mereka dapat mengambil pendekatan unilateral dan menghilangkan pembatasan perdagangannya diantara negara anggotanya. Sebagai alternatif, mereka dapat bergabung dalam pendekatan multilateral dan menurunkan pembatasan perdagangan antar sesama negara anggota. Contoh pendekatan multilateral adalah NAFTA dan GATT, dan terbaru adalah MEA (Masyarakat Ekonomi ASEAN). Pendekatan multilateral memiliki keuntungan karena di

dalamnya menyediakan perdagangan bebas karena banyak negara mengerjakannya secara bersama-sama, dan kemudian karenanya ada kemudahan untuk mencapai kesepakatan secara politis. Bagaimanapun, mungkin ada kegagalan jika negosiasi antar negara mengalami kebuntuan. Banyak ahli ekonomi menyarankan pendekatan unilateral karena ada keuntungan ekonomi domestik dan hal ini menyebabkan negara lain meniru hal tersebut. Ekonom liberalis pada umumnya mendukung perdagangan bebas. Masyarakat Ekonomi Asia memberikan kebebasan Negara anggota untuk memperdagangkan produksi (produk-produk yang telah disepakati) di negara tetangga tanpa adanya kebijakan tariff. Dalam beberapa hal, perdagangan bebas antara negara membolehkan setiap negara untuk menikmati keuntungan dari keunggulan komparatif dan mendapatkan keuntungan dari perdagangan.

Petunjuk-Petunjuk yang Mempermudah Pemahaman

1. Negara-negara yang membatasi perdagangan biasanya membatasi impor dari pada ekspor. Hal ini dikarenakan produsen mengalami kerugian dari impor dan mendapatkan keuntungan dari ekspor, dan produsen diorganisasikan untuk melobi pemerintah guna memproteksi kepentingannya. Contohnya, ketika sebuah negara mengimpor sebuah produk, konsumen mendapatkan keuntungan dan produsen mengalami kerugian. Kecil kemungkinan bagi konsumen untuk bernegosiasi dan melobi pemerintah dibandingkan dengan efek yang dilakukan produsen sehingga impor mungkin dilarang. Ketika sebuah negara mengekspor sebuah produk, produsen mengalami keuntungan dan konsumen mengalami kerugian. Selain itu kecil kemungkinan untuk mengorganisasi dan melobi pemerintah untuk membatasi ekspor dan karenanya ekspor jarang dilarang.
2. Hampir keseluruhan ekonom menemukan tidak ada yang menentang tentang perdagangan bebas. Satu-satu argument yang menentang perdagangan bebas yang tidak dapat dikalahkan adalah “alasan keamanan negara”. Hal ini karena satu-satunya alasan melawan perdagangan bebas bukan berdasarkan alasan ekonomi akan tetapi lebih pada tujuan strategis lainnya.
3. Tarif yang terlalu tinggi atau pembatasan kuota merupakan pembatasan yang mengembalikan pasar ke keseimbangan tanpa ada perdagangan. Hal ini terjadi jika tarif lebih tinggi atau sama dengan perbedaan antara harga dunia dan harga perdagangan domestik atau jika kuota impor ditentukan sama dengan nol.

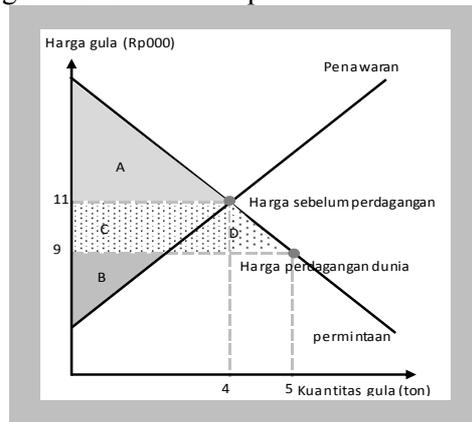
Istilah-Istilah Penting

- *Deadweight loss*
- Impor
- Ekspor
- Efek tarif
- Efek kuota
- Perdagangan bebas
- Argumen
- Proteksi
- NAFTA dan GATT, MEA

Pertanyaan-Pertanyaan Jawaban Pendek

1. Jika harga sebuah barang di pasar domestik lebih rendah dibandingkan dengan harga dunia, akankah negara ini mengimpor atau mengespor barang ini? Mengapa?
2. Jika perdagangan internasional diijinkan, siapa yang mendapatkan keuntungan dan siapa yang mengalami kerugian jika harga barang domestik lebih tinggi dibandingkan dengan harga internasional. apakah konsumen atau produsen? Jelaskan?

Sebelum adanya perdagangan internasional, harga gula perkilogram adalah Rp 11 ribu. Harga gula dunia sebesar Rp 9 ribu.



3. Jika perdagangan internasional diijinkan, siapakah yang mendapatkan keuntungan?
4. Jika perdagangan internasional diijinkan, siapakah yang menanggung kerugian?

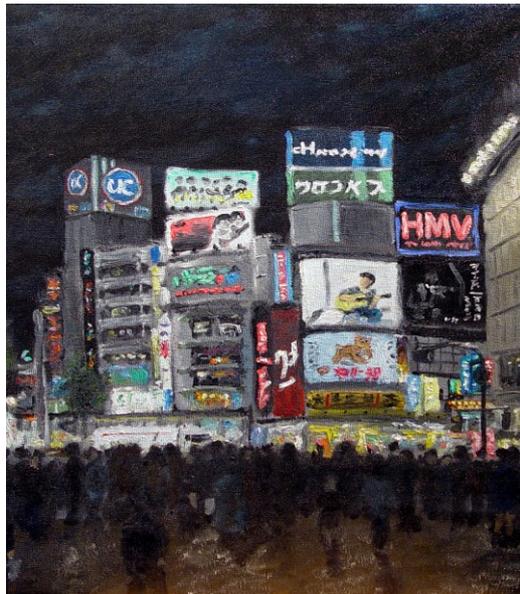
5. Bagaimana total surplus sebelum dan sesudah adanya perdagangan internasional?
6. Jika pemerintah memberlakukan tarif untuk setiap kilogram gula yang masuk sebesar Rp 1000. Coba plotkan dalam sebuah gambar dengan adanya pemberlakuan tarif tersebut?
7. Berapakah harga domestik gula tersebut?
8. Siapakah yang mendapatkan keuntungan dan kerugian setelah adanya pemberlakuan tarif tersebut?
9. Apakah terdapat *deadweight loss* dengan adanya tarif tersebut? Jelaskan sumber *deadweight loss* dari pembatasan perdagangan.

Pertanyaan-Pertanyaan Benar/Salah

1. Jika perdagangan internasional diijinkan, jika harga dunia untuk sebuah barang lebih rendah dari harga domestik, negara tersebut semestinya mengimpor barang.
2. Jika perdagangan diperbolehkan dan negara mengimpor kedelai, pembeli tempe domestik lebih beruntung dan petani domestik lebih merugi saat harga dunia lebih rendah dibandingkan dengan harga domestik.
3. Jika perdagangan bebas diijinkan dan negara men ekspor suatu barang, keuntungan produsen domestik melebihi kerugian konsumen domestik dan surplus total meningkat.
4. Perdagangan menyebabkan setiap orang lebih baik
5. Perdagangan menyebabkan setiap orang lebih baik jika pemenang dari perdagangan mengkompensasikan ke siapa yang kalah dalam perdagangan.
6. Tarif cenderung menguntungkan produsen.
7. Sebuah tarif meningkatkan harga suatu barang, meningkatkan kuantitas domestik yang diminta.
8. Kuota impor yang membatasi impor pada suatu tingkat.
9. Penentang perdagangan bebas selalu berargumen bahwa perdagangan bebas merusak lapangan pekerjaan domestik.
10. Tarif dan kuota menyebabkan *deadweight loss* karena mereka meningkatkan harga barang yang diimpor dan menyebabkan overproduksi dan underkonsumsi suatu barang di negara pengimpor.

3

Konsep Dasar Ekonomi Mikro



Bagian ketiga buku ini membahas teori dasar dalam ekonomi mikro. Meskipun yang dibahas adalah teori, namun penulis mengajak pembaca untuk memahami konsep-konsep secara lebih mudah dengan contoh kasus sederhana. Terdapat tiga teori dasar yang dibahas dalam bagian ini yaitu teori permintaan, teori penawaran, dan teori pasar input (lebih khusus untuk pasar tenaga kerja).

Bab 9 mengajak pembaca memahami perilaku konsumen dalam mengonsumsi barang yang biasanya bersifat tidak terbatas. Seorang konsumen, bagaimanapun, memiliki keterbatasan anggaran dalam mengonsumsi barang. Selanjutnya, bagaimana konsumen mendapatkan kepuasan maksimal dengan keterbatasan anggaran. Bab 10 memberikan pengalaman pembaca bagaimana produsen dalam produksi. Produsen memperhitungkan biaya dalam memproduksi, berapa besarnya skala produksi dan pada batasan apa produsen menutup usahanya. Pembahasan terakhir bagian ini (Bab 11) adalah pasar input (permintaan dan penawaran pasar tenaga kerja). Bab ini memberikan gambaran kenapa upah seorang akuntan lebih tinggi dibandingkan penjaga toko.

Tujuan utama bagian itu ini adalah pembaca dapat memahami bagaimana seorang konsumen berperilaku mengonsumsi barang, bagaimana produsen memproduksi, dan bagaimana penentuan upah tenaga kerja.

Bab 9 Perilaku Konsumen dan Kurva Permintaan

Mengapa Anda Perlu Tahu

Jika anda adalah seorang yang kaya raya, artinya secara finansial tidak ada batasan, anda barang kali dapat membeli semua barang yang ingin anda beli. Akan tetapi jika anda adalah seorang yang secara finansial memiliki keterbatasan (hampir semua orang memiliki keterbatasan), maka anda akan membuat prioritas tentang apa yang akan anda beli. Contoh, anda sudah mengalokasikan uang sebanyak Rp 2 juta kemudian anda ingin membeli sepatu dan baju, maka anda akan membuat skala prioritas tentang barang yang akan anda beli. Prioritas barang yang akan dibeli tergantung dari harga barang tersebut dan anggaran yang anda alokasikan untuk membeli barang tersebut.

Bab ini adalah bab pertama dalam rangkaian teori dasar dalam ekonomi mikro yang membahas permintaan dan penawaran. Bab 9 membahas bagaimana menurunkan kurva permintaan, **bab 10 membahas bagaimana menurunkan kurva penawaran, dan bab 11 membahas sedikit bagaimana pasar untuk faktor produksi (input).**

Bab ini membahas tentang:

- Perilaku konsumen dengan keterbatasan anggaran yang dimiliki.
- Kurva permintaan dibangun.
- Kurva yang menunjukkan perilaku konsumen.

Batasan Anggaran

Bayangkan jika anda adalah orang yang rasional dengan keterbatasan keuangan yang anda miliki. Jika anda mau liburan ke Bali tentu anda akan menabung atau menyisihkan uang yang seharusnya dapat digunakan untuk mengkonsumsi barang lain. Dalam hal ini anda dibatasi keuangan yang anda miliki. Keterbatasan ini dimiliki oleh hampir semua orang. Sekarang, kita akan menggambarkan keterbatasan anggaran dengan pengeluaran.

Untuk mempermudah pembahasan, kita gunakan pilihan dua barang, kebutuhan akan sepatu dan baju. Bisa jadi anda ingin membeli sepatu dan baju lebih dari satu. Bagaimanapun, anda dibatasi keuangan yang anda miliki. Misalkan, Anda mengalokasikan dana untuk pembelian kebutuhan tersebut sebesar Rp 2 juta, sedangkan harga sepatu Rp 500 ribu /pasang, dan harga baju Rp 250 /potong. Bagaimana anda dapat mengalokasikan dana untuk membeli sepatu dan baju tersebut?

Dengan keuangan Rp 2 juta, jika semua uang dialokasikan untuk membeli sepatu, maka anda akan mendapat 4 pasang sepatu tanpa membeli

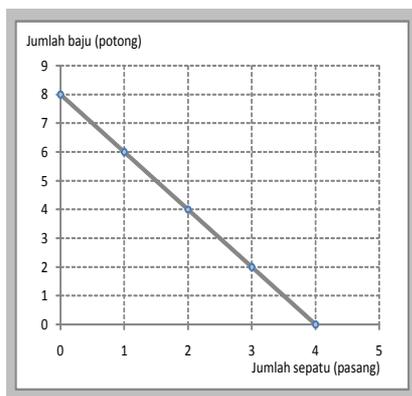
baju. Sebaliknya jika anda mengalokasikan semua dana untuk membeli baju, maka anda mendapatkan 8 potong baju tanpa membeli satu pasangpun sepatu. Selanjutnya, jika anda membeli 2 pasang sepatu, maka anda dapat membeli 4 potong baju. Jika seperangkat pilihan tersebut digambarkan dalam sebuah tabel, maka akan didapatkan tabel sebagai berikut.

Tabel 9.1 Pilihan konsumen dalam membelanjakan keuangan

Jumlah sepatu (pasang)	Jumlah baju (potong)	Pengeluaran sepatu Rp0	Pengeluaran baju Rp0	Total pengeluaran Rp0
0	8	-	2.000	2.000
1	6	500	1.500	2.000
2	4	1.000	1.000	2.000
3	2	1.500	500	2.000
4	0	2.000	-	2.000

Tabel pilihan konsumen adalah tabel yang berisi sekumpulan pilihan konsumen dengan keterbatasan anggaran yang dimiliki

Pilihan antara kebutuhan yang didapatkan dan batasan anggaran tersebut dapat digambarkan dalam sebuah gambar. Grafik tersebut berbentuk miring ke bawah (Gambar 9.1). Hal ini karena dengan keterbatasan anggaran, peningkatan pilihan sepatu akan menurunkan pilihan baju. Ekonom sepakat mengatakan pilihan-pilihan ini dengan istilah “*budget constraint*”. Kemiringan dari kurva anggaran merupakan harga relatif dari baju dan sepatu, satu sepatu 1 sama dengan 2 baju.



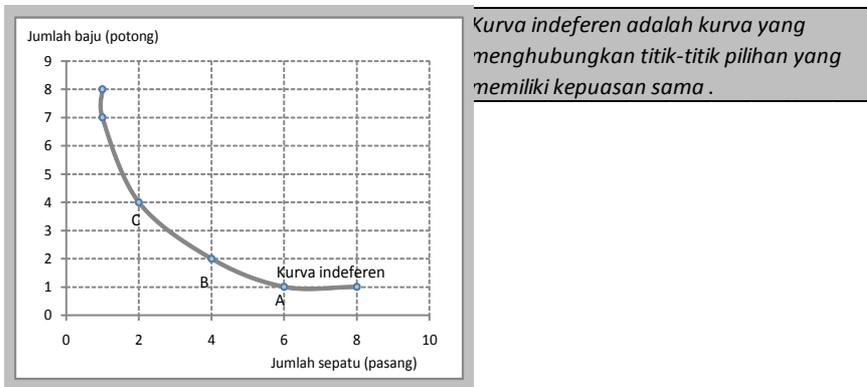
Budget constraint adalah batasan anggaran untuk berbagai pilihan

Gambar 9.1 Kurva batasan anggaran untuk membeli pilihan barang

Preferensi Konsumen : Keinginan Konsumen

Selain dibatasi oleh anggaran, perilaku konsumen dalam memilih serangkaian barang yang dikonsumsi juga dipengaruhi oleh preferensi atau keinginan mengonsumsi barang. Preferensi konsumen ini dipengaruhi oleh rasa (keinginan). Dalam kasus di atas (konsumsi baju dan sepatu), bisa jadi anda mempertimbangkan untuk mengonsumsi pilihan 1 (2 sepatu dan 4 baju) atau pilihan 2 (2 sepatu dan 4 baju). Jika anda menjatuhkan pilihan 1 maka anda tidak dapat menjatuhkan pada pilihan 2, dan sebaliknya. Jika pilihan 1 memiliki kepuasan sama dengan pilihan 2, maka pilihan-pilihan tersebut bersifat indifferen (*indifference*). Karena anda butuh dua barang tersebut, maka pilihan-pilihan tersebut sangat kecil kemungkinan untuk tidak mengonsumsi salah satu barang tersebut (misalnya tidak mengonsumsi sepatu atau tidak mengonsumsi baju).

Kita dapat menggambarkan kepuasan tersebut dalam sebuah gambar. Gambar tersebut menggambarkan berbagai pilihan barang yang memberikan kepuasan yang sama yang dikenal dengan istilah *indifference curve*.



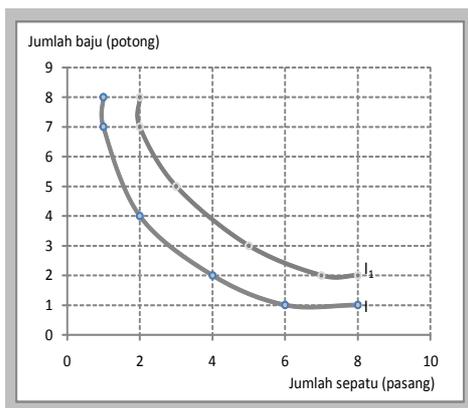
Gambar 9.2 Kurva indifferen untuk membeli pilihan barang

Kemiringan kurva indifferen tergantung dari kesediaan konsumen untuk menggantikan konsumsi sepatu dengan mengonsumsi baju. Tingkat kesediaan untuk menggantikan konsumsi suatu barang dengan barang lain disebut tingkat substitusi marginal (*marginal rate of substitution/MRS*). MRS satu orang berbeda dengan orang lain tergantung dari keinginan masing-masing.

Ciri-Ciri Kurva Indiferen

Meskipun keinginan bersifat relatif, namun dapat digambarkan dalam kurva indiferen yang memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Kurva indiferen yang lebih tinggi menunjukkan kepuasan yang lebih tinggi
Misalkan, orang yang mengkonsumsi 5 sepatu dan 3 baju, memiliki kepuasan yang lebih tinggi dibandingkan dengan orang yang mengkonsumsi 4 sepatu dan 2 baju. Dalam Gambar 9.3 orang yang memiliki pilihan konsumsi sepanjang I_1 memiliki kepuasan yang lebih tinggi dibandingkan orang yang mengkonsumsi sepanjang garis I .

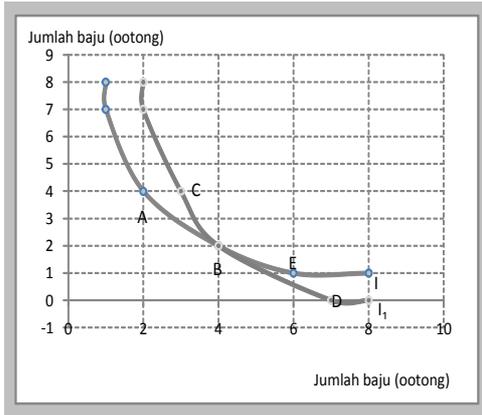


Kurva indiferen I_1 memiliki kepuasan yang lebih tinggi dibandingkan dengan kurva inferen I .

Gambar 9.3 Perbandingan berbagai kurva indiferen

2. Kurva indiferen tidak pernah berpotongan satu sama lain

Untuk membenarkan pernyataan ini (tetap berpedoman bahwa dalam satu kurva indiferen memiliki tingkat kepuasan yang sama) andaikan kurva indiferen berpotongan dititik B (ini tidak mungkin) di Gambar 9.4 maka kepuasan antara I dan I_1 adalah sama. Hal ini akan membenarkan pernyataan bahwa titik C memiliki tingkat kepuasan yang sama dengan titik A, atau titik E memiliki tingkat kepuasan yang sama dengan titik D.



Kurva indifferen satu tidak akan pernah memotong kurva indifferen lainnya .

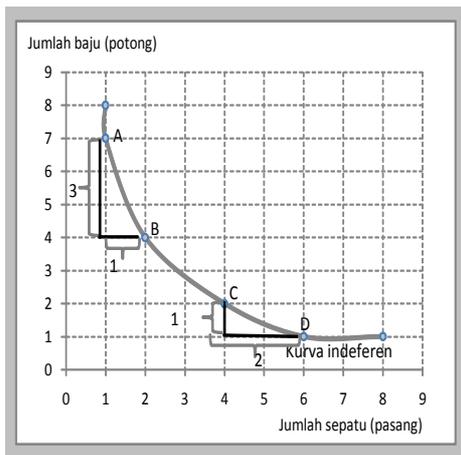
Gambar 9.4 Kurva indifferen yang tidak mungkin berpotongan

3. Kurva indifferen bersifat negatif, turun dari kiri atas ke kanan bawah

Untuk barang-barang yang bersifat umum, kurva inferen bersifat turun dari kiri atas ke kanan bawah. Hal ini karena kepuasan mengkonsumsi suatu barang akan menurunkan kepuasan mengkonsumsi barang lain. Misalkan anda lebih senang terhadap produk sepatu karenanya anda akan mengkonsumsi lebih banyak sepatu dibandingkan baju. Sebagai ekspresi kepuasan, anda akan memandangi dan mencoba sepatu lebih banyak dibandingkan memandangi dan mencoba baju.

4. Kurva indifferen bersifat cembung terhadap sumbu nol (menghadap sumbu 0)

Tingkat kemiringan kurva indifferen tergantung dari tingkat penggantian tambahan (*Marginal rate of substitution/MRS*). Lihat Gambar 9.5 pada titik B konsumen lebih memilih baju dibandingkan sepatu sehingga tingkat pergantian baju terhadap sepatu adalah 3 dibandingkan 1. Sedangkan pada titik D, konsumen lebih memilih sepatu dibandingkan baju, sehingga tingkat pergantian tambahan sepatu terhadap baju adalah 2 dibandingkan 1. Oleh karenanya, jika ditarik sebuah kurva indifferen, maka terlihat bahwa kurva tersebut adalah cembung terhadap sumbu 0. MRS berarti tingkat pergantian barang yang dikonsumsi yang menghasilkan kepuasan yang sama.

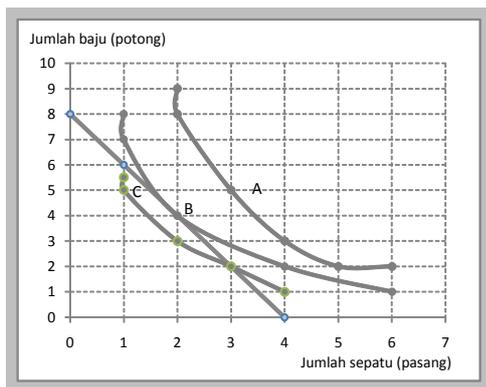


Kurva inddeferen menghadap sumbu 0 karena di satu titik konsumen lebih memilih suatu produk dibandingkan dengan di titik lain.

Gambar 9.5 Berbagai kemiringan pada kurva indiferen

Pilihan Optimal Konsumen

Bagaimana mengoptimalkan jumlah barang yang dikonsumsi dengan anggaran yang dimiliki. Pada titik A Gambar 9.6, jumlah konsumsi sepatu dan baju lebih tinggi dibandingkan titik B. Akan tetapi pada titik ini anggaran anda tidak cukup untuk memenuhinya. Sehingga dikatakan bahwa pada titik ini tidak optimal. Sebaliknya pada titik C, jumlah sepatu dan baju yang dikonsumsi lebih rendah dibandingkan dengan uang yang dimiliki, artinya uang yang dianggarkan masih sisa.



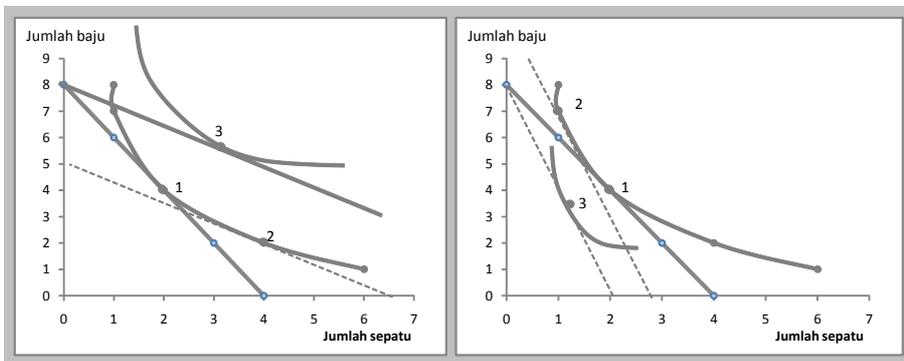
Titik B adalah titik optimum pilihan konsumen, karena pada titik ini konsumen mendapatkan barang yang dikonsumsi sesuai dengan anggaran yang dimiliki.

Gambar 9.6 Persinggungan antara kurva anggaran biaya dan kurva indiferen

Anda perhatikan pada titik B, di mana jumlah sepatu dan jumlah baju yang dikonsumsi bertemu dengan kurva anggaran. Pada titik ini kepuasan konsumen berada pada titik yang optimum. Pada titik ini jumlah sepatu dan baju yang dikonsumsi masing-masing sebanyak 2 pasang dan 4 potong.

Efek Substitusi dan Efek Pendapatan

Kondisi di atas adalah konsumsi optimal pada harga tertentu. Selanjutnya, bagaimana jika terjadi perubahan harga barang? Bagaimana dampaknya pada jumlah barang yang diminta? Pada contoh di atas, terjadi penurunan harga sepatu dari Rp 500 ribu menjadi Rp 250 ribu. Maka konsumen akan meningkatkan konsumsi sepatu dari 2 menjadi 4 seperti pada gambar berikut (jika barang tersebut adalah barang normal). Selain itu, adanya penurunan harga tersebut akan meningkatkan pendapatan riil konsumen, meskipun pendapatan nominal tetap. Karenanya perubahan harga barang memiliki dua dampak yaitu: (1) efek substitusi dan (2) efek pendapatan.



a. Efek substitusi dan pendapatan dengan adanya penurunan harga

b. Efek substitusi dan pendapatan dengan adanya kenaikan harga

1-2 : efek substitusi --> perubahan harga menyebabkan jumlah barang yang dikonsumsi masih dalam kurva indifferen yang sama. 2-3 : efek pendapatan --> adanya perubahan harga menyebabkan pendapatan riil berubah (meningkat atau menurun).

Gambar 9.7 Efek substitusi dan efek pendapatan dengan adanya perubahan harga barang

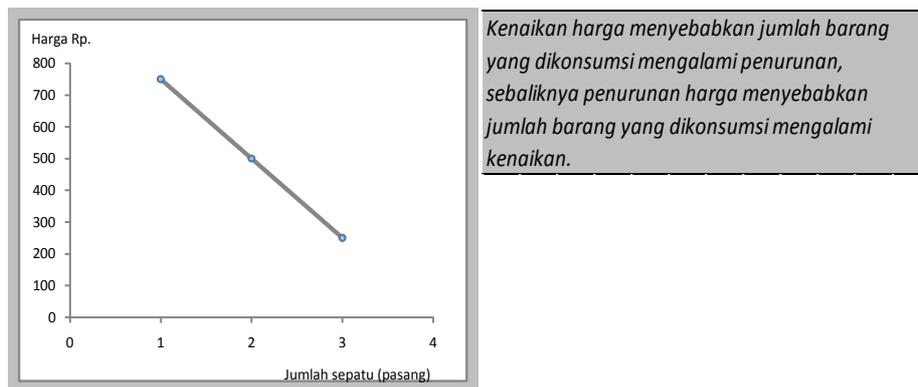
Cara yang paling mudah untuk mengetahui efek substitusi adalah:

1. Mencari titik pada kurva indifferen yang sama.
2. Membuat kurva *budget constraint* bayangan pada titik baru kurva indifferen yang lama.
3. Membuat kurva *budget constraint* yang baru, sejajar dengan yang lama, hingga menyentuh kurva indifferen yang baru.

Penurunan Kurva Permintaan

Kurva permintaan merupakan hubungan antara harga barang dan jumlah barang yang diminta. Bagaimana menurunkan kurva permintaan dengan kurva *budget constraint* akibat adanya perubahan harga? Dalam kasus di atas, adanya penurunan harga barang (harga sepatu) akan menaikkan kemampuan konsumen untuk membeli barang sehingga menggeser kurva anggaran ke luar. Kemampuan konsumen untuk membeli barang diwujudkan dengan jumlah barang yang dikonsumsi. Sebaliknya, kenaikan harga menyebabkan kemampuan konsumen mengalami penurunan, sehingga kurva anggaran bergeser ke bawah seperti pada yang ditunjukkan dalam Gambar 9.8. Hal ini mengakibatkan jumlah barang yang dikonsumsi berkurang.

Berdasarkan penjelasan tersebut, kita dapat menggambarkan sebuah kurva permintaan dengan jumlah barang yang dikonsumsi di sumbu X dan harga di sumbu Y. Jika harga sepatu mengalami penurunan, maka kemampuan untuk membeli mengalami kenaikan, karenanya jumlah sepatu yang dibeli mengalami kenaikan. Sebaliknya, jika harga sepatu mengalami kenaikan, maka kemampuan untuk membeli sepatu mengalami penurunan, akibatnya jumlah sepatu yang dikonsumsi juga mengalami penurunan.



Kenaikan harga menyebabkan jumlah barang yang dikonsumsi mengalami penurunan, sebaliknya penurunan harga menyebabkan jumlah barang yang dikonsumsi mengalami kenaikan.

Gambar 9.8 Penurunan kurva permintaan dari efek substitusi dan efek pendapatan

Petunjuk-Petunjuk untuk Mempermudah Pemahaman

1. Kenapa pembahasan kurva permintaan dimulai dari kurva anggaran dan harga barang? Hal ini karena pada dasarnya konsumen dihadapkan pada berbagai kebutuhan (barang yang ingin dibeli). Untuk memenuhi kebutuhan tersebut konsumen membutuhkan dana yang biasanya terbatas. Oleh karenanya konsumen akan bertindak berdasarkan anggaran yang dimiliki dan harga barang tersebut.
2. Adanya perubahan harga selalu memiliki 2 efek, efek substitusi dan efek pendapatan. Akan tetapi kenapa kurva permintaan hanya menghubungkan harga dengan jumlah barang yang diminta saja (tidak memasukkan pendapatan)? Adanya perubahan harga selalu memiliki 2 efek, substitusi dan pendapatan. Konsumen akan mencari barang lain dengan adanya perubahan harga yang juga akan mempengaruhi pendapatan mereka. Pada akhirnya efek pendapatan akan dikonversikan dengan jumlah barang yang diminta, sehingga kurva permintaan hanya menghubungkan harga dengan jumlah barang yang diminta.

Istilah-Istilah Penting

- *Budget constraint*
- Garis anggaran
- Kurva indiferen
- Efek substitusi
- Efek pendapatan
- Tingkat substitusi tambahan
- Titik optimum
- Kurva permintaan

Pertanyaan-Pertanyaan Jawaban Pendek

1. Apa yang membatasi seorang konsumen dalam mengkonsumsi barang?
2. Kurva apa yang menggambarkan pilihan-pilihan konsumen yang memiliki kepuasan yang sama?
3. Dalam kurva indiferen yang sama, apakah pilihan kombinasi konsumsi barang memiliki kepuasan yang sama?
4. Kurva indiferen yang lebih tinggi apakah menunjukkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi?
5. Apakah kurva indiferen dapat bertemu satu sama lain?
6. Titik di mana kurva anggaran bertemu dengan kurva indiferen disebut?
7. Disebut apakah kurva yang menghubungkan antara harga barang dengan jumlah barang yang diminta?

Pertanyaan-Pertanyaan Benar/Salah

1. Kurva anggaran menggambarkan tingkat konsumsi barang pada tingkat kepuasan yang sama.
2. Kurva permintaan menggambarkan hubungan kesediaan konsumen untuk menukarkan barang dengan barang yang lain dengan batasan anggaran tertentu.
3. Adanya perubahan harga selalu memiliki dampak substitusi dan dampak pendapatan.
4. Pada tingkat kepuasan yang berbeda, kurva indifferen dapat berpotongan satu sama lain.
5. Kurva indifferen yang lebih rendah memiliki tingkat kepuasan yang lebih rendah.
6. Untuk barang normal, kurva indifferen bersifat positif, artinya jika seseorang meningkatkan mengkonsumsi barang yang satu, maka orang tersebut juga akan meningkatkan konsumsi barang lain.
7. Berdasarkan kurva permintaan, adanya kenaikan barang tidak akan menurunkan konsumsi barang tersebut.

Bab 10 Biaya Produksi dan Kurva Penawaran

Mengapa Anda Perlu Tahu

Saat anda berkunjung ke Yogyakarta, anda mungkin akan memilih makanan ringan “bakpia” sebagai buah tangannya. Selanjutnya, bakpia apa yang akan anda beli? Pertimbangan pentingnya adalah harga (pertimbangan lain adalah rasa, pendapatan, dan lainnya dianggap tetap). Bakpia merk “A” dijual dengan harga Rp 25 ribu /kotak, bakpia merk “B” juga dijual dengan harga yang sama, Rp 25 ribu/kotak, sedangkan bakpia “C” dijual dengan harga Rp 23 ribu /kotak. Sebagai konsumen, tentu anda akan memutuskan untuk membeli bakpia merk C. Dibalik itu, anda mungkin akan bertanya, kenapa bakpia C lebih murah Rp 2 ribu dibandingkan bakpia A dan B.

Pengusaha (*entrepreneur*) selalu mempertimbangkan beberapa hal sebelum memulai usahanya. Salah satunya adalah biaya produksi. Terkait hal tersebut, dia akan berfikir berapa jumlah output yang akan diproduksi, biaya-biaya yang akan dikeluarkan untuk memproduksi barang tersebut, jangka waktu usaha tersebut, dan lainnya. Selain itu, pengusaha juga mempertimbangkan biaya kesempatan (*opportunity cost*) dari waktu yang dia curahkan untuk usaha tersebut. Artinya waktu yang dia curahkan untuk usaha “bakpia” tersebut menyebabkan dia tidak bisa bekerja pada perusahaan lain.

Bab 10 merupakan bab kedua dalam tiga bab rangkaian teori dasar ekonomi makro. **Bab 9 telah membahas bagaimana menurunkan kurva permintaan.** Dalam bab 10 ini bagaimana menurunkan dasar untuk menurunkan kurva penawaran. Meskipun sebenarnya, kurva penawaran akan dibahas pada struktur pasar (bab 12, 13, 14 dan 15) namun dasar penurunan kurva penawaran dibahas dalam bab ini. Secara runtut bab ini menjelaskan insentif seseorang dalam melakukan usaha, skala produksi dalam menjalankan usaha, dan penjelasan umum tentang biaya-biaya dalam menjalankan usaha. Sebelum menjalankan usaha, pelaku memiliki berbagai pilihan untuk menginvestasikan dananya pada berbagai jenis usaha. Pilihan tersebut didasarkan pada pertimbangan rasional.

Seorang produsen berfikir rasional, artinya keputusan untuk menjalankan usaha sangat tergantung dari apa yang didapatkan dari menjalankan usaha tersebut. Bab ini menjelaskan perilaku produsen dalam menjalankan usahanya. Materi ini merupakan materi dasar untuk beberapa bab selanjutnya. Seperti telah dibahas dalam bab-bab sebelumnya bahwa untuk barang prihat, pelaku usaha memiliki insentif untuk menjalankan suatu usaha yang berupa keuntungan dari hasil usahanya. Pada bab ini akan dibahas

tentang dasar pengambilan keputusan untuk memproduksi atau tidak. Selanjutnya pada bab-bab selanjutnya akan dibahas bagaimana keputusan produksi pada berbagai jenis pasar.

Tujuan bab ini adalah untuk menjelaskan biaya produksi dan mengembangkan kurva biaya perusahaan. Kurva-kurva biaya ini mendasari kurva penawaran perusahaan. **Pada bab tiga, kita telah mengaplikasikan kurva penawaran.** Karena hal ini dapat digunakan untuk menjawab pertanyaan terkait biaya-biaya yang mendasari kurva penawaran dan keputusan-keputusan tergantung pada kondisi pasar yang mereka hadapi.

Keuntungan

Secara singkat, keuntungan merupakan insentif bagi produsen untuk menjalankan usaha. keuntungan (*profit*) adalah selisih antara penerimaan dan biaya yang dikeluarkan. Pelaku usaha yang rasional akan memutuskan untuk melanjutkan, memberhentikan sementara atau menutup (memberhentikan secara permanen) usahanya, tergantung tingkat keuntungan yang didapatkan. Pelaku usaha akan melanjutkan usahanya jika penerimaan yang diperoleh dapat digunakan untuk menutup biaya yang dikeluarkan. Sebaliknya, perusahaan akan berhenti berusaha jika penerimaan yang didapatkan tidak mampu digunakan untuk menutup biaya produksinya. Secara matematis dapat dinotasikan sebagai berikut.

$$\pi = TR - TC$$

Keterangan :

π = keuntungan atau profit (Rp)

TR = *total revenue* → penerimaan total (Rp)

TC = *total cost* → biaya total (Rp)

Total penerimaan merupakan fungsi dari produksi dan harga suatu produk. Produksi akan sangat tergantung dari faktor produksi yang digunakan, sedangkan harga sangat tergantung dari jenis pasar di mana output tersebut diproduksi. Karenanya, keputusan untuk memproduksi barang atau tidak akan sangat tergantung pada kondisi pasar yang ada. Pasar akan sangat erat kaitannya dengan harga. Apakah pelaku usaha tersebut hanya penerima harga (*price taker*) atau pembuat harga?

Selanjutnya terkait dengan biaya yang dikeluarkan untuk menjalankan usaha tersebut. Secara motif pembelanjaan terdapat dua jenis biaya yaitu biaya eksplisit dan biaya implisit. Biaya eksplisit adalah biaya yang dikeluarkan oleh pelaku usaha untuk menjalankan aktivitas usahanya. Biaya

implisit adalah biaya yang tidak dikeluarkan oleh pelaku usaha akan tetapi lebih pada biaya kesempatan yang hilang karena menjalankan aktivitas usaha tersebut. Pelaku usaha memiliki dua asset berupa uang yang diinvestasikan untuk usaha dan tenaga yang dia curahkan untuk menjalankan usahanya tersebut. Jika pelaku usaha berinvestasi pada usaha A (hanya sebagai ilustrasi) maka dia kehilangan kesempatan untuk berinvestasi di usaha B. Selain itu dia juga kehilangan waktu dan tenaga untuk bekerja sebagai tenaga kerja pada perusahaan atau usaha lain.

Karena adanya biaya implisit tersebut, maka dikenal dengan biaya oportunitas yang merupakan penjumlahan biaya eksplisit dan biaya implisit. Ahli akuntan, hanya menghitung biaya berdasarkan biaya eksplisit saja, namun seorang ekonomi menghitung biaya berdasarkan biaya oportunitas (biaya eksplisit dan implisit). Menurut akuntan, keuntungan yang diterima oleh pelaku usaha lebih tinggi dibandingkan dengan pandangan ekonom. Karena pandangan ekonom menyangkut pengambilan keputusan. Pada bab ini akan kita bahas masing-masing parameter: produksi dan biaya.

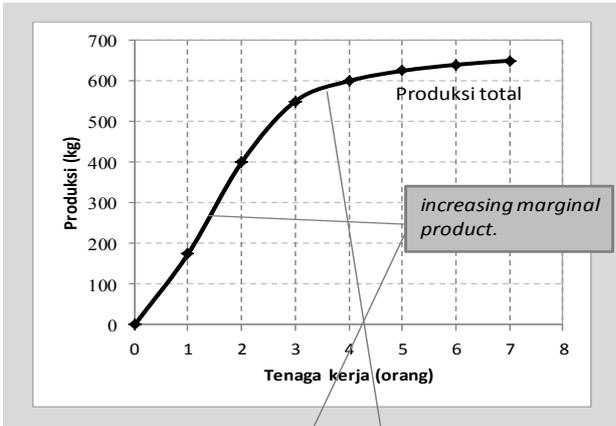
Produksi

Pembahasan produksi sangat terkait dengan input dan output. Input adalah faktor-faktor yang digunakan untuk memproduksi sesuatu barang, sedangkan output merupakan hasil atau capaian dari kegiatan produksi. Dengan kata lain, untuk memproduksi suatu barang (output) diperlukan input (faktor produksi). Fungsi yang menghubungkan antara jumlah barang yang diproduksi dengan input yang digunakan adalah fungsi produksi.

Untuk memproduksi bakpia peralatan dan bahan yang dibutuhkan antara lain mesin oven, tenaga kerja, kacang hijau, tepung terigu, dan lain-lain. Untuk mempermudah pembahasan berikut dijelaskan hubungan antara produksi dan jumlah orang yang bekerja. Pada jumlah tenaga kerja satu orang, maka produksi bakpia yang dihasilkan adalah 175 kotak. Hal ini wajar karena satu orang tenaga kerja bisa jadi tidak mampu mengoperasikan dua mesin oven dengan optimal.

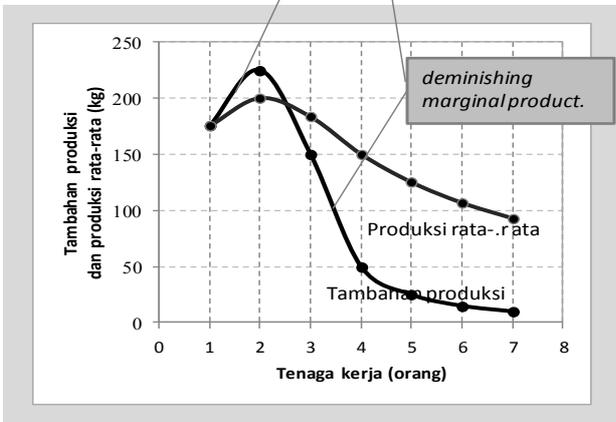
Selanjutnya pada jumlah tenaga kerja 2 orang, maka jumlah produksi yang dihasilkan adalah 400 kotak, dan seterusnya. Jumlah produksi bakpia meningkat dengan meningkatnya jumlah tenaga kerja. Tambahan produksinya meningkat pada saat tenaga kerja berjumlah dua. Hal ini dikenal dengan *increasing marginal product* (skala produksi tambahan yang meningkat). Artinya penambahan tenaga kerja sebanyak satu orang akan meningkatkan tambahan produksi yang lebih besar dari 175 kotak menjadi 225 kotak. Mengapa demikian? Salah satu alasan yang muncul adalah rata-rata produksi dua tenaga kerja adalah 200 kotak lebih besar dibandingkan dengan saat

a. Produksi total



Produksi total meningkat dengan tambahan tenaga kerja.

b. Produksi rata-rata dan tambahan produksi



Tambahan produksi meningkat dengan meningkatnya jumlah tenaga kerja pada skala produksi *increasing marginal product*. Pada titik ini produksi rata-rata juga meningkat. Selanjutnya, tambahan produksi menurun dengan bertambahnya tenaga kerja pada skala produksi *decreasing marginal product*. Pada titik ini produksi rata-rata juga

Gambar 10.1 Hubungan produksi total, produksi rata-rata dan tambahan produksi bakpia

Hubungan Biaya dan Produksi

Pada sub bab produksi, kita telah mempelajari produksi optimal pada penggunaan tenaga kerja (biaya variabel). Tenaga kerja merupakan suatu faktor variabel yang dicari tingkat penggunaan optimalnya. Selanjutnya, bagaimanakah hubungan antara produksi dan biaya?

Untuk mengetahui hubungan tersebut, terlebih dahulu dijelaskan beberapa ukuran biaya yang dihadapi oleh perusahaan. Biaya-biaya ini sangat

bervariasi, namun dapat dikategorikan berdasarkan model pengeluarannya, yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap adalah biaya investasi saat pendirian suatu usaha atau dengan kata lain biaya tetap adalah biaya yang tidak berubah (terpengaruh) dengan kuantitas output yang diproduksi (contohnya biaya pembelian oven). Biaya variabel adalah biaya yang model pengeluarannya terkait dengan berapa jumlah produksi yang diinginkan atau dengan kata lain biaya variabel adalah biaya yang berubah dengan kuantitas produksi yang diproduksi (contoh: pengeluaran bahan baku dan tenaga kerja temporal/sementara). Penjumlahan biaya tetap dan biaya variabel sama dengan biaya total.

Selanjutnya, untuk menentukan jumlah optimal output yang diproduksi tiap satuan produksi, produsen perlu menyatakan biaya unit output tertentu dan biaya produksi untuk tambahan output. Oleh karenanya biaya tetap, biaya variabel, dan biaya total perlu nyatakan dengan biaya rata-rata. Untuk mencari masing-masing biaya rata-rata tersebut, biaya-biaya tersebut perlu dibagi dengan produksi masing-masing. Total biaya rata-rata merupakan pembagian biaya total dengan produksi. Sedangkan biaya tambahan (biaya marginal) adalah tambahan biaya untuk memproduksi satu unit tambahan output. Secara matematis, dapat diilustrasikan sebagai berikut.

Q: kuantitas produksi, TC: biaya total, ATC: biaya total rata-rata, FC: biaya tetap, AFC: biaya tetap rata-rata, VC: biaya variabel, AVC: biaya variable rata-rata, MC: biaya marginal, maka:

$$\begin{aligned} ATC &= TC/Q \\ AVC &= VC/Q \\ AFC &= FC/Q \\ MC &= \Delta TC / \Delta Q = \frac{TC_2 - TC_1}{Q_2 - Q_1} \end{aligned}$$

Ilustrasi berikut digunakan untuk memudahkan penjelasan di atas. Usaha Bakpia “Lezat” di Yogyakarta ingin menentukan bagaimana struktur biaya bulanan usahanya. Biaya tetap untuk mendirikan usaha tersebut adalah biaya pembelian dua mesin oven, senilai Rp 700 ribu. Sebetulnya harga masing-masing mesin oven sebesar Rp 50 juta. Karena usaha ini dihitung bulanan, maka mesin tersebut dibagi 12 bulan selama 12 tahun. Pada dasarnya, biaya dikeluarkan pada saat usaha belum berproduksi, karenanya dikatakan biaya tetap. Biaya tetap ini jumlahnya tidak terpengaruh oleh besarnya produksi (lihat Tabel 10.2).

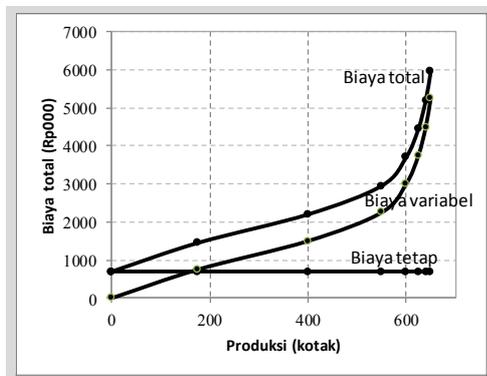
Selanjutnya, untuk memproduksi bakpia dibutuhkan bahan baku berupa tepung, gula, kacang hijau, coklat, dan juga tenaga kerja atau dikenal

dengan biaya variabel. Ambil salah satu contoh adalah tenaga kerja. Biaya satu orang tenaga kerja sebesar Rp 750 ribu perbulan dan seterusnya.

Tabel 10.2 Struktur Biaya Usaha Bakpia “Lezat” Yogyakarta

Jumlah pekerja (Orang)	Jumlah produksi (kotak)	Biaya tetap mesin oven (Rp 000)	Biaya tenaga kerja (Rp 000)	Total biaya (Rp 000)	Biaya rata-rata (Rp 000/kotak)
0	0	700	0	700	
1	175	700	750	1450	8.29
2	400	700	1500	2200	5.50
3	550	700	2250	2950	5.36
4	600	700	3000	3700	6.17
5	625	700	3750	4450	7.12
6	640	700	4500	5200	8.13
7	650	700	5250	5950	9.15

Untuk mempermudah penjelasan, dapat digambarkan pada grafik berikut :

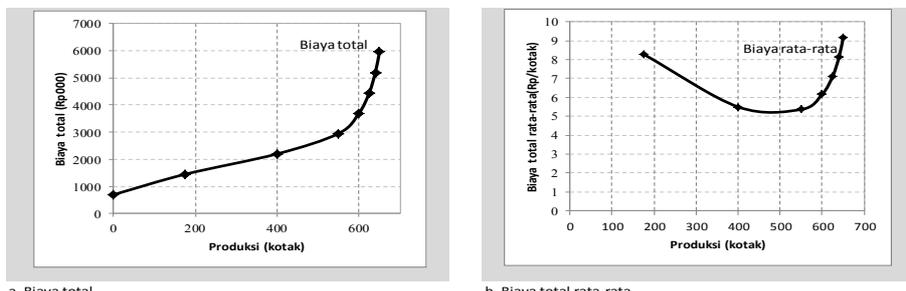


Biaya tetap (*fixed cost*) adalah biaya tidak terpengaruh dengan jumlah output, biaya variabel (*variabel cost*) meningkat dengan meningkatnya output, biaya total (*total cost*) adalah penjumlahan biaya tetap dan biaya variabel.

Gambar 10.2 Biaya tetap, biaya variabel, dan biaya total produksi bakpia

Karenanya, biaya total adalah penambahan biaya tetap dan biaya variabel. Biaya total selalu mengalami peningkatan dengan penambahan produksi. Pada saat produksi 175 kotak biaya totalnya sebesar Rp 1,45 juta, sedangkan pada saat produksinya 400 kotak, biaya totalnya meningkat menjadi Rp 2,2 juta, dan seterusnya. Biaya rata-rata menurun dengan penambahan produksi pada titik tertentu, selanjutnya biaya tersebut meningkat lagi dengan penambahan produksi. Pada saat produksi 175 kotak, biaya rata-rata perkotak sama dengan Rp 8.290, biaya ini menurun dengan

penambahan produksi hingga 550 kotak dengan biaya perkotak sebesar Rp 5.360. Selanjutnya, biaya perkotak meningkat dengan penambahan produksi.



a. Biaya total

b. Biaya total rata-rata

Biaya total meningkat dengan penambahan produksi, sedangkan biaya rata-rata menurun dengan penambahan produksi hingga titik tertentu, selanjutnya meningkat kembali dengan peningkatan produksi. Kurva biaya rata-rata berbentuk huruf U.

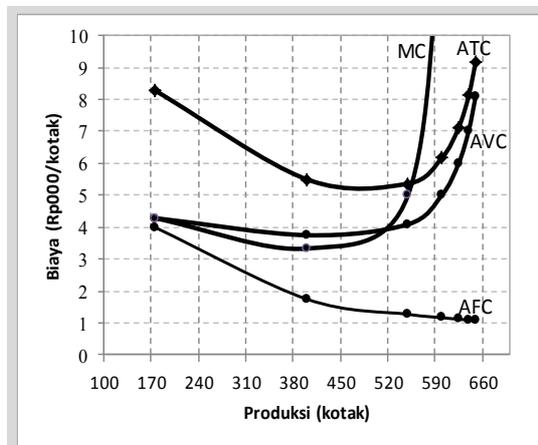
Gambar 10.3 Hubungan biaya total dan biaya rata-rata produksi bakpia

Selanjutnya pada tingkat produksi berapa seharusnya bakpia diproduksi? Untuk mengetahui produksi optimal, dihitung biaya tetap rata-rata, biaya variabel rata-rata, biaya total rata-rata, dan biaya marginal. Biaya rata-rata merupakan hasil bagi masing-masing biaya dengan produksi, sedangkan biaya marginal merupakan tambahan biaya dengan adanya tambahan produksi. **Biaya tetap rata-rata (AFC)** mengalami penurunan dengan bertambahnya jumlah produksi. Sebenarnya biaya tetap tidak terkait dengan besarnya produksi, namun karena jumlah produksi meningkat, maka biaya tetap rata-rata mengalami penurunan. Selanjutnya, **biaya variabel rata-rata (AVC)** mengalami penurunan dengan penambahan produksi. Hal ini terkait dengan skala produksi, artinya jika anda memproduksi barang dengan kuantitas sedikit, maka biaya rata-rata untuk memproduksinya lebih besar jika dibandingkan dengan memproduksi barang dengan jumlah yang lebih besar. Namun demikian, penurunan biaya variabel tersebut terjadi hingga titik tertentu dan selanjutnya biaya variabel rata-rata akan mengalami kenaikan dengan adanya kenaikan produksi. Hal ini logis karena penambahan biaya variabel (contoh: tenaga kerja) pada titik tertentu akan menyebabkan produksi tiap tenaga kerja akan mengalami penurunan.

Biaya total rata-rata (ATC) merupakan penjumlahan biaya tetap dan biaya variabel dibagi dengan jumlah produksi. Pada saat jumlah produksi rendah, maka biaya total rata-rata masih tinggi. Hal ini logis bahwa pada saat awal produksi (jumlah produksi di mana jumlah produksi masih sedikit) biaya total rata-rata masih tinggi. Biaya ini menurun dengan penambahan produksi

sampai titik tertentu. Setelah itu biaya mengalami kenaikan kembali. Hal ini karena bertambahnya faktor produksi (lebih khusus tenaga kerja pada jumlah tertentu) menyebabkan produktivitas tiap tenaga kerja mengalami penurunan. Jika lihat secara detail, maka gambar kurva ini berbentuk huruf U. Jika anda digambarkan, perlu diperhatikan bahwa kurva biaya total rata-rata selalu di atas kurva biaya tetap dan biaya variabel.

Selain itu, biaya lain yang menjadi fokus perhatian kita adalah **biaya marginal (MC)**, yaitu tambahan biaya dengan adanya tambahan produksi. Pada tingkat produksi rendah, biaya marginal adalah tinggi dan biaya ini menurun dengan tambahan produksi hingga suatu saat biaya marginal ini mengalami kenaikan kembali dengan adanya tambahan produksi. Biaya marginal akan bertemu dengan biaya total saat biaya total pada titik terendah. Pada titik inilah usaha mengalami titik impas dalam menjalankan usahanya, tidak untung dan tidak rugi. Di atas, titik tersebut perusahaan mengalami keuntungan dalam jangka panjang, dibawah titik itu perusahaan mengalami keuntungan jangka pendek hingga *marginal cost* bertemu biaya variabel rata-rata.

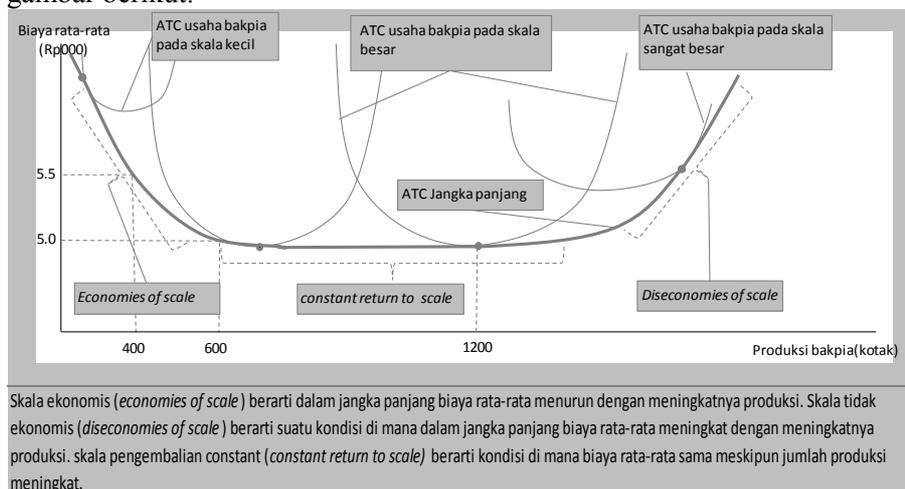


Biaya tetap rata-rata menurun dengan meningkatnya produksi. Biaya variabel rata-rata menurun dengan penambahan produksi hingga titik tertentu dan kemudian meningkat lagi. Biaya total rata-rata juga mengalami penurunan dengan penambahan produksi hingga titik tertentu dan kemudian meningkat kembali. Biaya tambahan menurun dengan meningkatnya produksi hingga titik tertentu kemudian meningkat kembali. Produksi optimal terjadi pada titik perpotongan antara biaya marginal dan biaya total rata-rata.

Gambar 10.4 Hubungan biaya tetap rata-rata, variabel rata-rata, biaya total rata-rata, dan tambahan biaya produksi bakpia

Biaya Jangka Panjang dan Skala Ekonomi

Pembahasan di atas adalah untuk usaha bakpia dalam satu outlet (dalam jangka pendek). Perusahaan bakpia “Lezat” tersebut bisa jadi berpikir untuk jangka panjang akan memperbesar skala usahanya dengan cara memperluas outlet atau membuka outlet di tempat lain. Perluasan usaha atau penambahan outlet akan meningkatkan produksi. Perluasan usaha tersebut mempunyai konsekuensi pada meningkatnya biaya rata-rata seperti dalam gambar berikut.



Gambar 10.5 Skala pengembalian usaha

Saat produksi bakpia sebesar 400 kotak, biaya rata-rata sama Rp 5.500/kotak. Saat pelaku usaha memperluas usaha dan produksi meningkat, maka biaya rata-rata turun menjadi Rp 5000/kotak. Kondisi ini disebut dengan skala ekonomis (*economies of scale*) yang berarti dalam jangka panjang biaya rata-rata menurun dengan meningkatnya produksi. Kondisi ini berlangsung hingga pengusaha memproduksi bakpia hingga 1200 kotak. Pada kondisi ini biaya rata-rata sama dengan Rp 5000/kotak. Kondisi ini disebut *constant return to scale* dimana dalam jangka panjang biaya total tetap sama meskipun jumlah produksi ditingkatkan. Selanjutnya, jika perusahaan menaikkan produksi melebihi 1200 kotak, maka biaya rata-rata mengalami peningkatan kembali.

Pertanyaan penting adalah, pada skala mana perusahaan lebih baik mengoperasikan usahanya? Hal ini tergantung masing-masing perusahaannya. Ada perusahaan yang kesemua jenis skala tersebut, baik *skala ekonomis*, *constant return to scale*, maupun *diseconomies of scale*. Perusahaan lebih

baik ekonomis jika dapat mengoperasikan perusahaannya dalam skala ekonomis. Untuk mencapai ini spesialisasi pekerjaan perlu dilakukan. Selanjutnya, perusahaan mungkin mengalami *diseconomies of scale* jika terdapat masalah sulitnya koordinasi dalam manajemen.

Petunjuk-petunjuk yang Mempermudah Pemahaman

1. Kenapa perusahaan tetap menjalankan usaha meskipun usahanya tidak mengalami keuntungan? Seorang entrepreneur akan menganalisis usaha dari analisis akuntansi maupun analisis ekonomi. Misalkan dalam usaha bakpia di atas, secara akuntansi, biaya yang dikeluarkan perbulan adalah Rp 15 juta, sedangkan penerimaan yang diterima adalah Rp 18 juta, maka keuntungan yang didapatkan adalah Rp 3 juta. Namun perhitungan ini berbeda jika dianalisis secara ekonomi. Ahli ekonomi akan menganalisis dengan biaya oportunitas dari waktu yang dia curahkan untuk mengelola usaha tersebut dibandingkan dengan saat dia bekerja di perusahaan lain. Misalkan dia bekerja di perusahaan lain mendapatkan upah perbulan sebesar 4 juta, maka secara ekonomi dia belum mendapatkan keuntungan karena total biaya adalah biaya eksplisit ditambah biaya implisit (biaya oportunitas) sebesar Rp 15 juta + Rp 4 juta = Rp 19 juta. Sehingga keuntungan ekonominya adalah negatif (- satu juta).
2. Jangka panjang biasanya didefinisikan sebagai periode waktu yang dibutuhkan untuk semua input berubah menjadi biaya variabel. Yakni, periode jangka panjang adalah periode waktu yang dibutuhkan perusahaan untuk mampu mengubah ukuran fasilitas produksi atau pabrik. Ingat bahwa periode waktu ini bervariasi antar perusahaan. Contohnya, mungkin butuh tahun yang agak lama untuk semua input pada jalan kereta api untuk berubah menjadi biaya variabel karena jalan kereta api bersifat permanen dan jalan untuk membuat lintasan baru sulit untuk ditemukan. Berbeda dengan toko es krim dapat menambah fasilitas produksinya hanya dalam hitungan bulan. Karenanya, butuh waktu lama untuk perusahaan kereta api dibandingkan dengan perusahaan es krim.

Istilah-Istilah Penting

- Biaya kesempatan (*opportunity cost*)
- Keuntungan (*profit*)
- Penerima harga (*price taker*)
- Biaya eksplisit
- Biaya implisit
- Skala produksi tambahan yang meningkat (*increasing marginal product*)

- Skala produksi tambahan yang semakin menurun (*decreasing marginal product*)
- Biaya total (*total cost-TC*)
- Biaya total rata-rata (*average total cost-ATC*)
- Biaya tetap (*fixed cost-FC*)
- Biaya tetap rata-rata (*average fixed cost-AFC*)
- Biaya variabel (*variable cost-VC*)
- Biaya variabel rata-rata (*average variable cost-AVC*)
- Biaya marginal (*marginal cost-MC*)
- Skala ekonomis (*economies of scale*)
- *Constant return to scale*
- *Diseconomies of scale*.

Pertanyaan-Pertanyaan Jawaban Pendek

1. Apa yang dimaksud dengan keuntungan?
2. Apa yang dimaksud keuntungan ekonomi dan keuntungan akuntansi?
3. Apa yang dimaksud dengan biaya variabel, biaya tetap dan biaya total?
4. Apa hubungan produksi marginal dan produksi rata-rata?
5. Mengapa produksi rata-rata menurun dengan bertambahnya produksi sampai titik tertentu dan meningkat lagi dengan bertambahnya produksi?
6. Apa yang dimaksud dengan skala efisiensi suatu perusahaan?
7. Jelaskan hubungan antara biaya marginal dan biaya total rata-rata!
8. Apa bentuk kurva biaya marginal pada sebuah perusahaan tertentu? Mengapa hal tersebut tergambar seperti itu?
9. Apakah semua perusahaan mengalami semua skala pengembalian usaha?
10. Jika perusahaan kecil mengembangkan skala operasi, mengapa pengalaman pertama merupakan skala pengembalian yang meningkat? Ketika perusahaan yang sama tumbuh besar, mengapa ekspansi selanjutnya skala operasi menimbulkan skala pengembalian yang menurun?

Pertanyaan-Pertanyaan Benar/Salah

1. Total penerimaan sama dengan kuantitas output yang diproduksi perusahaan dikalikan dengan harga jual dari output tersebut.
2. Upah dan gaji dibayarkan ke pekerja merupakan contoh dari biaya produksi implisit.
3. Jika total penerimaan adalah Rp 8 juta, biaya ekspilisit sebesar Rp 5 juta, dan biaya implisit sebesar Rp 3 juta, keuntungan akuntansi sebesar Rp 3 juta.

4. Jika terdapat biaya produksi implisit, keuntungan akuntansi akan melebihi keuntungan ekonomi.
5. Jika fungsi produksi lebih datar, produk marginal sedang meningkat.
6. Jika sebuah perusahaan terus menambah tenaga kerja dalam ukuran pabrik yang sama, perusahaan akan mengalami produk marginal yang semakin menurun.
7. Jika fungsi produksi untuk suatu perusahaan menunjukkan produk tambahan yang semakin menurun, kurva total-biaya yang bersangkutan untuk perusahaan tersebut akan menjadi lebih datar sebagaimana kuantitasnya yang bertambah.
8. Biaya tetap ditambah biaya variabel sama dengan total biaya.
9. Biaya total rata-rata merupakan total biaya dibagi dengan biaya marginal.
10. Ketika biaya marginal berada di bawah biaya total rata-rata
11. Jika, seperti naiknya kuantitas produk yang meningkat, fungsi produksi pertama menjelaskan produk marginal yang meningkat dan setelahnya produk marginal yang menurun, kurva biaya marginal yang bersangkutan akan berbentuk huruf U.
12. Kurva biaya total rata-rata bersilangan dengan kurva biaya marginal pada kurva biaya marginal yang minimum.
13. Kurva biaya total rata-rata dalam jangka panjang lebih datar dibandingkan dengan kurva biaya total rata-rata dalam jangka pendek.
14. Skala efisiensi untuk perusahaan merupakan kuantitas output yang meminimalkan tambahan biaya. Dalam jangka panjang, sebagaimana sebuah perusahaan memperluas fasilitas produksinya, pada umumnya mengalami skala disekonomis, selanjutnya skala pengembalian yang konstan dan akhirnya skala ekonomi.

Bab 11 Pasar untuk Faktor Produksi – Tenaga Kerja

Mengapa Anda Perlu Tahu

Sebelum menentukan bidang studi atau jurusan yang akan anda tekuni di universitas, anda membayangkan gambaran pekerjaan yang akan anda dapatkan setelah tamat atau lulus dari universitas. Seorang akuntan akan mendapatkan gaji yang lebih besar dibandingkan dengan penjaga di supermarket. Begitu juga, seorang agronomis, orang yang ahli di bidang agronomi, akan mendapatkan gaji yang lebih besar dibandingkan dengan buruh penyadap karet. Apa yang menentukan besarnya gaji yang diterima pekerja?

Bab ini adalah bab kedua dari tiga rangkaian bab yang membahas tentang teori dasar ekonomi mikro. Bab 1-9 membahas keseimbangan pasar output dan peran pemerintah dalam mempengaruhi pasar output tersebut dan bab 10 telah membahas dasar untuk kurva biaya produksi. Bab 11 ini sedikit membahas tentang pasar untuk faktor produksi (tenaga kerja), bagaimana cara menurunkan kurva permintaan dan kurva penawarannya. Dalam perekonomian, tenaga kerja dikelompokkan dengan faktor produksi. Faktor produksi yang lain adalah lahan dan modal. Faktor-faktor produksi tersebut merupakan faktor yang sangat penting dalam produksi dan menerima imbalan atas usaha yang dilakukannya. Tenaga kerja menerima upah sebagai balas jasa atas tenaga kerja yang dikeluarkan, pemilik lahan akan menerima nilai dari sewa lahan, sedangkan pemilik modal akan menerima nilai dari modal yang dipinjamkan ke pihak lain.

Dalam pembahasan pasar faktor produksi ini, bayangkan anda adalah seorang manajer yang akan memulai usaha. Berapa besar yang akan anda berikan kepada tenaga kerja, pemilik lahan, dan pemilik modal? Atau dengan pemikiran lain jika pasar kompetitif, anda akan menerima harga yang berlaku di pasar baik untuk tenaga kerja, lahan, dan modal (*capital*). Namun, pertanyaan lebih mendasar adalah bagaimana menentukan harga untuk tenaga kerja, lahan, maupun modal?

Pada dasarnya, pembahasan pasar faktor produksi sama dengan pembahasan untuk pasar produk lain, pasar barang dan jasa, seperti pasar mie instan, pasar rokok, dan lainnya dimana pasar akan ditentukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran. Permintaan dipengaruhi oleh harga barang, harga barang lain, selera, dan harapan akan masa yang akan datang. Selanjutnya, penawaran akan dipengaruhi oleh harga barang, harga input, teknologi, dan ekspektasi (harapan pada masa yang akan datang). Namun dalam pasar faktor

produksi ada faktor lain yang terlibat yaitu, hadirnya permintaan pasar output. Dalam hal ini, pembahasan pasar faktor produksi difokuskan pada pembahasan tenaga kerja.

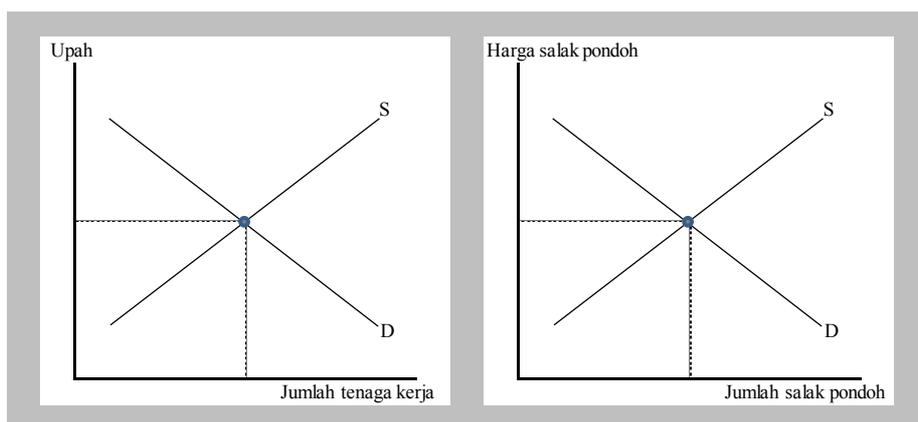
Pasar Tenaga Kerja

Pembahasan pasar tenaga kerja diawali dengan permintaan tenaga kerja, perilaku perusahaan yang memaksimalkan keuntungan, dan penawaran tenaga kerja.

Permintaan Tenaga Kerja

Seperti disebutkan pada sub bab pendahuluan bahwa permintaan faktor produksi akan tergantung dari permintaan pasar output. Contoh permintaan tenaga kerja untuk salak pondoh di Jogjakarta akan tergantung dengan permintaan produk salak pondok itu sendiri. Atau secara grafis dapat digambarkan pada gambar 11.1 berikut.

Gambar 11.1 Panel a menggambarkan kurva keseimbangan pasar permintaan dan penawaran tenaga kerja. Di sumbu X ada tenaga kerja dan di sumbu Y ada upah (yang merupakan representasi dari harga untuk tenaga kerja). Sedangkan panel b merupakan keseimbangan pasar untuk produk salah pondoh. Di sumbu X ada jumlah salak pondoh di pasar dan di sumbu Y ada harga salah pondok di pasar. Perntanyaan penting adalah bagaimana kurva permintaan tenaga kerja salak pondoh diturunkan dari kurva permintaan produknya?



a. Kurva permintaan dan penawaran tenaga kerja

b. Kurva permintaan dan penawaran salak pondoh

Gambar 11.1 (a) Kurva permintaan dan penawaran tenaga kerja, (b) kurva permintaan dan penawaran salak pondoh.

Bagaimana Menurunkan Kurva Permintaan

Mari kita lihat bagaimana menurunkan kurva permintaan tenaga kerja dengan menjelaskan perilaku perusahaan. Perusahaan pada umumnya berperilaku memaksimalkan keuntungan yang kompetitif. Ada dua makna terkandung di dalamnya yaitu perusahaan memaksimalkan keuntungan dan perusahaan berperilaku kompetitif.

Memaksimalkan Keuntungan

Sebagaimana fungsi keuntungan adalah total penerimaan dikurangi dengan total biaya. Dalam hal ini penerimaan adalah jumlah salak pondoh yang dijual dikalikan dengan harga yang berlaku di pasar. Sedangkan biaya adalah biaya tenaga kerja yang memanen salak pondoh. Secara implisit untuk mengetahui biaya tenaga kerja ada faktor lain yang diperlukan yaitu produksi.

Lebih rinci ada dua pasar yang kompetitif yaitu pasar produk salak pondoh (di mana pemilik salak pondoh sebagai produsen) itu sendiri dan juga pasar tenaga kerja (pemilik salak pondoh sebagai pembeli). Dalam hal ini harga salak pondoh dan upah tenaga kerja adalah harga yang berlaku di pasar karena seorang pemilik kebun salak pondoh tidak dapat mempengaruhi pasar secara keseluruhan.

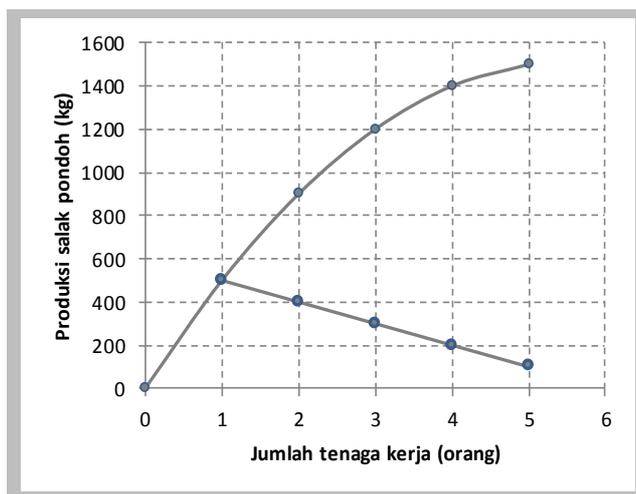
Untuk mempermudah penggambaran contoh di atas, kita menggunakan contoh numerik berikut. Tujuan adalah menentukan keuntungan terbesar yang didapat oleh pengusaha salak pondoh tersebut. Untuk mengetahui keuntungan terbesar, ingat konsep bahwa keuntungan maksimal adalah ketika tambahan keuntungan sama dengan 0. Upah dan harga bersifat konstan. Saat pemilik kebun salak pondoh mempekerjakan 1 orang, salak pondoh yang dapat dipanen adalah 500 kg. Selanjutnya jika pemilik kebun menggunakan tenaga kerja sebanyak 2 orang tenaga kerja, maka jumlah salak pondoh yang dihasilkan sebanyak 900 kg, dan selanjutnya seperti dalam tabel 11.1 berikut ini.

Tabel 11.1 Hubungan input dan output

Tenaga kerja (orang)	Produksi (kg)	Tambahan Produksi (kg)	Harga salak (Rp/kg)	Nilai tambahan produk (Rp/kg)	Upah (Rp/orang/ minggu)	Tambahan Profit (Rp/tenaga kerja)
0	0					
1	500	500	2000	1000000	500000	500000
2	900	400	2000	800000	500000	300000
3	1200	300	2000	600000	500000	100000
4	1400	200	2000	400000	500000	-100000
5	1500	100	2000	200000	500000	-300000

Fungsi Produksi dan Marginal Produk untuk Salak

Dua kolom pertama menunjukkan tenaga kerja yang digunakan dan jumlah produk yang dihasilkan. Produksi meningkat seiring dengan penambahan tenaga kerja. Namun jika kita lihat pertambahan produksi tiap tambahan tenaga kerja (kolom ketiga), maka tambahan tersebut mengalami penurunan seperti dalam Gambar 11.2 berikut. Dengan bertambahnya tenaga kerja, maka tambahan jumlah salak pondoh yang dipanen berkurang dan akhirnya menjadi nol.



Gambar 11.2 Hubungan antara produksi total dan tambahan produksi

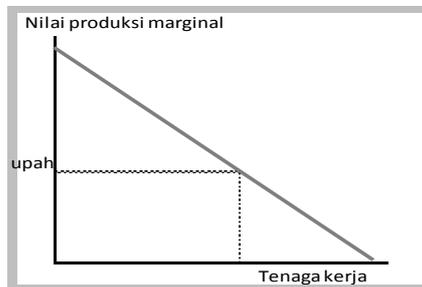
Nilai Marginal Produk dan Permintaan Tenaga Kerja

Jika kita hanya menentukan jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan untuk memanen salak pondoh, maka jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan adalah pada suatu titik hingga masih memberikan tambahan produksi yang mendekati nol. Bagaimana halnya dengan keuntungan yang didapatkan? Untuk mengetahui keuntungan yang didapatkan ada faktor lain yang juga menentukan yaitu harga output dan juga harga input dalam hal ini upah tenaga kerja. Karena usaha salak pondoh beroperasi dalam pasar yang kompetitif, maka harga yang berlaku adalah harga pasar dan upah yang berlaku juga upah pasar (upah rata-rata standar). Misalkan harga rata-rata untuk salak pondoh adalah Rp 2.000/kg dan upah rata-rata adalah Rp 500 ribu/orang untuk memanen satu hektar salak pondoh.

Pertanyaan penting adalah kenapa upah yang digunakan adalah upah rata-rata perorang bukan upah total tenaga kerja? Kita menggunakan upah rata-rata, karena upah tersebut adalah upah rata-rata yang berlaku di pasar untuk memanen satu hektar. Selain itu, kita lihat kolom ketiga (tambahan produksi) yang merupakan cerminan pertambahan produksi tiap tambahan satu orang tenaga kerja, sehingga upah yang digunakan adalah upah rata-rata perorang bukan upah total tenaga kerja.

Selanjutnya, untuk mengetahui berapa orang tenaga kerja yang perlu dipekerjakan untuk memaksimalkan keuntungan? Kita kita perlu mengetahui nilai tambahan tenaga kerja yang digunakan dan upah yang harus dibayarkan karena tambahan tenaga kerja tersebut. Dari kolom 5 diketahui bahwa nilai tambahan produk yang didapatkan per kg mengalami penurunan, meskipun masih dalam kondisi positif. Coba bandingkan dengan upah yang dibayarkan ke setiap tenaga kerja tersebut. Penambahan tenaga kerja seorang dari 0 ke 1 akan memberikan tambahan penerimaan sebesar Rp 1 juta, atau Rp 500 ribu tambahan keuntungan bersih, jika dua 2 yang digunakan, maka tambahan penerimaan yang didapatkan adalah Rp 800 ribu, atau Rp 300 ribu tambahan keuntungan bersih, jika 3 orang yang digunakan maka penerimaan adalah Rp 600 ribu atau Rp 100 ribu tambahan keuntungan. Namun, ketika 4 orang yang digunakan, maka tambahan orang keempat ini tidak memberikan tambahan keuntungan, melainkan memunculkan kerugian Rp 100 ribu. Begitu juga, ketika tenaga kerja yang digunakan sebanyak 5 orang akan menambah kerugian perusahaan.

Nilai tambah produk menggambarkan jumlah tambahan produk yang didapatkan dari tambahan jumlah tenaga kerja yang dipekerjakan dikalikan dengan harga output. Selanjutnya, keuntungan maksimum didapatkan jika nilai tambahan produk sama dengan besarnya upah yang dibayarkan kepada tenaga kerja (merupakan upah yang berlaku di pasar). Pada akhirnya disimpulkan bahwa jumlah tenaga kerja optimum adalah jumlah tenaga kerja saat keuntungan maksimum.



Gambar 11.3 Hubungan antara tenaga kerja (jam kerja) dengan upah

Kembali lagi pada konsep permintaan yang menghubungkan antara jumlah tenaga kerja yang diminta dengan harga tenaga kerja (upah yang diterima). Dari kurva di atas kita mendapatkan bahwa perusahaan memilih menggunakan tenaga kerja pada jumlah di mana nilai dari tambahan produk sama dengan upah yang dibayarkan. Sebagai kesimpulannya, kurva nilai produk marginal sama dengan kurva permintaan tenaga kerja dalam pasar yang kompetitif.

Upah tenaga kerja dicerminkan oleh penawaran dan permintaan tenaga kerja. Permintaan tenaga kerja merupakan permintaan turunan yang tergantung pada keputusan perusahaan untuk menawarkan output di pasar. Misalkan sebuah perusahaan menghadapi kondisi kompetitif baik dalam output dan pasar tenaga kerja, dan perusahaan juga bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan. Untuk menurunkan permintaan tenaga kerja, kita harus menentukan efek penggunaan tambahan tenaga kerja berdampak pada jumlah output yang diproduksi perusahaan. Fungsi produksi menunjukkan hubungan antara kuantitas input yang digunakan untuk memproduksi barang dan kuantitasnya. Karena pengambil keputusan berpikir tentang *margin*, kita menurunkan produk marginal tenaga kerja – peningkatan jumlah output dari tambahan unit tenaga kerja dengan mengasumsikan input-input yang lain adalah tetap- dari fungsi produksi. Fungsi produksi menunjukkan produk marginal yang semakin menurun di mana produk marginal input menurun dengan kuantitas input yang meningkat.

Perusahaan berkonsentrasi dengan nilai output yang diproduksi oleh setiap tenaga kerja. Kemudian, kita menghitung nilai produk marginal dengan mengalikan produk marginal dengan harga input. Karena output dijual di pasar kompetitif, harga adalah konstan tanpa memperhatikan jumlah yang diproduksi dan terjual, karenanya nilai marginal menurun terkait dengan penurunan produk marginal dengan bertambahnya input.

Perusahaan akan terus menambah tenaga kerja jika nilai produk tambahan tenaga kerja lebih tinggi dibandingkan dengan upah. Hal ini berarti bahwa :

- Sebuah perusahaan kompetitif, yang memaksimalkan keuntungan memperkerjakan tenaga kerja sampai pada titik dimana nilai produk marginal tenaga kerja sama dengan upah dan
- Kurva nilai produk marginal merupakan kurva permintaan tenaga kerja untuk perusahaan kompetitif yang memaksimalkan profit.

Penyebab Pergeseran Kurva Permintaan

Kita sudah memahami tentang kurva permintaan yang merupakan nilai dari tambahan produk tenaga kerja. Selanjutnya, apakah yang

menyebabkan pergeseran kurva tersebut? Dari pengertian tersebut kita bisa memahami faktor-faktor yang menyebabkan pergeseran kurva tersebut antara lain:

1. Harga output. Nilai tambahan produk merupakan perkalian antara tambahan produk dengan adanya tambahan tenaga dan harga barang yang berlaku. Jika harga salak mengalami kenaikan, maka nilai tambahan tenaga kerja salak pondoh mengalami kenaikan, akibatnya meningkatkan permintaan tenaga kerja. Sebaliknya, jika harga salak pondoh mengalami penurunan, maka nilai tambah tenaga kerja salak pondoh mengalami penurunan, akibatnya menurunkan permintaan tenaga kerja. Lebih jelas dapat digambarkan bahwa, jika harga salak pondoh naik, maka respon pemilik lahan untuk memanen kebun salak menjadi lebih tinggi. Sebaliknya, jika harga salak pondoh mengalami penurunan, maka respon pemilik kebun untuk memanen salak yang dimiliki menjadi menurun.
2. Teknologi. Teknologi mampu meningkatkan nilai tambah tenaga kerja. Dengan mampu menggeser kurva permintaan tenaga kerja ke kanan, akibatnya permintaan tenaga kerja mengalami peningkatan.
3. Penawaran faktor-faktor lain. Dalam memproduksi salak pondoh terdapat faktor lain selain tenaga kerja di antaranya pupuk, bibit, dan lainnya. Jika faktor-faktor produksi tersebut berkurang, maka nilai tambah tenaga kerja juga mengalami kekurangan, akibatnya permintaan tenaga kerja juga mengalami penurunan.

Untuk perusahaan kompetitif yang memaksimalkan keuntungan, permintaan untuk salah satu faktor sangat terkait dengan penawarannya pada output karena fungsi produksi menghubungkan input dan output. Jika W adalah upah, MC adalah biaya marginal dan MPL adalah produk marginal tenaga kerja,

Maka, $MC = W/MPL$

Kemudian, produk marginal yang semakin menurun terkait dengan peningkatan biaya marginal. Terkait dengan input, sebuah perusahaan yang memaksimalkan profit mempekerjakan tenaga kerja hingga nilai produk marginal tenaga kerja sama dengan upah.

Atau, $P \times MPL = W$

dengan mengatur ulang,

Maka, $P = W/MPL$

Pengantian MC untuk W/MPL dari rumus di atas,

Maka didapatkan, $P = MC$

Kemudian, ketika perusahaan kompetitif mempekerjakan tenaga kerja sampai pada titik di mana nilai produk marginal sama dengan upah,

perusahaan juga berproduksi hingga titik di mana harga sama dengan biaya tambahan.

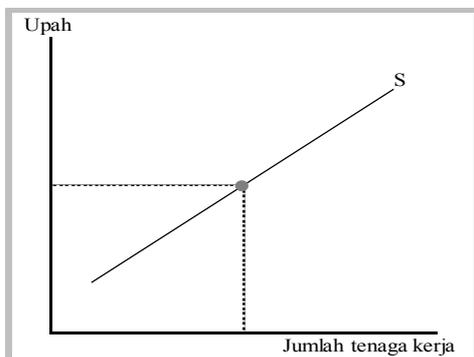
Penawaran Tenaga Kerja

Kurva permintaan tenaga kerja menghubungkan antara upah dengan jumlah tenaga kerja yang diminta, sedangkan kurva penawaran mengubungkan antara upah dan jumlah tenaga kerja yang ditawarkan. Dalam hal ini, semakin tinggi upah yang ada di pasar, maka semakin besar penawaran yang diberikan. Akan tetapi perlu anda ketahui bahwa kurva penawaran memiliki titik tertinggi atau dikenal dengan titik belok (*backward bending*).

Perhatikan ilustrasi berikut.

Jika anda adalah tenaga kerja yang bekerja di pabrik garmen sebagai buruh yang memproduksi sepatu bermerek kelas dunia. Untuk 1 jam bekerja, anda mendapatkan gaji Rp 10.000, untuk 2 jam bekerja anda mendapatkan Rp 20.000 ribu dan seterusnya. Rata-rata anda bekerja 8 jam perhari atau 48 jam perminggu. Misalkan anda ditawari untuk lembur dan pada jam pertama lembur anda dihargai Rp 11.000 perjam, 1 jam kedua dihargai 12.000 dan seterusnya. Sampai berapa jam anda akan menerima tawaran tersebut? Apakah anda akan menambah jam pekerjaan hingga tidak ada waktu yang tersisa lagi baik untuk istirahat atau sekedar bermain bersama teman atau keluarga?

Pandangan inilah yang membatasi atau membelokkan kurva penawaran. Artinya, semakin tinggi upah yang diberikan, semakin banyak jam kerja yang disediakan. Secara lebih luas dijelaskan bahwa semakin tinggi upah, maka semakin banyak tenaga kerja yang ada di pasar hingga pada titik tertentu yang dikenal dengan *backward bending*.



Gambar 11.4 Penawaran tenaga kerja

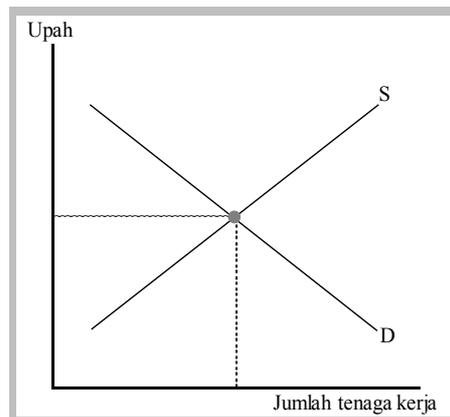
Faktor yang menyebabkan pergeseran Kurva Penawaran

Apa yang menyebabkan pergeseran kurva penawaran? Ingat bahwa kurva penawaran menghubungkan antara upah dan jumlah barang yang ditawarkan. Atau dengan kata lain, besarnya tenaga kerja yang ingin bekerja pada besarnya upah yang ada. Faktor-faktor yang menyebabkan pergeseran kurva penawaran :

1. **Perubahan keinginan.** Jika anda merasa ingin bekerja dan ingin masuk pekerjaan, maka anda akan meningkatkan jumlah tenaga kerja yang ada di pasar.
2. **Perubahan kesempatan lain.** Kesempatan kerja di bidang lain menyebabkan penawaran pekerjaan di bidang tertentu berkurang dan sebaliknya.
3. **Berpindah tempat.** Faktor ini hampir sama dengan faktor kedua, yaitu berkurangnya penawaran karena ada faktor lain, yaitu berpindah tempat.

Keseimbangan Pasar Tenaga Kerja

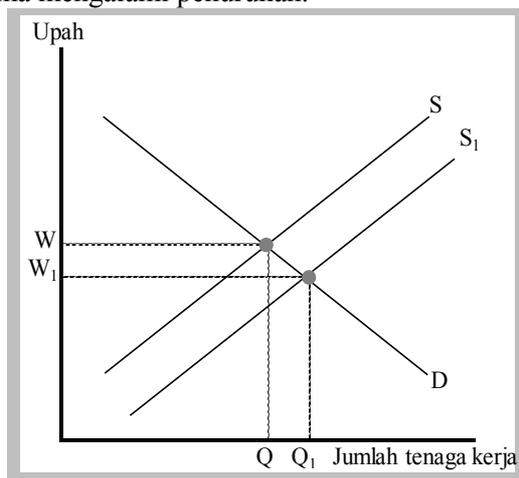
Kita sudah memiliki kurva permintaan tenaga kerja dan kurva penawaran tenaga kerja. Selanjutnya, bagaimana hubungan antara kurva permintaan dan kurva penawaran tersebut? Bagaimana efek faktor yang menyebabkan pergeseran masing-masing kurva berdampak pada keseimbangan pasar tenaga kerja? Karenanya, faktor-faktor yang dapat menyebabkan perubahan permintaan atau penawaran tenaga kerja pasti merubah upah keseimbangan dan nilai tambahan produk dalam jumlah yang sama, karena upah dan nilai tambahan produk harus sama (lihat kurva 11.5 berikut).



Gambar 11.5 Keseimbangan penawaran dan permintaan tenaga kerja

Efek Pergeseran Kurva Penawaran pada Keseimbangan Pasar

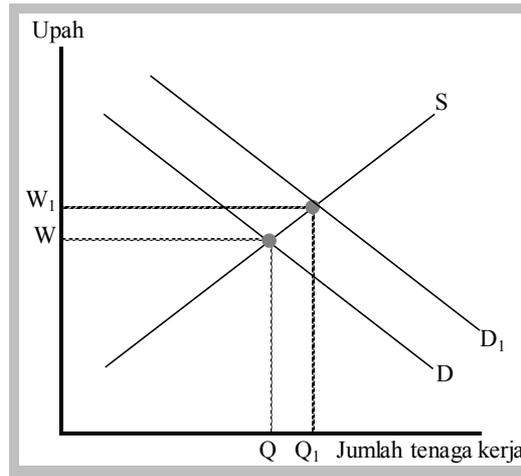
Misalkan banyak pekerja di Klaten datang ke Yogyakarta untuk memanen salak pondoh. Bagaimana dampaknya ke keseimbangan pasar tenaga kerja? Perhatikan gambar 11.6, (1) naiknya jumlah pekerja menyebabkan pergeseran kurva penawaran. Kurva penawaran bergeser dari S ke S_1 . Pergeseran ini menyebabkan jumlah tenaga kerja Q_1 lebih besar dibandingkan dengan sebelumnya. Kenaikan jumlah pekerja ini menyebabkan nilai tambahan produk mengalami penurunan dan dalam kondisi yang sama upah yang diterima mengalami penurunan.



Gambar 11.6 Pergeseran kurva penawaran tenaga kerja

Efek Pergeseran Kurva Permintaan pada Keseimbangan Pasar

Kondisi di atas merupakan pergeseran kurva penawaran akibat faktor yang mempengaruhinya. Sekarang bayangkan jika harga salak pondoh di Yogyakarta mengalami kenaikan akibat selera masyarakat yang mengalami kenaikan akibat musim kemarau. Kenaikan harga salak pondoh ini tidak berpengaruh terhadap produk tambahan tenaga kerja tetapi berpengaruh terhadap nilai dari tambahan produk tenaga kerja. Adanya kenaikan harga output akan menggeser kurva permintaan ke sebelah kanan, karena kenaikan harga output akan menaikkan nilai tambahan produk dan sekaligus upah dari W ke W_1 dan jumlah tenaga kerja dari Q ke Q_1 .



Gambar 11.7 Pergeseran kurva permintaan tenaga kerja

Kalau harga salak naik, maka pemilik salak akan menaikkan upah yang diterima oleh pekerja. Dengan demikian, penawaran tenaga kerja dan permintaan tenaga kerja menentukan upah dan pergeseran kurva permintaan dan penawaran menyebabkan keseimbangan upah mengalami perubahan.

Produktivitas dan Upah

Faktor produksi adalah input yang digunakan untuk memproduksi barang dan jasa. Input-input yang paling penting adalah tenaga kerja, tanah, dan modal. Bab ini menyediakan teori dasar untuk analisis pasar faktor produksi. Kita akan menemukan bahwa penawaran dan permintaan untuk sebuah faktor produksi mencerminkan upah yang dihasilkan oleh tenaga kerja tersebut. Hal yang menjadi perhatian adalah permintaan untuk sebuah faktor produksi adalah permintaan turunan (*derived demand*). Yakni, sebuah permintaan faktor produksi dicerminkan melalui keputusannya untuk menawarkan barang di pasar produk. Dalam bab ini, kita menganalisis permintaan faktor dari perusahaan yang memaksimalkan keuntungan secara kompetitif.

Analisis permintaan tenaga kerja mengindikasikan bahwa tenaga kerja yang produktif diukur dengan nilai produk marginal tenaga kerja harus dibayar lebih tinggi dibandingkan dengan tenaga kerja yang kurang produktif. Hal ini sesuai dengan pengamatan di mana pekerja sekarang lebih baik dibandingkan tenaga kerja pada masa sebelumnya dan upah tenaga kerja meningkat cepat di negara dengan tingkat pertumbuhan tinggi dalam

produktivitasnya dibandingkan dengan upah tenaga kerja dengan tingkat produktivitas yang rendah. Kebanyakan perbedaan produktivitas, upah, dan standar hidup lintas waktu dan negara didasarkan pada perbedaan ketersediaan modal fisik, modal manusia, pengetahuan, dan teknologi.

Analogi yang sama digunakan menjawab pertanyaan awal dalam bab ini. Kenapa gaji seorang akuntan lebih tinggi dibandingkan dengan penjaga supermarket? Kenapa gaji agronomis lebih tinggi dibandingkan penyadap karet. Jawabannya adalah nilai marginal produk seorang akuntan lebih tinggi dibandingkan penjaga supermarket. Juga nilai marginal produk seorang agronomis lebih tinggi dibandingkan seorang penyadap karet.

Faktor Produksi yang Lain (Tanah dan Modal)

Faktor produksi perusahaan dibagi dalam tiga kategori tenaga kerja, tanah, dan modal. Modal merupakan cadangan perlengkapan dan struktur yang digunakan untuk memproduksi barang dan jasa. *Harga sewa* dari sebuah faktor produksi adalah harga yang seseorang bayarkan untuk menggunakan faktor tersebut untuk waktu tertentu.

Karena upah merupakan harga sewa dari tenaga kerja, kita dapat menggunakan teori permintaan faktor produksi yang kita gunakan untuk pasar tenaga kerja pada pasar tanah dan modal. Untuk tanah dan modal, perusahaan meningkatkan kuantitas yang digunakan hingga nilai produk marginal sama dengan harga faktor produksi dan kemudian kurva permintaan untuk setiap faktor adalah kurva nilai produk marginal faktor. Akibatnya, tenaga kerja, tanah, dan modal menghasilkan nilai kontribusi marginal pada proses produksi karena setiap harga sewa faktor sama dengan nilai produk marginalnya.

Modal sering dimiliki perusahaan, sedangkan tenaga kerja dimiliki secara langsung oleh rumah tangga. Pendapatan modal sering dibayarkan dahulu ke sebuah perusahaan, setelahnya dibayarkan ke rumah tangga yang telah meminjamkan uang ke perusahaan dalam bentuk suku bunga dan untuk rumah tangga tersebut yang memiliki *cadangan* dalam perusahaan tersebut dalam bentuk *dividen*. Sebagai alternatifnya, perusahaan menahan beberapa pendapatan modal untuk membeli beberapa modal. Bagian pendapatan modal ini dikenal dengan pendapatan yang ditahan (*retained earnings*). Tanpa memperhatikan bagaimana pendapatan modal dialokasikan, nilai totalnya sama dengan nilai produk marginal dari modal.

Karena adanya tingkat marginal yang semakin menurun, sebuah faktor faktor produksi yang banyak jumlahnya memiliki produk marginal yang rendah dan harga yang rendah sedangkan sebuah faktor yang jumlahnya sedikit (langka) memiliki produk marginal yang tinggi dan harga yang tinggi.

Ketika penawaran faktor produksi berubah, akan berdampak pada pasar faktor lain karena faktor-faktor tersebut digunakan secara bersama-sama dalam produksi.

Kesimpulan

Teori yang dikembangkan dalam bab ini menjelaskan bagaimana tenaga kerja, tanah, dan modal diwakili yang dikenal dengan *teori distribusi neo-klasikal*. Teori tersebut menyarankan bahwa jumlah yang dihasilkan oleh faktor produksi tergantung penawaran dan permintaannya. Permintaan faktor produksi tersebut tergantung produktivitas marginalnya. Dalam keseimbangan, setiap faktor menghasilkan nilai dari produk marginalnya.

Petunjuk-petunjuk yang Mempermudah Pemahaman

1. Buku ini menyediakan contoh dampak peningkatan penawaran tenaga kerja dan peningkatan permintaan untuk tenaga kerja pada produk marginal tenaga kerja dan upah. Logika yang sama digunakan pada contoh tersebut dapat diaplikasikan pada contoh penurunan penawaran tenaga kerja atau penurunan tenaga kerja. Contohnya, penurunan penawaran tenaga kerja (pergeseran ke kiri pada kurva penawaran tenaga kerja) meningkatkan upah keseimbangan, menurunkan kuantitas yang diminta dari tenaga kerja karena hal tersebut menguntungkan untuk perusahaan untuk memperkerjakan tenaga kerja dan meningkatkan produk tenaga kerja marginal (dan nilai produk tenaga kerja marginal) sebagaimana jumlah yang dipekerjakan menurun. Dalam keseimbangan baru, baik upah maupun nilai produk tenaga kerja marginal meningkat. Alternatifnya, misalkan terdapat penurunan permintaan output yang diproduksi oleh perusahaan dalam sebuah industri. Hal ini menyebabkan penurunan harga barang dan menurunkan nilai produk tenaga kerja marginal. Kejadian ini menurunkan permintaan tenaga kerja (menggeser ke kiri pada kurva permintaan tenaga kerja), menurunkan upah keseimbangan dan menurunkan kesempatan kerja.
2. Kelompok faktor produksi adalah tenaga kerja, lahan, dan modal. Dalam hal ini, lahan adalah lebih dari hanya sekedar lahan yang digunakan untuk menanam tanaman. Lahan pada umumnya digunakan sebagai “karunia alam” dan merupakan semua bentuk sumber alam yang belum dirubah oleh manusia. Lahan meliputi sungai, cadangan minyak, mineral dan lahan itu sendiri.
3. Untuk melihat dampak perubahan kuantitas yang digunakan oleh satu faktor pada penghasilan faktor kedua, selalu melihat dampak pada produk marginal faktor kedua. Contohnya, peningkatan modal yang tersedia akan

menurunkan produk marginal dari modal dan tingkat sewa. Peningkatan modal, bagaimanapun akan meningkatkan produk marginal tenaga kerja karena tenaga kerja memiliki biaya tambahan dengan yang bekerja dan upahnya akan meningkat karenanya.

Istilah-Istilah Penting

- Faktor produksi
- Permintaan yang diturunkan
- Fungsi produksi
- Produk marginal tenaga kerja
- Produk marginal yang menurun
- Modal
- Harga rental (dari sebuah faktor)
- *Backward bending*
- *teori distribusi neo-clasikal*

Pertanyaan-Pertanyaan Jawaban Pendek

1. Mengapa kurva permintaan tenaga kerja adalah nilai dari produk marginal tenaga kerja?
2. Mengapa kurva permintaan perusahaan untuk tenaga kerja miring ke bawah (negatif)?
3. Buktikan bahwa perusahaan kompetitif memperkerjakan tenaga kerja sampai pada titik di mana nilai produk marginal sama dengan upah, perusahaan juga memproduksi pada titik yang sama dengan produk marginal?
4. Mengapa upah keseimbangan di pasar tenaga kerja harus sama dengan nilai produk marginal tenaga kerja setiap perusahaan? (Pasar sama dengan individu perusahaan)
5. Misalkan terdapat peningkatan mahasiswa yang masuk dalam universitas sehingga meningkatkan permintaan buku teks. Apa yang terjadi pada pasar tenaga kerja dan modal yang digunakan untuk memproduksi buku teks tersebut? Jelaskan!
6. Mengapa peningkatan jumlah modal menurunkan tingkat sewa modal? Mengapa kondisi yang sama meningkatkan upah tenaga kerja?
7. Jelaskan perbedaan harga sewa faktor dan harga pembelian faktor! Bagaimana keduanya berhubungan?
8. Ketika rumah tangga memiliki modal langsung, pendapatan modal merupakan bentuk pembayaran sewa ke rumah tangga. Dalam bentuk apa pendapatan modal dibayarkan ketika bisnis memiliki modal?

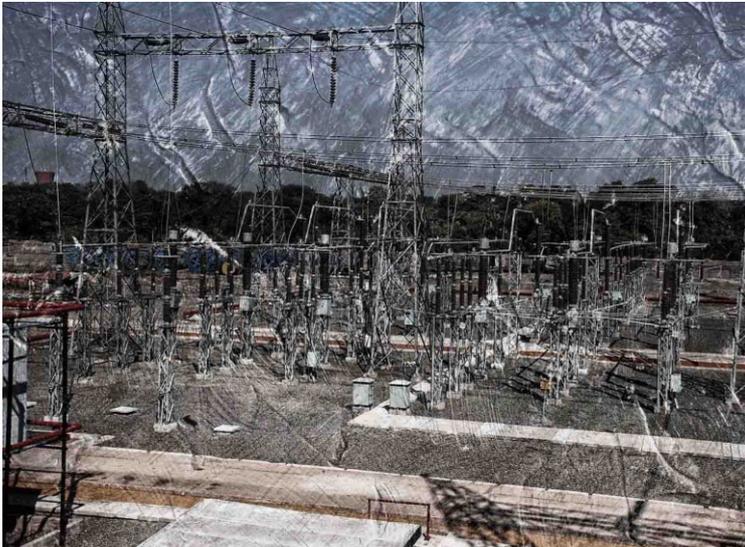
9. Kejadian atau kondisi apa yang menggeser permintaan tenaga kerja ke kanan?
10. Kejadian atau kondisi apa yang menggeser penawaran tenaga kerja ke kanan?

Pertanyaan-Pertanyaan Benar/Salah

1. Secara umum, faktor produksi adalah tenaga kerja, lahan, dan uang.
2. Permintaan sebuah faktor diperhitungkan sebagai permintaan yang diturunkan karena permintaan diturunkan dari keputusan perusahaan untuk menyediakan output pada pasar yang lain.
3. Untuk perusahaan kompetitif yang memaksimalkan keuntungan, kurva permintaan sebuah faktor adalah kurva nilai produk marginal pada faktor tersebut.
4. Sebuah faktor yang menunjukkan produktivitas marginal yang semakin menurun jika penggunaan unit tambahan faktor tersebut menurunkan output.
5. Jika terdapat peningkatan upah, maka pasti harus ada peningkatan nilai produk marginal tenaga kerja.
6. Peningkatan permintaan buku teks akan meningkatkan nilai produk marginal dari penulis buku.
7. Penurunan penawaran tenaga kerja menurunkan nilai produk marginal tenaga kerja, menurunkan upah, dan menurunkan kesempatan kerja.
8. Satu-satunya cara untuk meningkatkan nilai produk marginal faktor adalah meningkatkan harga output yang diproduksi dari faktor tersebut.
9. Peningkatan permintaan pensil akan mungkin meningkatkan keuntungan baik perusahaan pensil maupun tenaga kerja perusahaan pensil.
10. Permintaan tenaga kerja adalah miring ke bawah karena fungsi produksi menunjukkan produktivitas tenaga kerja yang menurun.
11. Dalam keseimbangan, ketika perusahaan kompetitif menggunakan tenaga kerja hingga titik di mana nilai produk marginal tenaga kerja sama dengan upah, hal itu juga berarti pada titik di mana harga sama dengan biaya marginal.
12. Peningkatan penawaran modal akan meningkatkan produk marginal dari modal dan tingkat sewa modal.
13. Jika modal dimiliki oleh perusahaan sebagaimana dimiliki secara langsung oleh rumah tangga, maka pendapatan modal akan dalam bentuk cadangan, obligasi, dan keuntungan yang ditinggal.
14. Nilai marginal produk lahan adalah produk marginal dikalikan dengan harga output yang diproduksi dari lahan tersebut.
15. Peningkatan penawaran modal menurunkan nilai produk marginal dari modal, menurunkan biaya sewa dari modal dan menurunkan nilai produk marginal tenaga kerja yang menurunkan upah tenaga kerja.

4

Perilaku Perusahaan dalam Berbagai Bentuk Pasar



Bagian keempat buku ini membahas perilaku perusahaan dalam berbagai bentuk pasar. Secara umum terdapat empat bentuk pasar yaitu pasar persaingan sempurna, pasar monopoli, pasar kompetisi monopolistik dan pasar oligopoli. Bagaimanapun, motif perusahaan dalam memproduksi adalah mencari keuntungan. Jika perusahaan mengalami keuntungan, maka perusahaan tersebut akan menambah

input, atau memperbesar usahanya hingga pada skala tertentu. Yang membedakan bentuk pasar tersebut adalah jumlah pelaku usaha di pasar. Hal yang paling mudah dalam mempelajari perilaku perusahaan dalam berbagai bentuk pasar adalah pemahaman tentang perilaku perusahaan dalam pasar persaingan sempurna. Artinya, jika pembaca dapat memahami perilaku perusahaan dalam pasar persaingan sempurna, maka bentuk pasar lain (pasar monopoli, pasar persaingan monopolistik) lebih mudah dipahami. Bab 12 membahas perilaku perusahaan dalam pasar persaingan sempurna dengan contoh kasus (ilustrasi) perusahaan kelapa sawit. Bab 13 membahas perilaku perusahaan pada pasar monopoli dengan ilustrasi Perusahaan Listrik Negara. Bab 14 membahas pasar kompetisi monopolistik dengan perusahaan mie instan sebagai ilustrasinya. Terakhir (bab 15) pada pasar oligopoli dengan sepeda motor sebagai contoh kasusnya. Khusus untuk pasar oligopoli penulis lebih menekankan menggunakan pendekatan *game theory*. Namun demikian buku ini juga sekilas membahas pendekatan Cournot.

Bab 12 Perusahaan dalam Pasar Persaingan Sempurna

Mengapa Anda Perlu Tahu

Kelapa sawit dapat digunakan sebagai bahan baku untuk minyak goreng, produk kecantikan, dan *bio-fuel* (bahan bakar ramah dapat diperbaharui). Kelapa sawit diproduksi oleh petani dan perusahaan kelapa sawit yang jumlahnya sangat banyak. Saat di jual ke pasar, pembeli minyak kelapa sawit tersebut juga banyak jumlahnya. Bagaimana keputusan petani atau perusahaan kelapa sawit dalam berproduksi?

Bab 12 merupakan bab pertama dalam empat rangkaian bab yang membahas perilaku perusahaan pada berbagai bentuk pasar. Bab ini bertujuan untuk menguraikan karakteristik pasar persaingan sempurna, berapa output yang diproduksi, bagaimana perusahaan kompetitif memutuskan kapan berproduksi pada waktu tertentu, bagaimana perusahaan menentukan apakah perusahaan memutuskan untuk tetap di pasar atau keluar dari pasar, dan mengamati bagaimana perilaku perusahaan menentukan kurva jangka pendek maupun jangka panjang pasar.

Pada bab 10, kita telah membahas kurva biaya. Kurva biaya tersebut digunakan sebagai metode pengambilan keputusan perusahaan untuk berproduksi. Terdapat berbagai jenis pasar terkait bagaimana perusahaan berperilaku terkait dengan biaya, pasar persaingan sempurna, pasar monopoli, pasarkompetitif monopolistik, dan pasar oligopoli.

Pasar Persaingan Sempurna (*Perfect Competition Market*)

Pasar persaingan sempurna merupakan pasar di mana jumlah penjual dan pembeli sangat banyak sehingga masing-masing perusahaan adalah penerima harga, bukan penentu harga. Tetap simpan di pikiran bahwa ekonom selalu berfikir tentang insentif untuk menjalani usaha adalah keuntungan atau profit yang didapatkan. Sebagaimana diketahui bahwa keuntungan merupakan selisih penerimaan dan biaya. Terkait dengan penerimaan, hal penting adalah harga yang sangat tergantung dengan jenis pasar. Secara umum terdapat empat jenis pasar yaitu pasar persaingan sempurna, pasar monopoli, pasar oligopoli, dan pasar persaingan monopolistik. Dengan kata lain, perilaku produsen dalam memproduksi barang akan sangat tergantung di mana jenis pasar di mana usaha tersebut akan beroperasi. Contoh jika anda akan mendirikan usaha air minum kemasan, hal penting yang menjadi pertimbangan adalah berapa harga barang tersebut di pasar? Apakah anda merupakan satu-satunya produsen air minum

Penerimaan marginal (MR) sama dengan perubahan penerimaan total dari penjualan pada satu unit output tambahan atau

$$MR = \Delta TR / \Delta Q$$

Saat Q meningkat satu unit, total penerimaan meningkat sebesar P rupiah. Kemudian, untuk perusahaan kompetitif, penerimaan marginal = harga barang tersebut.

Contoh berikut merupakan penggambaran yang memudahkan penjelasan di atas. Misalkan, harga pasar untuk kelapa sawit adalah Rp 2.500/kg. Saat anda memproduksi kelapa sawit 1 ton, maka penerimaan yang anda terima adalah Rp 2.500.000 (Rp 2,5 juta). Saat anda memproduksi 2 ton, maka penerimaan anda adalah Rp 5 juta, dan seterusnya.

Tabel 12.1 Hubungan produksi dan biaya produksi

Jumlah produksi (000 kotak)	Biaya tetap lahan (Rp000)	Biaya tenaga kerja (Rp000)	Total biaya (Rp000)	Biaya tetap rata-rata (Rp000)	Biaya variabel rata-rata (Rp000)	Biaya total rata-rata (Rp000)	Tambahan biaya (Rp000)
0	30	0	30				
1	30	20	50	30	20,0	50,0	20
2	30	38	68	15	19,0	34,0	18
3	30	54	84	10	18,0	28,0	16
4	30	72	102	8	18,0	25,5	18
5	30	92	122	6	18,4	24,4	20
6	30	114	144	5	19,0	24,0	22
7	30	138	168	4	19,7	24,0	24
8	30	164	194	4	20,5	24,3	26
9	30	192	222	3	21,3	24,7	28
10	30	222	252	3	22,2	25,2	30

Pada pasar persaingan sempurna: a. harga yang berlaku tetap sama meskipun jumlah barang yang diproduksi meningkat, b. penerimaan total meningkat sebesar n kali peningkatan jumlah produksi, c. penerimaan rata-rata dan tambahan penerimaan sama dengan harga yang berlaku.

Selanjutnya, dari penerimaan total dapat kita hitung penerimaan rata-rata yang merupakan rasio antara penerimaan total dengan jumlah barang, $AR = \frac{TR}{Q}$. Pada saat jumlah produksi 1 ton, maka penerimaan rata-ratanya adalah Rp 2.500/kg, Saat produksi 2 ton, maka penerimaan rata-ratanya adalah Rp 2.500/kg. Jika diamati secara seksama maka penerimaan rata-rata sama dengan harga barang itu sendiri. Hal ini dikarenakan harga untuk kelapa sawit adalah sama pada berapapun jumlah barang yang diproduksi. Kesamaan harga barang tersebut dikarenakan produsen hanya merupakan sebagian kecil dari jumlah produsen yang ada di pasar, sehingga jumlah barang yang diproduksi tidak berpengaruh pada harga di pasar. Selain itu hal penting

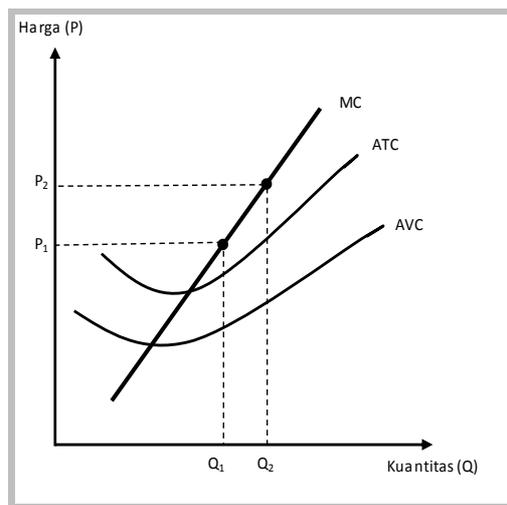
Pada saat produksi kelapa sawit 6 ton, biaya tambahan sebesar Rp 2.200/kg dan penerimaan tambahan sebesar Rp 2.500/kg. Artinya penerimaan tambahan lebih besar dibandingkan dengan biaya tambahan ($MR > MC$). Pada titik ini perusahaan masih memiliki potensi untuk menambah produksi, karena tambahan produksi akan meningkatkan penerimaan tambahan. Selanjutnya pada produksi 9 ton, biaya tambahan sebesar Rp2.800/kg, sedangkan penerimaan tambahan sebesar Rp 2.500/kg. Artinya tambahan penerimaan tambahan lebih kecil dibandingkan biaya tambahan ($MR < MC$). Pada tingkat produksi sebesar 7,5 ton penerimaan tambahan sama dengan biaya tambahan, yaitu sebesar Rp 2.500/kg. Pada titik ini penerimaan tambahan sama dengan biaya tambahan ($MR=MC$). Sepanjang penerimaan marginal lebih besar dibandingkan biaya marginal, peningkatan kuantitas yang diproduksi meningkatkan keuntungan.

Produsen dapat memaksimalkan keuntungan pada saat saat produsen tersebut memproduksi output hingga pada satu titik di mana penerimaan tambahan sama dengan biaya tambahan.

Kurva Penawaran Produsen

Sub bahasan sebelumnya telah membahas tentang bagaimana perilaku masing-masing perusahaan. Di mana perusahaan berusaha memaksimalkan keuntungan. Jika masing-masing perusahaan melakukan hal yang sama, misalnya pada saat produsen memproduksi 9 ton (dalam kasus perkebunan sawit di atas), $MR < MC$, karenanya masing-masing perusahaan akan menurunkan produksinya hingga jumlah output masing-masing perusahaan sebesar 7,5 ton di mana pada jumlah produksi ini jumlah $MR=MC$. Jika masing-masing perusahaan melakukan hal yang sama, maka harga (yang awalnya bersifat tetap) akan mengalami peningkatan dengan menurunnya jumlah output di pasar.

Sebaliknya, kenaikan harga akan memberikan rangsangan bagi produsen untuk meningkatkan produksi. Pada harga Rp 2.500/kg perusahaan memproduksi 7,5 ton pada tingkat output di mana biaya tambahan sama dengan harga yang berlaku di pasar. Kenaikan harga, misalkan menjadi Rp 3.000/kg, perusahaan berfikir bahwa $MR > MC$ dan perusahaan akan meningkatkan produksi pada titik di mana $MR=MC$. Kondisi ini merupakan dasar dari terbentuknya kurva penawaran perusahaan.



Gambar 12.3 Kurva penawaran produsen

Kurva penawaran perusahaan pada pasar persaingan sempurna adalah kurva tambahan biaya yang menghubungkan jumlah barang yang diminta pada berbagai tingkat harga.

Perilaku Produsen Jangka Pendek

Apa esensi pembahasan terminologi waktu (jangka pendek dan jangka panjang) bagi produsen? Apakah produsen akan terus melakukan usaha jika mengalami kerugian? atau harus menunggu beberapa waktu agar usahanya pulih?

Pembahasan biaya jangka pendek dan jangka panjang sudah dilakukan pada bab 13 saat membahas biaya. Pada bab ini bagaimana mengaplikasikan biaya-biaya tersebut sebagai dasar produsen dalam pengambilan keputusan. Biaya jangka pendek diartikan dengan biaya variabel (biaya variabel rata-rata/AVC).

Secara logika, dalam pasar persaingan sempurna perusahaan akan beroperasi (melakukan produksi) jika total penerimaan untuk memproduksi barang sama dengan atau lebih besar dari biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang tersebut. Secara matematika sederhana dapat dituliskan sebagai berikut.

$$TR \geq VC$$

Untuk lebih memudahkan pembahasan, perhitungan dilakukan dengan penerimaan rata-rata, ATR , yaitu dengan membagi penerimaan total (TR) dengan kuantitas (Q). Begitu juga untuk biaya dihitung juga biaya

variabel rata-rata (*AVC*), dengan membagi biaya variabel (*VC*), dengan kuantitas (*Q*).

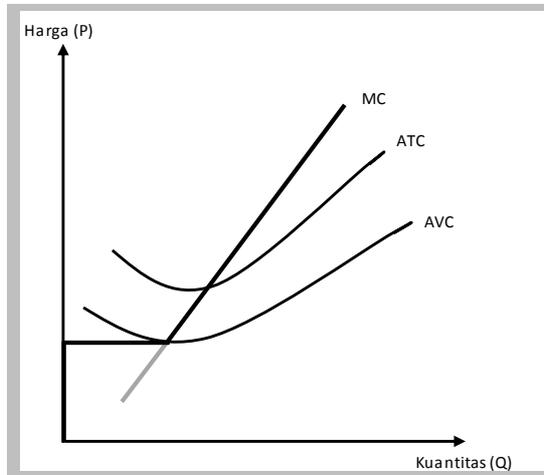
$$ATR \geq AVC$$

Dalam pasar persaingan sempurna, *ATR* sama dengan harga barang itu sendiri, sehingga

$$P \geq AVC$$

Artinya, produsen tetap melakukan produksi jika harga di pasar untuk barang tersebut lebih tinggi dibandingkan dengan biaya variabel rata-ratanya. Sebagai contoh, perusahaan tetap memproduksi bakpia jika harga bakpia di pasar lebih tinggi dari biaya produksi rata-ratanya.

Dengan kata lain, perusahaan menutup usahanya (karena merugi), jika harga rata-rata per kotak bakpia lebih rendah dibandingkan dengan biaya variabel rata-rata per kotak bakpia. Secara grafis, kondisi tersebut dapat digambarkan sebagai berikut.



Gambar 12.4 Kurva penawaran produsen jangka pendek

Kurva Penawaran Perusahaan Jangka Panjang

Pembahasan di atas adalah perilaku perusahaan untuk menjalankan atau menutup usaha (produksi) dalam jangka pendek. Bagaimana perilaku perusahaan untuk menjalankan usaha (produksi) dalam jangka panjang?

Seperti pada pembahasan sebelumnya, terminologi jangka pendek dan jangka panjang sangat terkait dengan biaya. Pada jangka pendek, biaya produksi hanya memasukkan biaya variabel, sedangkan dalam

jangka panjang selain biaya variabel, biaya produksi juga memasukkan biaya tetap. Sehingga biaya produksi adalah total biaya (TC) yang merupakan penambahan biaya variabel (VC), dan biaya tetap (FC).

Keputusan untuk menjalankan usaha adalah jika penerimaan yang didapatkan oleh produsen sama dengan atau lebih besar dibandingkan dengan total biaya yang dikeluarkan, atau secara matematis dapat dituliskan sebagai berikut.

$$TR \geq TC$$

Dengan membagi kedua sisi dengan kuantitas (Q), maka sisi kiri merupakan penerimaan rata-rata (ATR), dan sisi kanan merupakan biaya total rata-rata (ATC) yang dapat dituliskan sebagai berikut.

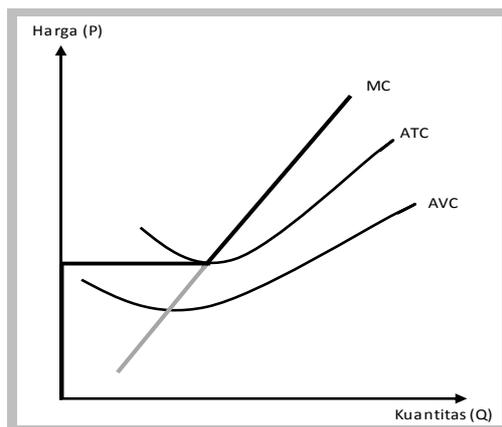
$$ATR \geq ATC$$

Dalam pasar persaingan sempurna, ATR sama dengan harga barang itu sendiri (P), sehingga

$$P \geq ATC$$

Artinya, perusahaan akan menjalankan usahanya, jika harga untuk barang diproduksi lebih besar atau sama dengan biaya total rata-rata barang tersebut.

Dalam kasus di atas, usaha bakpia akan terus berproduksi, jika harga bakpia lebih besar atau sama dengan biaya produksi bakpia tersebut. Secara grafis, dapat diilustrasikan sebagai berikut.



Gambar 12.5 Kurva penawaran produsen jangka panjang
Berapa Keuntungan dan Kerugian Perusahaan di Pasar Persaingan Sempurna

Keputusan perusahaan untuk memproduksi atau tidak memproduksi adalah berdasarkan insentif keuntungan yang diharapkan. Selanjutnya, berapa keuntungan yang didapatkan perusahaan?

Sebagai mana diketahui bahwa keuntungan adalah selisih antara total penerimaan dan total biaya, yang secara matematis dapat dituliskan sebagai berikut.

$$\pi = TR - TC$$

Kita ingin mengetahui berapa keuntungan dikaitkan dengan harga dan kuantitas barang yang diproduksi. Maka hal penting yang perlu dimunculkan adalah harga (P), dan kuantitas (Q). Karenanya, dalam formulasi tersebut dikalikan dan dibagi dengan Q , sehingga.

$$\begin{aligned}\pi &= (TR - TC) \times Q/Q \\ \pi &= (TR/Q - TC/Q) \times Q\end{aligned}$$

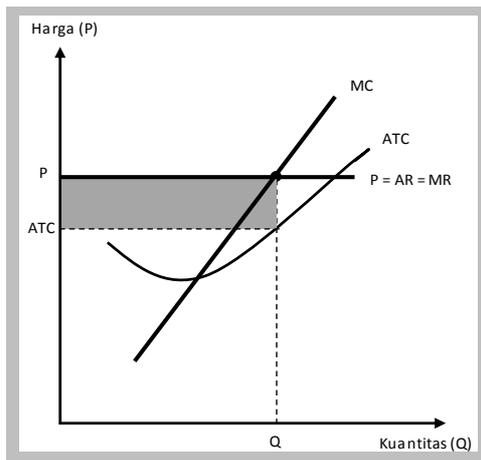
Di mana TR/Q adalah biaya total rata-rata, ATR , dan TC/Q adalah ATC , maka

$$\pi = (ATR - ATC) \times Q$$

Pada pasar persaingan sempurna, ATR sama dengan harga, maka

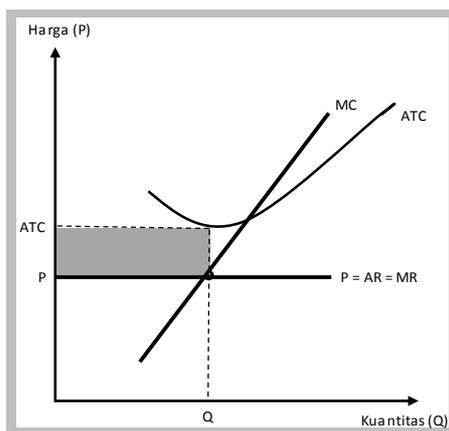
$$\pi = (P - ATC) \times Q$$

Artinya keuntungan perusahaan merupakan perkalian antara keuntungan rata-rata per produksi (selisih harga di pasar dan biaya total rata-rata di mana harga lebih besar dibandingkan dengan biaya total rata-rata) dengan kuantitas produksi tersebut. Secara grafis, dapat digambarkan sebagai berikut.



Gambar 12.6 Keuntungan perusahaan persaingan sempurna

Sebaliknya, jika perusahaan memproduksi barang di mana biaya total rata-ratanya lebih tinggi dibandingkan dengan harga barang tersebut di pasar, maka perusahaan mengalami kerugian. Berapa besar kerugian yang dialami perusahaan tersebut? Dengan menggunakan formulasi yang sama dapat diketahui besarnya kerugian yang dialami perusahaan tersebut, yaitu perkalian kerugian rata-rata (selisih harga dan biaya rata-rata di mana harga lebih kecil dibandingkan dengan biaya total rata-rata) dengan kuantitas barang yang diproduksi. Secara grafis, dapat digambarkan sebagai berikut.



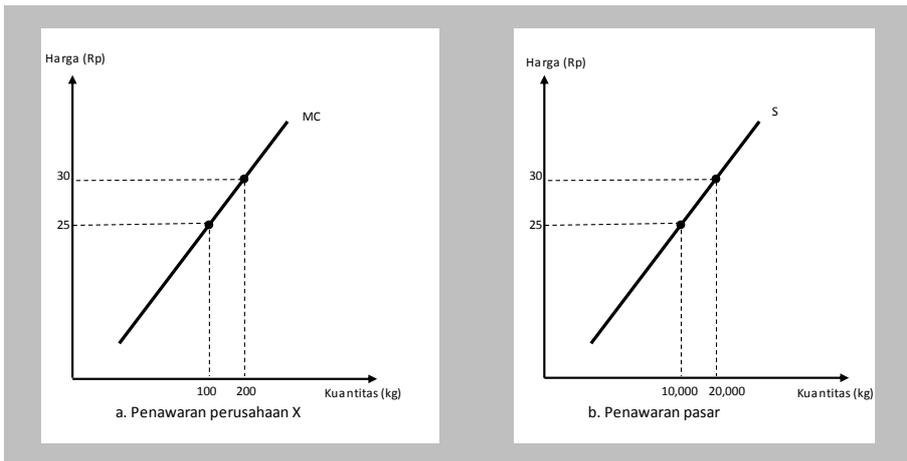
Gambar 12.7 Kerugian perusahaan pada persaingan sempurna

Kurva Penawaran dalam Pasar Persaingan Sempurna

Terdapat dua jenis kurva penawaran pada pasar persaingan sempurna yaitu kurva penawaran jangka pendek dan kurva penawaran jangka panjang. Sama seperti pembahasan sebelumnya terminologi jangka pendek dan jangka panjang terkait penentuan biayanya di mana dalam jangka pendek, faktor penentunya adalah biaya variabel rata-rata dan jangka panjang adalah biaya total rata-rata.

Kurva Penawaran Jangka Pendek

Komponen biaya perusahaan adalah adalah biaya variabel dan biaya tetap. Dalam jangka pendek tidak semua perusahaan dapat masuk dan keluar pasar secara bebas karena keterbatasan teknologi untuk memproduksi bakpia. Sehingga kurva biaya masing-masing perusahaan juga berbeda. Dalam hal ini, yang menjadi pertimbangan adalah biaya variabel, artinya keputusan untuk menjalankan atau memberhentikan usaha sangat tergantung dari besarnya harga di pasar dan biaya total rata-rata. Dalam jangka pendek, tidak semua perusahaan dapat memproduksi barang dengan biaya marginal sama dengan biaya total rata-rata yang terendah, sehingga yang digunakan sebagai pembanding adalah biaya variabel. Misalkan terdapat terdapat 100 perusahaan dalam usaha bakpia, maka kurva penawaran adalah untuk 100 perusahaan tersebut.



Gambar 12.9 Penawaran satu perusahaan dan penawaran pasar jangka pendek

Pada kurva tersebut terlihat bahwa dalam jangka pendek kurva penawaran pasar merupakan perkalian antara output yang diproduksi oleh masing-masing perusahaan dengan jumlah perusahaan tersebut (lihat gambar 12.9b).

Kurva penawaran Jangka Panjang

Dalam jangka panjang perusahaan dapat secara mudah masuk dan keluar pasar, sehingga masing-masing perusahaan memiliki akses yang sama atas faktor produksi dan pasar.

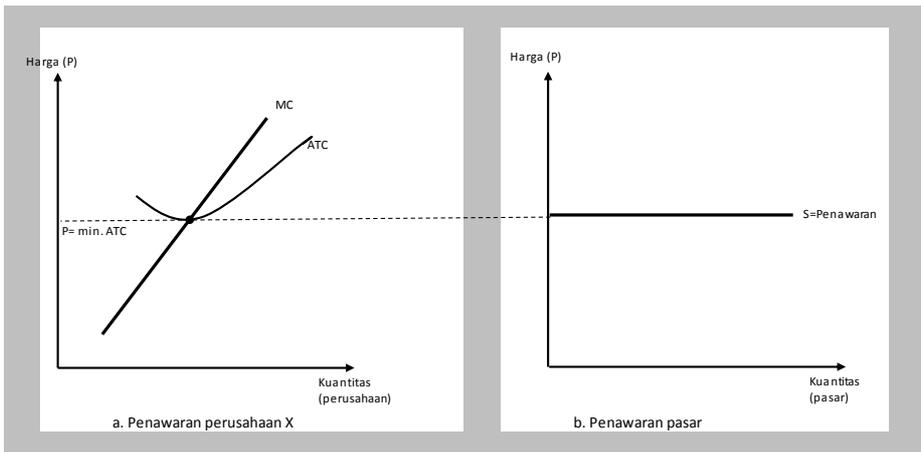
Keputusan untuk menjalankan dan memberhentikan usaha sangat tergantung dari kondisi masing-masing perusahaan. Jika perusahaan X dalam pasar persaingan sempurna mengalami keuntungan, maka kondisi ini akan mendorong perusahaan baru untuk masuk dalam pasar tersebut. Kondisi masuknya perusahaan-perusahaan baru ke pasar akan mendorong peningkatan jumlah barang di pasar. Akibatnya, harga akan mengalami penurunan. Sebaliknya, jika perusahaan mengalami kerugian, maka perusahaan yang sekarang beroperasi akan menutup usahanya atau keluar dari pasar. Kondisi ini menyebabkan jumlah barang yang beredar di pasar mengalami penurunan. Akibatnya, harga mengalami kenaikan kembali.

Akibat dari keluar masuknya perusahaan akan menyebabkan harga yang berlaku di pasar (P), sama dengan biaya variabel rata-ratanya (ATC). Atau dengan kata lain tingkat keuntungan ekonomi sama dengan nol.

$$\pi = (P - ATC) \times Q$$

Keuntungan ekonomi sama dengan nol, jika harga barang yang berlaku di pasar sama dengan biaya total rata-rata untuk memproduksi barang tersebut. Jika harga berada di atas biaya total rata-rata, maka perusahaan baru akan masuk ke pasar. Sebaliknya jika harga berada dibawah biaya total rata-rata, maka perusahaan akan keluar dari pasar.

Pada pembahasan sebelumnya, perusahaan pada pasar persaingan sempurna memproduksi barang jika harga (P) sama dengan biaya tambahan (MC). Selanjutnya, keluar masuknya perusahaan dari pasar ditentukan harga dan biaya variabel rata-rata. Jika harga harus sama dengan biaya marginal (sebagai syarat operasinya perusahaan) dan biaya total rata-rata (sebagai syarat keluar masuknya usaha), maka biaya marginal harus sama dengan biaya total rata-rata. Seperti pada pembahasan sebelumnya, biaya marginal bertemu dengan biaya total rata-rata saat perusahaan beroperasi pada biaya total rata-rata minimal. Sehingga dalam jangka panjang keseimbangan pasar persaingan sempurna yang memberikan kesempatan keluar masuknya perusahaan beroperasi pada skala ekonominya.



Gambar 12.10 Penawaran satu perusahaan dan penawaran pasar jangka panjang

Kurva Penawaran Jangka Panjang yang Miring ke Atas

Meskipun kasus standar merupakan contoh di mana kurva penawaran pasar jangka panjang adalah elastis sempurna, kurva penawaran pasar jangka panjang bisa jadi miring ke atas dengan dua alasan:

- Jika keberadaan sebuah input penting pada produksi adalah terbatas, peningkatan perusahaan dalam industri tersebut akan meningkatkan biaya untuk semua perusahaan yang ada dan meningkatkan harga input sebagaimana meningkatnya output yang ditawarkan.
- Jika perusahaan memiliki perbedaan biaya (beberapa lebih efisien dibandingkan dengan yang lain) untuk memperkenalkan perusahaan kurang efisien yang baru untuk memasuki pasar, harga harus meningkatkan untuk menutupi biaya perusahaan yang kurang efisien. Dalam kasus ini, hanya perusahaan marginal yang menghasilkan keuntungan ekonomi nol sedangkan perusahaan yang lebih efisien menghasilkan keuntungan jangka panjang.

Bagaimanapun juga, karena perusahaan dapat masuk dan keluar dengan mudah dalam jangka panjang dibandingkan jangka pendek, kurva penawaran pasar jangka panjang lebih elastis dibandingkan dengan kurva penawaran jangka pendek.

Petunjuk-petunjuk yang Mempermudah Pemahaman

1. Dalam jangka panjang keuntungan yang didapatkan oleh pelaku usaha sama dengan nol karena $P=MC$. Perusahaan tetap berproduksi meskipun keuntungan sama dengan 0 atau tidak ada keuntungan dalam menjalankan bisnis. Anda perlu memahami bahwa terdapat dua jenis keuntungan, ekonomis dan akuntan. Keuntungan ekonomis memasukkan biaya oportunitas sebagai biaya, sedangkan keuntungan akuntansi tidak memasukkan biaya oportunitas sebagai biaya. Selama pelaku usaha sudah memasukkan biaya oportunitas dalam perhitungan (keuntungan ekonomi), pelaku usaha akan tetap menjalankan usaha meskipun keuntungan sama dengan nol.
2. Sebagian toko atau stasiun pengisian bahan bakar umum (SPBU) membuka usahanya hingga 24 jam dan sebagian lainnya tidak melakukan. Kenapa? Dalam jangka pendek usaha tetap dilakukan jika harga lebih tinggi dibandingkan dengan biaya variabel rata-rata. Artinya penerimaan rata-rata (dalam hal ini adalah harga rata-rata penjualan bahan bakar) lebih tinggi dibandingkan dengan biaya variabel rata-rata. Sebagian SPBU yang membuka usahanya 24 jam memperoleh penerimaan rata-rata lebih tinggi dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan, sedangkan sebagian SPBU yang lain menutupnya pada waktu tertentu karena penerimaan rata-rata lebih rendah dibandingkan dengan biaya variabel yang dikeluarkan.

Istilah-Istilah Penting

- Pasar persaingan sempurna (*perfect competitive market*)
- Penerimaan (*revenue*)
- Keuntungan ekonomis (*economic profit*)
- Keuntungan akuntansi (*accounting profit*)
- Maksimisasi keuntungan (*profit maximization*)
- Kurva penawaran produsen (*supply curve*)
- Kurva penawaran jangka pendek (*short run supply curve*)
- Kurva penawaran jangka panjang (*long run supply curve*)

Pertanyaan-Pertanyaan Jawaban Pendek

1. Disebut apakah pasar di mana terdapat banyak penjual dan pembeli?
2. Apa yang terjadi pada perusahaan persaingan sempurna jika perusahaan memproduksi output sebanyak 3 kali lipat?
3. Apa yang menegakkan kurva penawaran jangka pendek perusahaan kompetitif? Terangkan.

4. Dalam jangka pendek, jika harga output berada di bawah biaya produksi rata-ratanya, apa yang akan dilakukan perusahaan?
5. Apakah perusahaan tetap memproduksi barang jika perusahaan tidak mendapatkan keuntungan ekonomi?
6. Mengapa dalam jangka pendek kurva penawaran pasar miring ke atas sedangkan dalam jangka panjang kurva penawaran pasar adalah elastis sempurna?
7. Di bawah kondisi yang bagaimana kurva penawaran pasar jangka panjang miring ke atas?
8. Apa yang dimaksud keuntungan perusahaan?

Pertanyaan-Pertanyaan Benar/Salah

1. Persyaratan untuk pasar kompetitif sempurna adalah banyaknya pembeli dan penjual, barang yang diproduksi bersifat sama, dan perusahaan bebas keluar masuk pasar.
2. Untuk perusahaan kompetitif, Penerimaan marginal selalu berada di bawah harga barang yang dijual.
3. Jika sebuah perusahaan kompetitif menjual tiga kali jumlah output, penerimaan totalnya juga meningkat sebanyak tiga kali.
4. Sebuah perusahaan memaksimalkan keuntungan ketika perusahaan tersebut memproduksi output pada titik dimana biaya marginal sama dengan penerimaan marginal.
5. Kurva penawaran jangka pendek sebuah perusahaan kompetitif adalah bagian dari kurva biaya marginal yang berada di atas kurva biaya variabel rata-rata.
6. Kurva penawaran jangka panjang sebuah perusahaan kompetitif merupakan bagian kurva penawaran marginal yang berada di atas kurva biaya total rata-rata.
7. Dalam jangka pendek, jika harga yang perusahaan terima di bawah biaya variabel rata-rata, perusahaan akan menutup sementara usahanya.
8. Pada pasar kompetitif, penjual adalah penerima harga.
9. Dalam jangka panjang, jika harga yang perusahaan terima untuk output berada di bawah biaya produksi total rata-rata, beberapa perusahaan akan keluar dari pasar.
10. Pasar beroperasi secara efisien pada pasar persaingan sempurna.
11. Jika harga sebuah barang meningkat di atas biaya produksi total rata-rata minimum, keuntungan ekonomi positif menyebabkan perusahaan-perusahaan baru masuk ke pasar yang mengarahkan harga turun ke biaya produksi total rata-rata minimum.
12. Dalam jangka panjang, harga sama dengan penerimaan (*marginal revenue*) dan biaya marginal (*marginal cost*).

Bab 13 Perilaku Perusahaan dalam Pasar Monopoli

Mengapa Anda Perlu Tahu

Penerangan yang kita gunakan sekarang merupakan output yang diproduksi oleh PT. Perusahaan listrik negara (PLN). Meskipun terdapat perusahaan-perusahaan lokal penyedia sumber daya listrik, namun dalam skala nasional, PT PLN merupakan satu-satunya penyedia listrik negara. Kenapa hal ini terjadi? PT PLN merupakan salah satu contoh perusahaan monopoli. Pertanyaannya adalah kenapa hanya satu perusahaan yang mengelola listrik negara?

Bab 13 merupakan bab kedua dari empat rangkaian bab yang membahas pasar. Monopoli membahas bagaimana perusahaan monopoli menentukan jumlah kuantitas yang diproduksi dan bagaimana juga mereka menentukan harga? Bagaimana efek keputusan perusahaan monopoli terhadap kesejahteraan ekonomi? Apa saja kebijakan publik dalam mengatur pasar monopoli? Pertanyaan-pertanyaan tersebut akan dibahas dalam bab ini.

Pengertian Monopolis

Struktur pasar di mana hanya ada satu penjual (tanpa ada pengganti yang sepadan) disebut struktur pasar monopoli. Karenanya, kekuatan pasar tergantung dari satu perusahaan tersebut. Karena merupakan satu-satu pelaku di pasar, perusahaan dapat menentukan harganya sendiri. Namun demikian, perusahaan juga harus memperhatikan jumlah barang yang perlu diproduksi di pasar tersebut. Selanjutnya keputusan untuk menentukan harga dan kuantitas barang akan menentukan kesejahteraan di pasar.

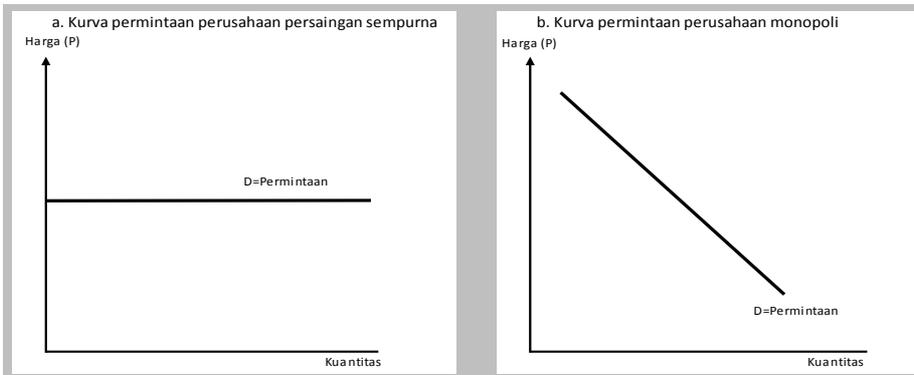
Mengapa ada Monopolis? Pasar monopoli adalah sebuah pasar di mana hanya terdapat satu penjual yang menjual barang tertentu di pasar. Dalam perekonomian pasar di mana akses untuk mendapatkan sumberdaya sangat terbuka untuk semua pihak, adanya pasar monopolis menjadi sebuah diskusi menarik. Di Indonesia dan di negara-negara lain, pasar monopoli masih mendominasi untuk jenis barang-barang tertentu. Pasar monopoli berlaku jika ada halangan untuk masuk ke pasar tersebut. Pasar monopoli ini dilakukan oleh pihak swasta atau badan usaha milik negara dengan ijin pemerintah. Alasan-alasan dilakukan pasar monopoli adalah:

- Karena penemuan tertentu, pemerintah memberikan hak eksklusif untuk memproduksi barang tertentu pada produsen X. Contoh barang ini adalah produk obat kesehatan yang memiliki hak patent seperti obat imunisasi. Karena penemuannya, perusahaan X diberikan hak paten untuk

tersebut dalam kuantitas yang kecil, jika harga yang ditentukan lebih murah maka jumlah output di pasar akan semakin banyak.

Dalam sebuah grafis dapat digambarkan. Panel a merupakan permintaan pasar untuk pasar persaingan sempurna, sedangkan panel b merupakan permintaan pasar untuk pasar monopoli. Pada panel a karena satu perusahaan hanya merupakan bagian kecil dari jumlah barang di pasar, maka berapapun yang diproduksi perusahaan tersebut tidak mempengaruhi pasar, sehingga kurva permintaan berbentuk datar, sedangkan pada panel b, karena hanya ada satu perusahaan di pasar, maka keputusan untuk memproduksi jumlah barang akan berpengaruh langsung terhadap harga. Jika jumlah barang yang diproduksi sedikit, maka harga tinggi. Sebaliknya jika jumlah barang yang diproduksi banyak maka harga akan lebih rendah. Keinginan perusahaan monopoli adalah memproduksi barang sebanyak mungkin dengan mengharapkan harga tinggi. Akan tetapi nampaknya sulit terjadi.

Dalam kasus perusahaan penyedia listrik negara. PLN merupakan penentu harga dan kuantitas output di pasar. Jika PLN menentukan harga per kwh yang tinggi, maka permintaan akan mengalami penurunan dan sebaliknya jika PLN menentukan harga yang rendah, maka jumlah barang yang diminta akan mengalami kenaikan.



Pada pasar persaingan sempurna permintaan bersifat tetap, sedangkan pada pasar monopoli permintaan naik turun berdasarkan harga yang ditawarkan perusahaan.

Gambar 13.2 Kurva permintaan perusahaan persaingan sempurna dan kurva permintaan perusahaan monopoli

Penerimaan dan Keuntungan Perusahaan Monopoli

Penerimaan

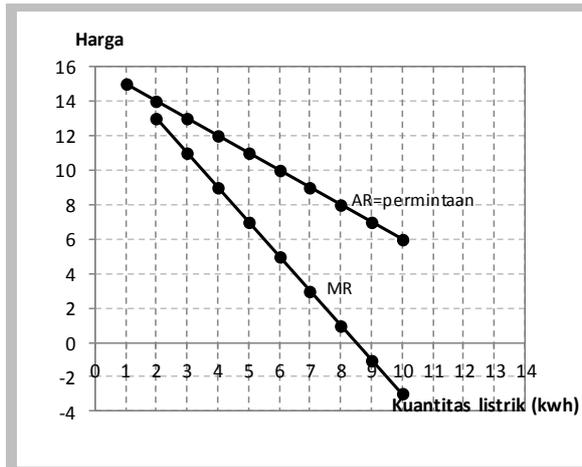
Tetap diingat bahwa jumlah penjual dalam pasar monopoli hanya satu. Penerimaan merupakan perkalian antara jumlah barang yang dijual dan harga. Misalkan perusahaan listrik daerah hanya menjual 100 kwh, maka perusahaan tersebut dapat menentukan harga per kwh sebesar Rp 15, dan sebaliknya jika perusahaan menjual 1000 kwh, maka perusahaan dapat menentukan harga sebesar 6 per kwh (lihat Tabel 13.1).

Tabel 13.1 Contoh output, harga dan penerimaan perusahaan monopoli

Output (00kwh)	Harga	Penerimaan total	Penerimaan rata-rata	penerimaan tambahan
Q	P	TR	AR	MR
1	15	15	15	
2	14	28	14	13
3	13	39	13	11
4	12	48	12	9
5	11	55	11	7
6	10	60	10	5
7	9	63	9	3
8	8	64	8	1
9	7	63	7	-1
10	6	60	6	-3

Secara umum penerimaan rata-rata per kwh turun dengan meningkatnya jumlah kwh yang dijual di pasar. Jika diamati secara seksama, penerimaan rata-rata sama dengan harga barang itu sendiri, $AR = P$. Hal ini sama dengan penerimaan rata-rata pada pasar persaingan sempurna, namun yang membedakan adalah harga bersifat tetap dengan bertambahnya jumlah output pada perusahaan persaingan sempurna, akan tetapi menurun pada perusahaan monopoli. Selanjutnya, penerimaan marginal juga menurun dengan meningkatnya output. Yang menarik adalah penerimaan marginal selalu berada di bawah harga produk tersebut. Meskipun penerimaan total selalu meningkat dengan peningkatan jumlah kwh yang dijual, akan tetapi tambahan penerimaan menurun. Pada titik tertentu, di mana perubahan output lebih rendah dibandingkan dengan perubahan harga.

Pada kasus di atas, penerimaan totalnya meningkat dari Rp 28 ke Rp 39 dengan peningkatan penjualan dari 200 kwh ke 300 kwh atau dengan tambahan penerimaan Rp 11. Akan tetapi tambahan penerimaan tersebut lebih rendah dibandingkan harga barang tersebut yaitu Rp 14 (lihat Gambar 13.3).



Tambahan penerimaan (MR) perusahaan monopoli selalu dibawah permintaannya (AR=D). Hal ini karena perusahaan monopoli menurunkan harga dengan bertambahnya jumlah output yang dijual.

Gambar 13.3 Permintaan dan tambahan permintaan perusahaan monopoli

Meningkatnya jumlah kuantitas yang dijual di pasar mempunyai dua efek yaitu :

1. Efek output: Q lebih tinggi.
2. Efek harga: harga lebih rendah (pada unit marginal dan pada unit yang sudah dijual).

Kedua efek tersebut saling bertolak belakang. Meningkatnya jumlah output akan meningkatkan jumlah barang yang terjual di pasar mengalami peningkatan, karenanya penerimaan juga lebih besar. Akan tetapi peningkatnya jumlah output akan menurunkan harga barang itu sendiri.

Produksi dan Harga untuk Mendapatkan Keuntungan Optimal

Untuk mendapatkan keuntungan optimal, pada titik mana produk perusahaan monopoli? hal penting yang perlu diingat adalah konsep marginal. Produksi optimal didapatkan pada titik di mana penerimaan marginal (MR) sama dengan biaya marginal (MC). Pada titik ini output yang diproduksi akan menghasilkan keuntungan yang optimal. Pada grafik berikut terlihat bahwa $MR = MC$ pada titik A. Pada titik ini penerimaan tambahan lebih rendah dibandingkan dengan harga yang diterima perusahaan monopolis.

Dengan membagi dan mengalikan dengan Q , maka didapatkan. Tujuan pengalihan dan pembagian Q adalah untuk memunculkan harga (P), dan kuantitas (Q).

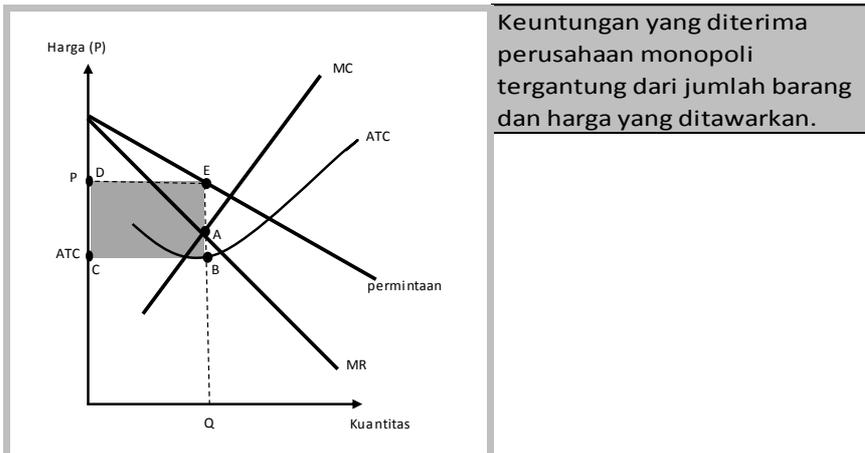
$$\pi = \left(\frac{TR}{Q} - \frac{TC}{Q} \right) \times Q$$

$$\pi = (AR - ATC) \times Q$$

Pada pasar monopoli penerimaan rata-rata sama dengan harga, sehingga

$$\pi = (P - ATC) \times Q$$

Jika digambarkan dalam sebuah grafis, maka keuntungan perusahaan monopoli adalah pada daerah yang diarsir sebagai mana berikut.



Gambar 13.5 Keuntungan perusahaan monopoli

Langkah untuk menggambarkan grafik keuntungan perusahaan monopoli adalah:

1. Temukan titik persilangan antara biaya tambahan dan penerimaan tambahan. Dalam gambar di atas adalah titik A. Pada titik ini, lihat sumbu horizontal yang merupakan kuantitas optimum perusahaan monopoli.
2. Bertolak dari titik A, tarik garis ke atas hingga menyentuh kurva permintaan atau penerimaan rata-rata. Dalam kasus di atas adalah titik E. Pada titik E tersebut, lihat sumbu vertikal yang menunjukkan harga yang berlaku.

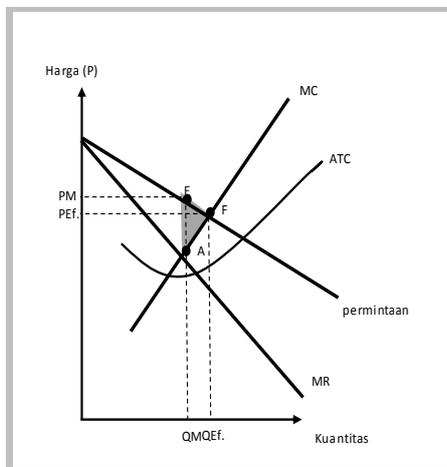
- Bertolak dari titik A, tarik garis ke bawah hingga menyentuh kurva biaya total rata-rata. Pada grafik di atas adalah titik B. pada titik B tersebut lihat pada sumbu vertikal yang merupakan biaya total rata-rata.
- Lakukan perhitungan keuntungan dengan menggunakan formula berikut.

$$\pi = (P - ATC) \times Q$$

Efek Monopoli terhadap Kesejahteraan Pasar

Harga yang berlaku untuk perusahaan monopoli lebih tinggi dibandingkan dengan harga yang berlaku untuk perusahaan persaingan sempurna. Akibatnya, jumlah barang yang dikonsumsi pada pasar monopoli lebih rendah dibandingkan pada pasar persaingan sempurna.

Ekonom berfikir tentang kesejahteraan secara keseluruhan, sehingga jika harga yang berlaku lebih rendah dibandingkan dengan harga monopoli. Kita menyebutnya harga efisien. Maka akan banyak kuantitas barang yang terjual dan ini berakibat pada kesejahteraan yang lebih besar.



Pada pasar monopoli terdapat *deadweight loss*. Hal ini karena jumlah barang yang terjual di pasar lebih rendah dibandingkan dengan jumlah barang yang seharusnya terjual.

Gambar 13.6 *Deadweight loss* perusahaan monopoli

Pada gambar di atas, area terarsir AEF menunjukkan kehilangan potensial akibat pasar monopoli atau yang dikenal dengan istilah *deadweight loss* akibat pasar monopoli. Hal ini artinya, jika harga yang diberlakukan lebih rendah dibandingkan monopoli akan lebih banyak barang yang terjual.

Bagaimana Monopoli Berproduksi dan Menentukan Harga

Dibandingkan dengan pasarperusahaan kompetitif yang sangat kecil, karenanya perusahaan kompetitif menerima harga sebagai mana pasar memberikan harga. Sebuah monopoli merupakan satu-satunya produsen di pasar tersebut, kemudian monopoli menghadapi keseluruhan kurva permintaan pasar yang miring ke bawah. Perusahaan monopoli dapat memilih kombinasi harga atau kuantitas pada kurva permintaan dengan memilih kuantitas dan melihat harga di mana pembeli akan membayar. Sebagaimana perusahaan kompetitif, monopoli memilih kuantitas output yang memaksimalkan keuntungan (total penerimaan – total biaya).

Karena perusahaan monopoli menghadapi kurva permintaan miring ke bawah, monopoli harus menurunkan harga jika menginginkan penjualan yang lebih. Karenanya, saat monopoli unit tambahan, tambahan penjualan memiliki dua efek pada penerimaan total ($P \times Q$):

- Efek output : Q lebih tinggi
- Efek harga : Harga lebih rendah (pada unit marginal dan pada unit yang sudah dijual).

Karena monopolis harus menurunkan harga pada setiap unit yang mereka jual ketika mereka meningkatkan outputnya, penerimaan marginal ($\Delta TR/\Delta Q$) untuk monopolis menurun dengan meningkatnya Q, dan penerimaan marginal selalu lebih rendah dibandingkan harga barang tersebut.

Sebagaimana sebuah perusahaan kompetitif, monopolis memaksimalkan keuntungan pada tingkat output dimana penerimaan marginal (MR) sama dengan biaya marginal (MC). Dengan meningkatnya Q, MR menurun dan MC meningkat. Kemudian, pada tingkat output yang rendah, $MR > MC$ dan tambahan Q meningkatkan keuntungan. Pada tingkat output yang tinggi, $MC > MR$ dan pengurangan output meningkatkan keuntungan. Monopoli harus berproduksi hingga satu titik di mana $MR = MC$. Yaitu tingkat output yang memaksimalkan keuntungan dicerminkan dengan persilangan antara kurva keuntungan marginal (MR) dan kurva biaya marginal (MC). Karena kurva MR terletak dibawah kurva permintaan, maka harga pada monopolis diketahui dari meningkatnya hingga kurva permintaan dari persilangan $MR = MC$.

Ingat kembali, pada perusahaan kompetitif, karena kurva permintaan yang dihadapi perusahaan adalah elastis sempurna, maka $P = MR$, keseimbangan maksimisasi profit membutuhkan $P = MR = MC$. Namun pada perusahaan monopoli, $MR < P$, maka keseimbangan maksimisasi profit membutuhkan $P > MR = MC$. Hasilnya, pada pasar kompetitif, harga sama dengan biaya tambahan sedangkan di pasar monopolis, harga melebihi biaya marginal

Bukti dari pasar obat farmasi konsisten dengan teori ini. Saat paten ditekankan, harga obat adalah relatif tinggi saat paten udah usai, dan obat generic sudah tersedia, harga menurun secara substansial.

Sebagaimana di perusahaan kompetitif, tingkat keuntungan = $(P - ATC) \times Q$ atau profit sama dengan rata-rata keuntungan tiap unit dikalikan dengan jumlah unit yang terjual.

Biaya Kesejahteraan Monopoli.

Apakah pasar monopoli memaksimalkan kesejahteraan ekonomi sebagaimana diukur dalam total surplus? Ingat kembali, total surplus adalah penjumlahan dari *consumer* surplus dan produser surplus. Keseimbangan penawaran dan permintaan dalam pasar kompetitif pada dasarnya memaksimalkan surplus total karena semua unit yang diproduksi saat nilai untuk pembeli lebih besar atau sama dengan biaya produksi untuk produser.

Untuk monopolis untuk memproduksi kuantitas yang efisien secara sosial (memaksimalkan surplus total dengan memproduksi semua unit di mana nilai untuk pembeli lebih tinggi atau sama dengan biaya produksi) monopoli harus memproduksi tingkat output di mana kurva biaya marginal bersilangan dengan kurva permintaan. Namun demikian, monopoli memilih berproduksi pada tingkat output di mana kurva keuntungan marginal bersilangan dengan kurva biaya marginal. Karena pada monopolis kurva keuntungan marginal selalu berada di bawah kurva permintaan, *monopolis berproduksi di bawah kuantitas output yang efisien secara sosial.*

Jumlah kuantitas produksi yang sedikit oleh monopolis menyebabkan monopolis untuk menetapkan harga yang melebihi biaya produksi marginal. Selanjutnya, monopoli mengalami sebuah *deadweight loss* sebab pada tingkat harga monopoli yang tinggi, keuntungan monopoli bukan merupakan biaya sosial. Biaya sosial monopoli merupakan *deadweight loss* yang tercipta saat monopolis memproduksi kuantitas output di bawah yang efisien.

Kebijakan Publik untuk Monopoli.

Monopoli gagal untuk mengalokasikan sumberdayanya secara efisien karena mereka memproduksi lebih sedikit dari kuantitas output optimal secara sosial dan menetapkan harga yang melebihi biaya marginal. Pengambil kebijakan dapat merespon kondisi tersebut dengan satu dari empat cara berikut:

- Dengan mencoba membuat industri monopoli menjadi lebih kompetitif. Departemen kehakiman dapat menggunakan hukum antitrust (menyatakan keinginan untuk menurunkan kekuatan monopoli) untuk mencegah merger yang menurunkan kompetisi, membagi perusahaan yang sangat besar

untuk meningkatkan kompetisi, dan mencegah perusahaan dari kolusi. Bagaimanapun, beberapa merger menghasilkan sinergisitas yang menurunkan biaya dan meningkatkan efisiensi. Dengan demikian, merupakan kesulitan untuk pemerintah untuk menegatahui merger mana yang harus dilarang dan merger mana yang harus diperbolehkan.

- Melalui pengaturan perilaku monopolis. Harga yang ditetapkan oleh *natural monopolies* seperti utilities (kebutuhan sehari-hari: contoh air) seringnya ditetapkan oleh pemerintah. Jika natural monopoli diharuskan untuk mengatur harganya sama dengan biaya marginalnya, kuantitas yang efisien akan dikonsumsi akan tetapi monopoli akan kehilangan uang sebab biaya marginal harus dibawah biaya variable rata-rata jika biaya variable menurun. Kemudian, perusahaan monopolis akan keluar dari pasar. Sebagai responnya, pengatur kebijakan dapat mensubsidi *natural monopoly* dengan penerimaan pajak (yang akan menimbulkan *deadweight loss* nya sendiri) atau membolehkan penetapan harga “biaya total rata-rata” yang merupakan pengembangan melebihi penetapan harga monopoli akan tetapi tidak seefisien penetapan harga berdasar biaya marginal. Masalah lain dengan pengaturan harga adalah monopoli tidak memiliki insentif untuk menurunkan biaya karena harga menurun dengan menurunnya biaya.
- Dengan merubah perusahaan swasta menjadi perusahaan publik. Dari pada mengatur harga untuk perusahaan *natural monopoly*, pemerintah dapat menjalankan perusahaan monopoli itu sendiri. Pelayanan pos merupakan contohnya. Ahli Ekonomi pada umumnya memilih kepemilikan swasta dibandingkan dengan kepemilikan pemerintah karena swasta memiliki keunggulan untuk menurunkan biaya.
- Dengan tidak mengerjakan apapun. Karena setiap solusi di atas memiliki kekurangannya masing-masing, beberapa ekonomis mendorong monopolis untuk tetap seperti adanya. Mereka percaya bahwa “kegagalan politis” dalam dunia nyata lebih memakan biaya dibandingkan dengan “kegagalan pasar” yang disebabkan oleh penetapan harga monopoli.

Diskriminasi Harga

- Diskriminasi harga adalah praktek bisnis dalam menjual barang yang sama dengan harga yang berbeda untuk konsumen yang berbeda. Diskriminasi harga dapat dipraktekkan oleh sebuah perusahaan dengan kekuatan pasar seperti monopoli. Terdapat tiga alasan terkait diskriminasi harga.
- Diskriminasi harga merupakan merupakan strategi rasional untuk memaksimalkan keuntungan monopolis karena keuntungan monopolis meningkat saat perusahaan menetapkan harga sedekat mungkin dengan keinginan konsumen untuk membayarnya.

- Diskriminasi harga mungkin terjadi jika monopolis mampu untuk membagi konsumen sesuai dengan keinginan mereka untuk membayarnya, berdasarkan umur, pendapatan, lokasi dan lainnya. Jika ada arbitrase proses pembelian sebuah barang di satu pasar dengan harga lebih rendah dan menjualnya di pasar lain dengan harga yang lebih tinggi, diskriminasi harga tidak mungkin terjadi.
- Diskriminasi harga dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi karena output meningkat melebihi yang melebihi output di bawah penetapan harga monopoli. Bagaimanapun, surplus tambahan (menurunkan *deadweight loss*) diterima produsen, bukan konsumen.

Diskriminasi harga yang sempurna terjadi saat monopolis menetapkan harga tepat pada keinginan mereka untuk membayar. Dalam hal ini, kuantitas yang efisien diproduksi dan dikonsumsi dan tidak ada *deadweight loss*. Bagaimanapun, surplus total berada di monopolis dalam bentuk keuntungan. Kenyataannya, diskriminasi harga yang sempurna tidak dapat dicapai. Diskriminasi pasar yang tidak sempurna dapat meningkatkan, menurunkan atau tetap tidak merubah surplus total di pasar. Contoh dari diskriminasi harga termasuk tiket bioskop, tiket pesawat udara, kupon diskon bantuan keuangan untuk pembayaran uang sekolah, dan diskon kuantitas.

Kesimpulan Kelaziman Monopoli

Dalam suatu pandangan, monopolis merupakan hal yang umum karena kebanyakan perusahaan memiliki beberapa kontrol melebihi harga yang mereka tetapkan. Dalam pandangan lain, perusahaan dengan kekuatan monopoli yang substansial adalah jarang. Kekuatan monopoli merupakan hal tertentu.

Petunjuk-petunjuk yang Mempermudah Pemahaman

1. Sebuah monopolis dapat memilih kuantitas dan melihat harga yang bersedia dibayar oleh pembeli atau monopolis dapat memilih harga dan melihat kuantitas yang dibeli. Artinya, sebuah monopolis merupakan pengarah pada kurva permintaan untuk produknya. Monopolis tidak dapat memilih dua-duanya yaitu harga yang tinggi dan kuantitas yang banyak jika kombinasi tersebut tidak terletak pada kurva permintaan yang dihadapi monopolis.
2. Monopolis tidak dijamin untuk mendapatkan keuntungan. Setiap kita dapat menjadi monopolis dalam produksi sampul buku berlapis emas (karena belum ada produser yang memproduksi buku tersebut) tetapi permintaan pada produk tersebut mungkin sangat rendah untuk menutupi biaya

produksi. Terkait hal tersebut, paten pada sebuah produk tidak menjamin keuntungan pada masa yang akan datang untuk pemegang paten tersebut.

Istilah-Istilah Penting

- Pasar monopoli
- Monopolistik
- *Natural monopoly*
- Efek output
- Efek harga
- Penerimaan marginal (*MR*)
- Biaya marginal (*MC*)
- *Deadweight loss*

Pertanyaan-Pertanyaan Jawaban Pendek

1. Pasar di mana hanya ada satu penjual (tanpa pengganti sepadan) disebut?
2. Sebutkan tiga sumber hambatan untuk masuk yang menyebabkan monopoli menjadi satu-satunya penjual di pasar!
3. Jika sebuah monopoli ditekan melalui kebijakan untuk menetapkan harga sama dengan biaya marginalnya. Apakah hasilnya akan efisien? Mengapa?
4. Apakah perusahaan monopoli mampu menentukan harga setinggi-tingginya tanpa memperhatikan jumlah barang yang dijual? Bagaimana sebuah monopolis menentukan harga akan menentukan produknya?
5. Apakah output perusahaan monopoli efisien?
6. Apa yang dilakukan pembuat keputusan untuk merespon masalah monopoli?
7. Haruskah hukum *anti-trust* digunakan untuk memberhentikan semua merger? Mengapa?
8. Apa masalah terkait pengaturan harga yang ditetapkan oleh monopoli natural?
9. Bagaimana cara untuk menentukan efisiensi bagi pada monopoli natural? Jelaskan. Siapa yang menerima surplus?
10. Untuk menentukan diskriminasi harga, monopolis memerlukan kondisi tertentu. Apa kondisi yang diperlukan bagi monopolis untuk dapat menentukan diskriminasi harga tersebut?

Pertanyaan-Pertanyaan Benar/Salah

1. Sebuah monopolis bukan merupakan satu-satunya penjual sebuah produk dengan tidak adanya pengganti yang sama persis.

2. Monopolis merupakan penentu harga dan jumlah barang di pasar.
3. Sebuah monopoli natural adalah monopoli yang menggunakan kepemilikannya dari sumber daya alam sebagai halangan untuk masuk ke pasar.
4. Kurva permintaan yang dihadapi monopolis merupakan garis yang berbentuk horizontal.
5. Untuk monopolis, harga selalu berada dibawah kurva *marginal revenue* (MR).
6. Kurva penawaran monopolis merupakan kurva dengan kemiringan positif.
7. Pasar monopolis merupakan pasar yang tidak efisien karena terdapat *dedweight loss*.
8. Kepemilikan publik merupakan solusi untuk meningkatkan efisiensi pada monopolis.
9. Diskriminasi harga merupakan cara untuk meningkatkan efisiensi.
10. Diskriminasi harga dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi karena output meningkat melebihi yang dihasilkan dari harga di bawah harga monopoli.

Bab 14 Perilaku Perusahaan pada Pasar Kompetisi Monopolistik

Mengapa Anda Perlu Tahu

Saat kita pergi ke supermarket mengamati berbagai macam produk mie instan dengan berbagai varian atau diferensiasinya, kita bisa jadi berfikir mengapa produsen yang sama memproduksi berbagai jenis mie instan yang berbeda? Bagaimana mereka menentukan harga dan jumlah barang yang diproduksi? Bagaimana perilaku perusahaan di struktur pasar tersebut? Bagaimana perusahaan-perusahaan mendapatkan keuntungan, kapan perusahaan mengalami kerugian? Bagaimana mereka menjalankan strategi untuk tepa eksis di pasar? Bagaimana efek kesejahteraan dengan adanya kondisi pasar tersebut?

Bab 14 merupakan bab ketiga dalam rangkaian bab yang membahas perilaku perusahaan pada berbagai jenis pasar. Pasar persaingan tidak sempurna adalah struktur pasar yang berada di antara struktur pasar kompetisi dan monopoli. Terdapat dua jenis pasar tersebut, pasar kompetisi monopolistik dan pasar oligopoli. Struktur pasar oligopoli bercirikan terdapat beberapa produsen yang menjual barang yang sama, sedangkan pasar kompetisi monopolistik bercirikan banyak penjual yang menjual produk yang serupa, sama tetapi tidak persis.

Struktur diantara Pasar Monopoli dan Pasar Persaingan Sempurna

Kompetisi monopolistik berbeda dengan kompetisi sempurna setiap perusahaan menawarkan produk yang berbeda. Akibatnya, perusahaan kompetisi monopolistik menghadapi kurva permintaan yang miring ke bawah sedangkan perusahaan kompetisi sempurna menghadapi kurva permintaan yang horizontal pada harga pasar. Kompetisi monopolistik merupakan struktur pasar yang umum.

Struktur pasar persaingan sempurna memproduksi barang yang sama dengan banyak jumlah penjual yang besar. Sedangkan struktur pasar monopoli hanya terdapat satu penjual sebuah produk tanpa pengganti yang sepadan. Struktur pasar kompetisi monopolistik adalah struktur pasar yang mirip pasar kompetisi namun barang yang diproduksi tidak seragam. Berikut ini gambaran singkat perbedaan tiga jenis struktur pasar tersebut.

Tabel 14.1 Gambaran Singkat Perbedaan Tiga Jenis Struktur Pasar

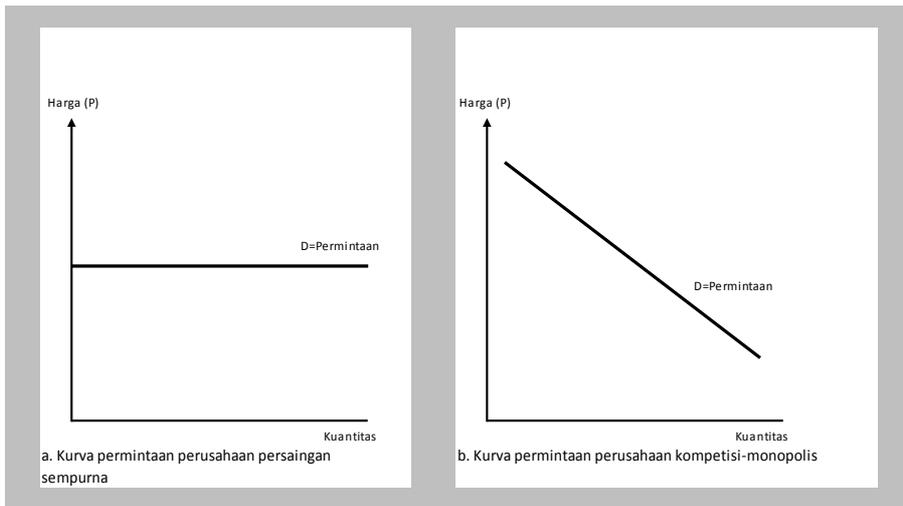
Deskripsi	Persaingan sempurna	Monopoli	Kompetisi monopolistik
Jumlah penjual	Banyak	Satu	Banyak
Jenis barang	Sama	Satu (spesifik)	Diferensiasi (sama tapi spesifik)
Keluar masuk pasar	Bebas	Tidak bebas	Bebas

Mengapa Struktur Pasar Kompetisi Monopolis ada?

Dalam pasar persaingan sempurna, harga yang berlaku di pasar adalah harga pasar, sehingga penjual merupakan penerima harga (*price taker*), sehingga dalam jangka panjang keuntungan ekonomi yang didapatkan adalah sangat kecil atau sama dengan nol, sedangkan pada pasar monopolis penjual memiliki peluang untuk mengatur harga dan jumlah barang. Untuk produk-produk yang karena alasan tertentu tidak diatur secara monopolis, penjual mengalami kesulitan untuk masuk ke pasar. Karenanya penjual berusaha memproduksi barang yang relatif sama (produk diferensial), juga mereka mampu mengatur harga dan jumlah barang yang tersedia. Contoh pasar kompetisi monopolistik adalah : pasar untuk buku, mie instan, restoran, dan banyak lainnya.

Penawaran dan Harga Perusahaan Kompetisi Monopolistik

Karena penjual menawarkan produk yang berbeda, maka perusahaan kompetisi monopolistik berbeda dengan perusahaan sempurna. Perusahaan kompetisi monopolistik menentukan harga dan jumlah barang yang diproduksinya. Akibatnya, perusahaan kompetitif monopolistik menghadapi sebuah kurva permintaan yang miring ke bawah sedangkan perusahaan kompetisi sempurna menghadapi kurva permintaan yang horizontal pada harga pasar.



Sama dengan pada pasar monopoli, jumlah barang yang ditawarkan di pasar kompetisi monopolistik berbanding terbalik dengan harga yang berlaku. Hal ini berbeda dengan pasar persaingan sempurna, di mana harga yang berlaku bersifat tetap.

Gambar 14.1 Kurva permintaan perusahaan persaingan sempurna dan kurva perusahaan kompetisi-monopolistik

Gambar 14.1 panel a adalah kurva yang menggambarkan permintaan pada pasar persaingan sempurna. Pada kurva ini, harga bersifat tetap karena berapapun jumlah barang yang diproduksi dan dijual ke pasar, permintaan barang tersebut bersifat tetap. Kurva b menunjukkan kurva permintaan untuk pasar monopoli (termasuk juga pasar persaingan monopolistik). Pada kurva ini, jika perusahaan menetapkan harga yang lebih tinggi, maka jumlah permintaan barang tersebut rendah, dan sebaliknya jika perusahaan menetapkan harga rendah, maka jumlah permintaan barang tersebut lebih banyak. **Singkatnya**, perusahaan kompetisi monopolistik menghadapi kurva permintaan yang miring ke bawah untuk produknya.

Bagaimana Perusahaan Kompetisi Monopolistik Mengalami Kerugian atau Keuntungan? Kompetisi monopolistik mengikuti hukum yang berlaku untuk monopoli-perusahaan memproduksi kuantitas di mana biaya marginal sama dengan penerimaan marginal dan kemudian menggunakan kurva permintaan untuk menentukan harga yang konsisten dengan kuantitas tersebut. Dalam jangka pendek, jika harga melebihi biaya total rata-rata, perusahaan mendapatkan keuntungan ekonomi. Jika harga di bawah biaya total rata-rata, perusahaan mengalami kerugian.

Efek Perilaku Perusahaan pada Kesejahteraan Pasar (Efisiensi)

Karena harga yang berlaku lebih tinggi dibandingkan dengan biaya marginalnya, maka jumlah barang yang terjual lebih rendah dibandingkan dengan pasar kompetitif, akibatnya kesejahteraan total pasar kompetisi monopolistik lebih rendah dibandingkan pasar persaingan sempurna.

Dalam jangka panjang, masuknya perusahaan akan menyebabkan permintaan bergeser ke kiri dan menyebabkan keuntungan ekonomi yang diterima masing-masing perusahaan akan semakin kecil atau sama dengan nol. Masuknya perusahaan menyebabkan meningkatnya surplus konsumen.

Kesimpulan. Karakteristik pasar antara monopoli maupun kompetisi adalah monopoli kompetitif. Perusahaan kompetisi monopolistik menetapkan harga di atas biaya marginalnya, Selain itu, masuk dan keluarnya perusahaan mendorong keuntungan menjadi nol dalam jangka panjang. Pengalokasian sumberdaya di bawah kompetisi monopolistik masih tidak sempurna akan tetapi bagi pengambil keputusan mungkin tidak mampu meningkatkannya.

Petunjuk-petunjuk yang Mempermudah Pemahaman

Sumber ketidakefisienan di pasar kompetisi monopolistik adalah *under-produksi*. Yakni, beberapa unit tidak diproduksi yang dinilai pembeli melebihi biaya produksi. Perusahaan kompetisi monopolistik menetapkan harga yang melebihi biaya marginal sedangkan perusahaan kompetitif sempurna menetapkan harga yang sama dengan biaya marginal. Bagaimanapun, harga yang lebih tinggi yang ditetapkan oleh perusahaan kompetisi monopolistik bukan merupakan sumber in-efisiensi. Sebagaimana dengan monopoli, lebih rendahnya kuantitas yang diminta yang merupakan hasil dari lebih tingginya harga yang merupakan sumber dari ketidak efisienan. Dengannya, harga yang lebih tinggi secara sederhana mendistribusikan surplus dan pembeli ke penjual akan tetapi tidak menurunkan total surplus.

Istilah-Istilah Penting

- Pasar monopolistik (*monoply*)
- Pasar persaingan sempurna (*perfect competition*)
- Kompetisi monopolistik (*monopolistic competition*)
- Biaya marginal (*marginal cost*)
- Penerimaan tambahan (*marginal revenue*)

Pertanyaan-Pertanyaan Jawaban Pendek

1. Apakah produk mie instan termasuk perusahaan kompetisi monopolistik?
2. Apakah ciri yang dimiliki pasar kompetisi monopolistik yang juga dimiliki oleh pasar persaingan sempurna?
3. Apakah ciri pasar kompetisi monopolistik yang dimiliki juga oleh pasar monopoli?
4. Bagaimana perusahaan kompetitif monopolistik memilih kuantitas dan harga yang memaksimalkan keuntungannya?
5. Apakah mungkin untuk perusahaan kompetitif monopolistik untuk menghasilkan keuntungan ekonomi dalam jangka panjang? Mengapa?
6. Bagaimana keseimbangan jangka panjang perusahaan kompetisi monopolistik berbeda dengan keseimbangan di pasar kompetisi sempurna?
7. Apakah keseimbangan jangka panjang kompetisi monopolistik efisien? Jelaskan.

Pertanyaan-Pertanyaan Benar/Salah

1. Kesamaan perusahaan kompetisi monopolistik dengan perusahaan di pasar pasar monopoli adalah dapat masuk dan keluar tanpa batasan sehingga keuntungan diarahkan menuju nol pada jangka panjang.
2. Kompetisi monopolistik merupakan struktur pasar di mana terdapat beberapa perusahaan yang menjual produk yang relatif sama.
3. Dalam jangka panjang, perusahaan di pasar kompetitif monopolistik memproduksi pada tingkat minimal dari kurva biaya rata-ratanya.
4. Perusahaan kompetitif monopolistik menghadapi kurva penerimaan yang horisontal.
5. Baik monopolis dan kompetisi monopolistik memproduksi kuantitas yang penerimaan marginal sama dengan biaya marginal kemudian menggunakan kurva permintaan yang dihadapi perusahaan untuk menentukan harga yang konsisten dengan kuantitas tersebut.
6. Karena perusahaan kompetitif monopolistik mengenakan harga yang melebihi biaya marginal, perusahaan gagal memproduksi beberapa unit yang pembeli menilai melebihi biaya produksi dan karenanya kompetisi monopolistik adalah tidak efisien.
7. Dalam jangka panjang, perusahaan kompetisi monopolistik mengenakan harga yang melebihi biaya total rata-rata.
8. Ahli ekonomi umumnya setuju bahwa perusahaan kompetitif monopolistik sebaiknya diberlakukan untuk meningkatkan efisiensi ekonomi.
9. Perusahaan yang menjual produk konsumen yang terdiferensiasi lebih mungkin untuk menghabiskan persentasi yang besar penerimaannya untuk periklanan.

10. Meski periklanan berisi tentang sedikit informasi tentang produk dapat bermanfaat karena menyediakan gambaran tentang kualitas produk.
11. Nama merek mengizinkan perusahaan untuk membuat keuntungan ekonomi dalam jangka panjang karena mereka mampu menjual produk inferior berdasarkan koneksi yang nyata pada produk tersebut untuk produk yang berkualitas tinggi yang tidak berkaitan.
12. Pembuat keputusan mulai melihat batasan pada periklanan untuk profesional seperti dokter, pengacara, dan ahli farmasi sebagai anti kompetitif.
13. Dalam jangka panjang, perusahaan kompetitif memproduksi pada skala efisien sedangkan perusahaan kompetitif memiliki akses kapasitas.

Bab 15 Perilaku Perusahaan pada Pasar Oligopoli

Mengapa Anda Perlu Tahu

Di pasar Indonesia beberapa perusahaan yang bergerak dalam industri sepeda motor antara lain Honda, Suzuki, Yamaha, dan Kawasaki. Contoh lain adalah perusahaan penyedia jasa telekomunikasi seperti Telkomsel, Mentari, XL, Axis, dan lainnya. Bagaimana mereka berperilaku (menentukan harga dan jumlah barang yang mereka produksi?) Jumlah perusahaan-perusahaan tersebut tidak hanya satu seperti pada pasar monopoli, dan juga tidak lebih dari seribu seperti pasar persaingan sempurna. Dalam hal ini, perilaku perusahaan produsen sepeda motor dalam memproduksi barang perusahaan yang satu berpengaruh dan dipengaruhi oleh perilaku produksi perusahaan lain.

Kita telah mempelajari sistem pasar persaingan sempurna dan pasar monopoli. Dalam pasar persaingan sempurna terdapat banyak jumlah penjual dalam pasar tersebut, sedangkan dalam pasar monopoli hanya terdapat satu penjual. Selain itu, terdapat bentuk pasar yang tidak bisa digambarkan oleh kedua pasar tersebut. Artinya perilaku pasar tidak hanya berjumlah satu dan juga tidak tak terbatas (lebih dari 1000 perusahaan).

Bab 15 merupakan bab terakhir dalam pembahasan perilaku perusahaan pada berbagai bentuk pasar. Struktur pasar di mana hanya ada beberapa penjual dikatakan pasar oligopoli dan struktur dimana terdapat banyak penjual (akan tetapi tidak tak terbatas) di mana jenis barang bervariasi disebut pasar kompetisi monopolistik. Pasar duopoli di mana hanya terdapat dua penjual merupakan contoh untuk pasar oligopoli.

Bagaimana Perilaku Perusahaan di Pasar Oligopoli

Struktur pasar oligopoli berbeda dengan pasar persaingan sempurna dan pasar monopoli. Dalam pasar persaingan sempurna terdapat banyak jumlah penjual di pasar sehingga keluar masuknya perusahaan tidak akan berdampak pada pasar, sebaliknya pada pasar monopoli, hanya terdapat satu penjual di pasar sehingga jumlah barang yang ditawarkan dan harga yang berlaku di pasar hanya merupakan keputusan satu perusahaan tersebut. Struktur pasar yang berada di antara kompetisi dan monopoli adalah kompetisi tidak sempurna. Sebuah struktur pasar di mana hanya beberapa penjual menawarkan produk yang sama atau serupa.

Secara ringkas, **terdapat dua tipe kompetisi tidak sempurna-oligopoli dan kompetisi monopolistik yang sudah kita pelajari pada bab**

14. Oligopoli adalah struktur pasar yang hanya ada beberapa penjual yang menawarkan produk yang sama atau serupa. Kompetisi monopolistik merupakan struktur pasar struktur pasar yang beberapa perusahaan menjual produk yang sama tapi tidak serupa. Secara ringkas, karakteristik berikut dapat menggambarkan struktur pasar:

- Monopoli hanya terdapat satu perusahaan.
- Oligopoli terdapat beberapa perusahaan yang menjual produk yang sama dan identik.
- Kompetisi sempurna memiliki banyak perusahaan yang menjual produk-produk yang identik.
- Kompetisi monopolistik memiliki beberapa perusahaan yang menjual produk turunan.

Kita dapat melihat kondisi riil dan menentukan struktur pasar untuk produk tersebut. Meskipun demikian, terkadang struktur pasar suatu barang juga mengalami perubahan.

Harga dan Jumlah Barang pada Pasar Oligopoli

Kita telah membahas bahwa harga yang berlaku pada pasar persaingan sempurna sama dengan biaya marginalnya dan dalam jangka panjang sama dengan biaya total rata-rata, menyebabkan setiap perusahaan tidak mendapatkan keuntungan ekonomi. Sedangkan harga yang berlaku pada pasar monopoli melebihi biaya marginal sehingga menurunkan output dan menyebabkan *deadweight loss*.

Sebuah *duopoly* adalah sebuah oligopoli dengan hanya dua perusahaan. Jika sebuah pasar merupakan kompetisi sempurna, harga output akan sama dengan biaya marginal. Jika sebuah pasar adalah monopolistik, harga yang memaksimalkan keuntungan akan melebihi biaya marginal dan hasilnya tidak akan efisien.

Adanya beberapa penjual menyebabkan perilaku perusahaan yang satu dipengaruhi oleh perusahaan yang lain. Ada kalanya masing-masing perusahaan tersebut saling bekerjasama dan ada kalanya tidak saling bekerjasama dalam memproduksi dan menentukan harga. Jika masing-masing perusahaan saling bekerjasama (berkolusi), maka perusahaan dapat mengatur kuantitas yang diproduksi atau harga yang ditetapkan. Perusahaan-perusahaan yang bertindak seolah-olah mereka dalam sebuah perusahaan atau bertindak seolah-olah dalam pasar monopoli di sebut dengan *cartel*. Dua perusahaan tersebut membagi keuntungan monopoli yang didapatkan.

Semakin besar jumlah perusahaan yang bergerak dalam pasar oligopoli akan semakin sulit bagi mereka untuk membentuk kartel dan berlaku seperti sebuah monopoli. Hal ini dikarenakan masing-masing perusahaan

ingin memaksimalkan keuntungan yang didapatkan. Masing-masing perusahaan ingin memaksimalkan keuntungan individu dengan membuat keputusan marginal dari apakah memproduksi tambahan unit berdasarkan hal berikut:

- Efek output: pada perusahaan monopoli di mana harga di atas biaya marginal, penjualan tambahan satu unit pada harga yang berlaku akan meningkatkan keuntungan. Sehingga masing-masing perusahaan memiliki pola pemikiran yang sama untuk meningkatkan jumlah output.
- Efek harga: Jika masing-masing perusahaan berusaha untuk meningkatkan produksi, peningkatan produksi satu unit akan meningkatkan total yang dijual tetapi akan menurunkan harga dan keuntungan semua unit yang terjual.

Jika efek output melebihi efek harga, maka keuntungan yang didapatkan masing-masing pelaku ekonomi meningkat dan mendorong pelaku oligopoli akan memproduksi unit yang lain dan hal tersebut akan terus berlangsung hingga kedua efek tersebut seimbang. Semakin banyak jumlah penjual di pasar oligopoli, semakin kecil efek harga karena setiap dampak perusahaan individu pada harga semakin kecil. Kemudian, tingkat output meningkat. Sebagaimana jumlah penjual di pasar oligopoli berkembang lebih besar, harga mendekati biaya marginal dan kuantitas mendekati tingkat efisien secara sosial. Ketika terdapat banyak jumlah perusahaan dampak harga akan menghilang dan pasar menjadi kompetitif.

Para penganut pasar bebas berpendapat bahwa perdagangan internasional yang tidak dibatasi (*free trade*) meningkatkan jumlah perusahaan oligopoli domestik dan menggerakkan hasil pasar lebih dekat lebih besar dengan solusi kompetitif di mana harga sama dengan biaya marginal.

Sekarang ini pemerintah Indonesia sudah memiliki instrument untuk melarang pelaku usaha melakukan aksi kartel dengan undang-undang No 5 Tahun 1999 tentang monopoli dan persaingan usaha tidak sehat yang menyatakan bahwa “*pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha usaha saingannya yang bermaksud mempengaruhi harga dengan mengatur produksi dan atau pemasaran suatu barang atau jasa, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli atau persaingan usaha tidak sehat*”.

Pendekatan Cournot

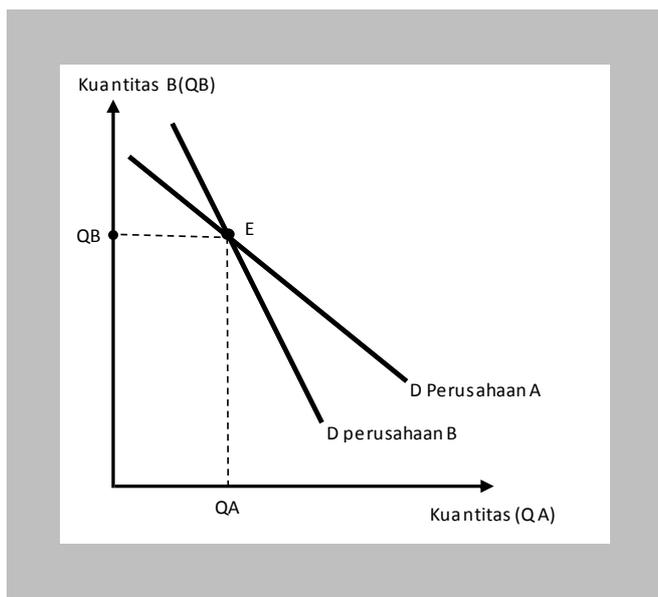
Perilaku dua perusahaan di pasar dapat dijelaskan dengan model Cournot. Model ini menjelaskan di mana perilaku satu perusahaan dipengaruhi oleh perusahaan lainnya dalam pasar oligopoli. Prinsip dasarnya adalah perusahaan akan memaksimalkan keuntungannya. Masing-masing

perusahaan akan melihat perilaku perusahaan lain baik dalam menentukan harga barang. Penurunan harga barang satu perusahaan menyebabkan perusahaan lain menurunkan harga. Perusahaan yang menaikkan harga akan mengalami penurunan kuantitas barang, dan di sisi lain perusahaan yang tidak menaikkan harga tidak akan mengalami penurunan kuantitas barang. Karenanya masing-masing perusahaan tidak akan menaikkan harga.

Keputusan satu perusahaan untuk memproduksi barang sejumlah kuantitas tertentu dipengaruhi oleh keputusan perusahaan lain untuk memproduksi. Sehingga,

$$Y = y_1 + y_2^e,$$

Karenanya, akan mempengaruhi harga pasar di mana $p(Y) = p(y_1 + y_2^e)$,



Gambar 15.1 Keseimbangan Cournot

Pada titik E disebut dengan keseimbangan pilihan produksi perusahaan A dan pilihan produksi barang B. Jika perusahaan A memproduksi lebih dari keseimbangan, maka harga yang dialami juga mengalami penurunan dan profitnya juga mengalami penurunan, begitu juga jika perusahaan A menaikkan harga maka jumlah barang yang dikonsumsi A juga mengalami penurunan. Begitu juga yang dialami perusahaan B.

Teori Permainan dan Ekonomi Kerjasama

Konsep perilaku perusahaan oligopoli telah lama dikemukakan oleh John von Neumann dan Oskar Morgensten pada tahun 1928 yang menjelaskan bahwa perilaku suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh perusahaan yang lain. Pada tahun 1940 mereka memperkenalkan konsep *game theory* (teori permainan) di mana terdapat sejumlah penjual dalam suatu pasar, dan perilaku masing-masing penjual dipengaruhi oleh perusahaan lain. Mereka mengungkapkan bahwa pada pasar di mana jumlah konsumen adalah tetap (jumlah barang yang dikonsumsi bersifat tetap), maka jumlah barang yang diproduksi oleh suatu perusahaan akan sangat dipengaruhi oleh perusahaan yang lain.

Teori permainan adalah sebuah studi tentang bagaimana orang berperilaku dalam situasi strategis ketika pengambil keputusan harus mempertimbangkan yang lain merespon dengan adanya tindakan. Untuk mengetahui bagaimana seseorang berperilaku dalam situasi strategis dapat dijelaskan dengan konsep “dilema tawanan (*prisoner dilemma*)”. Konsep ini merupakan sebuah ilustrasi dimana terdapat dua tawanan yang sulit melakukan kerjasama meskipun hal tersebut dapat dilakukan dan menguntungkan. Permainan tersebut berguna untuk oligopoli karena perusahaan oligopoli biasanya sulit melakukan kerjasama meskipun hal tersebut menguntungkan.

Dilema tawanan mengilustrasikan dua pelaku kriminal yang tertangkap dalam kasus yang sama. Strategi yang mungkin adalah

1. Kedua pelaku kriminal memilih aksi diam, dan tidak mengakui kesalahan.
2. Kedua pelaku kriminal mengakui kesalahan,
3. Jika seorang diantara mereka mengakui kesalahan.

Jika mereka bekerjasama, maka mereka akan memilih pilihan pertama yang mereka pilih, memilih aksi diam dan tidak mengakui kesalahan. Jika mereka tidak mengakui kesalahan, mereka keduanya akan menerima hukuman yang pendek. Jika mereka memilih untuk mengakui kesalahan, maka mereka akan menerima hukum yang wajar. Jika hanya salah satu yang mengakui kesalahan, sedangkan yang lainnya tidak maka yang mengakui kesalahan akan bebas. Dari berbagai kemungkinan tersebut, strategi dominan adalah mengakui kesalahan (strategi 3). Karena pelaku kriminal tidak berani menggaransi apakah pelaku kriminal lain tidak akan mengakui kesalahan. Sehingga strategi dominan adalah mengakui kesalahan.

“Dilemma tawanan” berguna untuk oligopoli dalam hal berikut. Ilustrasi sederhana adalah dua perusahaan oligopoli yang memproduksi sepeda motor. Mereka akan lebih baik jika mengatur produksi tetap rendah. Karena dengan produksi yang relatif rendah, harga akan lebih tinggi

dibanding dengan biaya marginal. Kedua perusahaan tersebut dapat membagi keuntungan monopoli yang mereka dapatkan.

Bagaimanapun, setelah persetujuan untuk mengatur jumlah sepeda motor dibuat, strategi dominan yang ada adalah saling menipu dan memproduksi lebih banyak dari yang mereka setujui untuk memproduksi untuk meningkatkan keuntungan individu? Perusahaan salah satu sepeda motor akan memproduksi sepeda motor lebih dari yang mereka sepakati. Hasilnya adalah tingkat keuntungan yang jatuh dari keduanya. Kepentingan masing-masing membuatnya sulit untuk dikontrol.

Lebih detail, contoh berikut dapat digunakan untuk menjelaskan bagaimana perilaku perusahaan pada pasar oligopoli. Misalkan dua perusahaan sepeda motor, perusahaan A dan perusahaan B mengatur kesepakatan harga dan barang yang dijual, Rp 15 juta per unit dan untuk 500 sepeda motor (lihat tabel 15.1). Masing-masing perusahaan telah bersepakat untuk memproduksi 250 sepeda motor. Meskipun kesepakatan telah tercapai, masing-masing perusahaan berstrategi untuk meningkatkan keuntungan dengan menambah jumlah sepeda motor di pasar, misalkan menjadi 300 sepeda motor. Dengan menambah jumlah sepeda motor, maka total sepeda motor di pasar menjadi 600 unit sepeda motor. Kondisi ini diistilahkan keseimbangan Nash (*Nash equilibrium*) yang diambil dari nama ahli ekonomi bernama John Nash. **Keseimbangan Nash** menjelaskan situasi di mana pelaku ekonomi saling berinteraksi, dan masing-masing memilih strategi terbaiknya terkait dengan strategi pelaku lain.

Dari penjualan tersebut total keuntungan perusahaan adalah Rp 4 milyar. Jika mereka bekerjasama, maka masing-masing keuntungan yang didapatkan perusahaan adalah Rp 2 milyar. Jika perusahaan B mengingkari perjanjian dengan menurunkan harga, maka jumlah barang yang terjual menjadi lebih banyak, maka perusahaan B mendapatkan keuntungan yang lebih besar dibandingkan perusahaan A, misalkan Rp 3 milyar dibandingkan Rp 1 milyar. Sebaliknya jika perusahaan A menurunkan harga, sehingga jumlah penjualannya lebih banyak dibandingkan perusahaan B, maka keuntungan perusahaan A lebih besar dibandingkan perusahaan B, misalkan Rp 3 milyar dibandingkan Rp 1 milyar. Namun, jika masing-masing berperilaku menurunkan harga, maka keuntungan yang didapatkan masing-masing perusahaan mengalami penurunan menjadi Rp 1 milyar.

Tabel 15.1. Keuntungan masing-masing perusahaan di pasar oligopoli.

	Produsen B	
Produsen A	+ 2, + 2	+1, +3
	+3, +1	+1,+1

Jika diamati lebih detail, total keuntungan pasar sepeda motor tersebut adalah sama untuk tiga kolom (sebesar Rp 4 milyar), dan lebih rendah untuk kolom kanan bawah. Artinya, jika perusahaan sepeda motor saling bekerjasama mengatur harga maupun kuantitas, maka keuntungan yang didapatkan masing-masing perusahaan jika mereka tidak bekerjasama.

Dilema tawanan berguna untuk:

- Kesepakatan antar negara yang mengatur jumlah barang yang berlaku: dalam kesepakatan mereka bersepakat untuk membatasi kuota ekspor, namun yang terjadi masing-masing negara tersebut mengekspor melebihi kuota yang diberikan. Akibatnya, jumlah barang yang berlaku lebih besar dari yang diharapkan. Akibatnya harga yang berlaku lebih rendah dari yang diharapkan.
- Sumberdaya bersama: pengguna sumberdaya bersama akan mendapatkan keuntungan yang lebih menguntungkan untuk membatasi penggunaannya akan tetapi strategi dominan adalah penggunaan yang berlebihan dan keuntungan bersama yang menurun.

Permasalahan sulitnya kerjasama dalam pasar oligopoli merupakan hal yang wajar. Jika permainan diulang, artinya jika kedua pihak sadar bahwa masing-masing pihak telah menurunkan harga, maka dilemma tawanan dapat diatasi dengan membuat persetujuan dapat tercipta. Contohnya, oligopoli dapat memasukkan pinalti bagi siapa yang melanggar aturan. Jika pinalti tersebut bertujuan menjaga produksi yang tinggi, saat salah satu pelaku main curang, kemudian semua pelaku akan bermain curang dengan menurunkan harga. Jika permainan di dimainkan pada periode dasar tertentu (setiap minggu, bulan, atau tahun produksi yang dipilih) kemudian strategi sederhana dari *tit-for-tat* menimbulkan kemungkinan terbaik untuk kerjasama. *Tit-for-tat* adalah jika pelaku dalam pertandingan memulai bekerjasama dan kemudian mengerjakannya apapun yang dikerjakan pelaku lain kerjakan di akhir periode. Jika pelaku lain bekerjasama, kemudian bekerjasama di periode setelahnya. Jika pelaku lain membelot (bermain curang), kemudian bermain curang pada periode setelahnya, dan seterusnya.

Petunjuk-petunjuk yang Mempermudah Pemahaman

Oligopoli berada antara monopoli dan kompetisi sempurna. Jika oligopoli mampu untuk berkolusi dan membentuk sebuah kartel, solusi pasar sama dengan sebuah monopoli. Jika oligopoli tidak mampu berkolusi dan membentuk kartel, produksi dan harga di pasar tergantung jumlah perusahaan di pasar. Semakin sedikit jumlah perusahaan di pasar, semakin Nampak seperti pasar monopoli di mana harga melebihi biaya marginal dan kuantitas berada di bawah tingkat yang efisien. Semakin banyak jumlah perusahaan, pasar seperti kompetisi di mana harga sama dengan biaya marginal dan kuantitas adalah efisien.

Istilah-Istilah Penting

- Pasar Oligopoli
- *deadweight loss*
- dilemma tawanan (*prisoner dilemma*)
- kartel (*cartel*)
- *Tit for tat*
- Efek output
- Efek harga
- Teori permainan (*game theory*)
- Keseimbangan Nash (*Nash Equilibrium*)

Pertanyaan-Pertanyaan Jawaban Pendek

1. Apa dua tipe pasar kompetisi yang tidak sempurna? Jelaskan masing-masing.
2. Apa dampak dalam pasar oligopolistik jika pelaku oligopoli berkolusi membentuk kartel? Jelaskan.
3. Jika oligopoli akan lebih baik jika mereka bekerjasama (berkolusi), mengapa mereka sering gagal untuk bekerjasama?
4. Apakah lebih baik untuk masyarakat secara keseluruhan jika oligopoli bekerjasama? Jelaskan. Apa ukuran yang kita pakai untuk mencegah kooperasi antara *duopoly* tersebut?
5. Apa yang dimaksud dengan keseimbangan Cournot?
6. Dalam keseimbangan Cournot, dapat satu perusahaan memproduksi barang sebanyak mungkin tanpa memperhatikan jumlah yang diproduksi perusahaan lain?

5

Eksternalitas, Barang Sumberdaya Bersama dan Barang Publik



Bagian lima (terakhir) buku ini membahas barang yang sistem pasar tidak dapat memahaminya secara tepat. Jika ada asap rokok yang mengganggu orang yang tidak ingin menghirupnya, maka konsep pasar tidak dapat memahaminya secara tepat. Juga perusahaan yang memproduksi output yang menimbulkan efek samping juga merupakan contoh eksternalitas. Contoh lain adalah barang sumber daya publik dan sumberdaya bersama.

Bagian lima terdiri dua bab yaitu bab 16 yang membahas tentang eksternalitas dan bab 17 yang membahas tentang barang sumberdaya bersama dan barang publik. Bagian ini memberikan dasar pemahaman kenapa barang ini ada (tersedia) di sekitar kita. Secara umum terdapat dua bentuk eksternalitas, yaitu eksternalitas positif dan eksternalitas negatif. Kita lebih banyak tahu tentang eksternalitas negative dari pada eksternalitas positif. Pada pembahasan barang publik dan sumberdaya bersama pertanyaan menarik adalah siapa yang mau memproduksi barang-barang tersebut. Bab ini menjadi dasar ekonomi informasi dan ekonomi barang publik.

Bab 16 Eksternalitas

Mengapa Anda Perlu Tahu

Dalam proses produksinya, perusahaan-perusahaan tertentu memiliki efek samping. Perusahaan tekstil misalnya, dalam memproduksi gula terdapat residu (sisa) yang biasanya berbahaya untuk lingkungan, mencemari tanah, menimbulkan bau, dan lain-lain.

Bab 16 merupakan bab pertama dari dua rangkaian bab yang membahas tentang eksternalitas dan barang sumberdaya publik dan sumberdaya bersama. Kanapa ada barang ini? Karena pasar tidak mampu memproduksi. Eksternalitas pada intinya merupakan dampak yang tidak terkompensasi yang ditimbulkan dari kegiatan ekonomi yang dirasakan oleh seorang yang tidak terlibat di dalam aktivitas tersebut (*bystander*). Secara umum, eksternalitas dibagi dua, eksternalitas positif dan eksternalitas negatif. Eksternalitas positif berdampak menguntungkan, sebaliknya eksternalitas negatif berdampak merugikan.

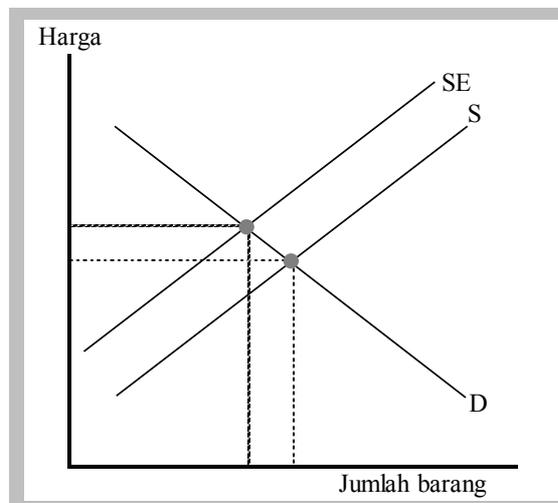
Suatu eksternalitas merupakan dampak yang tidak terkompensasi dari tindakan seseorang pada kesejahteraan seorang saksi (di luar pasar). Jika efeknya menguntungkan, maka disebut eksternalitas positif. Jika efeknya berkebalikan (merugikan), maka disebut eksternalitas negatif. Contoh dari eksternalitas negatif adalah polusi yang ditimbulkan oleh pabrik saat proses produksi, sedangkan contoh dari eksternalitas positif adalah adanya penemuan baru. Pada umumnya, pasar memaksimalkan surplus pembeli dan surplus penjual. Dengan adanya eksternalitas, keseimbangan pasar dapat berkurang dan pasar tidak efisien. Oleh karenanya peran pemerintah diperlukan untuk meningkatkan efisiensi. Contoh dari eksternalitas negatif adalah polusi dari pembuangan dan kebisingan. Contoh dari eksternalitas positif adalah restorasi bangunan bersejarah dan penelitian untuk teknologi baru.

Eksternalitas dan Efisiensi Pasar

Seperti disebutkan dalam bab sebelumnya, pasar dikatakan efisien jika konsumen dan produsen dapat memaksimalkan keuntungan. Harga yang terbentuk merupakan keseimbangan penawaran dan permintaan di pasar dan kuantitas yang diproduksi memaksimalkan surplus produsen dan konsumen. Jika tidak ada eksternalitas, maka pasar adalah efisien, keseimbangan pasar mencerminkan tingkat kesejahteraan yang diterima oleh penjual dan pembeli. Akan tetapi jika ada eksternalitas, pada umumnya usaha memiliki eksternalitas, pasar tidak memaksimalkan total keuntungan secara keseluruhan karena ada pihak lain, pihak yang tidak terlibat dalam transaksi jual beli, yang menerima akibatnya.

Terdapat empat tipe eksternalitas yaitu :

- Eksternalitas negatif pada produksi. Jika produksi suatu barang menimbulkan polusi, biaya bertambah untuk masyarakat melebihi biaya ada untuk perusahaan yang memproduksi. Kemudian, biaya sosial melebihi biaya produksi individu dan secara grafis, kurva biaya sosial di atas kurva penawaran (kurva biaya individu) seperti Gambar 16.1. Kurva penawaran S adalah kurva penawaran tanpa adanya eksternalitas, sedangkan kurva penawaran SE adalah kurva penawaran dengan adanya eksternalitas negative. Adanya eksternalitas ini menggeser kurva penawaran ke arah kiri. Sehingga jumlah barang yang ditawarkan lebih rendah dibandingkan dengan penawaran sebelumnya. Surplus total merupakan nilai konsumen dikurangi biaya produksi sosial sebenarnya. Sehingga, kuantitas optimal yang memaksimalkan total surplus lebih rendah dibandingkan kuantitas yang diciptakan oleh pasar.



Gambar 16.1 Pergeseran kurva penawaran akibat adanya eksternalitas negative

- Eksternalitas positif dalam produksi. Jika produksi sebuah barang menurunkan biaya bagi produksi lainnya (seperti penyebaran teknologi dari penelitian robot), biaya sosial lebih kecil dibandingkan dengan biaya perusahaan). Secara grafik, kurva biaya sosial di bawah kurva penawaran (kurva biaya privat) dan kuantitas optimal lebih besar dibandingkan dengan kuantitas keseimbangan.

- Eksternalitas negatif pada konsumsi. Jika konsumsi suatu barang seperti alkohol menyebabkan pengendara mabuk dan nilai sosial alkohol lebih kecil dibandingkan nilai alkohol bagi konsumen. Secara grafis, kurva nilai sosial di atas kurva permintaan (kurva nilai privat) dan kuantitas optimal lebih kecil dibandingkan kuantitas keseimbangan.
- Eksternalitas positif pada konsumsi. Jika konsumsi barang seperti pendidikan menciptakan keuntungan bagi masyarakat lebih dari pembeli pendidikan, nilai pendidikan sosial melebihi nilai privat. Secara grafis, kurva nilai sosial di atas kurva permintaan (kurva nilai privat) dan kuantitas optimal lebih tinggi dibandingkan dengan kuantitas ekuilibrium.

Penginternalan eksternalitas adalah perubahan insentif sehingga masyarakat memperhatikan efek eksternal tindakan mereka. Untuk menginternalisasi eksternalitas, pemerintah dapat menciptakan pajak dan subsidi untuk menggeser kurva penawaran dan permintaan sampai pada titik yang sama untuk kurva biaya sosial dan kurva nilai sosial. Hal ini akan menyebabkan kuantitas keseimbangan dan kuantitas optimal sama dan pasar menjadi efisien. Eksternalitas negatif pada produksi atau konsumsi dapat diinternalisasikan dengan pajak sedangkan eksternalitas positif pada produksi dan konsumsi dapat diinternalisasikan dengan subsidi.

Efek penyebaran (eksternalitas positif pada produksi) dari produksi teknologi tinggi (robot, dll) dipertimbangkan untuk lebih meresap bahwa masyarakat percaya bahwa pemerintah harus memiliki kebijakan teknologi atau intervensi pemerintah untuk mempromosikan teknologi dan mengembangkan industri. Sekarang, pemerintah menyediakan hak cipta untuk ide-ide baru dalam bentuk proteksi paten.

Solusi Privat (Solusi antar Pihak) untuk Eksternalitas

Kegiatan pemerintah tidak selalu dibutuhkan untuk mengatasi masalah eksternalitas. Terkadang pihak yang menimbulkan eksternalitas dan pihak yang terdampak (by stander) dapat mencapai titik temu dengan sendirinya. Beberapa solusi privat untuk masalah eksternalitas adalah:

- Aturan moral dan sanksi sosial. Masyarakat kadang memiliki pesan moral seperti “mengerjakan yang benar” dan “jangan mengotori”.
- Pasar swasta yang mengekang kepentingan pribadi dan menyebabkan merger (bergabung menjadi satu) yang efisiensi. Perusahaan penjaga lebah bergabung dengan perusahaan buah-buahan apel dan menghasilkan perusahaan yang memproduksi apel yang lebih banyak dan madu yang lebih banyak.
- Pasar privat yang mengekang kepentingan pribadi dan menciptakan kontrak diantara pihak yang terdampak. Perusahaan apel dan penjaga lebah

dapat menyetujui untuk memproduksi kuantitas kombinasi optimal apel dan lebah.

Teori “Coase” adalah proporsi bahwa jika pihak swasta dapat bernegosiasi tanpa biaya melebihi alokasi sumberdaya, mereka dapat menyelesaikan masalah eksternalitas bagi mereka sendiri. Dengan kata lain tanpa memperhatikan distribusi awal dari hak, pihak yang berkepentingan dapat selalu mencapai persetujuan di mana setiap orang mengalami keuntungan dan hasilnya adalah efisien. Contohnya, jika nilai udara bersih (tanpa asap rokok) melebihi nilai kepuasan merokok, pihak yang menginginkan udara bersih akan membeli hak udara bersih dari perokok, sebaliknya jika nilai udara bersih lebih rendah dibandingkan dengan kepuasan merokok maka hak merokok akan melebihi udara bersih. Jika nilai keduanya sama, maka perokok tidak akan merokok di tempat orang yang membutuhkan udara bersih, dan sebaliknya. Kondisi ini adalah kondisi yang efisien.

Pihak swasta sering gagal dalam mencapai persetujuan yang efisien, hal ini karena mahalnya biaya untuk mencapai kesepakatan tersebut. Biaya untuk mencapai efisiensi (kesepakatan) disebut dengan biaya transaksi (*transaction cost*). Biaya transaksi adalah biaya yang pihak-pihak yang terlibat di dalam proses persetujuan dan ikut dalam proses kesepakatan. Jika biaya transaksi melebihi keuntungan potensial dari persetujuan, tidak ada solusi privat yang akan terjadi. Beberapa sumber dari biaya transaksi adalah:

- Bayaran pengacara untuk menulis persetujuan
- Biaya untuk mencapai persetujuan
- Perincian dalam kesepakatan saat terdapat jarak harga untuk menciptakan efisiensi
- Banyaknya pihak yang terlibat dalam proses tersebut.

Kebijakan Pemerintah terkait Eksternalitas

Saat kesepakatan privat tidak tercapai (tidak berjalan), pemerintah dapat berpartisipasi (berbentuk kebijakan) untuk mengarahkan kondisi menuju efisiensi. Kebijakan memerintah atau mengontrol dan kebijakan berdasarkan pasar.

- Kebijakan memerintah dan mengontrol (regulasi) adalah kebijakan yang menyuruh (menghimbau) atau melarang (atau membatasi) perilaku-perilaku tertentu. Kebijakan ini berupa ijin. Hal yang perlu diperhatikan adalah pengambil kebijakan harus mengetahui secara detail industri dan teknologi alternatif untuk menciptakan peraturan yang efisien. Kebijakan pelarangan dapat bekerja optimal jika biaya polusi tertentu adalah besar. Contoh regulasi adalah pemerintah menekankan perusahaan untuk menggunakan teknologi tertentu yang mengurangi pencemaran,

pemerintah mewajibkan kendaraan agar emisi gas tidak melebihi yang dipersyaratkan.

- Kebijakan berdasarkan pasar menggabungkan insentif pribadi dengan efisiensi sosial. Pajak dan subsidi dapat digunakan oleh pemerintah untuk menginternalkan eksternalitas. Adanya pajak ini akan menyebabkan harga barang lebih tinggi dari sebelumnya. Contoh pajak ini adalah pajak bahan bakar yang berbahaya bagi lingkungan.

Efektifitas kebijakan dapat dilihat dari biaya dan manfaatnya. Pajak bisa jadi lebih efisien dibandingkan dengan regulasi. Pajak yang berlaku untuk memperbaiki efek eksternalitas negatif dikenal dengan *pajak pigovian*. Pajak pigovian dapat menurunkan eksternalitas negatif pada biaya yang lebih rendah dibandingkan dengan regulasi. Jika pembebanan eksternalitas dibebankan pada harga barang, maka perusahaan akan berusaha untuk menekan biaya tersebut.

Perusahaan yang mampu menguraikan limbah dengan biaya lebih rendah akan dapat mengurangi polusi lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang menguraikan limbah dengan biaya lebih besar. Jumlah yang sama pada penurunan total polusi dapat dicapai dengan pajak sebagaimana dengan regulasi, tapi dengan biaya yang lebih rendah. Selanjutnya, dengan pajak perusahaan memiliki insentif untuk mengembangkan teknologi pembersih dan menurunkan polusi lebih jauh dibandingkan dengan regulasi yang dipersyaratkan. Tidak seperti pajak yang lain, pajak Pigovian meningkatkan efisiensi. Contohnya, pajak pada bensin merupakan pajak Pigovian karena dari pada menyebabkan *deadweight loss*, pajak pigovian menyebabkan sedikit kemacetan, jalan yang lebih aman. Tarif rokok merupakan upaya yang meningkatkan efisiensi karena meningkatkan lingkungan yang lebih bersih.

Beberapa pihak berkeberatan pada analisis ekonomi untuk populasi. Mereka merasa bahwa karena semua kegiatan ekonomi menciptakan polusi dengan berbagai tingkatan dan semua kegiatan melibatkan efek yang berkebalikan, ahli ekonomi memiliki sedikit simpati pada pendapat ini. Negara produktif yang kaya meminta lingkungan yang lebih bersih dan kebijakan berdasarkan pasar menurunkan polusi pada tingkat biaya yang lebih rendah dibandingkan alternatifnya, lebih peningkatan permintaan lingkungan yang bersih.

Kesimpulan

Pasar memaksimalkan surplus total untuk pembeli dan penjual dan pada umumnya efisien. Bagaimanapun, jika pasar menimbulkan eksternalitas, keseimbangan pasar tidak dapat memaksimalkan total keuntungan untuk

masyarakat secara keseluruhan dan kemudian pasar tidak efisien. Teori Coase mengatakan masyarakat dapat saling tawar-menawar antar mereka untuk mencapai solusi yang efisien. Jika biaya transaksi tinggi, bagaimanapun, kebijakan pemerintah dibutuhkan untuk mencapai efisiensi. Pajak *Pigovian* dan perijinan polusi dipilih untuk kebijakan memerintah dan mengontrol karena kebijakan tersebut menurunkan polusi dengan biaya yang lebih rendah. Sehingga meningkatkan kuantitas yang diminta untuk lingkungan yang bersih.

Petunjuk-petunjuk yang Memudahkan

1. Kenapa kita menggunakan istilah eksternalitas untuk mengacu pada dampak yang tidak terkompensasi dari tindakan seseorang pada kesejahteraan orang yang tidak terlibat di pasar? Cara yang mudah yang mudah untuk mengingat kata eksternalitas adalah mengacu pada “efek eksternal” pada transaksi pasar atau untuk biaya dan keuntungan yang ada pada orang di berada di luar pasar.
2. Ketika berpikir tentang pajak dan subsidi sebagai cara untuk memperbaiki eksternalitas, anda tidak perlu memperhatikan apakah eksternalitas konsumen atau eksternalitas produsen. Tanpa memperhatikan sumber, eksternalitas negatif dapat diperbaiki dengan pajak dan eksternalitas positif dapat diperbaiki dengan subsidi.

Istilah dan Definisi

- Eksternalitas
- Eksternalitas positif
- Eksternalitas negatif
- Biaya sosial
- Penginternalan eksternalitas
- Teori Coase
- Biaya transaksi
- Pajak *Pigovian*
- *Overproduce*
- *Underproduce*

Pertanyaan-Pertanyaan Jawaban Pendek

Gunakan informasi dibawah ini untuk menjawab pertanyaan 1 hingga 5. Misalkan saat pemilik kebun buah apel (apel hanya pemilik pribadi) membeli dan menggunakan pestisida, uap yang berbahaya melayang melintasi tetangga dekatnya.

1. Apakah ini merupakan contoh eksternalitas positif atau negatif dalam produksi atau konsumsi pestisida? Jelaskan!
2. Jika eksternalitas tidak diinternalisasikan (tidak dimasukkan dalam perhitungan), apakah pasar over produksi atau underproduksi pestisida? Apa arti over produksi atau under produksi sebuah produk?
3. Untuk memasukkan eksternalitas ini, haruskah pemerintah memberlakukan pajak atau subsidi pestisida? Kenapa?
4. Misalkan pemilik kebun menilai penggunaan pestisida sebesar Rp1 juta dan tetangganya menilai udara yang bersih sebesar Rp 1,5 juta. Apa yang disarankan teori Coase untuk kondisi ini?
5. Seberapa luas biaya transaksi dibutuhkan untuk memastikan tidak ada solusi privat pada masalah tersebut dapat ditemukan?
6. Apa sumber biaya transaksi ketika pihak terdampak mencoba menghilangkan sebuah eksternalitas?
7. Apa beberapa tipe solusi private untuk eksternalitas?
8. Apa dua tipe kebijakan publik terkait dengan eksternalitas? Jelaskan keduanya! Serta mana pemerintah lebih memilih? Kenapa?
9. Apakah pajak Pigovian menurunkan atau menaikkan efisiensi? Mengapa?
10. Mengapa izin polusi yang diperdagangkan lebih unggul dibandingkan dengan pajak Pigovian dalam penurunan polusi?

Pertanyaan-Pertanyaan Benar/Salah

1. Eksternalitas positif adalah keuntungan eksternal yang bertambah pada pembeli di pasar sedangkan eksternalitas negatif adalah biaya eksternal yang bertambah pada penjual di pasar.
2. Jika pasar menimbulkan eksternalitas negatif pada produksi, kurva biaya sosial di atas kurva penawaran (kurva biaya privat).
3. Jika pasar menimbulkan eksternalitas positif pada konsumsi, kurva nilai sosial di atas kurva permintaan (kurva nilai privat).
4. Jika pasar menimbulkan eksternalitas negatif yang belum diinternalkan membuat kuantitas keseimbangan (kuantitas ekuilibrium) lebih kecil dari kuantitas optimal.
5. Jika pasar menimbulkan eksternalitas negatif, pajak pigovian akan menggeser pasar menuju hasil yang lebih efisien.
6. Menurut Teori Coase, eksternalitas selalu membutuhkan intervensi pemerintah untuk menginternalkan (memasukkan) eksternalitas.
7. Untuk menurunkan polusi melalui jumlah yang ditargetkan, merupakan hal yang paling efisien jika perusahaan dapat berpolusi menurunkan polusinya melalui jumlah yang sama.

8. Ketika papan baliho mengatakan” hanya anda yang dapat mencegah hutan terbakar” masyarakat berusaha menggunakan pesan moral dan sanksi sosial untuk memasukkan eksternalitas terkait dengan penggunaan api saat camping.
9. Suatu pajak selalu menyebabkan pasar tidak efisien.
10. Jika Bahar merokok di sebuah restoran dengan nilai kepuasan senilai Rp. 10.000 dan Sule menilai udara yang bersih saat dia makan dengan biaya Rp 15.000, berdasarkan Teori Coase, Bahar tidak akan merokok di restoran hanya jika Sule meminjamkan hak atas udara yang bersih.
11. Jika biaya transaksi melebihi keuntungan potensial dari persetujuan antara pihak yang terdampak pada sebuah eksternalitas, tidak akan ada solusi privat pada eksternalitas tersebut.
12. Pajak Pigovian mengatur harga polusi sedangkan izin polusi yang dapat diperdagangkan mengatur kuantitas polusi.
13. Satu keuntungan penggunaan izin polusi yang diperdagangkan untuk menurunkan polusi adalah pengatur kebijakan perlu mengetahui sesuatu terkait permintaan hak-hak polusi.
14. Pada umumnya ahli ekonomi tidak suka pada ide pemberian harga pada pencemaran lingkungan.
15. Pada kurva permintaan untuk polusi, pengatur kebijakan dapat mencapai tingkat polusi yang sama baik dengan pajak Pigovian atau pengalokasian izin polusi yang diperdagangkan.

Bab 17 Barang-Barang Publik dan Sumberdaya Bersama

Mengapa Anda Perlu Tahu

Indonesia merupakan salah satu paru-paru utama dunia. Hal ini tercermin dari luasan wilayah hutan yang dimiliki. Namun, sekarang ini apakah kondisi hutan tersebut masih layak disebut sebagai paru-paru utama dunia. Penebangan hutan secara masif menyebabkan kondisi hutan menjadi gundul. Apa yang menyebabkan penggundulan hutan? Kenapa penduduk melakukan penggundulan hutan? Apakah penduduk berfikir bahwa hutan adalah miliknya sendiri, karenanya penduduk dapat memanfaatkan sumberdaya yang ada di dalamnya?

Beberapa permasalahan yang kita bahas dalam bab-bab sebelumnya adalah contoh barang privat. Mie instan, jeruk pontianak, daging sapi dari Boyolali, beras Klaten dan lain-lain adalah contoh barang tersebut. Dikatakan barang privat karena konsumen tidak berhak untuk mengkonsumsi tanpa harus membayar. Selain itu produsen memiliki insentif berupa keuntungan dalam memproduksi barang tersebut. Perusahaan mie instan, petani jeruk Pontianak, peternak sapi di Boyolali dan petani beras Klaten berorientasi untuk memperoleh keuntungan dengan memproduksi barang tersebut. Dengan kata lain, pihak swasta adalah pihak yang memproduksi barang tersebut. Dengan pasar kompetitif yang berlaku, mereka berlomba bersaing sesama produsen barang yang sejenis untuk memproduksi barang dengan biaya yang lebih rendah untuk mendapatkan keuntungan.

Di sisi lain, dalam kehidupan di sekitar kita terdapat beberapa barang yang produksinya tidak bisa diserahkan pada pihak swasta. Lampu lalu lintas, taman bermain merupakan contoh dari barang tersebut. Karenanya kekuatan pasar tidak mampu untuk mengaturnya. Artinya, jumlah barang yang diproduksi tidak langsung terkait dengan permintaan barang tersebut.

Bab 17 adalah bab kedua (terakhir) dalam rangkaian bab yang membahas tentang eksternalitas dan sumberdaya bukan privat. Atau dengan kata lain, bab ini membahas kenapa pasar tidak dapat berlangsung secara sempurna. Bab ini juga membahas tentang dasar pengkategorian sebuah barang, mempelajari kenapa sistem pasar tidak mampu menyediakan barang publik, mempelajari mengapa barang sumberdaya bersama dikonsumsi secara berlebihan.

Dasar Penentuan Barang

Pada dasarnya terdapat dua ciri barang yang berguna saat mendefinisikan tipe-tipe barang, kerivalan (*rivalry*) dan ekskludabilitas (*excludability*).

- Kerivalan terjadi saat seseorang mengkonsumsi barang tersebut mengurangi penggunaan orang lain. Sebagai contoh, saat anda mengkonsumsi beras, maka orang lain tidak dapat mengkonsumsi beras yang anda konsumsi. Sebaliknya, suatu barang dikatakan bukan rival jika barang tersebut bisa dikonsumsi banyak orang pada waktu yang bersamaan (lampu lalu lintas).
- Ekskludabilitas: kepemilikan barang yang dengannya orang lain dapat dicegah untuk menggunakannya. Atau dengan kata lain, orang lain tidak berhak menggunakan barang tersebut tanpa adanya transaksi. Contoh dari barang ini adalah mie instan yang dijual di toko. Sebaliknya, barang yang tidak ekskludable adalah barang yang penjual tidak mampu untuk melarang pengguna yang tidak membayar. Contoh adalah signal radio, penyedia layanan tidak mampu melarang orang yang tidak berlangganan untuk mendengarkan signal tersebut.

Dua karakteristik barang di atas sangat membantu untuk pengkategorian barang yang ada di sekitar kita. Dengan barang yang ada di sekitar kita dapat dibagi sebagai berikut:

Tabel 17.1 Pengkategorian barang berdasarkan sifatnya

	Rival	Tidak rival
Ekludabilitas	Barang pribadi (private) Mi instan	Seperti barang umum Jalan tol
Tidak ekludabilitas	Sumberdaya bersama ikan di laut	Barang publik lampu lalu lintas

1. Barang pribadi: barang yang bersifat ekskludable dan rival. Barang-barang yang dijual bebas di supermarket atau di pasar tradisional merupakan contoh dari barang tersebut. Untuk memproduksi dan mengkonsumsi barang tersebut pasar penawaran dan permintaan bisa diaplikasikan.
2. Sumber daya bersama: barang yang tidak ekskludabel tetapi merupakan barang rival. Ikan di laut merupakan contoh dari sumberdaya bersama. Seseorang tidak dapat melarang orang lain untuk mencari ikan di laut, akan tetapi konsumsi seseorang tersebut pada ikan di laut mengurangi konsumsi orang lain untuk mendapatkannya.

3. Barang publik: barang yang bersifat tidak ekscludable dan juga bukan barang rival. Seseorang tidak bisa melarang orang lain untuk menggunakan lampu lalu lintas di jalan raya dan juga seseorang tidak kehilangan konsumsinya jika orang lain mengkonsumsi lampu lalu lintas jalan tersebut.
4. Barang semi-publik: barang yang diproduksi oleh sebuah monopoli natural: barang yang bersifat ekscludable tetapi bukan rival seperti jalan tol. Penjelasan detail dibahas pada bab monopoli.

Barang-barang Publik

Pasar persaingan sempurna (pasar privat) mengalami kesulitan untuk memproduksi barang publik karena tidak adanya insentif keuntungan dalam mengelola barang tersebut dan juga tidak adanya kemampuan untuk mencegah pihak yang tidak mau membayar untuk menggunakan barang tersebut. Dalam istilah ekonomi, orang yang menggunakan fasilitas namun tidak mau membayar disebut dengan *free-rider*.

Sebagai contoh, sebuah taman di perkotaan dapat dinilai oleh setiap orang dari 100 pemilik rumah dalam lingkungan sebesar Rp 10.000.000. Jika biayanya adalah Rp 7.000.000, tidak ada seorangpun yang mau menyediakan fasilitas taman tersebut, meskipun terdapat keuntungan untuk membuatnya. Hal ini karena setelah taman dibuat, lingkungan mereka (baik masyarakat kota tersebut atau masyarakat yang hanya datang sepintas) dapat mengkonsumsi keindahan taman tersebut apakah mereka membayar atau tidak. Tidak menyediakan fasilitas tersebut berarti kebutuhan masyarakat akan keindahan kota tidak terpenuhi. Pertanyaannya adalah siapa yang punya tanggung jawab untuk menyediakan fasilitas tersebut?

Beberapa barang dapat berpindah antara menjadi barang publik dan barang privat tergantung kondisinya. Taman perkotaan yang kita bahas di atas merupakan barang publik jika pemilik tidak dapat mengenakan harga setiap orang yang datang mengunjunginya atau sepintas melewatinya. Sebuah taman kota menjadi barang privat jika pemilik dapat mengenakan harga untuk orang yang mengunjungi atau melewatinya. Keputusan untuk menentukan apakah fasilitas tersebut merupakan barang publik atau privat tergantung keputusan bersama, terutama pemerintah atas pihak-pihak yang terkait.

Kebun binatang berbayar merupakan privatisasi dari barang publik. Pemerintah menggunakan *analisis biaya-manfaat* untuk menentukan apakah barang tersebut diproduksi atau tidak. Alat analisis tersebut membandingkan biaya dan manfaat untuk masyarakat dari menyediakan barang publik. Terdapat beberapa masalah dalam analisis biaya manfaat:

- Sulitnya pengkuantifikasian keuntungan dengan menggunakan kuisioner

- Perbedaan persepsi masyarakat akan suatu barang.
- Responden memiliki insentif yang kecil untuk mengatakan kebenaran.

Saat pemerintah memutuskan apakah akan membangun barang publik seperti taman perkotaan mereka harus mempertimbangkan beberapa aspek di atas yang untuk mendapatkan respons yang tepat adalah bisa jadi sangat sulit.

Sumberdaya Bersama

Barang sumberdaya bersama memberikan hak untuk orang yang ada di dalamnya untuk menggunakan secara bersama (*not excludable*), akan tetapi ketika anggota dalam kelompok tersebut menggunakannya, akan mengurangi anggota lain untuk menggunakannya (*rival*). Dalam hal ini, anggota cenderung menggunakan sebanyak-banyak sumberdaya tersebut tanpa memperhatikan hak anggota lain. Hal ini seperti eksternalitas negatif karena pengguna sebuah barang tidak memperhatikan dampak negatif pada penggunaan lain dari konsumsi mereka. Dampaknya adalah sumberdaya bersama digunakan secara berlebihan.

“Tragedi barang sumberdaya bersama (*tragedy of the commons*)” adalah perumpamaan yang mengilustrasikan mengapa sumberdaya bersama biasa digunakan lebih banyak dari yang diinginkan dari sudut pandang masyarakat secara keseluruhan (*over consumed*). Air dalam pengairan pertanian merupakan contoh sumberdaya sumber daya bersama. Pengairan biasanya dialirkan dari daerah sumber pengairan (*up stream*) ke daerah yang terjauh dengan sumber pengairan (*down stream*). Penggunaan air yang berlebihan pada daerah *up stream* akan menyebabkan ketersediaan air di daerah *down stream* menjadi berkurang.

Tragedy of the common juga terjadi pada kasus penggundulan hutan di negara-negara berkembang. Masyarakat merasa bahwa hutan bukan milik siapa-siapa karena mereka dapat memotong kayu untuk dijadikan kayu bakar atau bahan bangunan.

Pentingnya Hak kepemilikan dan Pemberlakuan Aturan-aturan

Dalam kasus barang publik dan sumberdaya bersama, pasar gagal mengalokasikan sumberdaya secara efisien karena hak kepemilikan tidak secara jelas ada. Dengan pasar privat, tidak seorangpun memiliki udara bersih sehingga tidak seorangpun dapat menarik ongkos saat mereka mengotori udara. Hasilnya masyarakat mengotori udara terlalu banyak atau menggunakan udara bersih terlalu banyak (contoh sumberdaya bersama). Lebih lanjut, tidak seorangpun dapat menarik ongkos mereka yang dilindungi oleh keamanan nasional untuk keuntungan yang mereka terima karenanya masyarakat memproduksi kemananan nasional yang sangat sedikit (contoh

barang publik). Pemerintah dapat secara potensial menyelesaikan masalah ini melalui penjualan ijin polusi, pengaturan perilaku privat atau menyediakan barang publik.

Petunjuk-petunjuk yang Memudahkan

1. Secara umum, barang umum berada dibawah produksi dan sumberdaya bersama terlalu banyak dikonsumsi. Hal ini karena keduanya adalah gratis. Karena barang publik gratis, tidak menguntungkan untuk memproduksinya (lampu jalan dan pertahanan nasional). Karena sumberdaya bersama adalah gratis, masyarakat mengonsumsi lebih sumberdaya ini (udara bersih dan ikan di laut).
2. Barang publik didefinisikan melalui karakteristiknya bukan siapa yang menyediakannya. Lampu jalan merupakan barang publik karena tidak ekskludable dan bukan rival. Hal ini benar meskipun sebagai seorang individu saya memilih membeli satu lampu jalan dan saya pasang di depan rumah saya. Setelah saya pasang di depan rumah saya, saya tidak dapat membebani ongkos untuk anda yang berdiri di dekat lampu cahaya tersebut, dan ketika anda berdiri di dekat lampu tersebut, hal tersebut tidak menurunkan keuntungan saya menggunakannya. Karena lampu jalan merupakan barang publik meskipun saya membeli barang tersebut atau pemerintah yang membelinya. Selanjutnya, jika pemerintah kota membuat warung makan dan menjual makanan khas (misalnya masakan padang), maka barang tersebut merupakan barang privat meskipun makanan tersebut disediakan oleh pemerintah karena barang tersebut ekskludable dan rival.

Istilah-Istilah Penting

- Kerivalan (*rivalry*)
- Ekskludabilitas (*excludability*)
- Barang publik (*public good*)
- Barang pribadi (*private good*)
- Barang semi-publik
- *Free-rider*
- Sumber daya bersama (*common good*)
- Tragedi barang sumberdaya bersama (*tragedy of common*)
- *over consumed*.

Pertanyaan-Pertanyaan Jawaban Pendek

1. Apa dua dasar yang digunakan untuk mengkatagorikan jenis barang.

2. Apa arti barang privat?
3. Apa arti barang publik dan mengapa sulit bagi industry privat untuk menyediakan barang publik?
4. Mengapa perorangan tidak mau menyediakan barang publik?.
5. Bagaimana ikan di laut (sumber daya bersama) terkait eksternalitas negatif?
6. Bagaimana pembuatan hak kepemilikan individu menghilangkan masalah terkait dengan sumber daya bersama?
7. Makanan merupakan hal yang lebih penting untuk masyarakat dibandingkan dengan jalan, akan tetapi pemerintah menyediakan jalan untuk masyarakat dan jarang menyediakan makanan. Kenapa?
8. Mengapa karbau hampir punah sedangkan sapi (sama-sama binatang) kelihatanya tidak akan mungkin punah?

Pertanyaan-Pertanyaan Benar/Salah

1. Barang-barang privat merupakan barang yang bersifat rival dan ekscludable
2. Sumberdaya bersama adalah barang yang tidak rival dan tidak escludable
3. Jalan tol merupakan barang sumber daya bersama
4. Barang yang diproduksi melalui *natural monopoly* adalah gratis untuk konsumen barang tersebut.
5. Pasar privat memiliki kesulitan dalam menyediakan barang publik karena masalah *free-rider*.
6. Jika pemerintah berbisnis sebagai penyedia obatan-obatan di apotik, karenanya obat merupakan barang publik karena apel disediakan oleh pemerintah.
7. Sumber daya bersama adalah tidak pernah melebihi kapasitas penggunaan karena sumber daya bersama digunakan secara bersama-sama.
8. Sumberdaya bersama terkait dengan eksternalitas negatif karena konsumennya mengabaikan dampak negatif dari konsumsi mereka pada konsumen lain pada barang sumber daya bersama.
9. Taman kota merupakan contoh barang sumberdaya bersama karena disediakan oleh pemerintah.
10. Ketika pemerintah menggunakan analisis biaya-manfaat untuk menentukan apakah menyediakan barang publik, keuntungan potensial barang publik dapat dengan mudah dihadirkan dengan survei pada konsumen potensial dari barang publik.
11. Keamanan nasional adalah contoh klasik dari sumber daya publik.

DAFTAR PUSTAKA

- Campbell, 2006, *Incentives: Motivation and the Economics of Information, Second Edition*, Cambridge University Press, New York.
- Hubbard, R. G., and O'Brien, A.P., 2015, *Economics: Fifth Edition Global Edition*, Pearson, England.
- Mankiw, N. G. 2001, *Principles of Microeconomics: Second Edition*, Harcourt Collage Publisher, USA.
- Mankiw, N. G. and Hakes, D.R., 2004, *Study Guide: Principles of Microeconomics: Third Edition*, Thomson South Western.
- Pressman, S., 2014, *Fifty Major Economics: Thrid edition*, Rotledge Companion to Global Economics, Great Britain.
- Smith, A. 2003, *The Wealth of Nation*, Bantam Dell, New York.
- Stiglitz, J. E., 1997, *Principles of Microeconomics: Second Edition*, W.W. Norton & Company, USA.
- Varian, Hal. R., 2010, *Intermediate Microeconomics: A Modern Approach, Eighth Edition*., W.W. Norton & Company. USA.

BIOGRAFI PENULIS

Penulis 1



M. Rondhi, Ph.D dilahirkan di Kudus tahun 1977 merupakan alumni Universitas Jember (universitas di mana dia meniti karir sekarang) tahun 2001 bidang Sosial Ekonomi Pertanian. Keinginannya untuk menekuni bidang ekonomi (khususnya ekonomi pertanian) menghantarkannya melanjutkan pendidikan S2 Ekonomi Pertanian Universitas Gadjah Mada dan lulus tahun 2005. Dengan semangat meningkatkan kemampuan akademik, dia berkesempatan melanjutkan studi S3 di Universitas Hokkaido, Jepang dan gelar doktoral bidang ekonomi pertanian didapatkannya pada tahun 2015. Selain mengajar, penulis juga telah banyak mengikuti seminar-seminar baik berskala nasional maupun internasional di berbagai negara seperti China, Vietnam dan Jepang. Pengalaman-pengalaman akademis tersebut mempermudah penulis untuk menuangkan pikiran dalam sebuah buku. Buku Ekonomi Mikro ini adalah buku pertama penulis.

Penulis 2



Dr. Ir. Joni Murti Mulyo Aji, M. Rur. M adalah staf pengajar di Jurusan Sosial Ekonomi Fakultas Pertanian, Fakultas Pertanian Universitas Jember. Pria kelahiran Magetan, pada bulan Juni 1970 memulai karirnya sebagai Dosen sejak 1994. Ia merupakan alumnus Jurusan Sosial Ekonomi Fakultas Pertanian, Universitas Jember, tempat dimana ia bekerja sekarang (1992). Pada 2001 ia menyelesaikan studi S2 dalam bidang Manajemen Pedesaan/Agribisnis di Muresk Institute of Agriculture, Curtin University of Technology, Australia. Pada 2006 ia melanjutkan studi S3 dalam bidang yang sama ke the University of Queensland, Australia dan berhasil menyelesaikan studinya pada 2011. Ia pernah menjabat sebagai Ketua Laboratorium Ekonomi Pertanian pada 2002 sampai dengan 2004 dan pada 2012 sampai dengan 2014. Sejak 2014, ia menduduki jabatan sebagai Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian Universitas Jember. Di luar tugasnya sebagai pengajar, ia juga aktif menulis artikel di media massa nasional.