



BUKU AJAR **PENGANTAR** **ILMU EKONOMI**

Tim Penulis :

Dr. Ir. Apriyanto, M.Si., M.M
Tono Wartono, S.E., M.M
Cikit Apriyanti, S.E., M.Si
Ihsan Nasihin, S.Ak.,M.Ak
Dr. Eka Dewi Anggraini, SP., M.Si
Lucas Soares, S.E., M.Si
Nur Hidayati, S.E., M.M
Sri Yani Kusumastuti
Drs. Parju, S.E., M.Si
Dr. Dini Hariyanti, ME
Hendrik Kuasa Sihura, S.E., M.M
Dr. Lavlimatria Esya, MSi
Ir. Liestyowati, ME

SONPEDIA.COM

PT. Sonpedia Publishing Indonesia

BUKU AJAR PENGANTAR ILMU EKONOMI

Tim Penulis :

Dr. Ir. Apriyanto, M.Si., M.M
Tono Wartono, S.E., M.M
Cikit Apriyanti, S.E., M.Si
Ihsan Nasihin, S.Ak.,M.Ak
Dr. Eka Dewi Anggraini, SP., M.Si
Lucas Soares, S.E., M.Si
Nur Hidayati, S.E., M.M
Sri Yani Kusumastuti
Drs. Parju, S.E., M.Si
Dr. Dini Hariyanti, ME
Hendrik Kuasa Sihura, S.E., M.M
Dr. Lavlimatria Esys, MSi
Ir. Liestyowati, ME

Penerbit

SONPEDIA.COM

PT. Sonpedia Publishing Indonesia

BUKU AJAR PENGANTAR ILMU EKONOMI

Tim Penulis :

Dr. Ir. Apriyanto, M.Si., M.M
Tono Wartono, S.E., M.M
Cikit Apriyanti, S.E., M.Si
Ihsan Nasihin, S.Ak.,M.Ak
Dr. Eka Dewi Anggraini, SP., M.Si
Lucas Soares, S.E., M.Si
Nur Hidayati, S.E., M.M
Sri Yani Kusumastuti
Drs. Parju, S.E., M.Si
Dr. Dini Hariyanti, ME
Hendrik Kuasa Sihura, S.E., M.M
Dr. Lavlimatria Esya, Msi
Ir. Liestyowati, ME

ISBN : 978-623-514-270-8

Editor :

Efitra

Penyunting :

Windi Gustiani

Desain sampul dan Tata Letak :

Yayan Agusdi

Penerbit :

PT. Sonpedia Publishing Indonesia

Redaksi :

Jl. Kenali Jaya No 166 Kota Jambi 36129 Telp. +6282177858344

Email : sonpediapublishing@gmail.com

Website : www.buku.sonpedia.com

Anggota IKAPI : 006/JBI/2023

Cetakan Pertama, November 2024

Hak cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara Apapun tanpa ijin dari penerbit

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga buku berjudul **“BUKU AJAR PENGANTAR ILMU EKONOMI”** dapat terselesaikan dengan baik. Tidak lupa kami ucapkan terima kasih bagi semua pihak yang telah membantu dalam penulisan dan penerbitan buku ini.

Ilmu ekonomi adalah cabang ilmu yang sangat penting, mengingat setiap aspek kehidupan kita sangat berkaitan erat dengan aktivitas ekonomi. Mulai dari kebutuhan dasar hingga permasalahan ekonomi yang lebih kompleks, pemahaman akan prinsip-prinsip dasar ekonomi dapat membantu kita dalam mengambil keputusan yang tepat dalam berbagai situasi.

Buku Ajar Pengantar Ilmu Ekonomi ini disusun sebagai buku panduan komprehensif yang menjelajahi kompleksitas dan mendalamnya tentang ilmu ekonomi. Buku ini dapat digunakan oleh pendidik dalam melaksanakan kegiatan pembelajaran di bidang ilmu ekonomi dan diberbagai bidang Ilmu terkait lainnya. Selain itu, buku ini juga dapat digunakan sebagai panduan dan referensi mengajar mata kuliah pengantar ilmu ekonomi dan menyesuaikan dengan rencana pembelajaran semester tingkat perguruan tinggi masing-masing.

Secara garis besar, buku ajar ini pembahasannya mulai dari konsep-konsep dasar ilmu ekonomi, fungsi pasar dan pemerintahan dalam ekonomi modern, konsep dasar permintaan, penawaran dan pasar barang, elastisitas, penerapan supply demand dan kebijakan pemerintan, teori perilaku konsumen, teori produksi, struktur pasar, ekonomi makro, ekonomi rill, uang dan harga. Selain itu, materi mengenai ekonomi terbuka dan fluktuasi ekonomi juga dibahas secara mendalam. Buku ajar ini disusun secara sistematis, ditulis

dengan bahasa yang jelas dan mudah dipahami, dan dapat digunakan dalam kegiatan pembelajaran.

Buku ini mungkin masih terdapat kekurangan dan kelemahan. Oleh karena itu, saran dan kritik para pemerhati sungguh penulis harapkan. Semoga buku ini memberikan manfaat dan menambah khasanah ilmu pengetahuan.

Tengerang, November 2024

Tim Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iv
KEGIATAN BELAJAR 1 KONSEP-KONSEP DASAR ILMU EKONOMI	1
DESKRIPSI,KOMPETENSI DAN PETA KONSEP PEMBELAJARAN	
A. PENGERTIAN ILMU EKONOMI	2
B. FUNGSI ILMU EKONOMI.....	5
C. TINGKATAN ILMU EKONOMI	7
D. STRUKTUR ILMU EKONOMI	9
E. JENIS ILMU EKONOMI.....	11
F. RANGKUMAN	13
G. TES FORMATIF	14
H. LATIHAN.....	16
KEGIATAN BELAJAR 2 FUNGSI PASAR DAN PEMERINTAHAN	
DALAM EKONOMI MODERN	18
DESKRIPSI,KOMPETENSI DAN PETA KONSEP PEMBELAJARAN	
A. PENGERTIAN FUNGSI PASAR DAN PEMERINTAHAN DALAM EKONOMI MODERN.....	19
B. DEFINISI EKONOMI MODERN	20
C. JENIS-JENIS PASAR.....	23
D. PERAN PASAR BAGI PEREKONOMI INDONESIA.....	25
E. SINERGI ANTAR PASAR DAN PEMERINTAH	27
F. RANGKUMAN	29
G. TES FORMATIF	30
H. LATIHAN.....	31
KEGIATAN BELAJAR 3 KONSEP DASAR PERMINTAAN,	
PENAWARAN DAN PASAR BARANG	32
DESKRIPSI,KOMPETENSI DAN PETA KONSEP PEMBELAJARAN	

A. PENAWARAN	34
B. PASAR BARANG	38
C. RINGKASAN.....	41
D. TES FORMATIF	42
E. LATIHAN:.....	44
KEGIATAN BELAJAR 4 ELASTISITAS EKONOMI MIKRO	45
DESKRIPSI,KOMPETENSI DAN PETA KONSEP PEMBELAJARAN	
A. PENGERTIAN ELASTISITAS	46
B. JENIS – JENIS ELASTISITAS	46
C. FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI ELASTISITAS	47
D. METODE PENGUKURAN ELASTISITAS	49
E. APLIKASI ELASTISITAS DALAM EKONOMI	51
F. ELASTISITAS PERMINTAAN	52
G. ELASTISITAS PENAWARAN.....	58
H. RANGKUMAN	62
I. TES FORMATIF	62
J. LATIHAN.....	63
KEGIATAN BELAJAR 5 PENERAPAN PENAWARAN DAN	
PERMINTAAN SERTA KEBIJAKAN PEMERINTAH	65
DESKRIPSI,KOMPETENSI DAN PETA KONSEP PEMBELAJARAN	
A. KEBIJAKAN PENGENDALIAN HARGA.....	66
B. BAGAIMANA PAJAK PEMBELI MEMPENGARUHI HASIL PASAR .	72
C. BAGAIMANA PAJAK PENJUAL MEMPENGARUHI HASIL PASAR .	73
D. ELASTISITAS DAN PAJAK PENGHASILAN	75
E. RANGKUMAN	77
F. TES FORMATIF	78
G. LATIHAN.....	79

KEGIATAN BELAJAR 6 TEORI PERILAKU KONSUMEN 80

DESKRIPSI, KOMPETENSI DAN PETA KONSEP PEMBELAJARAN

- A. RUANG LINGKUP TEORI PERILAKU KONSUMEN 81
- B. PREFERENSI KONSUMEN 82
- C. PENDEKATAN MARGINAL UTILITI 84
- D. MEMAKSIMUMKAN UTILITI/KEPUASAN/NILAI GUNA 86
- E. PENDEKATAN KURVA KEPUASAN SAMA (*INDIFFERENCE CURVE*) 88
- F. RANGKUMAN 94
- G. TES FORMATIF 95
- H. LATIHAN 96

KEGIATAN BELAJAR 7 TEORI PRODUKSI 97

DESKRIPSI, KOMPETENSI DAN PETA KONSEP PEMBELAJARAN

- A. FUNGSI PRODUKSI 98
- B. TEORI PRODUKSI DENGAN SATU FAKTOR PRODUKSI YANG BERUBAH 99
- C. TEORI PRODUKSI DENGAN DUA FAKTOR PRODUKSI YANG BERUBAH 102
- D. RANGKUMAN 106
- E. TES FORMATIF 106
- F. LATIHAN 107

KEGIATAN BELAJAR 8 STRUKTUR PASAR 108

DESKRIPSI, KOMPETENSI DAN PETA KONSEP PEMBELAJARAN

- A. PASAR PERSAINGAN SEMPURNA 110
- B. PASAR MONOPOLI 113
- C. PASAR OLIGOPOLI 117
- D. PASAR PERSAINGAN MONOPOLISTIK 120
- E. RANGKUMAN 125

F. TES FORMATIF	126
G. LATIHAN.....	127
KEGIATAN BELAJAR 9 EKONOMI MAKRO	128
DESKRIPSI,KOMPETENSI DAN PETA KONSEP PEMBELAJARAN	
A. PENGERTIAN EKONOMI MAKRO	129
B. PERBEDAAN EKONOMI MIKRO DAN EKONOMI MAKRO	129
C. PERMASALAHAN EKONOMI MAKRO.....	130
D. KERANGKA ANALISA MAKRO.....	133
E. PELAKU DAN PASAR EKONOMI MAKRO	134
F. PENGUKURAN PRESTASI KEGIATAN PEREKONOMIAN	135
G. RANGKUMAN	136
H. TES FORMATIF	137
I. LATIHAN.....	138
KEGIATAN BELAJAR 10 EKONOMI RIIL.....	139
DESKRIPSI,KOMPETENSI DAN PETA KONSEP PEMBELAJARAN	
A. PENGERTIAN EKONOMI RIIL	140
B. PENGELUARAN AGREGAT DAN OUTPUT KESEIMBANGAN	142
C. INVESTASI DAN TABUNGAN	147
D. PASAR BARANG (Kurva IS - Investasi = Saving).....	148
E. PERGESARAN KURVA IS	152
F. KEBIJAKAN FISKAL.....	152
G. RANGKUMAN	154
H. TES FORMATIF	155
I. LATIHAN.....	156
KEGIATAN BELAJAR 11 UANG DAN HARGA	158
DESKRIPSI,KOMPETENSI DAN PETA KONSEP PEMBELAJARAN	
A. UANG	159
B. HARGA	163

C.	RANGKUMAN	166
D.	TES FORMATIF	168
E.	LATIHAN.....	169
KEGIATAN BELAJAR 12 EKONOMI TERBUKA		170
DESKRIPSI,KOMPETENSI DAN PETA KONSEP PEMBELAJARAN		
A.	DEFINISI EKONOMI TERBUKA	171
B.	CIRCULAR FLOW EKONOMI TERBUKA	172
C.	KESEIMBANGAN EKONOMI TERBUKA	175
D.	NILAI TUKAR DAN SISTEM NILAI TUKAR.....	182
E.	RANGKUMAN	183
F.	TES FORMATIF	184
G.	LATIHAN.....	186
KEGIATAN BELAJAR 13 FLUKTUASI EKONOMI.....		187
DESKRIPSI,KOMPETENSI DAN PETA KONSEP PEMBELAJARAN		
A.	PENGERTIAN FLUKTUASI & FLUKTUASI EKONOMI.....	188
B.	PERIODE FLUKTUASI EKONOMI	189
C.	CIRI-CIRI FLUKTUASI EKONOMI	191
D.	PENGARUH FLUKTUASI EKONOMI PADA EKONOMI PERILAKU	191
E.	FAKTOR PENYEBAB PERILAKU IRRASIONAL.....	194
F.	HUBUNGAN FLUKTUASI EKONOMI DAN PERILAKU IRRASIONAL	194
G.	RANGKUMAN	205
H.	TES FORMATIF	207
I.	PERTANYAAN UNTUK DISKUSI.....	209
DAFTAR PUSTAKA		210
TENTANG PENULIS		220

KEGIATAN BELAJAR 1

KONSEP-KONSEP DASAR ILMU EKONOMI

DESKRIPSI PEMBELAJARAN

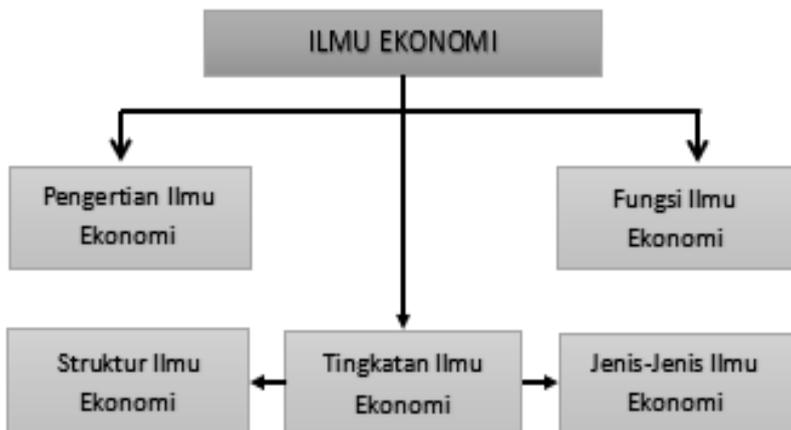
Pada bab ini mahasiswa mempelajari pengenalan dan konsep dasar teoritis ilmu ekonomi. Diharapkan mahasiswa memiliki wawasan dan pemahaman untuk modal dasar mempelajari ilmu ekonomi lebih lanjut.

KOMPETENSI PEMBELAJARAN

Setelah mengikuti perkuliahan ini diharapkan mahasiswa dan mahasiswi memiliki pengetahuan dan kemampuan :

1. Mampu menguraikan definisi ilmu ekonomi dan penerapannya dalam kehidupan sehari-hari.
2. Mampu menjelaskan fungsi dan manfaat ilmu ekonomi.
3. Mampu menjelaskan tingkatan, struktur, jenis-jenis ilmu ekonomi.

PETA KONSEP PEMBELAJARAN



A. PENGERTIAN ILMU EKONOMI

Ilmu ekonomi adalah studi tentang cara individu, kelompok, dan masyarakat mengelola sumber daya yang terbatas untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Dalam konteks ini, "sumber daya" mencakup barang dan jasa, tenaga kerja, modal, dan waktu. Ilmu ekonomi berusaha memahami bagaimana keputusan dibuat dan konsekuensi dari keputusan tersebut, serta bagaimana aktivitas ekonomi memengaruhi kesejahteraan masyarakat.

Ada dua cabang utama dalam ilmu ekonomi: mikroekonomi dan makroekonomi. Mikroekonomi fokus pada perilaku individu dan perusahaan serta bagaimana mereka berinteraksi di pasar. Hal ini mencakup analisis tentang penawaran dan permintaan, elastisitas harga, dan struktur pasar. Sementara itu, makroekonomi melihat keseluruhan ekonomi suatu negara atau wilayah, termasuk pertumbuhan ekonomi, inflasi, pengangguran, dan kebijakan pemerintah.

Ilmu ekonomi juga berperan dalam memahami distribusi pendapatan dan kekayaan. Ini melibatkan analisis tentang ketimpangan ekonomi, faktor-faktor yang memengaruhi kesejahteraan individu, dan peran pemerintah dalam menciptakan kebijakan untuk mengurangi ketidakadilan. Selain itu, ekonomi juga mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dari aktivitas ekonomi, menciptakan kebutuhan untuk pendekatan yang berkelanjutan.

Dengan pemahaman yang mendalam tentang prinsip-prinsip ekonomi, individu dan pengambil keputusan dapat membuat pilihan yang lebih baik. Ilmu ekonomi bukan hanya relevan untuk para ekonom, tetapi juga bagi pengusaha, pembuat kebijakan, dan masyarakat luas. Pengetahuan ekonomi membantu kita memahami dinamika pasar, mengelola keuangan pribadi, dan berkontribusi pada diskusi tentang kebijakan publik dan isu-isu global.

Ilmu ekonomi muncul sebagai respons terhadap kebutuhan manusia untuk memahami dan mengelola sumber daya yang terbatas. Seiring dengan perkembangan peradaban, manusia dihadapkan pada pilihan bagaimana memenuhi kebutuhan yang beragam dengan sumber daya yang terbatas.

Manusia memiliki berbagai kebutuhan, mulai dari kebutuhan dasar seperti makanan, pakaian, dan tempat tinggal, hingga kebutuhan yang lebih kompleks seperti pendidikan dan hiburan. Keterbatasan sumber daya ini mendorong manusia untuk mencari cara yang paling efisien dalam memenuhi kebutuhan tersebut.

Sejak zaman prasejarah, manusia telah melakukan aktivitas ekonomi, seperti berburu, mengumpulkan, dan bertani. Pada masa ini, tidak ada pemahaman formal tentang ekonomi, tetapi praktik-praktik tersebut sudah menunjukkan prinsip dasar pengelolaan sumber daya.

Adam Smith memperkenalkan konsep pasar bebas dan "invisible hand," yang menjelaskan bagaimana individu yang berusaha memenuhi kepentingan pribadi mereka dapat menghasilkan manfaat bagi masyarakat secara keseluruhan.

Ekonomi klasik juga memperkenalkan teori nilai, di mana nilai barang ditentukan oleh biaya produksi. Ini menjadi dasar bagi pemahaman tentang bagaimana harga terbentuk di pasar.

Revolusi Industri pada abad ke-18 dan ke-19 membawa perubahan besar dalam produksi dan distribusi barang. Perubahan ini memicu pertanyaan baru tentang bagaimana ekonomi berfungsi dalam konteks industrialisasi.

Karl Marx muncul dengan kritik terhadap kapitalisme. Dalam karyanya, ia membahas tentang hubungan antara kelas sosial dan bagaimana kekayaan terdistribusi, memperkenalkan pemikiran alternatif tentang ekonomi.

Pada akhir abad ke-19, muncul teori marginalisme, yang mengalihkan fokus dari biaya produksi ke utilitas dan kepuasan konsumen. Ini menjadi dasar bagi teori ekonomi neoklasik yang lebih modern.

Seiring dengan perkembangan teori, ilmu ekonomi dibagi menjadi dua cabang utama: ekonomi mikro, yang mempelajari perilaku individu dan perusahaan, dan ekonomi makro, yang mempelajari ekonomi secara keseluruhan.

Dengan munculnya negara modern, pentingnya kebijakan publik dalam mengatur ekonomi semakin disadari. Ini menciptakan kebutuhan untuk memahami intervensi pemerintah dalam ekonomi.

Krisis ekonomi, seperti Depresi Besar pada tahun 1930-an, menyoroti kekurangan dalam teori ekonomi yang ada. Ini memicu perkembangan teori ekonomi Keynesian yang menekankan peran pemerintah dalam stabilisasi ekonomi.

Memasuki abad ke-20, globalisasi membawa tantangan baru bagi ilmu ekonomi. Hubungan ekonomi antar negara semakin kompleks, memerlukan pemahaman tentang perdagangan internasional dan ekonomi global.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi juga memengaruhi cara ekonomi beroperasi. Digitalisasi dan e-commerce mengubah cara konsumen berinteraksi dan melakukan transaksi.

Ilmu ekonomi terus berkembang, mencerminkan perubahan dalam masyarakat dan tantangan baru yang dihadapi. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang ekonomi, diharapkan masyarakat dapat mengambil keputusan yang lebih bijaksana dalam mengelola sumber daya dan memenuhi kebutuhan.

B. FUNGSI ILMU EKONOMI

Ilmu ekonomi adalah disiplin ilmu yang mempelajari bagaimana individu, kelompok, dan masyarakat mengelola sumber daya yang terbatas untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Fungsi ilmu ekonomi sangat penting dalam memahami dinamika produksi, distribusi, dan konsumsi barang dan jasa dalam masyarakat. Dengan memahami prinsip-prinsip ekonomi, kita dapat membuat keputusan yang lebih baik dalam kehidupan sehari-hari maupun dalam kebijakan publik.

Salah satu fungsi utama ilmu ekonomi adalah sebagai alat analisis untuk memahami perilaku ekonomi. Melalui berbagai teori dan model ekonomi, kita dapat menganalisis bagaimana individu dan perusahaan mengambil keputusan, serta bagaimana interaksi antara berbagai agen ekonomi mempengaruhi pasar. Ini membantu dalam meramalkan dampak dari perubahan kebijakan ekonomi atau kondisi pasar terhadap perekonomian secara keseluruhan.

Fungsi lain dari ilmu ekonomi adalah sebagai panduan untuk pengambilan keputusan. Dalam konteks individu dan rumah tangga, ilmu ekonomi membantu kita memahami bagaimana mengalokasikan sumber daya secara efisien. Misalnya, teori utilitas dapat membantu individu menentukan kombinasi barang dan jasa yang memberikan kepuasan maksimal dengan anggaran yang ada. Di tingkat perusahaan, ilmu ekonomi memberikan alat untuk menentukan harga, memproduksi barang, dan mengevaluasi risiko investasi.

Ilmu ekonomi juga berfungsi dalam pembuatan kebijakan publik. Pemerintah dan lembaga terkait menggunakan analisis ekonomi untuk merumuskan kebijakan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Misalnya, pemahaman tentang inflasi, pengangguran, dan pertumbuhan ekonomi sangat penting dalam merancang kebijakan fiskal dan moneter yang efektif. Kebijakan ini

harus didasarkan pada data dan analisis yang solid agar dapat menghasilkan dampak positif bagi masyarakat.

Akhirnya, ilmu ekonomi berperan dalam menciptakan kesadaran sosial tentang isu-isu ekonomi yang lebih luas, seperti ketimpangan pendapatan, kemiskinan, dan keberlanjutan. Dengan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi masalah-masalah ini, ilmu ekonomi membantu masyarakat memahami tantangan yang dihadapi dan mencari solusi yang tepat. Dengan demikian, fungsi ilmu ekonomi tidak hanya terbatas pada analisis teknis, tetapi juga mencakup dimensi sosial dan etis yang penting dalam pembangunan masyarakat yang lebih baik.

Ilmu ekonomi memiliki berbagai fungsi yang penting dalam kehidupan sehari-hari dan pengambilan keputusan. Berikut ini adalah beberapa fungsi utama ilmu ekonomi:

1. **Analisis dan Pemahaman:** Ilmu ekonomi membantu kita memahami bagaimana individu, perusahaan, dan pemerintah membuat keputusan terkait dengan sumber daya yang terbatas.
2. **Pengambilan Keputusan:** Dengan memahami prinsip-prinsip ekonomi, individu dan organisasi dapat membuat keputusan yang lebih baik tentang investasi, pengeluaran, dan kebijakan.
3. **Perencanaan dan Pengelolaan:** Ekonomi memberikan kerangka kerja untuk perencanaan dan pengelolaan sumber daya, baik di tingkat mikro (individu atau perusahaan) maupun makro (pemerintah dan negara).
4. **Prediksi dan Peramalan:** Ekonom menggunakan data dan model untuk memprediksi tren ekonomi, membantu dalam perencanaan masa depan dan mitigasi risiko.
5. **Kebijakan Publik:** Ilmu ekonomi membantu dalam merumuskan kebijakan publik yang efektif untuk mencapai tujuan sosial dan ekonomi, seperti pengurangan kemiskinan dan peningkatan kesejahteraan.

6. **Analisis Masalah Ekonomi:** Ilmu ekonomi menyediakan alat untuk menganalisis masalah ekonomi, seperti inflasi, pengangguran, dan pertumbuhan ekonomi.
7. **Pendidikan dan Penyuluhan:** Dengan memahami konsep ekonomi, masyarakat dapat lebih sadar akan kondisi ekonomi yang mempengaruhi kehidupan mereka, sehingga dapat berpartisipasi lebih aktif dalam diskusi ekonomi.
8. **Alokasi Sumber Daya:** Ilmu ekonomi membantu menentukan cara terbaik untuk mengalokasikan sumber daya yang terbatas agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat secara efisien.
9. **Evaluasi Kinerja Ekonomi:** Melalui indikator-indikator ekonomi, ilmu ekonomi memungkinkan evaluasi kinerja ekonomi suatu negara atau wilayah, membantu dalam menentukan keberhasilan kebijakan yang diterapkan.
10. **Pengembangan Teori dan Model:** Ilmu ekonomi terus mengembangkan teori dan model yang dapat digunakan untuk memahami perilaku pasar, interaksi antar agen ekonomi, dan dampak dari kebijakan yang diambil.

Dengan semua fungsi ini, ilmu ekonomi menjadi alat yang sangat berharga untuk memahami dan menghadapi tantangan-tantangan dalam dunia yang terus berubah.

C. TINGKATAN ILMU EKONOMI

Tingkatan ilmu ekonomi dapat dibagi menjadi beberapa level yang mencakup berbagai aspek dan kedalaman pemahaman. Secara umum, ilmu ekonomi terbagi menjadi dua tingkatan utama, yaitu mikroekonomi dan makroekonomi. Mikroekonomi berfokus pada perilaku individu dan perusahaan dalam membuat keputusan ekonomi, sedangkan makroekonomi mempelajari keseluruhan ekonomi, termasuk pertumbuhan, inflasi, dan pengangguran.

Pada tingkat mikro, analisis difokuskan pada unit-unit kecil dalam perekonomian, seperti konsumen dan produsen. Di sini, kita mempelajari bagaimana harga ditentukan di pasar, bagaimana individu membuat pilihan berdasarkan anggaran mereka, dan bagaimana perusahaan memaksimalkan keuntungan. Teori permintaan dan penawaran menjadi dasar penting dalam mikroekonomi, yang membantu memahami interaksi antara konsumen dan produsen.

Sebaliknya, makroekonomi mencakup analisis fenomena ekonomi yang lebih besar dan kompleks. Di tingkat ini, kita melihat isu-isu seperti kebijakan moneter dan fiskal, pengaruhnya terhadap pertumbuhan ekonomi, serta dampaknya terhadap kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Makroekonomi bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih luas tentang bagaimana perekonomian berfungsi dan faktor-faktor yang memengaruhi pertumbuhannya.

Tingkatan ilmu ekonomi juga mencakup berbagai sub-disiplin, seperti ekonomi internasional, ekonomi pembangunan, dan ekonomi perilaku. Ekonomi internasional mempelajari hubungan perdagangan antar negara dan dampaknya terhadap ekonomi domestik. Sementara itu, ekonomi pembangunan berfokus pada upaya meningkatkan kesejahteraan dan mengurangi kemiskinan di negara-negara berkembang.

Secara keseluruhan, tingkatan ilmu ekonomi memberikan kerangka kerja yang komprehensif untuk memahami berbagai dinamika yang terjadi dalam perekonomian. Dengan mempelajari ekonomi dari berbagai sudut pandang, baik mikro maupun makro, serta melalui sub-disiplin yang berbeda, kita dapat lebih baik memahami tantangan yang dihadapi masyarakat dan mencari solusi yang efektif untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi.

Ilmu ekonomi dapat dibagi menjadi beberapa tingkatan atau cabang utama, yaitu:

1. **Ekonomi Mikro:** Mempelajari perilaku individu dan perusahaan serta interaksi di pasar. Fokusnya pada keputusan konsumsi, produksi, dan penetapan harga.
2. **Ekonomi Makro:** Menganalisis keseluruhan perekonomian, termasuk pertumbuhan ekonomi, inflasi, pengangguran, dan kebijakan moneter dan fiskal.
3. **Ekonomi Pembangunan:** Fokus pada masalah-masalah yang dihadapi oleh negara-negara berkembang, termasuk kemiskinan, ketidakmerataan, dan strategi pembangunan.
4. **Ekonomi Internasional:** Mempelajari hubungan ekonomi antara negara, perdagangan internasional, dan dampak globalisasi.
5. **Ekonomi Sumber Daya Alam:** Menganalisis penggunaan dan pengelolaan sumber daya alam secara berkelanjutan.
6. **Ekonomi Perilaku:** Menggabungkan psikologi dengan ekonomi untuk memahami bagaimana orang membuat keputusan ekonomi.
7. **Ekonomi Kesehatan:** Mempelajari efisiensi dan efektivitas dalam sistem kesehatan dan pengaruh faktor ekonomi terhadap kesehatan masyarakat.
8. **Ekonomi Pendidikan:** Menganalisis hubungan antara pendidikan dan ekonomi serta dampak investasi dalam pendidikan.
9. **Ekonomi Industri:** Mempelajari struktur, perilaku, dan kinerja industri. Ini mencakup analisis pasar, persaingan, dan kebijakan antimonopoli.
10. **Ekonomi Regional:** Fokus pada pengembangan ekonomi di tingkat wilayah atau daerah, termasuk faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan dan distribusi sumber daya.

D. STRUKTUR ILMU EKONOMI

Struktur ilmu ekonomi merujuk pada cara sistematis di mana disiplin ekonomi diorganisir dan dipelajari. Ini mencakup berbagai sub-disiplin dan konsep yang saling berhubungan, memberikan

pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana masyarakat mengelola sumber daya yang terbatas. Secara umum, struktur ilmu ekonomi dapat dibagi menjadi dua kategori utama: ekonomi mikro dan ekonomi makro.

Ekonomi mikro fokus pada perilaku individu dan perusahaan dalam pengambilan keputusan. Ini mencakup analisis permintaan dan penawaran, elastisitas, teori perilaku konsumen, serta teori produksi dan biaya. Ekonomi mikro membantu menjelaskan bagaimana harga ditentukan di pasar dan bagaimana berbagai faktor mempengaruhi pilihan konsumen dan produsen.

Di sisi lain, ekonomi makro menganalisis ekonomi secara keseluruhan. Ini mencakup kajian tentang pertumbuhan ekonomi, inflasi, pengangguran, dan kebijakan fiskal serta moneter. Ekonomi makro berusaha memahami bagaimana variabel-variabel ini berinteraksi dan memengaruhi kesejahteraan ekonomi suatu negara. Ini juga termasuk analisis siklus ekonomi dan peran pemerintah dalam stabilisasi ekonomi.

Selain itu, terdapat berbagai sub-disiplin lain dalam ilmu ekonomi, seperti ekonomi internasional, yang mempelajari hubungan ekonomi antara negara; ekonomi pembangunan, yang fokus pada masalah pertumbuhan dan kemiskinan di negara berkembang; dan ekonomi lingkungan, yang mengeksplorasi interaksi antara ekonomi dan lingkungan. Masing-masing sub-disiplin ini memiliki pendekatan dan metodologi yang unik, namun tetap terintegrasi dalam kerangka ekonomi yang lebih besar.

Metode penelitian dalam ilmu ekonomi juga beragam, mulai dari analisis kuantitatif menggunakan data statistik hingga pendekatan kualitatif yang lebih bersifat deskriptif. Peneliti ekonomi sering kali menggunakan model matematis untuk merumuskan teori dan menguji hipotesis, yang kemudian digunakan untuk memberikan rekomendasi kebijakan.

Akhirnya, struktur ilmu ekonomi juga mencakup interaksi dengan disiplin ilmu lain, seperti psikologi, sosiologi, dan politik. Pemahaman ekonomi tidak bisa terpisahkan dari konteks sosial dan politik yang lebih luas. Dengan demikian, struktur ilmu ekonomi tidak hanya bersifat akademis, tetapi juga memiliki implikasi praktis dalam pengambilan keputusan di berbagai level, dari individu hingga pemerintah.

E. JENIS ILMU EKONOMI

Ilmu ekonomi adalah disiplin yang mempelajari cara individu, kelompok, dan masyarakat dalam mengelola sumber daya yang terbatas untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Dalam ilmu ekonomi, terdapat berbagai jenis atau cabang yang masing-masing memiliki fokus dan pendekatan yang berbeda. Setiap jenis ilmu ekonomi berkontribusi pada pemahaman yang lebih mendalam mengenai fenomena ekonomi yang kompleks di masyarakat.

Ekonomi mikro adalah cabang yang memfokuskan pada perilaku individu dan perusahaan dalam pengambilan keputusan. Ekonomi mikro menganalisis bagaimana konsumen memilih barang dan jasa, bagaimana produsen menentukan harga, serta bagaimana interaksi di pasar dapat memengaruhi penawaran dan permintaan. Melalui analisis ini, ekonomi mikro berusaha memahami mekanisme pasar dan bagaimana individu serta perusahaan beradaptasi terhadap perubahan.

Di sisi lain, ekonomi makro mempelajari perekonomian secara keseluruhan. Cabang ini menganalisis fenomena besar seperti pertumbuhan ekonomi, inflasi, pengangguran, dan kebijakan pemerintah. Dengan menggunakan berbagai indikator ekonomi, seperti produk domestik bruto (PDB), ekonomi makro membantu memahami dinamika dan kesehatan perekonomian suatu negara, serta faktor-faktor yang memengaruhi siklus ekonomi.

Ekonomi pembangunan berfokus pada isu-isu yang dihadapi oleh negara-negara berkembang. Cabang ini mempelajari faktor-faktor yang memengaruhi pertumbuhan ekonomi, kemiskinan, dan distribusi kekayaan. Dengan mengidentifikasi tantangan dan peluang dalam proses pembangunan, ekonomi pembangunan bertujuan untuk menciptakan kebijakan yang dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan mendorong pertumbuhan yang inklusif.

Selanjutnya, ekonomi internasional meneliti hubungan ekonomi antara negara-negara di dunia. Cabang ini mencakup analisis perdagangan internasional, investasi, dan dampak kebijakan perdagangan terhadap ekonomi global. Selain itu, ekonomi internasional juga membahas isu-isu seperti valuta asing, neraca pembayaran, dan dampak globalisasi terhadap perekonomian lokal. Dengan demikian, setiap cabang ilmu ekonomi memiliki peran penting dalam memberikan wawasan dan solusi terhadap masalah ekonomi yang ada di masyarakat.

Ilmu ekonomi dapat dibagi menjadi beberapa jenis atau cabang utama, antara lain:

1. **Ekonomi Mikro:** Mempelajari perilaku individu dan perusahaan serta bagaimana mereka membuat keputusan terkait alokasi sumber daya, harga, dan produksi.
2. **Ekonomi Makro:** Fokus pada ekonomi secara keseluruhan, termasuk pertumbuhan ekonomi, inflasi, pengangguran, dan kebijakan pemerintah.
3. **Ekonomi Pembangunan:** Meneliti bagaimana negara berkembang dapat meningkatkan kondisi ekonomi dan kualitas hidup masyarakatnya.
4. **Ekonomi Internasional:** Mempelajari perdagangan antarnegara, investasi luar negeri, dan dampak kebijakan perdagangan.

5. **Ekonomi Perilaku:** Menggabungkan psikologi dengan ekonomi untuk memahami bagaimana orang membuat keputusan ekonomi yang sering kali tidak rasional.
6. **Ekonomi Sumber Daya Alam:** Menganalisis pengelolaan dan pemanfaatan sumber daya alam secara berkelanjutan.
7. **Ekonomi Kesehatan:** Mempelajari efisiensi dan efektivitas sistem kesehatan serta pengaruh kebijakan kesehatan terhadap ekonomi.
8. **Ekonomi Lingkungan:** Meneliti interaksi antara ekonomi dan lingkungan, termasuk analisis dampak ekonomi terhadap sumber daya alam dan polusi.

Setiap cabang memiliki fokus dan metode analisis yang berbeda, namun semuanya saling berkaitan dalam memahami fenomena ekonomi.

F. RANGKUMAN

Berikut adalah rangkuman tentang konsep-konsep dasar dalam ilmu ekonomi:

1. **Kebutuhan dan Keinginan:** Kebutuhan adalah hal-hal yang esensial untuk bertahan hidup, seperti makanan, air, dan tempat tinggal. Keinginan adalah keinginan untuk mendapatkan barang atau jasa yang tidak esensial.
2. **Sumber Daya:** Sumber daya terbatas dan mencakup faktor produksi seperti tanah, tenaga kerja, modal, dan kewirausahaan. Pembatasan ini memaksa individu dan masyarakat untuk membuat pilihan.
3. **Biaya Peluang:** Ini adalah biaya dari pilihan yang tidak diambil, yaitu nilai dari alternatif terbaik yang dilewatkan saat membuat keputusan.
4. **Permintaan dan Penawaran:** Permintaan menunjukkan seberapa banyak barang atau jasa yang dibutuhkan konsumen pada berbagai harga. Penawaran menunjukkan seberapa

banyak barang atau jasa yang disediakan produsen. Interaksi keduanya menentukan harga pasar.

5. **Pasar dan Ekonomi Pasar:** Pasar adalah tempat bertemunya pembeli dan penjual. Ekonomi pasar beroperasi berdasarkan mekanisme pasar, di mana harga ditentukan oleh interaksi permintaan dan penawaran.
6. **Elastisitas:** Mengukur responsivitas permintaan atau penawaran terhadap perubahan harga. Elastisitas tinggi berarti perubahan harga akan menyebabkan perubahan signifikan dalam jumlah yang diminta atau ditawarkan.
7. **Keseimbangan Pasar:** Terjadi ketika jumlah barang yang diminta sama dengan jumlah barang yang ditawarkan, menghasilkan harga keseimbangan.
8. **Intervensi Pemerintah:** Terkadang pemerintah campur tangan dalam ekonomi untuk mengatasi kegagalan pasar, seperti monopoli, eksternalitas, dan menyediakan barang publik.
9. **Pertumbuhan Ekonomi:** Mengacu pada peningkatan produksi barang dan jasa di suatu negara dari waktu ke waktu, sering diukur dengan PDB (Produk Domestik Bruto).
10. **Inflasi dan Pengangguran:** Inflasi adalah kenaikan umum harga barang dan jasa, sedangkan pengangguran adalah kondisi ketika individu yang siap dan mampu bekerja tidak mendapatkan pekerjaan.

Konsep-konsep ini merupakan dasar untuk memahami bagaimana ekonomi berfungsi dan bagaimana individu serta masyarakat membuat keputusan ekonomi.

G. TES FORMATIF

1. Apa yang dimaksud dengan "ekonomi mikro"?
 - a. Studi tentang perilaku keseluruhan perekonomian suatu negara

- b. Analisis perilaku individu dan perusahaan dalam pasar tertentu
 - c. Pengelolaan sumber daya alam
 - d. Kebijakan moneter yang ditetapkan oleh bank sentral
 - e. Interaksi antara berbagai negara dalam perdagangan internasional
2. Apa yang dimaksud dengan "permintaan"?
- a. Jumlah barang yang tersedia di pasar
 - b. Keinginan dan kemampuan konsumen untuk membeli barang dan jasa
 - c. Tingkat harga barang di pasar
 - d. Proses produksi barang dan jasa
 - e. Kebijakan pemerintah dalam mengatur perekonomian
3. Inflasi dapat diartikan sebagai:
- a. Penurunan daya beli uang
 - b. Kenaikan nilai tukar mata uang
 - c. Peningkatan jumlah barang yang diproduksi
 - d. Penurunan suku bunga
 - e. Pertumbuhan ekonomi yang stabil
4. Apa yang dimaksud dengan "teori keuntungan absolut"?
- a. Teori yang menjelaskan keuntungan relatif antar negara
 - b. Teori bahwa suatu negara harus memproduksi semua barang yang dibutuhkannya
 - c. Teori yang menyatakan bahwa setiap negara harus memproduksi barang yang dapat diproduksi dengan biaya terendah
 - d. Teori tentang persaingan sempurna dalam pasar
 - e. Teori yang menjelaskan pengaruh inflasi terhadap pengeluaran konsumen
5. Apa yang dimaksud dengan "sumber daya ekonomi"?
- a. Barang yang dapat diperdagangkan di pasar

- b. Faktor-faktor yang digunakan untuk memproduksi barang dan jasa
 - c. Uang yang beredar di masyarakat
 - d. Kebijakan pemerintah dalam pengelolaan ekonomi
 - e. Produk akhir yang dihasilkan dalam suatu proses produksi
6. Apa yang dimaksud dengan "biaya peluang"?
- a. Biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang
 - b. Nilai dari alternatif terbaik yang dilewatkan saat mengambil keputusan
 - c. Pengeluaran pemerintah untuk infrastruktur
 - d. Keuntungan yang didapat dari investasi
 - e. Biaya yang tidak dapat dikembalikan setelah dibayar

H. LATIHAN

1. Definisikan ekonomi dan jelaskan pentingnya studi ekonomi dalam kehidupan sehari-hari !
2. Jelaskan perbedaan antara mikroekonomi dan makroekonomi ! Berikan contoh isu yang menjadi fokus masing-masing !
3. Apa yang dimaksud dengan permintaan dan penawaran? Bagaimana keduanya mempengaruhi harga di pasar ?
4. Jelaskan konsep elastisitas harga permintaan ! Apa yang dimaksud dengan elastis dan inelastis? Berikan contoh !
5. Jelaskan apa itu biaya peluang dan bagaimana konsep ini berperan dalam pengambilan keputusan ekonomi !
6. Apa yang dimaksud dengan pasar persaingan sempurna? Sebutkan karakteristiknya dan berikan contoh !
7. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi suatu negara !
8. Jelaskan peran pemerintah dalam perekonomian ! Apa saja kebijakan yang dapat diterapkan untuk mengatasi inflasi?
9. Jelaskan tentang defisit anggaran ! Apa penyebabnya dan apa dampaknya terhadap perekonomian suatu negara?

10. Apa itu investasi asing? Jelaskan manfaat dan tantangan yang dihadapi suatu negara dalam menarik investasi asing !

KEGIATAN BELAJAR 2

FUNGSI PASAR DAN PEMERINTAHAN DALAM EKONOMI MODERN

DESKRIPSI PEMBELAJARAN

Dalam ekonomi modern, pasar dan pemerintahan memiliki peran yang saling melengkapi untuk mencapai efisiensi dan kesejahteraan masyarakat. Pasar berfungsi untuk mengalokasikan sumber daya secara efisien berdasarkan permintaan dan penawaran. Harga yang terbentuk di pasar mencerminkan kelangkaan dan nilai relatif barang dan jasa. Pasar menyampaikan informasi kepada produsen dan konsumen tentang harga, ketersediaan, dan kualitas barang. Ini membantu pengambilan keputusan yang lebih baik. Pemerintah menetapkan aturan dan regulasi untuk menjaga kestabilan pasar, mencegah monopoli, dan melindungi konsumen. Ini mencakup perlindungan hak kekayaan intelektual, regulasi lingkungan, dan kebijakan anti-monopoli.

Pemerintah menyediakan barang dan jasa publik yang tidak dapat disediakan secara efisien oleh pasar, seperti infrastruktur, pendidikan, dan keamanan.

Pasar dan pemerintahan masing-masing memiliki kekuatan dan keterbatasan. Sementara pasar mendorong efisiensi dan inovasi, pemerintah berfungsi untuk mengatasi kegagalan pasar dan memastikan kesejahteraan sosial. Kerjasama antara keduanya penting untuk menciptakan sistem ekonomi yang seimbang dan berkelanjutan.

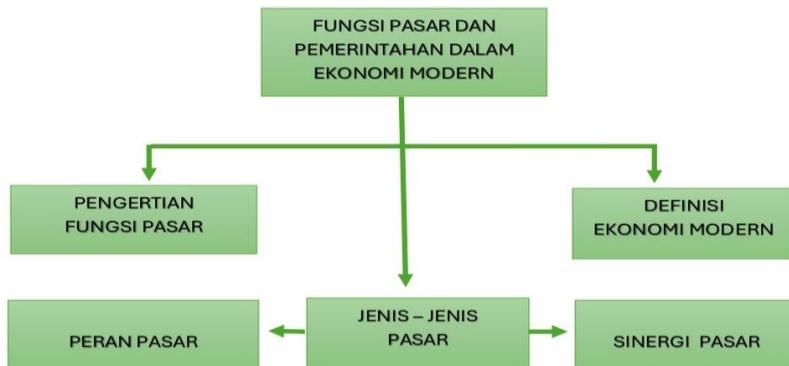
KOMPETENSI PEMBELAJARAN

Setelah mengikuti perkuliahan ini diharapkan mahasiswa dan mahasiswi memiliki pengetahuan dan kemampuan :

1. Mampu menjelaskan konsep dasar ekonomi, termasuk fungsi pasar dan peran pemerintah.

2. Mampu menganalisis keterkaitan antara aktivitas pasar dan kebijakan pemerintah serta dampaknya terhadap ekonomi.
3. Mampu menganalisis studi kasus dan situasi ekonomi untuk mengidentifikasi isu-isu utama dan alternatif kebijakan.
4. Dapat berpartisipasi dalam simulasi pasar dengan efektif, memahami mekanisme penawaran dan permintaan, serta mengambil keputusan berdasarkan data.
5. Mampu bersikap kritis terhadap kebijakan ekonomi yang ada dan terbuka terhadap perspektif yang berbeda.
6. Mampu menyampaikan hasil analisis dan temuan mereka secara jelas dan efektif, baik secara lisan maupun tertulis.
4. Mampu membuat keputusan yang tepat berdasarkan analisis data dan informasi yang ada.

PETA KONSEP PEMBELAJARAN



A. PENGERTIAN FUNGSI PASAR DAN PEMERINTAHAN DALAM EKONOMI MODERN

Dalam ekonomi modern, fungsi pasar dan pemerintah memiliki peran yang sangat penting dan saling melengkapi.

Pasar berfungsi untuk mengalokasikan sumber daya secara efisien. Harga yang terbentuk di pasar mencerminkan permintaan dan penawaran, membantu dalam menentukan bagaimana sumber

daya sebaiknya didistribusikan. Pasar menentukan harga barang dan jasa berdasarkan interaksi antara penjual dan pembeli. Harga ini berfungsi sebagai sinyal untuk produsen dan konsumen. Pasar menyediakan tempat bagi konsumen dan produsen untuk melakukan transaksi, baik dalam bentuk barang maupun jasa.

Sedang fungsi pemerintah adalah mengatur pasar untuk mencegah praktik monopolistik, melindungi konsumen, dan memastikan adanya persaingan yang sehat. Regulasi juga meliputi perlindungan terhadap lingkungan. Pemerintah menyediakan barang dan jasa publik yang tidak dapat disediakan secara efisien oleh pasar, seperti pendidikan, kesehatan, dan infrastruktur. Berperan dalam redistribusi pendapatan untuk mengurangi ketimpangan ekonomi melalui pajak dan program bantuan sosial, berperan dalam menjaga stabilitas ekonomi melalui kebijakan moneter dan fiskal untuk mengatasi inflasi, pengangguran, dan resesi.

Pasar dan pemerintah memiliki fungsi yang berbeda namun saling melengkapi dalam ekonomi modern. Pasar berfokus pada efisiensi dan inovasi, sementara pemerintah berperan dalam mengatur, menyediakan, dan melindungi masyarakat dari ketidakadilan. Kolaborasi antara keduanya dapat menciptakan kondisi ekonomi yang lebih baik dan berkelanjutan.

B. DEFINISI EKONOMI MODERN

Ekonomi Modern merujuk pada sistem ekonomi yang muncul dan berkembang sejak abad ke-20 hingga saat ini, di mana berbagai elemen seperti pasar, teknologi, dan kebijakan pemerintah saling berinteraksi. Ekonomi ini berfokus pada prinsip-prinsip kapitalisme, globalisasi, serta perkembangan sosial dan lingkungan yang berkelanjutan.

Karakteristik Utama Ekonomi Modern

1. Globalisasi ,
 - Negara-negara di seluruh dunia saling terhubung melalui perdagangan, investasi, dan arus modal. Globalisasi memungkinkan akses ke pasar internasional dan meningkatkan peluang bagi perusahaan dan individu.
 - Mendorong negara untuk memperdagangkan barang dan jasa, yang pada gilirannya meningkatkan efisiensi dan pilihan bagi konsumen.
2. Pasar Bebas
 - Dalam ekonomi modern, harga ditentukan oleh interaksi antara permintaan dan penawaran. Pasar yang kompetitif memberikan insentif bagi produsen untuk berinovasi dan memenuhi kebutuhan konsumen.
 - Meskipun pemerintah tetap berperan, ekonomi modern cenderung menekankan peran pasar dalam mengalokasikan sumber daya.
3. Inovasi Teknologi
 - Inovasi di bidang teknologi informasi, komunikasi, dan produksi mengubah cara barang dan jasa dihasilkan dan didistribusikan. Contohnya, otomatisasi dan digitalisasi dalam industri.
 - Teknologi seringkali meningkatkan produktivitas, tetapi juga dapat menyebabkan pergeseran dalam jenis pekerjaan yang tersedia, memerlukan peningkatan keterampilan.
4. Keterlibatan Pemerintah
 - Pemerintah berfungsi untuk mengatur pasar, melindungi konsumen, dan memastikan persaingan yang adil. Ini termasuk regulasi anti-monopoli, perlindungan lingkungan, dan kebijakan kesejahteraan sosial.
 - Pemerintah juga menyediakan barang dan jasa yang tidak dapat disediakan oleh pasar, seperti infrastruktur, pendidikan, dan kesehatan.

5. Ekonomi Berkelanjutan

- Terdapat perhatian yang meningkat terhadap dampak ekonomi terhadap lingkungan. Ekonomi modern mendorong praktik bisnis yang berkelanjutan dan ramah lingkungan.
- Fokus pada kesejahteraan masyarakat, pengurangan ketimpangan, dan pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal.

6. Diserfisikasi Sektor Ekonomi

- Ekonomi modern ditandai dengan keberagaman sektor, termasuk industri, jasa, dan teknologi. Hal ini menciptakan peluang kerja yang lebih luas dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif.
- Sektor-sektor seperti ekonomi digital, seni, dan budaya juga memainkan peran penting dalam perkembangan ekonomi modern.

Tantangan Ekonomi Modern

- 1) Ketidaksetaraan Ekonomi: Meskipun pertumbuhan ekonomi meningkat, ketimpangan pendapatan dan kekayaan masih menjadi isu penting di banyak negara.
- 2) Perubahan Iklim: Dampak lingkungan dari pertumbuhan ekonomi yang cepat memerlukan perhatian serius untuk menciptakan kebijakan yang berkelanjutan.
- 3) Perubahan Tenaga Kerja: Peralihan ke otomatisasi dan teknologi dapat menyebabkan pengangguran struktural jika keterampilan tenaga kerja tidak sesuai dengan kebutuhan pasar

Ekonomi modern adalah sistem yang kompleks dan dinamis, di mana berbagai faktor saling berinteraksi untuk menciptakan kesejahteraan dan kemakmuran. Dengan berbagai karakteristik dan tantangan yang dihadapi, penting untuk memahami bagaimana mekanisme ini beroperasi dan bagaimana kebijakan yang efektif dapat diterapkan untuk mempromosikan pertumbuhan yang inklusif dan berkelanjutan.

C. JENIS-JENIS PASAR

Setiap jenis pasar memiliki karakteristik unik dan berfungsi dengan cara yang berbeda dalam ekonomi. Memahami jenis-jenis pasar ini membantu dalam analisis ekonomi dan pengambilan keputusan bisnis. Berikut adalah jenis-jenis pasar lengkap dengan karakteristiknya dalam ilmu ekonomi .

- a. Jenis Pasar Berdasarkan Bentuk Kegiatan
 - Pasar konkret adalah pasar yang memiliki sejumlah unsur, yakni penjual, pembeli, dan barang yang diperjualbelikan. Contoh: pasar yang setiap hari dikunjungi.
 - Pasar abstrak adalah pasar yang penjual dan pembeli tidak dapat bertemu langsung, tetapi melakukan transaksi melalui alat komunikasi dan barang yang sudah ditentukan oleh konsumen. Contoh: delivery order seperti pizza, junkfood, dan lainnya.
- b. Jenis Pasar Berdasarkan Cara Transaksi
 - Pasar tradisional adalah pasar yang penjual dan pembelinya dapat melakukan interaksi tawar-menawar secara langsung.
 - Pasar modern adalah pasar yang bersifat modern serta menyediakan sejumlah barang dengan harga yang sudah ditetapkan.
- c. Jenis Pasar Berdasarkan waktu Terjadi
 - Pasar harian adalah pasar yang kegiatan jual belinya terjadi setiap hari.
 - Pasar mingguan adalah pasar yang hanya dibuka seminggu sekali.
 - Pasar bulanan adalah pasar yang hanya dibuka sebulan sekali.
 - Pasar temporer adalah pasar yang waktu kegiatan jual belinya tidak menentu.
- d. Jenis Pasar Berdasarkan Luas Jangkauan
 - Pasar lokal adalah pasar yang mempertemukan penjual dan pembeli di daerah tertentu.

- Pasar nasional adalah pasar yang mempertemukan penjual dan pembeli dari berbagai daerah di suatu negara.
- e. Jenis Pasar Berdasarkan Hubungan Dengan Proses Produksi
 - Pasar input adalah pasar yang di dalamnya terdapat interaksi berupa permintaan dan penawaran pada suatu barang atau jasa sebagai bentuk masukan pada proses produksinya.
 - Pasar output adalah pasar yang hanya memperdagangkan barang hasil produksi tanpa adanya permintaan dan penawaran.
- f. Jenis Pasar Berdasarkan Struktur
 - Pasar persaingan sempurna adalah pasar yang terdapat banyak penjual dan pembeli yang mengetahui situasi pasar, barangnya homogen, dan harga ditentukan kekuatan pasar. Selain itu, pembeli dan penjual juga bebas keluar masuk pasar. Contoh: pasar buah dan pasar tekstil Tanah Abang.
 - Pasar persaingan tidak sempurna adalah pasar yang penjual dan pembelinya bebas menentukan harga dan jumlah barang. Harga ini akan dipengaruhi oleh penjual dan pembeli itu sendiri.

D. PERAN PASAR BAGI PEREKONOMI INDONESIA



Ilustrasi peran pasar bagi perekonomian(freepik.com/ pantimeter)
Pasar berfungsi untuk mengalokasikan sumber daya secara efisien. Dalam konteks Indonesia, ini berarti bahwa barang dan jasa diproduksi sesuai dengan kebutuhan dan preferensi konsumen. Ketika permintaan meningkat, produsen akan merespons dengan meningkatkan produksi, sementara ketika permintaan menurun, mereka akan mengurangi jumlah yang diproduksi. Ini membantu memastikan bahwa sumber daya yang terbatas digunakan dengan cara yang paling produktif. Harga di pasar ditentukan oleh interaksi antara penawaran dan permintaan. Di Indonesia, fluktuasi harga dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti perubahan kebijakan pemerintah, kondisi cuaca, atau krisis global. Harga yang adil memberikan sinyal kepada produsen dan konsumen tentang apa yang harus diproduksi dan berapa banyak yang harus dibeli, menciptakan keseimbangan dalam perekonomian.

Pasar yang kompetitif mendorong perusahaan untuk berinovasi dan meningkatkan efisiensi. Di Indonesia, dengan banyaknya

perusahaan yang beroperasi di berbagai sektor, termasuk teknologi, pertanian, dan industri, persaingan ini memicu inovasi yang dapat meningkatkan produktivitas dan, pada akhirnya, pertumbuhan ekonomi. Aktivitas ekonomi di pasar menciptakan lapangan kerja. Sektor formal dan informal di Indonesia, seperti perdagangan, industri, dan jasa, menyediakan peluang kerja bagi jutaan orang. Dengan meningkatnya jumlah lapangan kerja, pengangguran dapat ditekan, dan pendapatan masyarakat meningkat. Pasar yang sehat dan kompetitif memberikan konsumen akses terhadap barang dan jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing. Ini berkontribusi pada peningkatan standar hidup masyarakat. Selain itu, adanya variasi produk di pasar memungkinkan konsumen untuk memilih barang yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka. Pasar memfasilitasi perdagangan, baik di dalam negeri maupun antarnegara. Indonesia, sebagai negara dengan kekayaan sumber daya alam, dapat mengeksport berbagai produk seperti minyak kelapa sawit, kopi, dan rempah-rempah. Perdagangan ini tidak hanya meningkatkan pendapatan negara tetapi juga memperkenalkan produk lokal ke pasar global. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran vital dalam perekonomian Indonesia. Pasar menyediakan platform bagi UMKM untuk menjangkau konsumen dan berkompetisi dengan perusahaan besar. Dukungan pasar bagi UMKM membantu menciptakan lapangan kerja, mendorong kewirausahaan, dan mendiversifikasi ekonomi. Pasar berfungsi sebagai indikator responsif terhadap kebijakan ekonomi yang diambil oleh pemerintah. Misalnya, perubahan suku bunga atau kebijakan pajak dapat memengaruhi investasi dan konsumsi, yang tercermin dalam dinamika pasar. Pasar yang berfungsi dengan baik dapat membantu menstabilkan ekonomi. Misalnya, ketika terjadi krisis, mekanisme pasar memungkinkan penyesuaian harga dan produksi, yang membantu memulihkan keseimbangan dalam perekonomian. Stabilitas pasar juga penting untuk menarik investasi baik domestik maupun asing.

Dengan berbagai peran ini, pasar menjadi komponen fundamental dalam perekonomian Indonesia, membantu mendorong pertumbuhan, inovasi, dan kesejahteraan masyarakat.

E. SINERGI ANTAR PASAR DAN PEMERINTAH

Sinergi antara pasar dan pemerintah sangat penting dalam menciptakan ekonomi yang sehat dan berkelanjutan. Berikut adalah beberapa aspek penting dari sinergi ini:

1. Regulasi Yang Seimbang
 - **Pengaturan Pasar:** Pemerintah menetapkan regulasi untuk memastikan bahwa pasar beroperasi dengan adil dan efisien. Ini termasuk pengawasan terhadap praktik anti-persaingan, perlindungan konsumen, dan perlindungan lingkungan.
 - **Fasilitasi Pertumbuhan:** Regulasi yang mendukung, seperti kemudahan perizinan, dapat mendorong pertumbuhan bisnis dan investasi.
2. Penyediaan Infrastruktur
 - **Investasi dalam Infrastruktur:** Pemerintah berperan dalam menyediakan infrastruktur dasar, seperti jalan, listrik, dan telekomunikasi, yang diperlukan untuk mendukung aktivitas ekonomi. Infrastruktur yang baik meningkatkan efisiensi pasar dan menarik investasi.
 - **Kolaborasi Publik-Swasta:** Kerjasama antara pemerintah dan sektor swasta dalam proyek infrastruktur dapat mempercepat pembangunan dan mengurangi beban anggaran pemerintah.
3. Stabilitas Ekonomi
 - **Kebijakan Moneter dan Fiskal:** Pemerintah dan bank sentral bekerja sama untuk menciptakan kebijakan yang stabil, seperti pengendalian inflasi dan menjaga tingkat pengangguran. Kebijakan ini membantu menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pasar untuk berkembang.

- **Intervensi dalam Krisis:** Saat terjadi krisis ekonomi, pemerintah dapat melakukan intervensi untuk menjaga stabilitas pasar, misalnya melalui stimulus fiskal atau program penyelamatan.
4. Pemberdayaan Kewirausahaan
 - **Dukungan untuk UMKM:** Pemerintah dapat menyediakan pelatihan, akses ke modal, dan fasilitas lainnya untuk mendukung Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang merupakan tulang punggung ekonomi.
 - **Inovasi dan Penelitian:** Investasi dalam penelitian dan pengembangan oleh pemerintah dapat mendorong inovasi, yang selanjutnya diadopsi oleh pasar.
 5. Redistribusi Pendapatan
 - **Kebijakan Sosial:** Program sosial yang dikelola pemerintah dapat membantu mengurangi ketimpangan pendapatan dan memberikan jaminan sosial bagi masyarakat yang kurang beruntung, menciptakan pasar yang lebih inklusif.
 - **Pendidikan dan Pelatihan:** Investasi dalam pendidikan dan pelatihan meningkatkan kualitas sumber daya manusia, yang menguntungkan pasar dengan menyediakan tenaga kerja yang terampil.
 6. Promosi Perdagangan
 - **Perjanjian Perdagangan:** Pemerintah dapat menjalin perjanjian perdagangan yang menguntungkan, membuka akses pasar internasional bagi produk domestik dan menarik investasi asing.
 - **Pengembangan Ekspor:** Dukungan untuk pengusaha dalam hal pemasaran dan kualitas produk dapat meningkatkan daya saing di pasar global.
 7. Transparansi dan Kepercayaan
 - **Keterbukaan Informasi:** Pemerintah yang transparan dalam kebijakan dan regulasi menciptakan kepercayaan di pasar. Kepercayaan ini mendorong investasi dan partisipasi masyarakat dalam kegiatan ekonomi.

Sinergi antara pasar dan pemerintah menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan ekonomi, inovasi, dan kesejahteraan masyarakat. Keseimbangan yang tepat antara peran pasar dan intervensi pemerintah sangat penting untuk mencapai tujuan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Dengan kolaborasi yang baik, kedua entitas ini dapat saling mendukung dalam menciptakan perekonomian yang lebih kuat dan resilien.

F. RANGKUMAN

Fungsi Pasar :

Pasar berfungsi untuk mengalokasikan sumber daya secara efisien. Ketika permintaan untuk suatu barang meningkat, harga akan naik, mendorong produsen untuk meningkatkan produksi. Sebaliknya, jika permintaan menurun, harga turun, dan produsen akan mengurangi produksi. Proses ini memastikan bahwa sumber daya yang terbatas digunakan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Pasar memiliki kemampuan untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan kondisi ekonomi dan preferensi konsumen. Fleksibilitas ini memungkinkan ekonomi untuk merespons krisis atau perubahan kebutuhan masyarakat secara efektif. Aktivitas ekonomi yang berlangsung di pasar menciptakan peluang kerja di berbagai sektor, mulai dari industri hingga jasa. Penciptaan lapangan kerja ini sangat penting dalam mengurangi angka pengangguran dan meningkatkan pendapatan masyarakat.

Peran Pemerintah :

Pemerintah berperan dalam menetapkan regulasi yang menjaga keseimbangan di pasar. Regulasi ini mencegah praktik bisnis yang merugikan, seperti monopoli, penipuan, dan eksploitasi, serta menjaga stabilitas ekonomi melalui kebijakan moneter dan fiskal. Pemerintah bertanggung jawab untuk menyediakan barang dan layanan publik, seperti pendidikan, kesehatan, dan infrastruktur. Barang publik ini sering kali tidak dapat disediakan secara efisien oleh pasar, sehingga peran pemerintah menjadi krusial. Pemerintah

melakukan redistribusi pendapatan melalui kebijakan perpajakan dan program sosial untuk mengurangi ketimpangan. Program ini bertujuan untuk memberikan jaminan sosial bagi masyarakat yang kurang mampu dan menciptakan keadilan sosial. Dalam situasi krisis ekonomi, pemerintah dapat melakukan intervensi untuk menstabilkan pasar. Misalnya, dengan stimulus fiskal atau program penyelamatan untuk sektor-sektor yang terdampak, pemerintah dapat membantu mempercepat pemulihan ekonomi. Kebijakan pemerintah yang mendukung investasi, seperti insentif pajak, perlindungan hak kekayaan intelektual, dan kemudahan perizinan, dapat menarik investasi domestik dan asing, yang sangat penting untuk pertumbuhan ekonomi.

Fungsi pasar dan peran pemerintah saling melengkapi dalam ekonomi modern. Dengan kerjasama yang baik, kedua entitas ini dapat menciptakan sistem ekonomi yang dinamis, inklusif, dan resilien, yang berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Keseimbangan yang tepat antara keduanya adalah kunci untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dan pemerataan kesejahteraan.

G. TES FORMATIF

Soal Pilihan Ganda

1. Apa yang dimaksud dengan fungsi pasar dalam ekonomi?
 - a. Mengalokasikan sumber daya secara efisien
 - b. Mengontrol harga barang
 - c. Menentukan kebijakan sosial
 - d. Mengurangi persaingan

2. Apa peran utama pemerintah dalam mengatur pasar?
 - a. Menetapkan harga barang
 - a. Mencegah monopoli dan praktik bisnis yang merugikan
 - b. Mengurangi permintaan pasar
 - c. Menyediakan barang dan jasa secara eksklusif

3. Dalam situasi krisis ekonomi, pemerintah biasanya akan: a. Mengurangi pengeluaran publik
 - a. Meningkatkan pajak untuk semua orang
 - b. Melakukan intervensi untuk menstabilkan pasar
 - c. Membiarkan pasar berjalan sendiri

4. Apa dampak positif dari persaingan di pasar? a. Mengurangi inovasi
 - a. Meningkatkan kualitas barang dan jasa
 - b. Meningkatkan harga barang secara keseluruhan
 - c. Mengurangi jumlah pekerjaan

H. LATIHAN

Soal Esai

1. Jelaskan bagaimana pasar berfungsi dalam menentukan harga barang dan jasa. Sertakan contoh untuk mendukung penjelasan Anda.
2. Analisis peran pemerintah dalam mengurangi ketimpangan pendapatan di masyarakat. Apa saja kebijakan yang dapat diterapkan?
3. Uraikan bagaimana intervensi pemerintah selama krisis ekonomi dapat memengaruhi kestabilan pasar. Apa risiko yang mungkin timbul dari intervensi tersebut?
4. Jelaskan konsep sinergi antara pasar dan pemerintah. Mengapa penting untuk mencapai keseimbangan antara keduanya dalam ekonomi modern?

KEGIATAN BELAJAR 3

KONSEP DASAR PERMINTAAN, PENAWARAN DAN PASAR BARANG

DESKRIPSI PEMBELAJARAN

Pada bab ini mahasiswa mempelajari pengenalan dan konsep dasar permintaan, penawaran dan pasar barang. Diharapkan mahasiswa memiliki wawasan dan pemahaman untuk modal dasar mempelajari ilmu ekonomi lebih lanjut.

KOMPETENSI PEMBELAJARAN

Setelah mengikuti perkuliahan ini diharapkan mahasiswa dan mahasiswi memiliki pengetahuan dan kemampuan :

1. Mampu menguraikan definisi permintaan dan konsep dasar permintaan
2. Mampu menjelaskan definisi penawaran dan konsep dasar penawaran
3. Mampu menjelaskan pasar uang.

PETA KONSEP PEMBELAJARAN

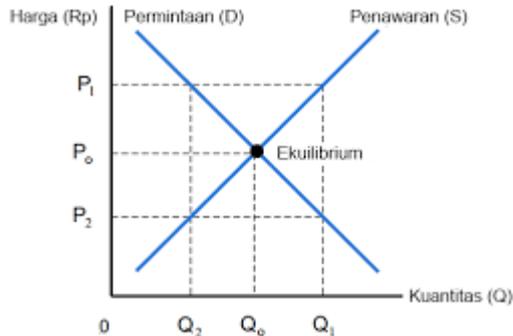


PENGERTIAN PERMINTAAN

Permintaan adalah jumlah barang atau jasa yang ingin dibeli oleh konsumen pada berbagai tingkat harga dalam periode waktu tertentu. Permintaan secara luas adalah keseluruhan keinginan, kemampuan, dan kebutuhan konsumen untuk membeli barang atau jasa tertentu dalam berbagai situasi pasar, dipengaruhi oleh sejumlah faktor seperti harga, pendapatan, preferensi, ekspektasi masa depan, dan kondisi ekonomi secara umum. Dalam konteks ini, permintaan tidak hanya terbatas pada hubungan antara harga dan kuantitas barang yang dibeli, tetapi juga mencakup aspek-aspek lain yang lebih kompleks dan dinamis, seperti interaksi sosial, psikologis, dan ekonomi (Venny & Asriati, 2022).

KONSEP DASAR PERMINTAAN

1. **Hukum Permintaan:** Hukum permintaan menyatakan bahwa, *ceteris paribus* (dengan asumsi faktor-faktor lain tetap), jika harga suatu barang meningkat, maka jumlah barang yang diminta akan menurun, dan sebaliknya. Ini menunjukkan hubungan negatif atau terbalik antara harga dan jumlah barang yang diminta. **Contoh:** Jika harga kopi naik, jumlah kopi yang ingin dibeli konsumen cenderung menurun. Sebaliknya, jika harga turun, konsumen mungkin akan membeli lebih banyak.
2. **Kurva Permintaan:** Kurva permintaan adalah representasi grafis dari hubungan antara harga dan kuantitas barang yang diminta. Kurva ini biasanya menurun dari kiri atas ke kanan bawah, mencerminkan hukum permintaan. Pada sumbu horizontal (x) ditunjukkan kuantitas barang yang diminta, sementara sumbu vertikal (y) menunjukkan harga (Konta Intan Damanik Gatot Sasongko, n.d.).



3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan:

- a. **Harga Barang Itu Sendiri:** Jika harga barang naik, permintaan cenderung turun.
- b. **Pendapatan Konsumen:** Jika pendapatan naik, konsumen cenderung membeli lebih banyak barang.
- c. **Harga Barang Substitusi:** Jika harga barang substitusi naik, permintaan terhadap barang asli cenderung naik.
- d. **Preferensi atau Selera Konsumen:** Preferensi yang lebih tinggi terhadap barang tertentu akan meningkatkan permintaan.
- e. **Ekspektasi Konsumen:** Jika konsumen memperkirakan harga barang akan naik di masa depan, permintaan saat ini bisa meningkat. (Ec Lydia Goenadhi & Dra Hj Nobaiti, 2017)

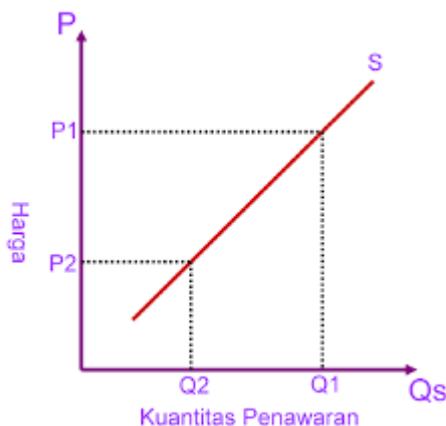
A. PENAWARAN

Penawaran (*supply*) adalah konsep dasar dalam ekonomi yang menggambarkan jumlah barang atau jasa yang bersedia dan mampu dijual oleh produsen pada berbagai tingkat harga dalam suatu periode tertentu. Seperti permintaan, penawaran juga dipengaruhi oleh sejumlah faktor. Pemahaman tentang penawaran membantu menjelaskan bagaimana produsen berinteraksi dengan

konsumen di pasar dan bagaimana harga barang dan jasa ditentukan (Venny & Asriati, 2022).

Konsep Dasar Penawaran

1. **Hukum Penawaran:** Hukum penawaran menyatakan bahwa, *ceteris paribus* (asumsi faktor-faktor lain tetap), semakin tinggi harga suatu barang, semakin besar jumlah barang yang bersedia ditawarkan oleh produsen. Sebaliknya, jika harga turun, jumlah yang ditawarkan akan menurun. Hukum ini mencerminkan hubungan positif antara harga dan kuantitas yang ditawarkan. **Contoh:** Jika harga kopi meningkat, petani kopi lebih termotivasi untuk memproduksi lebih banyak kopi karena potensi keuntungan yang lebih besar. Sebaliknya, jika harga turun, mereka mungkin akan mengurangi jumlah produksi .
2. **Kurva Penawaran:** Kurva penawaran adalah representasi grafis dari hubungan antara harga dan jumlah barang yang ditawarkan. Kurva ini biasanya miring ke atas dari kiri bawah ke kanan atas, yang menunjukkan hubungan positif antara harga dan kuantitas barang yang ditawarkan. Pada sumbu horizontal (x) adalah kuantitas barang yang ditawarkan, sementara sumbu vertikal (y) menunjukkan harga.



3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penawaran:

Menurut

- **Harga Barang:** Semakin tinggi harga barang, semakin besar jumlah barang yang bersedia diproduksi dan ditawarkan produsen.
- **Biaya Produksi:** Jika biaya produksi (seperti bahan baku, tenaga kerja, atau energi) meningkat, penawaran akan menurun, karena keuntungan yang didapat produsen menjadi lebih kecil pada tingkat harga yang sama.
- **Teknologi Produksi:** Kemajuan teknologi dapat meningkatkan efisiensi produksi dan menurunkan biaya produksi, yang memungkinkan produsen untuk menawarkan lebih banyak barang pada harga yang sama.
- **Harga Barang Terkait:** Jika harga barang lain yang dapat diproduksi oleh produsen meningkat, produsen mungkin akan mengalihkan sumber daya mereka untuk memproduksi barang tersebut, sehingga mengurangi penawaran barang yang lain.
- **Kebijakan Pemerintah:** Pajak, subsidi, dan regulasi pemerintah dapat memengaruhi biaya produksi dan insentif produsen. Subsidi dapat menambah penawaran, sementara pajak atau peraturan ketat dapat mengurangi penawaran.
- **Ekspektasi Produsen:** Jika produsen memperkirakan harga barang akan naik di masa depan, mereka mungkin akan menahan produksi saat ini untuk menjual barang mereka pada harga yang lebih tinggi nanti. Sebaliknya, jika mereka memperkirakan harga akan turun, mereka mungkin akan meningkatkan penawaran saat ini.
- **Jumlah Produsen di Pasar:** Semakin banyak produsen yang berpartisipasi dalam suatu pasar, semakin besar penawaran agregat barang atau jasa tersebut.

4. Jenis-jenis Penawaran :

- **Penawaran Individu:** Jumlah barang atau jasa yang ditawarkan oleh satu produsen pada berbagai tingkat harga.
- **Penawaran Pasar:** Jumlah total barang atau jasa yang ditawarkan oleh semua produsen dalam pasar pada berbagai tingkat harga. Penawaran pasar diperoleh dengan menjumlahkan penawaran individu dari seluruh produsen.
- **Penawaran Elastis:** Penawaran yang sangat responsif terhadap perubahan harga. Jika perubahan kecil pada harga menyebabkan perubahan besar dalam jumlah yang ditawarkan, maka penawaran tersebut elastis.
- **Penawaran Inelastis:** Penawaran yang kurang responsif terhadap perubahan harga. Jika perubahan harga hanya menyebabkan sedikit perubahan dalam jumlah yang ditawarkan, maka penawaran tersebut inelastis.

5. Perubahan Penawaran vs. Perubahan Jumlah yang Ditawarkan:

- **Perubahan Penawaran:** Terjadi ketika faktor-faktor selain harga (seperti biaya produksi, teknologi, atau kebijakan pemerintah) berubah, yang menyebabkan pergeseran seluruh kurva penawaran ke kanan (peningkatan penawaran) atau ke kiri (penurunan penawaran).
- **Perubahan Jumlah yang Ditawarkan:** Terjadi akibat perubahan harga barang itu sendiri, yang menyebabkan pergerakan sepanjang kurva penawaran, bukan pergeseran kurva.

6. Penawaran Jangka Pendek dan Jangka Panjang:

- **Penawaran Jangka Pendek:** Dalam jangka pendek, banyak faktor yang tetap, seperti kapasitas produksi. Oleh karena itu, penawaran biasanya inelastis, terutama untuk barang-barang yang memerlukan waktu untuk diproduksi.
- **Penawaran Jangka Panjang:** Dalam jangka panjang, produsen dapat menyesuaikan semua faktor produksi (seperti menambah pabrik baru atau mempekerjakan lebih

banyak pekerja), sehingga penawaran biasanya lebih elastis .

7. **Keseimbangan Pasar (*Market Equilibrium*):** Keseimbangan pasar terjadi ketika jumlah barang yang diminta oleh konsumen sama dengan jumlah yang ditawarkan oleh produsen pada suatu tingkat harga tertentu. Harga keseimbangan adalah harga di mana jumlah yang ditawarkan sama dengan jumlah yang diminta. Ketidakseimbangan antara penawaran dan permintaan menyebabkan surplus atau kekurangan di pasar:
- **Surplus:** Terjadi ketika jumlah yang ditawarkan melebihi jumlah yang diminta pada tingkat harga tertentu. Ini biasanya menyebabkan harga turun.
 - **Kekurangan:** Terjadi ketika jumlah yang diminta melebihi jumlah yang ditawarkan pada tingkat harga tertentu. Ini biasanya menyebabkan harga naik.

B. PASAR BARANG

Definisi Pasar Barang

Pasar barang adalah tempat di mana produsen dan konsumen bertemu untuk menukar barang dan jasa dengan harga yang disepakati. Pasar ini mencakup berbagai macam barang, seperti makanan, pakaian, elektronik, serta barang modal dan jasa seperti layanan perbankan atau konsultasi (Nur Utami Wahyuningsih, 2020).

Pasar barang dibedakan dari pasar faktor, di mana sumber daya seperti tenaga kerja, modal, dan lahan diperdagangkan.

1 Ciri-ciri Pasar Barang:

- **Barang Nyata:** Produk yang diperdagangkan adalah barang atau jasa nyata yang bisa dinikmati konsumen.
- **Penjual dan Pembeli:** Pasar barang melibatkan dua pihak utama yaitu penjual (produsen) dan pembeli (konsumen). Interaksi keduanya memengaruhi dinamika pasar.

- **Harga:** Harga barang di pasar barang ditentukan oleh interaksi antara permintaan dan penawaran. Harga ini menjadi sinyal bagi konsumen dan produsen untuk mengambil keputusan.
- **Persaingan:** Terdapat tingkat persaingan yang bervariasi antar penjual di pasar, tergantung pada struktur pasar yang bersangkutan.

2 Fungsi Pasar Barang:

- **Distribusi Barang:** Pasar barang berfungsi untuk mendistribusikan barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Ini mempermudah akses konsumen terhadap berbagai macam produk.
- **Penentuan Harga:** Pasar menentukan harga berdasarkan permintaan dan penawaran, memungkinkan harga menjadi penentu alokasi sumber daya yang efisien.
- **Penyerapan Informasi:** Pasar menyediakan informasi tentang harga, kualitas, dan ketersediaan barang, yang memengaruhi keputusan produsen dan konsumen.
- **Menyediakan Insentif bagi Produsen:** Harga di pasar memberikan insentif bagi produsen untuk menghasilkan barang yang diinginkan konsumen dengan biaya yang lebih rendah.

3 Penentuan Harga di Pasar Barang:

Harga di pasar barang ditentukan oleh interaksi antara permintaan dan penawaran. Harga keseimbangan adalah harga di mana jumlah barang yang ditawarkan oleh produsen sama dengan jumlah barang yang diminta oleh konsumen .

- **Permintaan:** Keinginan konsumen untuk membeli barang pada berbagai tingkat harga. Jika permintaan meningkat, harga cenderung naik (dengan asumsi penawaran tetap).

- **Penawaran:** Jumlah barang yang produsen bersedia jual pada berbagai tingkat harga. Jika penawaran meningkat, harga cenderung turun (dengan asumsi permintaan tetap).

Jika terjadi perubahan pada permintaan atau penawaran, harga keseimbangan akan berubah. Contohnya:

- Jika ada peningkatan permintaan karena tren baru, harga akan naik.
- Jika produsen menemukan cara yang lebih efisien untuk memproduksi barang, penawaran meningkat, yang dapat menurunkan harga.

4 **Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pasar Barang:**

- **Harga Barang:** Harga adalah faktor utama yang menentukan seberapa banyak konsumen bersedia membeli dan seberapa banyak produsen bersedia menjual.
- **Pendapatan Konsumen:** Peningkatan pendapatan meningkatkan daya beli konsumen, sehingga meningkatkan permintaan barang.
- **Biaya Produksi:** Biaya produksi yang lebih rendah memungkinkan produsen untuk menawarkan lebih banyak barang pada harga yang sama, yang dapat meningkatkan penawaran.
- **Teknologi:** Inovasi teknologi dapat meningkatkan efisiensi produksi, menurunkan biaya, dan meningkatkan penawaran.
- **Kebijakan Pemerintah:** Regulasi, pajak, subsidi, atau tarif dapat mempengaruhi harga dan jumlah barang yang diperdagangkan.
- **Perubahan Preferensi Konsumen:** Perubahan dalam preferensi konsumen, gaya hidup, atau tren dapat memengaruhi permintaan terhadap barang tertentu.

5 Pasar Digital dan Perkembangannya:

- **Pasar Digital:** Pasar barang tidak lagi terbatas pada bentuk fisik atau lokasi tertentu. E-commerce dan platform digital telah mengubah cara produsen dan konsumen berinteraksi. Pasar digital memungkinkan akses lebih luas, pilihan lebih banyak, dan transaksi lebih cepat.
- **Contoh:** Amazon, Alibaba, dan platform e-commerce lainnya telah menjadi pusat perdagangan barang-barang dari berbagai jenis, memungkinkan perdagangan lintas negara tanpa kendala fisik.

C. RINGKASAN

1. Permintaan adalah jumlah barang atau jasa yang ingin dibeli oleh konsumen pada berbagai tingkat harga dalam periode waktu tertentu. Permintaan secara luas adalah keseluruhan keinginan, kemampuan, dan kebutuhan konsumen untuk membeli barang atau jasa tertentu dalam berbagai situasi pasar, dipengaruhi oleh sejumlah faktor seperti harga, pendapatan, preferensi, ekspektasi masa depan, dan kondisi ekonomi secara umum.
2. Penawaran (*supply*) adalah konsep dasar dalam ekonomi yang menggambarkan jumlah barang atau jasa yang bersedia dan mampu dijual oleh produsen pada berbagai tingkat harga dalam suatu periode tertentu. Seperti permintaan, penawaran juga dipengaruhi oleh sejumlah faktor.
3. Pasar barang adalah tempat di mana produsen dan konsumen bertemu untuk menukar barang dan jasa dengan harga yang disepakati.

D. TES FORMATIF

Pilihlah jawaban yang paling tepat.

1. **Apa yang dimaksud dengan hukum permintaan?**
 - a. Jika harga naik, jumlah yang diminta naik
 - b. Jika harga naik, jumlah yang diminta turun
 - c. Jika harga naik, jumlah yang diminta tetap
 - d. Jika harga naik, penawaran turun

2. **Apa yang terjadi pada jumlah penawaran jika harga barang meningkat?**
 - a. Penawaran meningkat
 - b. Penawaran menurun
 - c. Penawaran tetap
 - d. Penawaran tidak berpengaruh

3. **Dalam pasar persaingan sempurna, barang yang ditawarkan oleh penjual:**
 - a. Berbeda-beda
 - b. Homogen
 - c. Terbatas
 - d. Berlebihan

4. **Harga keseimbangan adalah:**
 - a. Harga tertinggi di pasar
 - b. Harga yang ditentukan oleh produsen
 - c. Harga di mana jumlah permintaan sama dengan jumlah penawaran
 - d. Harga yang ditetapkan oleh pemerintah

5. **Faktor berikut yang dapat menggeser kurva permintaan ke kanan adalah:**
 - a. Penurunan pendapatan
 - b. Kenaikan harga barang substitusi

- c. Peningkatan biaya produksi
 - d. Penurunan biaya produksi
6. **Jika biaya produksi menurun, apa yang akan terjadi dengan kurva penawaran?**
- a. Bergeser ke kiri
 - b. Bergeser ke kanan
 - c. Tetap di tempat
 - d. Bergeser ke bawah
7. **Jika permintaan meningkat dan penawaran tetap, apa yang akan terjadi pada harga barang?**
- a. Harga turun
 - b. Harga tetap
 - c. Harga naik
 - d. Harga tidak berubah
8. **Faktor yang tidak memengaruhi penawaran adalah:**
- a. Biaya produksi
 - b. Teknologi
 - c. Selera konsumen
 - d. Harga barang di masa depan
9. Faktor berikut yang tidak mempengaruhi pasar barang adalah:
- a. Pendapatan konsumen
 - b. Biaya produksi
 - c. Selera konsumen
 - d. Jumlah karyawan perusahaan
10. Bagaimana inovasi teknologi mempengaruhi pasar barang?
- a. Meningkatkan efisiensi produksi dan menurunkan penawaran
 - b. Meningkatkan biaya produksi dan menurunkan permintaan
 - c. Meningkatkan efisiensi produksi dan meningkatkan penawaran

d. Menurunkan efisiensi produksi dan meningkatkan harga

E. LATIHAN:

Jawablah soal berikut dengan penjelasan singkat dan jelas.

1. Bagaimana hubungan antara harga barang dengan jumlah yang diminta, menurut hukum permintaan?
2. Sebutkan tiga faktor yang dapat menggeser kurva penawaran!
3. Apa perbedaan utama antara pasar persaingan sempurna dan pasar monopoli?
4. Bagaimana pengaruh peningkatan pendapatan masyarakat terhadap permintaan suatu barang? Berikan contoh.
5. Dalam suatu pasar, jika harga suatu barang lebih rendah dari harga keseimbangan, apa yang akan terjadi dengan jumlah permintaan dan penawaran? Jelaskan.

KEGIATAN BELAJAR 4 ELASTISITAS EKONOMI MIKRO

DESKRIPSI PEMBELAJARAN

Pada bab ini mahasiswa akan mempelajari mengenai pengenalan dan konsep dasar teoritis dalam elastisitas mikro ekonomi. Diharapkan mahasiswa memiliki wawasan dan pemahaman untuk modal dasar dalam mempelajari teori-teori dalam ilmu mikro ekonomi secara lebih lanjut dan mendalam.

KOMPETENSI PEMBELAJARAN

Setelah mengikuti perkuliahan ini diharapkan mahasiswa dan mahasiswi memiliki pengetahuan dan kemampuan :

1. Mampu menguraikan definisi elastisitas mikro ekonomi dan jenis-jenis elastisitas.
2. Mampu menjelaskan factor-faktor yang mempengaruhi elastisitas
3. Mampu menjelaskan dan mengaplikasikan elastisitas dalam perekonomian
4. Mampu menjelaskan perbedaan antara elastisitas permintaan dan penawaran

PETA KONSEP PEMBELAJARAN



A. PENGERTIAN ELASTISITAS

Elastisitas adalah konsep yang digunakan dalam ekonomi untuk mengukur respons relatif dari satu variabel terhadap perubahan dalam variabel lainnya. Elastisitas adalah derajat kepekaan kuantitas yang diminta atau ditawarkan terhadap salah satu faktor yang mempengaruhi fungsi permintaan atau penawaran (Arsyad, 1991). Ini berkaitan dengan tingkat sensitivitas yang ditunjukkan oleh variabel dalam menanggapi perubahan variabel terkait lainnya. Dalam konteks harga, elastisitas mengukur seberapa sensitif jumlah yang diminta atau ditawarkan dari suatu produk terhadap perubahan harga. Selain itu, konsep elastisitas dapat diperluas untuk mencakup variabel lain, termasuk tingkat pendapatan atau harga barang lainnya (Nasihin & Purwandari, 2022).

Secara formal, elastisitas (ϵ) dihitung sebagai persentase perubahan dalam kuantitas diminta (atau ditawarkan) dibagi dengan persentase perubahan dalam harga :

$$\epsilon = \frac{\text{Presentase Perubahan Kuantitas}}{\text{Presentase Perubahan Harga}}$$

B. JENIS – JENIS ELASTISITAS

Terdapat beberapa jenis elastisitas yang digunakan dalam ekonomi untuk menganalisis hubungan antara harga dan jumlah yang diminta atau ditawarkan. Berikut adalah penjelasan lengkap tentang jenis-jenis elastisitas yang umum :

1. Elastisitas Harga (*Price Elasticity of Demand*) : Elastisitas harga mengukur seberapa sensitif kuantitas yang diminta dari suatu produk terhadap perubahan harga. Ini dihitung sebagai persentase perubahan dalam kuantitas diminta dibagi dengan persentase perubahan harga. Jika nilai elastisitas harga lebih besar dari 1, permintaan dianggap elastis; jika kurang dari 1, permintaan dianggap inelastis.

2. Elastisitas Pendapatan (*Income Elasticity of Demand*) : Elastisitas pendapatan mengukur seberapa sensitif kuantitas yang diminta dari suatu produk terhadap perubahan pendapatan konsumen. Ini dihitung sebagai persentase perubahan dalam kuantitas diminta dibagi dengan persentase perubahan pendapatan. Produk dengan elastisitas pendapatan positif disebut barang normal, sedangkan yang negatif disebut barang inferior.
3. Elastisitas Penawaran (*Price Elasticity of Supply*) : Elastisitas penawaran mengukur seberapa sensitif kuantitas yang ditawarkan dari suatu produk terhadap perubahan harga. Ini dihitung sebagai persentase perubahan dalam kuantitas ditawarkan dibagi dengan persentase perubahan harga. Jika nilai elastisitas penawaran lebih besar dari 1, penawaran dianggap elastis; jika kurang
4. Elastisitas Silang (*Cross-Price Elasticity of Demand*) : Elastisitas silang mengukur seberapa sensitif kuantitas yang diminta dari suatu produk terhadap perubahan harga produk lain. Ini dihitung sebagai persentase perubahan dalam kuantitas diminta produk pertama dibagi dengan persentase perubahan harga produk kedua. Nilai positif menunjukkan substitusi antara produk, sementara nilai negatif menunjukkan komplementaritas. dari 1, penawaran dianggap inelastis.

Setiap jenis elastisitas memiliki implikasi ekonomi yang unik dan dapat digunakan untuk membuat keputusan yang lebih baik dalam pengelolaan sumber daya dan perencanaan kebijakan.

C. FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI ELASTISITAS

Elastisitas adalah ukuran responsivitas atau sensitivitas dari satu variabel terhadap perubahan dalam variabel lain. Dalam ekonomi, elastisitas sering kali merujuk pada hubungan antara harga dan

jumlah barang yang diminta atau ditawarkan. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi elastisitas, baik itu elastisitas permintaan (*demand elasticity*) maupun elastisitas penawaran (*supply elasticity*). Berikut adalah penjelasan lengkap mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi elastisitas:

1. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Elastisitas Permintaan :
 - a. Ketersediaan Alternatif: Jika ada banyak barang atau layanan yang dapat menggantikan barang atau layanan tertentu, permintaan akan lebih elastis. Contohnya, jika harga bahan bakar minyak naik, orang mungkin akan beralih ke transportasi umum atau berkendara lebih hemat energi.
 - b. Ketersediaan Substitusi: Elastisitas permintaan juga dipengaruhi oleh ketersediaan barang pengganti. Jika barang pengganti mudah ditemukan, permintaan akan lebih elastis. Contohnya, jika harga satu merek ponsel naik, konsumen mungkin beralih ke merek lain dengan harga yang lebih rendah.
 - c. Waktu: Elastisitas permintaan juga bisa berubah seiring waktu. Permintaan cenderung menjadi lebih elastis jika konsumen memiliki lebih banyak waktu untuk menyesuaikan perilaku mereka terhadap perubahan harga. Misalnya, jika harga rokok naik, konsumen mungkin membutuhkan waktu untuk berhenti merokok atau mencari alternatif lain.
 - d. Sifat Barang: Barang yang bersifat mewah atau tidak penting cenderung memiliki elastisitas permintaan yang lebih tinggi. Sebaliknya, barang-barang kebutuhan sehari-hari atau esensial cenderung memiliki elastisitas permintaan yang lebih rendah.
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Elastisitas Penawaran :
 - a. Ketersediaan Sumber Daya: Elastisitas penawaran dipengaruhi oleh ketersediaan sumber daya yang dibutuhkan untuk memproduksi barang atau layanan. Jika sumber daya langka atau sulit diperoleh, penawaran akan kurang elastis.

- b. Waktu Produksi: Waktu yang dibutuhkan untuk menyesuaikan produksi dengan perubahan harga mempengaruhi elastisitas penawaran. Penawaran akan lebih elastis jika produsen memiliki cukup waktu untuk meningkatkan atau mengurangi produksi sebagai respons terhadap perubahan harga.
- c. Teknologi: Kemajuan teknologi dapat meningkatkan elastisitas penawaran dengan memungkinkan produsen untuk dengan cepat menyesuaikan produksi mereka dengan perubahan harga.
- d. Biaya Produksi: Biaya produksi yang rendah relatif terhadap harga jual akan membuat penawaran lebih elastis. Sebaliknya, jika biaya produksi naik secara signifikan, penawaran akan kurang elastis.

Memahami faktor-faktor ini membantu produsen dan pemerintah dalam merencanakan strategi harga, produksi, dan kebijakan yang sesuai dengan kondisi pasar yang spesifik.

D. METODE PENGUKURAN ELASTISITAS

Metode Pengukuran Elastisitas adalah sebuah teknik yang digunakan untuk mengukur seberapa responsif permintaan atau penawaran suatu produk terhadap perubahan harga. Elastisitas menggambarkan seberapa besar persentase perubahan dalam jumlah permintaan atau penawaran yang terjadi sebagai respons terhadap persentase perubahan harga (Ihsan et al., 2024). Secara umum, terdapat beberapa metode yang digunakan untuk mengukur elastisitas, di antaranya adalah:

1. Metode Elastisitas Harga (*Price Elasticity of Demand*):
Metode Persentase: Metode ini melibatkan perbandingan persentase perubahan jumlah permintaan dengan persentase perubahan harga. Rumusnya adalah:

$$Ed = \frac{\% \text{ Perubahan jumlah permintaan}}{\% \text{ Perubahan harga}}$$

Metode Total Pengeluaran: Metode ini melibatkan perbandingan perubahan total pengeluaran konsumen setelah perubahan harga. Rumusnya adalah:

$$Ey = \frac{\% \text{ Perubahan jumlah permintaan}}{\% \text{ Perubahan harga}} \times \frac{\text{Harga awal}}{\text{Jumlah permintaan awal}}$$

2. Metode Elastisitas Pendapatan (*Income Elasticity of Demand*): Metode ini mengukur seberapa responsif jumlah permintaan suatu produk terhadap pendapatan konsumen. Rumusnya adalah:

$$Ey = \frac{\% \text{ Perubahan jumlah permintaan}}{\% \text{ Perubahan pendapatan}}$$

3. Metode Elastisitas Silang (*Cross-Price Elasticity of Demand*): Metode ini mengukur seberapa responsif permintaan suatu produk terhadap perubahan harga produk lain. Rumusnya adalah:

$$Exy = \frac{\% \text{ Perubahan jumlah permintaan produk X}}{\% \text{ Perubahan harga produk Y}}$$

4. Metode Elastisitas Penawaran (*Price Elasticity of Supply*): Metode ini mengukur seberapa responsif penawaran suatu produk terhadap perubahan harga. Rumusnya serupa dengan metode elastisitas harga permintaan, hanya saja menggantikan jumlah permintaan dengan jumlah penawaran. Metode yang digunakan tergantung pada data yang tersedia dan konteks spesifik masalah ekonomi yang sedang diteliti. Metode-metode

ini membantu analis dan pengambil keputusan untuk memahami seberapa sensitifnya permintaan atau penawaran terhadap perubahan harga atau faktor lainnya.

E. APLIKASI ELASTISITAS DALAM EKONOMI

Elastisitas adalah konsep penting dalam ekonomi yang mengukur sensitivitas atau respons perubahan satu variabel terhadap perubahan variabel lainnya. Ini memungkinkan para ekonom untuk memahami bagaimana perubahan dalam harga, pendapatan, atau faktor-faktor lainnya mempengaruhi perilaku konsumen, produsen, dan pasar secara keseluruhan (Nasihin et al., 2022). Berikut adalah penjelasan lengkap tentang aplikasi elastisitas dalam ekonomi:

1. Elastisitas Harga Permintaan (*Price Elasticity of Demand*):
 - a. Memahami seberapa sensitif jumlah barang atau jasa yang diminta oleh konsumen terhadap perubahan harga.
 - b. Memprediksikan dampak perubahan harga terhadap pendapatan total produsen.
 - c. Implikasi kebijakan harga bagi perusahaan, terutama dalam menentukan strategi penetapan harga.
2. Elastisitas Pendapatan Permintaan (*Income Elasticity of Demand*):
 - a. Mengetahui seberapa sensitif jumlah barang atau jasa yang diminta oleh konsumen terhadap perubahan pendapatan.
 - b. Menganalisis sifat barang sebagai barang normal atau barang inferior.
 - c. Mengidentifikasi tren konsumsi masyarakat sehubungan dengan perubahan pendapatan.
3. Elastisitas Silang Permintaan (*Cross-Price Elasticity of Demand*):
 - a. Mengukur seberapa sensitif jumlah barang atau jasa yang diminta oleh konsumen terhadap perubahan harga barang lain.

- b. Menentukan apakah dua barang tersebut adalah barang substitusi atau barang komplementer.
 - c. Strategi penetapan harga yang sesuai untuk produk yang memiliki hubungan substitusi atau komplementer.
- 4. Elastisitas Harga Penawaran (*Price Elasticity of Supply*):
 - a. Mengetahui seberapa sensitif produsen dalam menawarkan jumlah barang atau jasa tertentu terhadap perubahan harga.
 - b. Implikasi terhadap perubahan harga dalam mengatur produksi dan alokasi sumber daya.
- 5. Elastisitas Pendapatan Penawaran (*Income Elasticity of Supply*):
 - a. Menganalisis seberapa sensitive produsen terhadap perubahan pendapatan dalam menawarkan barang atau jasa.
 - b. Penting dalam merencanakan investasi dan produksi jangka panjang.
- 6. Elastisitas Silang Penawaran (*Cross-Price Elasticity of Supply*):
 - a. Mengukur seberapa sensitif penawaran suatu produk terhadap perubahan harga produk lain.
 - b. Memprediksi reaksi produsen terhadap perubahan harga barang lain dalam pasar yang terkait.

Aplikasi elastisitas dalam ekonomi membantu pengambil keputusan untuk membuat keputusan yang lebih baik dalam mengelola sumber daya ekonomi dan merencanakan kebijakan yang efektif.

F. ELASTISITAS PERMINTAAN

➤ Pengertian Elastisitas Permintaan

Elastisitas Permintaan merupakan ukuran yang melihat besarnya tingkat kepekaan dari perubahan kuantitas barang yang diminta terhadap perubahan harga barang tersebut. Apabila suatu harga barang tertentu mengalami penurunan,

maka kuantitas barang yang diminta dari barang tersebut pada umumnya mengalami kenaikan. Begitu pula sebaliknya apabila harga dari suatu barang tertentu mengalami kenaikan, maka barang yang diminta oleh konsumen justru akan mengalami penurunan (Nasihin et al., 2023). Dengan demikian elastisitas permintaan ini dapat dilihat dengan perbandingan antara persentase perubahan kuantitas yang diminta dengan persentase perubahan dari harga suatu barang tertentu.

➤ **Macam-macam Elastisitas Permintaan**

a. Elastisitas Harga dari Permintaan

Suatu elastisitas harga dari permintaan (*price elasticity of demand*) adalah parameter yang menunjukkan berapa banyak kuantitas yang diminta dari barang tertentu akan mengalami perubahan seiring dengan harga barang tersebut yang berubah.

1) Perhitungan Elastisitas Harga dari Permintaan

Elastisitas harga dari permintaan (Ed_x)

$$Ed_x = \frac{\text{Persentase perubahan kuantitas yang diminta}}{\text{Persentase perubahan harga}}$$

Sebagai contoh, umpamakan saja suatu ketika terjadi kenaikan harga segelas es krim sebesar 10 persen sehingga menyebabkan konsumsi es krim anda pun turun 20 persen. Kita kalkulasikan terlebih dahulu elastisitas harga dari permintaan sebagai berikut:

$$\text{Elastisitas harga dari permintaan} = \frac{20 \text{ persen}}{10 \text{ persen}} = 2$$

Dalam contoh ini, elastisitasnya sama dengan 2. Angka ini menunjukkan bahwa perubahan kuantitas yang diminta dua kali lebih besar daripada perubahan harganya. Pada contoh tersebut, persentase

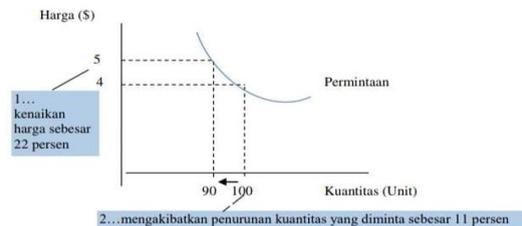
perubahan harganya ialah +10 persen (menunjukkan peningkatan), sedangkan persentase kuantitas yang diminta -20 persen (mencerminkan penurunan). Oleh karena itu, angka elastisitas kadang-kadang dinyatakan sebagai bilangan negatif. Namun, kita mengikuti praktek umum yang berlaku dalam penyebutan besaran elastisitas, yakni tanda negatifnya dihilangkan begitu saja sehingga yang ditampilkan adalah bilangan positif (dalam matematika, angka ini seperti disebut sebagai angka/nilai absolut). Dengan konvensi ini, semakin besar elastisitas harganya, kuantitas yang diminta semakin responsive terhadap perubahan harganya.

2) Variasi Kurva Permintaan

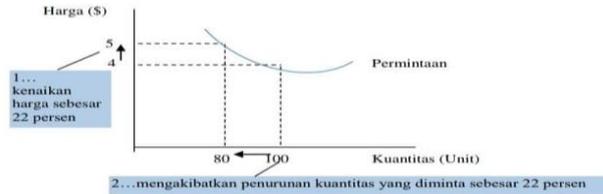
- a) Permintaan inelastis sempurna : elastisitas sama dengan 0



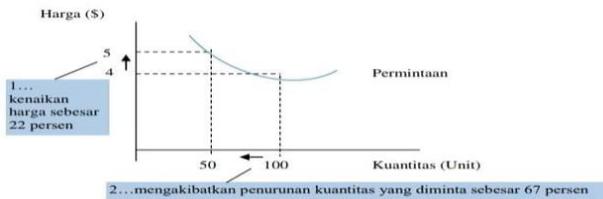
- b) Permintaan inelastis : elastisitas kurang dari 1



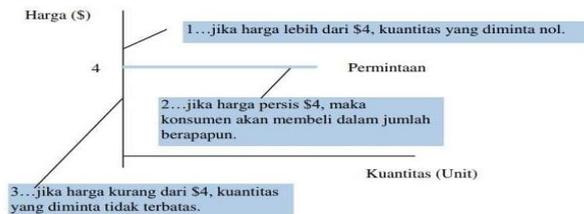
c) Permintaan elastis uniter : elastisitas sama dengan 1



d) Permintaan elastis : elastisitas lebih dari 1



e) Permintaan elastis sempurna : elastisitas tidak terbatas



b. Elastisitas Silang dari Permintaan (*Cross Price Elasticity of Demand*)

Elastisitas silang dari permintaan yaitu kecenderungan permintaan barang atau jasa berubah karena adanya perubahan harga barang yang lain. Bisa kita artikan pula sebagai suatu taraf sensitivitas (kepekaan) dari permintaan suatu barang tertentu terhadap perubahan harga barang lainnya. Dapat kita rumuskan secara

matematis elastisitas silang dari permintaan sebagai berikut.

$$e_l = \frac{\Delta Q_{dx} / Q_x}{\Delta I / I} \text{ atau } = \frac{\Delta Q_{dx}}{\Delta I} \cdot \frac{I}{Q_x}$$

Dimana : Q_x : Kuantitas barang X

P_y : Harga barang lain

ΔP_y : Perubahan harga barang lain.

c. Elastisitas Pendapatan

Dapat diartikan bahwa elastisitas pendapatan merupakan kecenderungan permintaan barang dan jasa berubah diakibatkan oleh pendapatan masyarakat juga mengalami perubahan.

$$e_l = \frac{\Delta Q_{dx} / Q_x}{\Delta I / I} \text{ atau } = \frac{\Delta Q_{dx}}{\Delta I} \cdot \frac{I}{Q_x}$$

Dimana :

Q_x : Kuantitas barang X

I : Income atau Pendapatan konsumen

ΔI : Perubahan pendapatan konsumen

➤ Manfaat dari Menaksir Elastisitas Permintaan

Secara teori (dan juga praktik) terdapat beberapa manfaat dari mengetahui nilai Elastisitas Permintaan suatu barang. Manfaat itu misalnya untuk kebijakan impor, pajak dan penjualan produk baik yang dilakukan oleh pemerintah maupun swasta.

a. Kebijakan Impor

Seperti yang kita ketahui bahwa pemerintah yang mempunyai kepentingan sebagai pendali impor. Seandainya nilai elastisitas barang impor yang dimaksud elastis (dengan demikian apabila harga suatu barang tertentu mengalami kenaikan, permintaan barang akan

mengalami penurunan secara lebih besar dari persentase (%) kenaikan harga barang tersebut) dalam hal ini pemerintah tentunya berusaha supaya barang impor tersebut selalu cukup keberadaannya dan juga selalu berusaha untuk tetap mempertahankan nilai kurs valuta mata uang yang dimilikinya supaya relatif stabil (ataupun pemerintah sebisa mungkin melakukan pemberhentian impor barang itu). Demikian pula jika sifatnya inelastis (kenaikan harga barang juga diikuti penurunan permintaan dengan persentase yang lebih kecil dari persentase kenaikan harga barang tersebut).

b. Perpajakan

Apabila diketahui bahwa permintaan barang tertentu sifatnya elastis, pemerintah relatif tidak melakukan kenaikan dalam pemungutan pajak terhadap barang yang dimaksud. Akan tetapi apabila sifatnya inelastis, pemerintah akan cenderung untuk menaikkan pemungutan pajak terhadap barang tersebut.

c. Kebijakan/Strategi Penetapan Harga atas Barang

Teorinya apabila suatu produk sifatnya elastis, dengan demikian kebijakan perodusen menaikkan harga barang bukanlah suatu cara yang kurang tepat. Hal ini tentu hanya akan menyebabkan jumlah yang diterima turun. Sedangkan apabila sifatnya inelastis, strategi dalam menaikkan harga pada suatu tingkat yang wajar akan justru akan menyebabkan penerimaan meningkat.

Adapun ringkasan hubungan elastisitas permintaan terhadap strategi penetapan harga produk adalah sebagai berikut:

- 1) Apabila permintaan bersifat elastis, maka menurunkan harga jual akan cenderung menaikkan tingkat pendapatan (dalam batas penurunan harga masih menguntungkan) .

- 2) Apabila permintaan bersifat inelastis, maka menaikkan harga jual akan cenderung menaikkan tingkat pendapatan (dalam batas kenaikan harga tidak menyebabkan permintaan = 0) .
- 3) Apabila permintaan bersifat elastis uniter menaikkan atau menurunkan harga adalah tindakan yang mubazir, karena penerimaan relatif tidak berubah.

G. ELASTISITAS PENAWARAN

➤ Pengertian Elastisitas Penawaran

Suatu elastisitas harga dari penawaran (*price elasticity of supply*) dapat mengukur seberapa banyak jumlah barang dan jasa berubah yang disebabkan oleh perubahan harganya. Dengan kata lain elastisitas penawaran ini mengukur persentase perubahan jumlah penawaran diakibatkan oleh persentase perubahan harga barang dan jasa tersebut. Dalam jangka pendek kuantitas barang yang ditawarkan akan berbeda dengan kuantitas barang yang diproduksi. Akan tetapi, dalam jangka panjang kuantitas barang yang ditawarkan akan dianggap sama dengan jumlah barang yang diproduksi (Nasihin & Dewi, 2021). Suatu elastisitas penawaran dapat juga menggambarkan besarnya kepekaan dari variabel yang mempengaruhinya. Penawaran dikatakan elastis apabila perubahan barang yang ditawarkan cukup besar diakibatkan oleh perubahan harga barang tersebut. Akan tetapi sebaliknya penawaran dikatakan inelastis apabila kuantitas yang ditawarkan berubah sedikit akibat adanya perubahan harga barang tersebut. Secara umum metode pengukuran elastisitas penawaran akan sama dengan pengukuran dalam suatu elastisitas permintaan.

➤ **Derajat Kepekaan Penawaran (Elastisitas Penawaran)**

Dalam menghitung koefisien Elastis Penawaran, dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut.

$$E = \frac{\% \text{ perubahan kuantitas barang yang ditawarkan}}{\% \text{ perubahan harga}}$$

Atau

Elastisitas Titik (*point elasticity*)

$$E_s = \frac{\Delta Q_s}{\Delta P} \times \frac{P_1}{Q_{s1}}$$

Seperti halnya elastisitas permintaan, maka elastisitas penawaran pun juga menerapkan metode titik tengah (*midpoint method*) dalam menghitung elastisitasnya. Metode nilai titik tengah dalam menghitung elastisitas penawaran dapat dirumuskan sebagai berikut.

Elastisitas harga dari penawaran

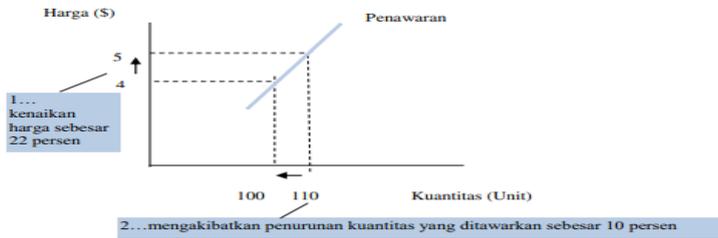
$$(E_{s_x}) = \frac{(Q_2 - Q_1) / [(Q_2 + Q_1) / 2]}{(P_2 - P_1) / [(P_2 + P_1) / 2]}$$

➤ **Variasi Kurva Penawaran**

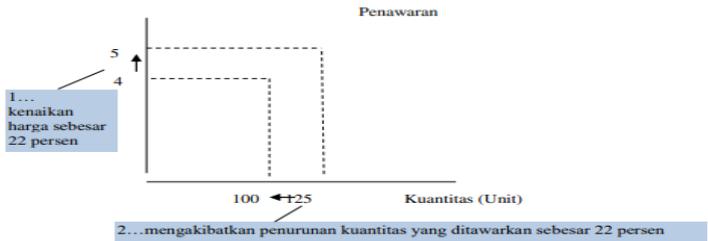
a. Penawaran inelastis sempurna : elastisitas sama dengan 0



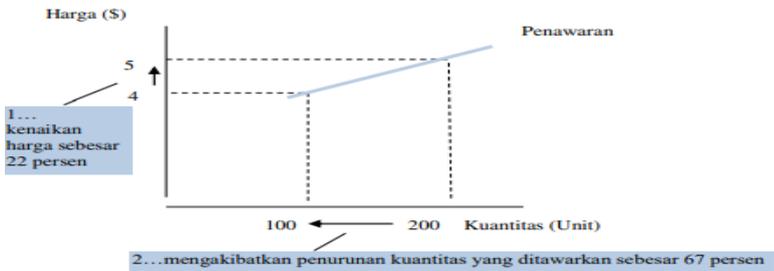
b. Penawaran inelastis : elastisitas kurang dari 1



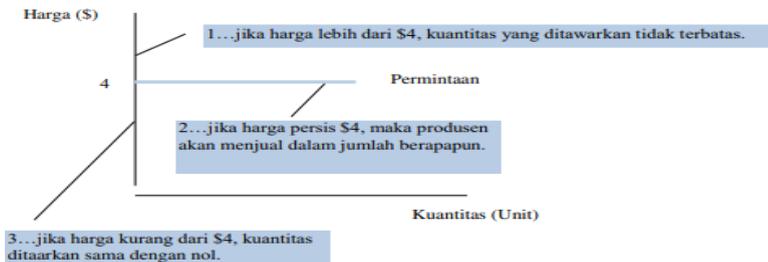
c. Penawaran elastis uniter : elastisitas sama dengan 1



d. Penawaran elastis : elastisitas lebih dari 1



e. Penawaran elastis sempurna : elastisitas tidak terbatas



➤ **Manfaat Elastisitas Penawaran**

Manfaat penghitungan elastisitas penawaran lebih banyak untuk kepentingan produsen. Dengan mengetahui seberapa elastis penawaran terhadap harga, maka produsen bisa mengetahui beberapa hal berikut:

a. Perusahaan sehat atau tidak

Semakin elastis, itu artinya respon penawaran terhadap perubahan harga semakin cepat. Dan semakin baik atau cepatnya respon penawaran terhadap perubahan harga bisa menjadi salah satu indikator bahwa perusahaan tersebut sehat.

b. Kebijakan apa yang akan dibuat untuk periode mendatang

Karena elastisitas penawaran lah perusahaan bisa mengetahui kebijakan apa yang kira-kira akan dilakukan pada periode mendatang. Misalnya, saat ini perusahaan berada pada posisi inelastis. Maka, untuk membuat perusahaan menjadi elastis penawarannya, perusahaan mengambil beberapa kebijakan di antaranya memperbaharui teknologi, mengganti manusia dengan mesin untuk efektivitas, melakukan sistem kontrak untuk pegawai demi penghematan dan lain-lain.

c. Apa yang perlu diperbaiki

Perusahaan juga bisa mengetahui apa saja yang perlu diperbaiki dari hasil analisa elastisitas penawaran. Mengapa penawaran di perusahaan tersebut sama sekali tidak sensitif. Ternyata karena perusahaan tersebut masih baru saja berdiri sehingga belum bisa mengikuti arus eksternal karena internal sendiri masih banyak yang harus dibanahi (Nasihin et al., 2024). Elastisitas penawaran memiliki prinsip yang sama dengan permintaan. Bedanya, elastisitas permintaan dari sisi konsumen, sedangkan elastisitas penawaran dari sisi produsen.

H. RANGKUMAN

Elastisitas adalah konsep yang digunakan dalam ekonomi untuk mengukur respons relatif dari satu variabel terhadap perubahan dalam variabel lainnya. Dalam ekonomi, elastisitas sering kali merujuk pada hubungan antara harga dan jumlah barang yang diminta atau ditawarkan. Metode Pengukuran Elastisitas adalah sebuah teknik yang digunakan untuk mengukur seberapa responsif permintaan atau penawaran suatu produk terhadap perubahan harga. Elastisitas menggambarkan seberapa besar persentase perubahan dalam jumlah permintaan atau penawaran yang terjadi sebagai respons terhadap persentase perubahan harga. Aplikasi elastisitas dalam ekonomi membantu pengambil keputusan untuk membuat keputusan yang lebih baik dalam mengelola sumber daya ekonomi dan merencanakan kebijakan yang efektif.

I. TES FORMATIF

- 1 Manakah dari faktor berikut yang tidak mempengaruhi elastisitas permintaan?
 - a. Ketersediaan barang pengganti
 - b. Proporsi pendapatan yang digunakan untuk membeli barang
 - c. Harga barang substitusi
 - d. Selera konsumen

- 2 Jika elastisitas silang antara dua barang adalah negatif, maka barang tersebut merupakan:
 - a. Barang substitusi
 - b. Barang inferior
 - c. Barang komplementer
 - d. Barang normal

3. Jika pemerintah mengenakan pajak pada barang dengan permintaan inelastis, sebagian besar beban pajak akan ditanggung oleh:
 - a. Produsen
 - b. Konsumen
 - c. Pemerintah
 - d. Distributor

4. Jika elastisitas harga penawaran suatu barang adalah 1,5, maka barang tersebut:
 - a. Memiliki penawaran elastis.
 - b. Memiliki penawaran inelastis.
 - c. Memiliki elastisitas satuan.
 - d. Tidak ada perubahan penawaran terhadap harga.

5. Jika permintaan suatu barang elastis, kenaikan harga barang tersebut akan menyebabkan:
 - a. Peningkatan total pendapatan.
 - b. Penurunan total pendapatan.
 - c. Tidak ada perubahan pada total pendapatan.
 - d. Penurunan jumlah yang diminta tanpa mempengaruhi pendapatan

J. LATIHAN

1. Jelaskan apa yang dimaksud dengan elastisitas permintaan
2. Sebutkan faktor-faktor yang mempengaruhi elastisitas permintaan
3. Ketika harga suatu barang naik sebesar 15%, jumlah barang yang ditawarkan meningkat sebesar 30%. Hitung elastisitas harga penawaran dan tentukan apakah penawaran elastis atau inelastis.
4. Sebutkan dan jelaskan dua faktor yang menyebabkan suatu barang memiliki elastisitas yang lebih tinggi dibandingkan barang lainnya!

5. Jika elastisitas pendapatan permintaan untuk suatu produk adalah 1,5 dan pendapatan konsumen naik 10%, berapa persen kenaikan jumlah barang yang diminta?

KEGIATAN BELAJAR 5

PENERAPAN PENAWARAN DAN PERMINTAAN SERTA KEBIJAKAN PEMERINTAH

DESKRIPSI PEMBELAJARAN

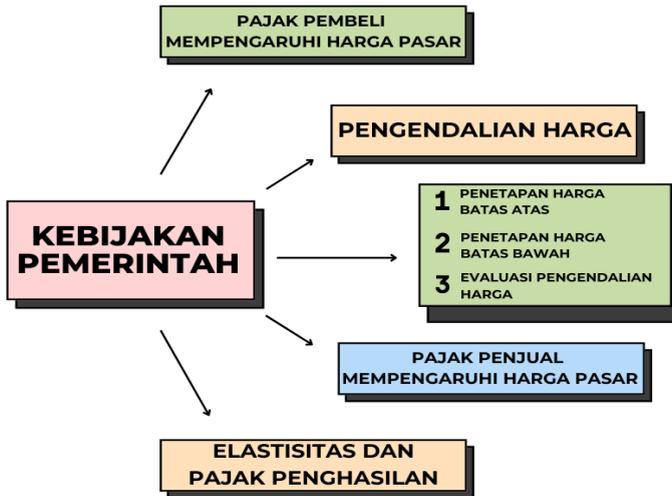
Pada bab ini mahasiswa mempelajari bagaimana teori penawaran dan permintaan diterapkan dalam pengambilan kebijakan pemerintah. Diharapkan mahasiswa memiliki wawasan dan kemampuan dalam menganalisis akibat perubahan penawaran dan permintaan terhadap kebijakan pemerintah.

KOMPETENSI PEMBELAJARAN

Setelah mengikuti perkuliahan ini, mahasiswa diharapkan mampu mengembangkan keterampilan analitis yang mendalam dalam memahami dan mengevaluasi kebijakan pemerintah melalui penerapan teori penawaran dan permintaan. Mahasiswa akan memiliki pemahaman yang kuat dalam hal:

1. Mampu menjelaskan pentingnya pengendalian harga
2. Mampu menganalisis penetapan harga batas atas.
3. Mampu menganalisis penetapan harga batas bawah.
4. Mampu mengevaluasi pengendalian harga.
5. Mampu menganalisis dampak pajak pembeli mempengaruhi hasil pasar
6. Mampu menganalisis dampak pajak penjual mempengaruhi hasil pasar
7. Mampu menganalisis Elastisitas Dan Pajak Penghasilan.

PETA KONSEP PEMBELAJARAN



A. KEBIJAKAN PENGENDALIAN HARGA

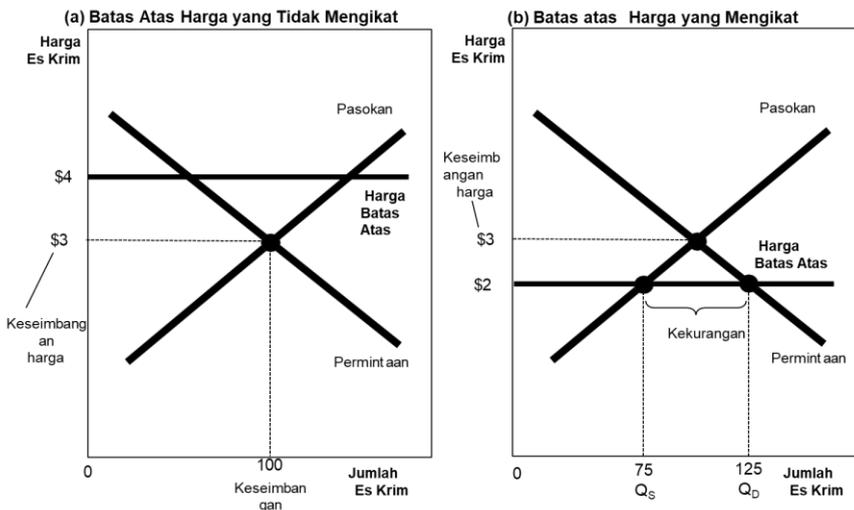
Pada bagian ini akan dianalisis kebijakan pemerintah dengan menggunakan teori penawaran dan permintaan untuk mengendalikan harga. Pengendalian harga biasanya diberlakukan ketika harga dianggap tidak adil bagi para pembeli dan penjual. Misalnya pada harga es krim keseimbangan jumlah yang ingin dibeli dan dijual adalah \$3/unit. Dengan harga ini tidak semua orang senang dengan proses mekanisme pasar. Misalnya konsumen es krim yang menganggap harga ini terlalu tinggi bagi mereka yang diet. Sementara itu bagi perusahaan es krim mengeluh bahwa harga ini sangat rendah dan mengurangi pendapatan mereka. Masing-masing mereka melobi pemerintah untuk mengubah hasil pasar dengan mengendalikan harga secara langsung.

Pembeli selalu menginginkan harga yang lebih rendah, sedangkan penjual menginginkan harga yang lebih tinggi, maka kedua kepentingan ini saling bertentangan. Jika para pembeli es krim berhasil melobi pemerintah, maka pemerintah memberlakukan

harga maksimum yang diperbolehkan untuk menjual es krim. Dengan demikian harga tidak boleh berada di atas harga ini, maka harga maksimum disebut harga batas atas. Sebaliknya jika penjual es krim berhasil melobi pemerintah maka diberlakukan harga minimum yang tidak boleh lebih rendah dari level ini yang disebut sebagai harga dasar. Dampak dari kebijakan ini dianalisis sebagai berikut.

1. Penetapan Harga Batas Atas

Ketika pemerintah memberlakukan harga batas atas, ada dua kemungkinan yang terjadi sebagaimana ditampilkan pada gambar di bawah ini. Pada gambar (a) pemerintah memberlakukan harga batas atas \$4/unit. Karena harga keseimbangan (\$3/unit) berada di bawah harga batas atas, maka harga ini tidak mengikat. Kekuatan pasar secara alami akan menggerakkan perekonomian menuju keseimbangan dan harga batas atas tidak berpengaruh.



Gambar 5.1. Keseimbangan pasar pada harga batas atas.

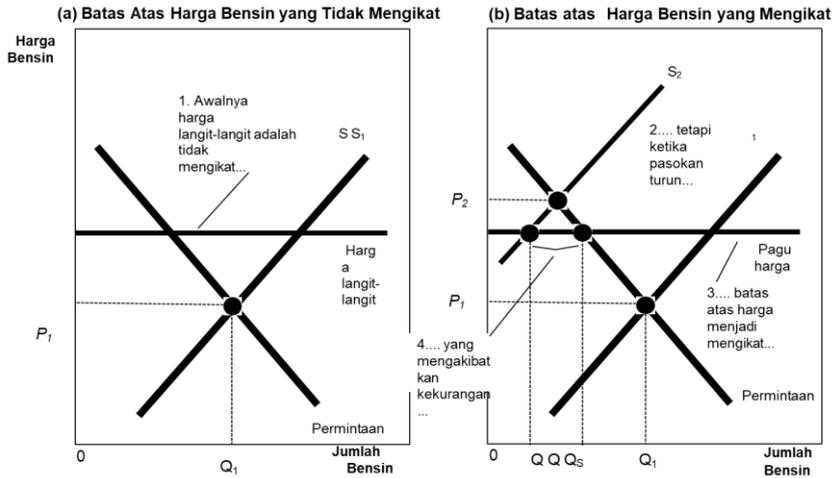
Pada panel (a) pemerintah memberlakukan harga batas atas sebesar \$4 yang berada di atas harga keseimbangan \$3, sehingga tidak berpengaruh dan pasar dapat mencapai

keseimbangan dimana jumlah yang diminta dan ditawarkan sama, yaitu 100 unit. Pada panel (b) pemerintah memberlakukan harga batas atas sebesar \$2 yang berada dibawah harga keseimbangan sebesar \$3, sehingga harga pasar adalah \$2 pada harga ini terdapat 125 unit yang diminta dan hanya 75 unit yang tersedia, sehingga terjadi kekurangan sebesar 50 unit.

Mekanisme pasar akan menggerakkan harga menuju keseimbangan, tapi ketika berada pada harga batas atas maka harga tidak dapat naik lagi, sehingga harga pasar sama dengan harga batas atas. Pada kondisi ini jumlah es krim yang diminta 125 unit sedangkan yang tersedia hanya 75 unit, sehingga pembeli pada harga yang berlaku tidak dapat bagian.

Pada pasar kompetitif, ketika diberlakukan harga batas atas yang mengikat akan terjadi kelangkaan barang sehingga penjual akan menjatah barang kepada pembeli yang potensial. Akibatnya terjadi antrian yang tidak efisien dan berpotensi tidak adil. Sebaliknya pada pasar yang kompetitif sistem antrian menjadi efisien karena setiap pembeli akan mendapatkan es krim pada harga keseimbangan.

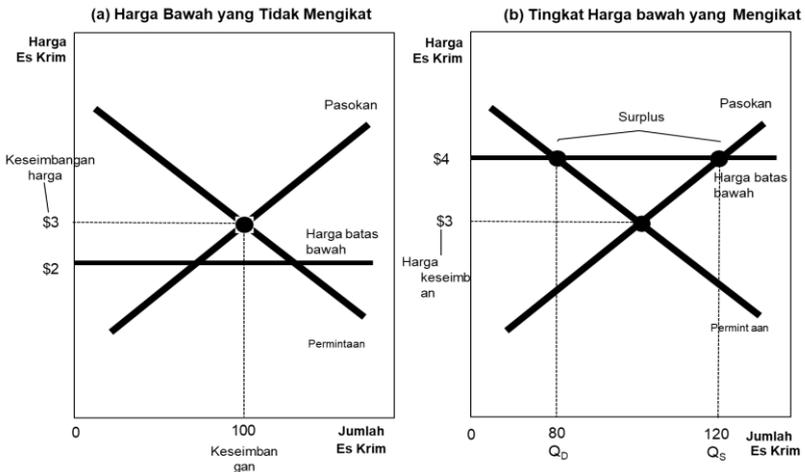
Studi kasus : Pada tahun 1973, OPEC menaikkan harga minyak mentah, yang menyebabkan pasokan bensin berkurang. Antrean panjang di pom bensin pun menjadi umum, dan pengendara harus menunggu berjam-jam untuk mendapatkan bensin. Meskipun banyak yang menyalahkan OPEC, para ekonom menilai peraturan pemerintah yang membatasi harga bensin adalah penyebab utama kelangkaan tersebut.



Gambar 5.2. Pasar bensin dengan harga batas atas.

2. Penetapan Harga Batas Bawah

Apabila penjual es krim berhasil bernegosiasi dengan pemerintah sehingga ditetapkan harga batas bawah, maka harga ini menjadi harga minimum yang legal.



Gambar 5.3. Keseimbangan pasar pada harga batas bawah.

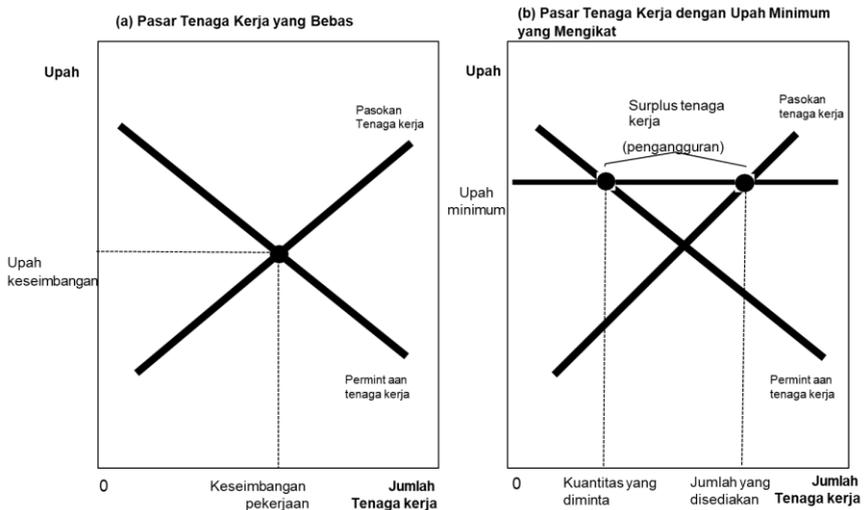
Pada panel (a), pemerintah menetapkan harga batas bawah sebesar \$2. Karena harga ini lebih rendah dari harga keseimbangan \$3, harga batas bawah tersebut tidak mempengaruhi pasar. Harga pasar bergerak untuk menyeimbangkan penawaran dan permintaan. Pada titik keseimbangan, jumlah yang ditawarkan dan diminta sama, yaitu 100 es krim. Pada panel (b), pemerintah menetapkan harga batas bawah sebesar \$4, yang berada di atas harga keseimbangan \$3. Akibatnya, harga pasar menjadi \$4. Pada harga ini, 120 es krim ditawarkan, tetapi hanya 80 es krim yang diminta, sehingga terjadi surplus sebanyak 40 es krim.

Kekuatan penawaran dan permintaan cenderung mendorong harga menuju harga keseimbangan, tetapi ketika harga pasar mencapai harga batas bawah yang lebih tinggi dari harga pasar, harga tersebut tidak dapat turun lebih rendah. Harga pasar menjadi sama dengan harga batas bawah. Pada titik ini, jumlah es krim yang ditawarkan (120 es krim) melebihi jumlah yang diminta (80 es krim). Akibatnya es krim tidak terjual pada harga pasar, sehingga harga batas bawah mengikat dan menyebabkan surplus.

Dengan harga batas bawah yang lebih tinggi dari harga pasar, akan terjadi kelebihan penawaran dan penjual tidak dapat menjual semua barangnya pada harga batas bawah. Bagi penjual yang mungkin karena ikatan kekeluargaan, mereka mendapatkan penjatahan di pasar bebas dengan harga keseimbangan.

Studi Kasus : Contoh penting dari harga batas bawah adalah upah minimum. Hukum upah minimum menentukan harga terendah untuk tenaga kerja yang dapat dibayar oleh pemberi kerja. Kongres AS pertama kali menetapkan upah minimum dengan Fair Labor Standards Act tahun 1938 untuk memastikan para pekerja mendapatkan standar hidup yang memadai. Pada tahun 1999, upah minimum menurut undang-undang federal adalah \$5,15 per jam, dan beberapa undang-

undang negara bagian memberlakukan upah minimum yang lebih tinggi.



Gambar 5.4. Upah minimum yang mempengaruhi pasar pada harga batas bawah.

3. Evaluasi Pengendalian Harga

Pasar merupakan cara yang terbaik untuk mengatur kegiatan ekonomi, namun pengendalian harga melalui harga batas atas dan batas bawah bukan merupakan proses mekanisme pasar. Harga bertugas untuk menyeimbangkan penawaran dan permintaan untuk mengatur aktivitas ekonomi. Kadang kala pemerintah dapat meningkatkan hasil pasar karena memandang hasil pasar tidak adil. Dengan pengendalian harga maka kelompok masyarakat miskin dapat memenuhi kebutuhan mereka. Misalnya pengendalian harga sewa rumah yang berada pada harga batas bawah yang mengikat memberikan keuntungan langsung bagi penyewa, namun sering memicu efek samping yang tak diinginkan. Pemilik rumah mungkin menjadi kurang termotivasi untuk merawat properti karena potensi keuntungan menurun, dan sebagai akibatnya, ketersediaan perumahan berkualitas menjadi terbatas. Demikian pula,

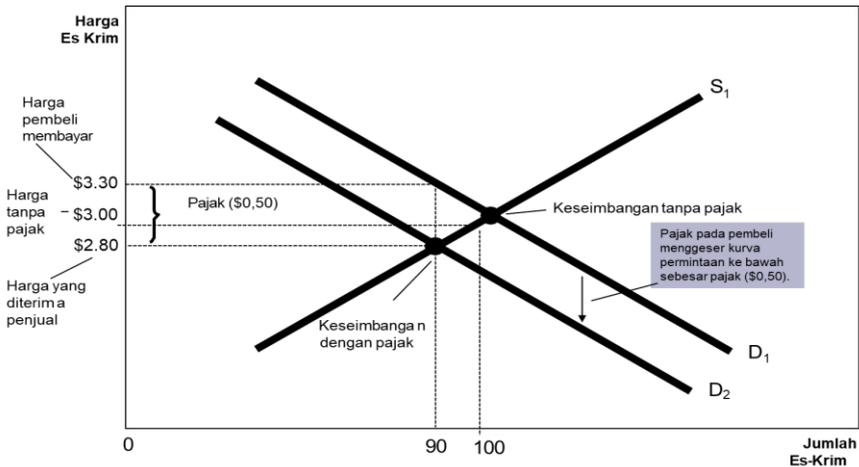
kebijakan upah minimum memang bisa meningkatkan pendapatan beberapa pekerja, tetapi di sisi lain, perusahaan mungkin memilih untuk mengurangi jumlah tenaga kerja, yang akhirnya berkontribusi pada peningkatan pengangguran.

B. BAGAIMANA PAJAK PEMBELI MEMPENGARUHI HASIL PASAR

Apabila pemerintah menetapkan bahwa setiap penjual es krim wajib membayar \$0,5 kepada pemerintah, maka efeknya dapat dilihat terhadap kurva penawaran dan permintaan es krim. Ada tiga langkah yang dapat dilakukan untuk melihat efek tersebut. (1) dengan memutuskan apakah penetapan pajak tersebut mempengaruhi kurva penawaran atau permintaan, (2) dengan memutuskan kearah mana kurva bergeser, (3) dengan memeriksa bagaimana pergeseran tersebut mempengaruhi keseimbangan. Penetapan pajak pada awalnya berdampak pada permintaan es krim dan tidak ada efeknya terhadap kurva permintaan karena penjual memiliki insentif yang sama untuk menyediakan es krim ke pasar. Namun pembeli harus membayar lebih mahal kepada penjual karena harus membayar pajak kepada pemerintah dan membayar harga jual es krim. Hal ini melibatkan pajak akan menggeser kurva permintaan es krim. Bagi pembeli, pajak membuat es krim kurang menarik sehingga permintaan terhadap es krim turun untuk setiap tingkat harga. Akibatnya kurva permintaan bergeser ke kiri.

Saat pajak sebesar \$0,50 dikenakan kepada pembeli, kurva permintaan bergeser ke bawah sebesar \$0,50 dari D1 ke D2. Akibatnya, jumlah keseimbangan berkurang dari 100 menjadi 90 unit. Harga yang diterima penjual turun dari \$3,00 menjadi \$2,80, sementara harga yang harus dibayar oleh pembeli (termasuk pajak) meningkat dari \$3,00 menjadi \$3,30. Meskipun pajak ini dikenakan

kepada pembeli, beban pajak tetap dibagi antara pembeli dan penjual



Gambar 5.5. Pajak atas Pembeli.

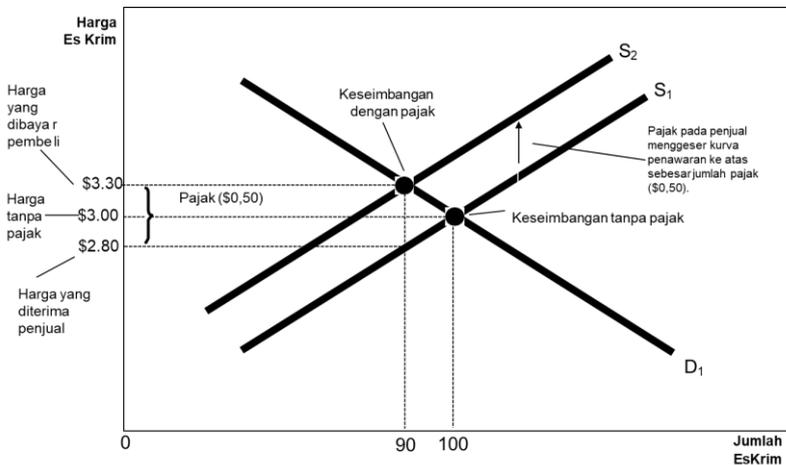
C. BAGAIMANA PAJAK PENJUAL MEMPENGARUHI HASIL PASAR

Sekarang, perhatikan pajak yang diterapkan kepada penjual barang. Misalkan pemerintah daerah memberlakukan peraturan yang mengharuskan penjual es krim cone untuk membayar \$0,50 kepada pemerintah untuk setiap cone yang mereka jual. Apa dampak dari kebijakan ini?.

Dalam kasus ini, dampak awal dari pajak terjadi pada sisi penawaran es krim. Karena pajak tidak dikenakan kepada pembeli, jumlah es krim yang diminta pada setiap harga tetap sama, sehingga kurva permintaan tidak mengalami perubahan. Sebaliknya, pajak yang dikenakan pada penjual meningkatkan biaya penjualan es krim, sehingga penjual hanya memasok jumlah

yang lebih sedikit pada setiap harga. Akibatnya, kurva penawaran bergeser ke kiri (atau, dengan kata lain, naik).

Kita dapat menghitung dengan tepat besarnya perubahan yang terjadi. Pada setiap harga pasar es krim, penjual akan menerima harga efektif yang \$0,50 lebih rendah setelah membayar pajak. Sebagai contoh, jika harga pasar es krim adalah \$2,00, penjual hanya akan memperoleh \$1,50. Terlepas dari harga pasarnya, penjual tetap akan memasok jumlah es krim yang sama seolah-olah harga pasar \$0,50 lebih rendah. Dengan kata lain, agar penjual tetap bersedia memasok jumlah tertentu, harga pasar harus naik \$0,50 untuk menutupi beban pajak. Kurva penawaran bergeser ke atas dengan jumlah yang sama persis dengan besarnya pajak (\$0,50). Oleh karena itu, seperti yang terlihat pada Gambar berikut.



Gambar 5.6. Pajak atas Penjual

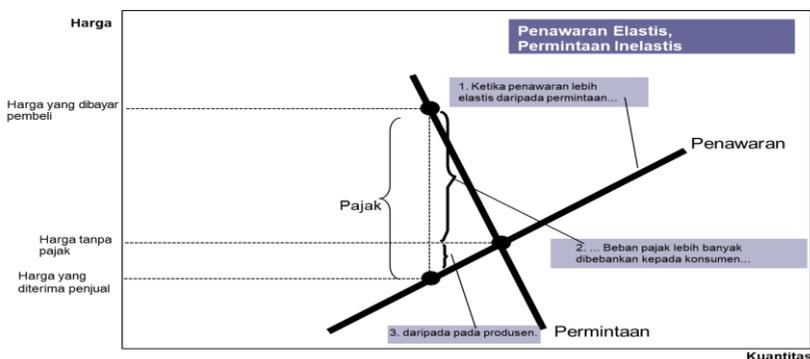
Ketika pajak sebesar \$0,50 dikenakan kepada penjual, kurva penawaran bergeser naik sebesar \$0,50 dari S1 ke S2. Akibatnya, kuantitas keseimbangan turun dari 100 menjadi 90 kerucut. Harga yang harus dibayar oleh pembeli naik dari \$3,00 menjadi \$3,30, sementara harga yang diterima penjual setelah membayar pajak

turun dari \$3,00 menjadi \$2,80. Meskipun pajak dibebankan kepada penjual, beban pajak tetap dibagi antara pembeli dan penjual.

Studi Kasus : Jika Anda pernah menerima gaji, Anda mungkin sudah menyadari bahwa sebagian penghasilan Anda dipotong untuk pajak. Salah satu pajak tersebut adalah FICA, yang merupakan singkatan dari Undang-Undang Kontribusi Asuransi Federal. Berdasarkan undang-undang ini, setengah dari pajak dibayarkan oleh perusahaan, sementara setengahnya lagi ditanggung oleh pekerja. Artinya, sebagian pajak diambil dari pendapatan perusahaan, dan sebagian lainnya dipotong dari gaji karyawan. Potongan yang tercantum pada slip gaji Anda adalah bagian yang menjadi kontribusi pekerja

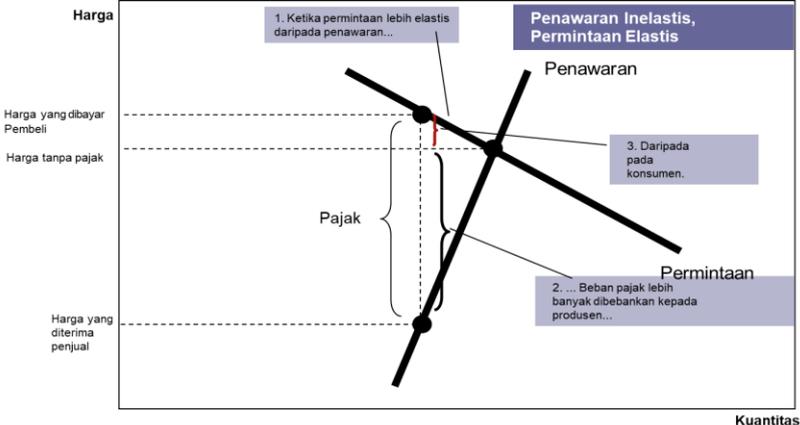
D. ELASTISITAS DAN PAJAK PENGHASILAN

Saat suatu barang dikenakan pajak, pembeli dan penjual bersama-sama menanggung beban pajak tersebut. Namun, bagaimana pembagian beban pajak ini dilakukan? Jarang sekali beban pajak terbagi secara merata. Untuk memahami pembagian ini, perhatikan pengaruh pajak pada dua pasar. Pada kedua kasus tersebut, gambar ini menunjukkan kurva permintaan awal, kurva penawaran awal, serta pajak yang menyebabkan perbedaan antara jumlah yang dibayar oleh pembeli dan jumlah yang diterima oleh penjual.



Gambar 5.7. Penawaran elastis, permintaan inelastis.

Gambar 7 memperlihatkan pajak pada pasar dengan penawaran yang sangat elastis dan permintaan yang relatif tidak elastis. Ini berarti penjual sangat peka terhadap perubahan harga barang, sedangkan pembeli kurang peka. Ketika pajak dikenakan pada pasar dengan elastisitas seperti ini, harga yang diterima penjual tidak mengalami penurunan yang signifikan, sehingga penjual hanya menanggung sebagian kecil beban. Sebaliknya, harga yang dibayarkan pembeli naik secara signifikan, menunjukkan bahwa pembeli menanggung sebagian besar beban pajak.



Gambar 5.8. Penawaran inelastis, permintaan elastis.

Gambar 8 menggambarkan pajak pada pasar dengan penawaran yang relatif tidak elastis dan permintaan yang sangat elastis. Dalam kasus ini, penjual kurang peka terhadap perubahan harga, sedangkan pembeli sangat peka. Gambar tersebut menunjukkan bahwa saat pajak diterapkan, harga yang dibayar pembeli tidak naik secara signifikan, sementara harga yang diterima penjual turun drastis. Akibatnya, penjual menanggung sebagian besar beban pajak.

Dua panel pada Gambar 7-8 menunjukkan pelajaran umum tentang pembagian beban pajak: Beban pajak lebih berat ditanggung oleh sisi pasar yang kurang elastis. Mengapa demikian? Pada dasarnya,

elastisitas mengukur kesediaan pembeli atau penjual untuk meninggalkan pasar ketika situasi menjadi kurang menguntungkan. Elastisitas permintaan yang rendah menunjukkan bahwa pembeli tidak memiliki banyak alternatif untuk mengkonsumsi barang tersebut. Sebaliknya, elastisitas penawaran yang rendah menunjukkan bahwa penjual tidak memiliki banyak alternatif untuk memproduksi barang tersebut. Ketika barang tersebut dikenakan pajak, pihak yang tidak memiliki alternatif yang baik tidak dapat dengan mudah meninggalkan pasar, sehingga harus menanggung beban pajak yang lebih besar.

Logika ini juga berlaku pada pajak penggajian, sebagaimana telah dibahas dalam studi kasus sebelumnya. Sebagian besar ekonom tenaga kerja berpendapat bahwa penawaran tenaga kerja jauh lebih tidak elastis dibandingkan dengan permintaan. Artinya, pekerja, bukan perusahaan, yang menanggung sebagian besar beban pajak penggajian. Dengan kata lain, pembagian beban pajak tidak mendekati pembagian setengah-setengah yang diharapkan oleh pembuat undang-undang.

E. RANGKUMAN

Tulisan ini membahas bagaimana pemerintah menggunakan teori penawaran dan permintaan untuk mengatur harga di pasar. Fokus utamanya adalah kebijakan pengendalian harga melalui penetapan harga batas atas dan batas bawah, serta dampak pajak pada pasar.

1. **Pengendalian Harga** Pemerintah sering menerapkan pengendalian harga ketika harga dianggap tidak adil. Penetapan harga batas atas dilakukan untuk menurunkan harga bagi konsumen, sementara harga batas bawah diterapkan untuk memastikan penjual menerima harga yang cukup menguntungkan. Namun, kedua kebijakan ini dapat menyebabkan ketidakseimbangan pasar, seperti kelangkaan

barang ketika ada harga batas atas atau surplus ketika ada harga batas bawah.

2. **Dampak Pajak** Tulisan ini juga membahas bagaimana pajak mempengaruhi pasar, baik dari sisi pembeli maupun penjual. Ketika pajak dikenakan pada pembeli, permintaan menurun, sedangkan jika pajak dikenakan pada penjual, biaya produksi meningkat sehingga penawaran menurun. Kedua kondisi ini berpengaruh pada keseimbangan harga dan kuantitas di pasar.
3. **Elastisitas dan Pajak** Salah satu bahasan utama adalah hubungan elastisitas dengan beban pajak. Jika penawaran lebih elastis daripada permintaan, pembeli menanggung sebagian besar beban pajak. Sebaliknya, jika permintaan lebih elastis, penjual yang menanggung beban pajak lebih besar.

Kemudian Tulisan ini memberikan pemahaman tentang bagaimana kebijakan pemerintah, seperti pengendalian harga dan perpajakan, dapat mengganggu mekanisme alami pasar dan menciptakan dampak yang tidak diinginkan. Ini juga menggambarkan pentingnya memperhitungkan elastisitas penawaran dan permintaan dalam pengambilan kebijakan untuk mengurangi dampak negatif terhadap keseimbangan pasar.

F. TES FORMATIF

1. Jelaskan alasan perlunya dilakukan pengendalian harga?
2. Jelaskan bentuk pengendalian harga yang dilakukan?
3. Apa perbedaan antara harga batas atas dan harga batas bawah?
4. Jelaskan bagaimana pajak yang dikenakan pada pembeli mempengaruhi harga pasar dan kuantitas barang yang terjual?
5. Bagaimana dampak pajak yang dikenakan pada penjual terhadap keseimbangan harga dan jumlah barang di pasar?
6. Jelaskan hubungan antara elastisitas penawaran dan permintaan dengan pembagian beban pajak?

7. Mengapa kebijakan upah minimum sering kali menyebabkan surplus tenaga kerja?
8. Apa yang terjadi jika harga batas bawah ditetapkan di atas harga keseimbangan?

G. LATIHAN

1. Jelaskan secara detail bagaimana kebijakan penetapan harga batas atas dan batas bawah dapat memengaruhi keseimbangan pasar. Sertakan contoh konkret dari penerapan kebijakan ini di dunia nyata.
2. Diskusikan dampak positif dan negatif dari pengendalian harga oleh pemerintah. Apakah menurut Anda pengendalian harga selalu dibutuhkan dalam perekonomian? Berikan argumen yang mendukung jawaban Anda.
3. Analisis bagaimana pajak yang dikenakan kepada pembeli dan penjual mempengaruhi harga dan kuantitas dalam pasar. Bagaimana peran elastisitas penawaran dan permintaan dalam menentukan siapa yang menanggung beban pajak lebih besar? Jelaskan dengan ilustrasi.
4. Dalam situasi tertentu, pemerintah menetapkan harga batas bawah untuk barang-barang penting seperti upah minimum. Apa konsekuensi ekonomi dari kebijakan ini terhadap pasar tenaga kerja? Apakah kebijakan ini lebih banyak memberikan manfaat atau justru menimbulkan masalah baru? Jelaskan.
5. Bagaimana teori penawaran dan permintaan dapat membantu pemerintah dalam merancang kebijakan ekonomi yang lebih efektif? Berikan contoh kebijakan ekonomi yang didasarkan pada teori ini, dan jelaskan bagaimana teori tersebut memengaruhi perumusan kebijakan.

KEGIATAN BELAJAR 6 TEORI PERILAKU KONSUMEN

DESKRIPSI PEMBELAJARAN

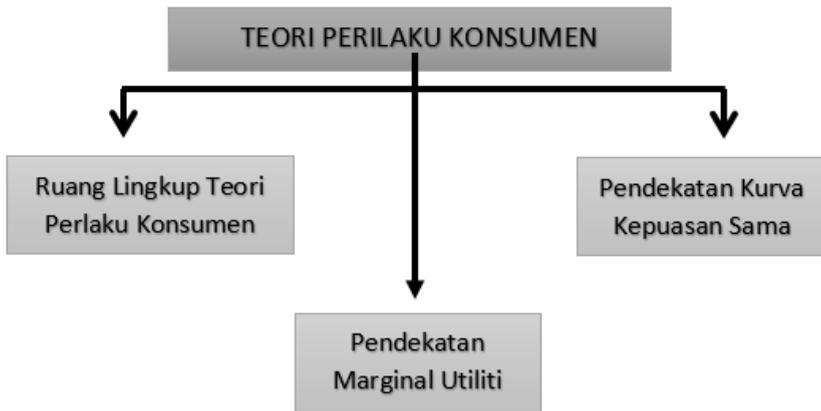
Pada bab ini mahasiswa mempelajari pengenalan dan konsep dasar teori perilaku konsumen. Diharapkan mahasiswa memiliki wawasan dan pemahaman untuk modal dasar mempelajari teori perilaku konsumen lebih lanjut.

KOMPETENSI PEMBELAJARAN

Setelah mengikuti perkuliahan ini diharapkan mahasiswa dan mahasiswi memiliki pengetahuan dan kemampuan :

1. Mampu menguraikan ruang lingkup teori perilaku konsumen.
2. Mampu menjelaskan pendekatan marginal utiliti
3. Mampu menjelaskan pendekatan kurva kepuasan sama (*indifference curve*)
4. Mampu menjelaskan surplus konsumen

PETA KONSEP PEMBELAJARAN



A. RUANG LINGKUP TEORI PERILAKU KONSUMEN

Teori perilaku konsumen pada dasarnya mempelajari mengapa para konsumen berperilaku seperti yang tercantum dalam hukum permintaan. Oleh karena itu teori perilaku konsumen akan menerangkan : (1) mengapa para konsumen akan membeli lebih banyak barang pada harga yang rendah dan mengurangi pembeliannya pada harga yang tinggi, dan (2) bagaimanakah seorang konsumen menentukan jumlah dan kombinasi barang yang akan dibeli dari pendapatannya. Cara untuk memahami perilaku konsumen adalah dengan tiga langkah yang berbeda (Robert Pindyck, 2009):

1. Preferensi Konsumen

Langkah pertama adalah menemukan cara yang praktis untuk menggambarkan alasan-alasan mengapa orang lebih suka satu barang daripada barang yang lain. Kita melihat bagaimana preferensi konsumen untuk berbagai barang dapat digambarkan secara grafik dan aljabar.

2. Keterbatasan anggaran

Sudah pasti, konsumen juga mempertimbangkan harga. Oleh karena itu dalam langkah kedua ini kita harus menyadari adanya kenyataan bahwa konsumen mempunyai keterbatasan pendapatan yang membatasi jumlah barang yang dapat mereka beli. Apa yang harus dilakukan konsumen dalam situasi seperti ini? Kita mempunyai jawaban untuk pertanyaan ini dengan menggabungkan preferensi konsumen dan keterbatasan anggaran dalam langkah ketiga berikut.

3. Pilihan-pilihan konsumen

Dengan mengetahui preferensi dan keterbatasan pendapatan mereka, konsumen memilih untuk membeli kombinasi barang-barang yang memaksimalkan kepuasan mereka. Kombinasi ini akan bergantung pada harga berbagai barang tersebut. Jadi pemahaman pada pilihan konsumen akan membantu kita memahami permintaan, yaitu berapa banyak jumlah suatu

barang yang dipilih konsumen untuk dibeli bergantung pada harganya.

Kita tahu bahwa konsumen tidak selalu melakukan keputusan pembelian secara rasional. Sebagai contoh kadang-kadang konsumen membeli sesuatu dengan tiba-tiba, melupakan atau tidak memperhitungkan keterbatasan anggaran keuangan yang mereka miliki. Kadang-kadang konsumen tidak takin atas prefrensi mereka atau dipengaruhi dengan apa yang telah dibeli oleh teman atau tetangga atau bahkan perubahan suasana hati mereka sendiri. Bahkan bila konsumen bertindak secara rasional, yang mungkin tidak dapat selalu dilakukan konsumen untuk memperhitungkan banyak harga dan pilihan yang mereka hadapi setiap hari. Terdapat dua pendekatan dalam teori perilaku konsumen , yaitu :

- 1) Pendekatan utiliti (nilai guna) kardinal atau *Marginal Utility*: bertitik tolak pada anggapan bahwa kepuasan (utiliti) setiap konsumen dapat diukur dengan uang atau dengan satuan lain (utiliti yang bersifat kardinal) seperti kita mengukur volume air, panjang jalan, atau berat sekarung beras.
- 2) Pendekatan utiliti ordinal atau kurva kepuasan sama (*Indifference Curve*): bertitik tolak pada anggapan bahwa tingkat kepuasan konsumen dapat dikatakan lebih tinggi atau lebih rendah tanpa mengatakan berapa lebih tinggi atau lebih rendah (utiliti yang bersifat ordinal).

B. PREFERENSI KONSUMEN

Dengan begitu banyak jumlah barang dan jasa yang disediakan oleh produsen untuk dibeli dan selera individual yang berbeda-beda, bagaimanakah kita dapat menggambarkan prefrensi konsumen secara logis? Mari kita mulai dengan memikirkan bagaimana seorang konsumen dapat membandingkan kelompok-kelompok item yang berbeda untuk dibeli.

1. Keranjang pasar

Kita menggunakan istilah keranjang pasar untuk sekelompok item tertentu. Secara spesifik, keranjang pasar adalah sebuah daftar dari satu atau lebih komoditi dengan jumlah tertentu. Keranjang pasar- pasar dapat berisikan berbagai item pangan dalam sebuah kereta dorong. Dapat pula berarti jumlah pangan, sandang, dan papa yang dibeli konsumen setiap bulannya. Banyak ahli ekonomi yang juga menggunakan kata bendel (bundle) untuk arti yang sama dengan keranjang pasar. Bagaimanakah konsumen memilih keranjang pasar? Misalkan bagaimanakah mereka memutuskan berapa banyak pangan versus sandang yang dibeli setiap bulannya? Meskipun pilihan konsumen mungkin kadang-kadang sewenang-wenang. Untuk menjelaskan teori perilaku konsumen kita akan menanyakan apakah konsumen lebih suka suatu keranjang pasar daripada keranjang yang lain. Perhatikan bahwa teori tersebut berasumsi bahwa preferensi konsumen masuk akal dan konsisten.

2. Asumsi dasar preferensi

Teori tentang perilaku konsumen dimulai dengan tiga asumsi dasar mengenai preferensi orang pada satu keranjang pasar dibandingkan dengan keranjang lainnya. Kami percaya bahwa asumsi-asumsi ini berlaku untuk banyak orang dalam berbagai situasi (Robert Pindyck, 2009).

a. Kelengkapan

Preferensi diasumsikan lengkap. Dengan kata lain konsumen dapat membandingkan dan menilai semua keranjang pasar. Dengan kata lain untuk setiap dua keranjang pasar A dan B, konsumen akan lebih suka A daripada B, lebih suka B daripada A atau akan tidak peduli pada kedua pilihan. Yang dimaksud dengan tidak peduli adalah bahwa seseorang akan sama puasnya dengan pilihan keranjang manapun. Perhatikanlah bahwa preferensi ini mengabaikan harga. Seorang konsumen mungkin lebih

suka batik daripada hamburger tetapi akan membeli hamburger karena lebih murah.

b. Transitivitas

Prefrensi adalah transitif. Transitivitas berarti bahwa jika seorang konsumen lebih suka keranjang pasar A daripada keranjang B, dan lebih suka B daripada C, maka konsumen itu dengan sendirinya lebih suka A daripada C. Misalkan jika mobil Porsche lebih disukai daripada mobil Cadillac dan Cadillac lebih disukai daripada Chevrolet. Transitivitas ini biasanya dianggap perlu untuk konsistensi konsumen.

c. Lebih baik berlebih daripada kurang

Semua barang yang baik adalah barang yang diinginkan. Sehingga konsumen selalu menginginkan lebih banyak barang daripada kurang. Sebagai tambahan konsumen tidak akan pernah puas; lebih banyak selalu lebih menguntungkan, meskipun lebih untungnya hanya sedikit saja. Asumsi ini dibuat untuk alasan pengajaran, yang menyederhanakan analisis grafik. Tentu saja beberapa barang seperti polusi udara, mungkin tidak diinginkan, dan konsumen selalu akan menginginkannya lebih sedikit.

Ketiga asumsi ini merupakan dasar teori tentang konsumen. Ketiganya tidak menjelaskan preferensi konsumen, tetapi menekankan adanya tingkat rasionalitas dan kewajaran pada asumsi tersebut. Atas dasar asumsi-asumsi ini kita akan menyelidiki perilaku konsumen.

C. PENDEKATAN MARGINAL UTILITI

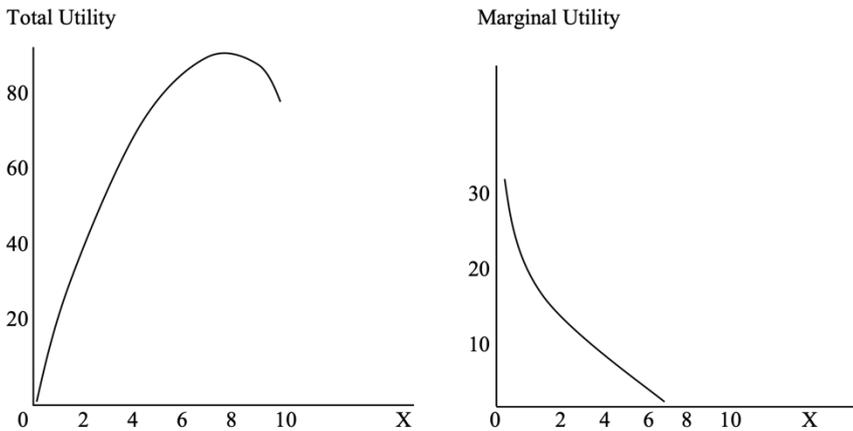
Utiliti atau nilai guna adalah kepuasan yang diperoleh seseorang dari mengkonsumsi barang-barang. Guna menjelaskan perilaku konsumen dalam memenuhi kepuasannya, maka digunakan anggapan:

- 1) Utiliti dapat diukur dengan uang atau satuan lain.
- 2) Berlaku hukum Gossen (Law of Diminishing Marginal Utility), yaitu: semakin banyak sesuatu barang dikonsumsi, maka tambahan kepuasan (marginal utility) yang diperoleh dari setiap tambahan yang dikonsumsi akan menurun.
- 3) Konsumen selalu berusaha mencapai kepuasan total yang maksimum.

Atas dasar anggapan ini, selanjutnya kita harus memperhatikan perbedaan antara total utility dan marginal utility. Total utility adalah jumlah seluruh kepuasan yang diperoleh dari mengkonsumsi sejumlah barang tertentu. Sedangkan marginal utility adalah pertambahan (atau pengurangan) kepuasan sebagai akibat dari pertambahan (atau pengurangan) dari konsumsi satu unit barang tertentu. Untuk lebih jelasnya, dapat disimak tabel 1 dan kurva pada Gambar 1.

Tabel 1. *Total Utility* dan *Marginal Utility* dari Konsumsi Buah Mangga

Mangga yang dikonsumsi (X)	<i>Total Utility</i>	<i>Marginal Utility</i>
0	0	-
1	30	30
2	50	20
3	65	15
4	75	10
5	83	8
6	87	4
7	89	2
8	90	1
9	89	-1
10	85	-4
11	78	-7



Gambar 6.1. Kurva *Total Utility* dan Kurva *Marginal Utility*

Berdasarkan tabel dan kurve tersebut nampak bahwa pada mulanya total utility meningkat dengan bertambahnya jumlah mangga yang dimakan, namun setelah sejumlah konsumsi tertentu (dalam hal ini setelah konsumsi mangga ke-8), maka total utility tersebut menurun. Bagaimana dengan marginal utilitynya? Marginal utility nampak terus menurun setiap terjadi tambahan konsumsi satu buah mangga dan setelah konsumsi mangga ke-8, marginal utility menjadi negatif. Hal ini mencerminkan adanya hukum marginal utility yang semakin menurun (the law of diminishing marginal utility). Dengan demikian, secara umum dapat diartikan bahwa semakin banyak barang tertentu dikonsumsi, semakin kecil marginal utility yang diperoleh dari barang yang terakhir dikonsumsi.

D. MEMAKSIMUMKAN UTILITI/KEPUASAN/NILAI GUNA

Berdasarkan kasus konsumsi satu jenis barang, tidak sulit untuk menentukan pada tingkat konsumsi berapa utiliti maksimum akan dicapai, yaitu pada waktu total utiliti mencapai maksimum. Apabila kasus seperti pada Tabel 1 atau Gambar 1, maka utiliti maksimum dicapai pada waktu mengkonsumsi mangga ke-8.

Jika tabel atau kurva total utiliti diatas dirumuskan dalam bentuk matematis, maka dapat ditulis : $U = f(q_x)$, dimana U = total utiliti yang diukur dengan unit uang dan q_x = jumlah barang X yang dibeli. Sehingga jika konsumen membeli q_x maka pengeluarannya adalah $P_x q_x$. Dengan demikian konsumen akan berusaha memaksimumkan perbedaan antara utiliti dan pengeluarannya ($U - P_x q_x$). Syarat keharusan untuk memaksimumkan utiliti adalah derivatif parsial dari fungsi utiliti terhadap q sama dengan nol. Jadi:

$$\frac{\partial U}{\partial q_x} - \frac{\partial (P_x q_x)}{\partial q_x} = 0 \text{ atau } MU_x - P_x = 0 \text{ atau } MU_x = P_x \text{ atau } \frac{MU_x}{P_x} = 1$$

Ini berarti bahwa jika $MU_x > P_x$ maka seseorang dapat meningkatkan utilitinya dengan mengkonsumsi barang X yang lebih banyak. Sebaliknya jika $MU_x < P_x$ maka untuk meningkatkan utilitinya dia harus mengurangi konsumsi barang X tersebut. Perhatikan bahwa karena $MU_x = P_x$, maka kurve Marginal Utiliti tidak lain adalah kurve permintaan konsumen, yang menunjukkan tingkat pembelian barang pada berbagai tingkat harga.

Untuk kasus konsumsi beberapa jenis barang, dimana harga masing-masing barang tersebut berbeda, maka untuk memperoleh utiliti maksimum diperlukan syarat:

$$\frac{MU_x}{P_x} = \frac{MU_y}{P_y} = \dots\dots = \frac{MU_z}{P_z} = 1$$

Persamaan ini juga disebut sebagai syarat keseimbangan/ekuilibrium konsumen. Syarat ini bisa dicapai dengan anggapan bahwa konsumen mempunyai uang (penghasilan atau "budget") yang cukup untuk dibelanjakan setiap barang sampai marginal utiliti setiap barang sama dengan harga masing-masing barang.

E. PENDEKATAN KURVA KEPUASAN SAMA (INDIFFERENCE CURVE)

Pendekatan marginal utility, dinilai mempunyai kelemahan, karena menganggap nilai utiliti/kepuasan dapat diukur dengan angka-angka. Kepuasan adalah sesuatu yang tidak mudah diukur sehingga tidak mungkin diukur dengan angka. Untuk menghindari kelemahan itu Sir John R. Hicks mengembangkan pendekatan baru, yang dikenal dengan pendekatan kurve kepuasan sama (Indifference Curve). Dalam pendekatan ini digunakan anggapan:

1. Konsumen mempunyai pola preferensi terhadap barang-barang konsumsi (misalnya barang X dan Y) yang bisa dinyatakan dalam bentuk peta kurva kepuasan sama (Indifference Curve Map) atau kumpulan dari kurva kepuasan sama;
2. Konsumen mempunyai jumlah uang tertentu (= pendapatan tertentu); dan
3. Konsumen selalu berusaha mencapai kepuasan maksimum.

Menurut Koutsoyiannis (1985:17), asumsi untuk teori indifference-curves adalah :

1. Rasionalitas . Konsumen diasumsikan rasional : ia berusaha memaksimalkan utilitinya, berdasarkan pendapatannya dan harga pasar tertentu. Ia juga diasumsikan mempunyai pengetahuan yang cukup tentang semua informasi yang relevan.
2. Utiliti adalah ordinal. Konsumen dianggap dapat menyusun secara urut (rank) pilihan-pilihannya terhadap berbagai kelompok barang (basket's of goods) berdasarkan tingkat kepuasan setiap kelompok.
3. Tingkat substitusi marginal yang menurun (diminishing marginal rate of substitution). Pilihan-pilihan (preferences) disusun dalam bentuk kurve indiferen, yang diasumsikan cembung (convex) pada titik origin. Hal ini menunjukkan bahwa slope kurve indiferen adalah menaik. Slope kurve indiferen ini disebut tingkat

substitusi marginal dari suatu komoditi. Teori kurva indifferen didasarkan pada aksioma ini.

4. Total utiliti tergantung pada kuantitas komoditi yang dikonsumsi. Secara matematis ditulis: $U = f(q_1, q_2, q_3, \dots, q_n)$.
5. Konsistensi dan transitivitas dalam pilihan. Konsumen diasumsikan dalam pilihannya, yaitu, jika pada suatu waktu ia memilih kelompok barang A dari pada kelompok B, ia tidak akan memilih kelompok barang B dari pada kelompok A pada saat yang lain. Asumsi konsistensi dapat ditulis dengan simbol: Jika $A > B$, maka $B > A$. Sifat transitivitas : jika A lebih disukai dari pada B, dan B lebih disukai dari pada C, maka A lebih disukai dari pada C. Asumsi ini dapat ditulis dengan simbol: Jika $A > B$, dan $B > C$, maka $A > C$.

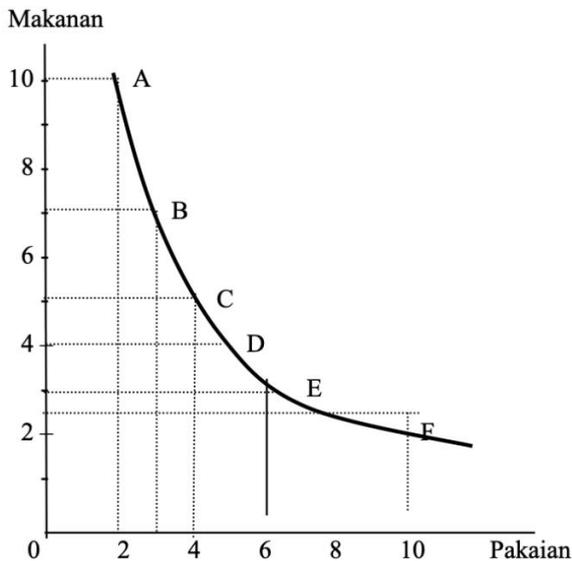
Kurva Kepuasan Sama

Kurve kepuasan sama adalah tempat kedudukan titik-titik kombinasi dua jenis barang yang dikonsumsi yang memberikan tingkat kepuasan yang sama kepada konsumen. Oleh karena itu untuk menggambarkan kurve kepuasan sama perlu dianggap bahwa seorang konsumen hanya mengkonsumsi dua jenis barang. Sebagai contoh, seorang konsumen dalam rangka memaksimumkan kepuasannya, membeli atau mengkonsumsi bahan makanan dan pakaian, dengan berbagai kombinasi seperti pada tabel 2 berikut.

Tabel 2. Daftar Kombinasi Makanan dan Pakaian yang Memberikan Tingkat Kepuasan yang Sama

Kombinasi	Jumlah Barang		Tingkat Substitusi Marginal
	Makanan (Y)	Pakaian (X)	
A	10	2	
B	7	3	$3/1 = 3$
C	5	4	$2/1 = 2$
D	4	5	$1/1 = 1$
E	2,8	7	$1,2/2 = 0,6$
F	2	10	$0,8/3 = 0,27$

Tabel 2. menunjukkan terdapat enam kombinasi antara makanan dan pakaian yang memberikan tingkat kepuasan sama kepada konsumen. Artinya, kombinasi 10 makanan dan 2 pakaian akan memberikan kepuasan yang sama dengan kombinasi 7 makanan dan 3 pakaian atau 5 makanan dan 4 pakaian atau kombinasi lainnya. Berdasarkan data pada tabel 2. tersebut dapat dibuat kurva kepuasan sama seperti pada Gambar 2 berikut.



Secara matematis, kurva kepuasan sama dapat ditulis : $U = f(X, Y) = k$, dimana k adalah tetap (constant) dan $U = f(X, Y)$ adalah fungsi total utility.

Tingkat Substitusi Marginal (Marginal Rate of Substitution)

Tingkat substitusi marginal adalah besarnya pengorbanan/ pengurangan jumlah konsumsi barang yang satu untuk menaikkan konsumsi satu satuan barang lainnya, dengan tetap mempertahankan tingkat kepuasannya. Sebagai contoh, dalam Tabel 2, untuk perubahan kombinasi A ke B, memiliki tingkat substitusi marginal tiga, artinya perubahan tersebut memerlukan

pengorbanan tiga unit makanan untuk menaikkan konsumsi satu unit pakaian. Untuk perubahan kombinasi E ke F, memiliki tingkat substitusi marginal 0,27; artinya perubahan tersebut hanya memerlukan 0,27 unit makanan untuk menaikkan konsumsi satu unit pakaian. Tingkat substitusi marginal yang semakin kecil, seperti yang ditunjukkan pada tabel 2 tersebut, mengandung arti sebagai berikut:

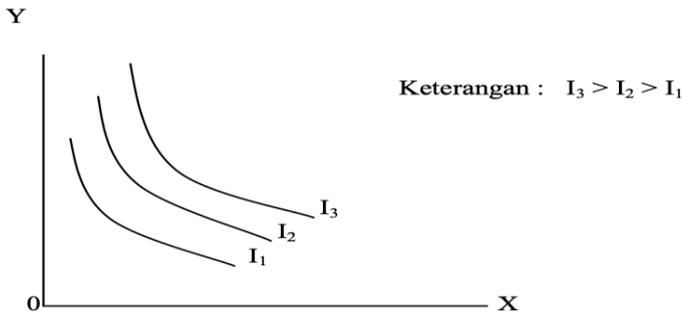
1. Ketika konsumen mempunyai barang Y relatif banyak dan barang X relatif sedikit maka untuk menaikkan konsumsi satu unit barang X diperlukan pengorbanan atau pengurangan konsumsi barang Y yang banyak; akan tetapi
2. Semakin banyak barang X yang telah diperoleh, semakin sedikit pengorbanan barang Y untuk memperoleh tambahan satu unit barang X berikutnya.

Sebagai akibat dari tingkat substitusi marginal yang semakin kecil tersebut kurva kepuasan sama berbentuk cembung ke titik origin.

Secara matematis, tingkat substitusi marginal (marginal rate of substitution) dari X untuk Y (MRS_{xy}) adalah $-dY/dX$, artinya jumlah komoditi Y yang harus diberikan (dikurangi) jika ditambahkan satu unit komoditi X agar tingkat kepuasan tetap sama. MRS_{xy} tersebut diperoleh dengan cara sebagai berikut. Berdasarkan fungsi $U = f(X, Y)$, diperoleh $dU = (dU/dX) dX + (dU/dY) dY = (MU_x)dX + (MU_y)dY$. Sedangkan kurva kepuasan sama ($dU = 0$), maka $(MU_x)dX + (MU_y)dY = 0$ atau $(MU_x)dX = - (MU_y)dY$ atau $MU_x/MU_y = -dY/dX$. Tingkat substitusi marginal bertanda negatif (slope negatif) menunjukkan bahwa kurve kepuasan sama memiliki ciri turun dari kiri atas ke kanan bawah.

Peta Kurva Kepuasan Sama (*Indifference Curves Map*)

Peta kurva kepuasan sama adalah sekumpulan kurva kepuasan sama. Kurva yang lebih tinggi menggambarkan tingkat kepuasan yang lebih besar, serta kurva yang lebih rendah menggambarkan tingkat kepuasan yang lebih kecil (lihat Gambar 3).

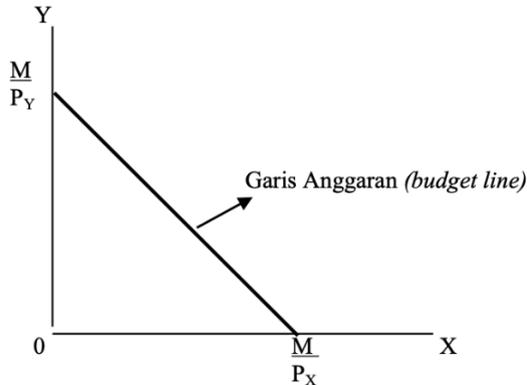


Gambar 6.3. Peta Kurva Kepuasan Sama

Garis Anggaran Pengeluaran Konsumen (Budget Constrain)

Konsumen di dalam mengkonsumsi barang-barang untuk mencapai tingkat kepuasan yang maksimum dibatasi oleh jumlah penghasilan konsumen yang bersangkutan. Dengan demikian persoalan yang dihadapi konsumen adalah menentukan berapa banyak masing-masing barang harus dikonsumsi atau dibeli dengan penghasilannya, sehingga diperoleh tingkat kepuasan yang maksimum. Analisis ini tidak cukup hanya dengan kurve kepuasan sama. Namun, perlu diketahui garis anggaran pengeluaran konsumen. Garis anggaran pengeluaran adalah tempat kedudukan titik-titik kombinasi barang-barang yang dapat dibeli dengan sejumlah penghasilan tertentu.

Seperti halnya ketika membuat kurva kepuasan sama, membuat garis anggaran juga dengan menganggap bahwa konsumen hanya mengkonsumsi dua jenis barang, misalnya barang Y dan X (lihat Gambar 4).

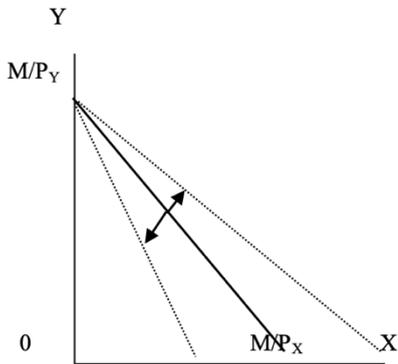


Gambar 6.4. Garis Anggaran Pengeluaran Konsumen

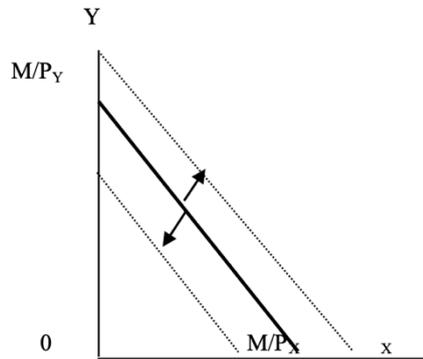
Misalnya, total penghasilan konsumen sebesar M . Dengan uang sebesar M tersebut konsumen dapat membelanjakan semuanya untuk barang Y sehingga memperoleh barang sebanyak M/P_Y , atau membelanjakannya semua untuk barang X sehingga memperoleh barang sebanyak M/P_X , atau bisa juga membelanjakannya untuk berbagai kemungkinan kombinasi Y dan X seperti yang ditunjukkan oleh garis lurus yang menghubungkan M/P_Y dan M/P_X . Secara matematis, garis anggaran dapat ditulis sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 M &= P_Y Y + P_X X; \\
 P_Y Y &= M - P_X X; \\
 Y &= \frac{M}{P_Y} - \frac{P_X}{P_Y} X \rightarrow \text{garis anggaran}
 \end{aligned}$$

Garis anggaran tersebut akan berubah apabila terjadi perubahan penghasilan dan atau harga barang. Pengaruh perubahan penghasilan dan harga barang terhadap garis anggaran dapat dijelaskan melalui Gambar 5 berikut:



Gambar 6.a.
 Harga X naik atau turun, M tetap



Gambar 6.b.
 M naik atau turun, harga X dan Y tetap

Apabila terjadi perubahan harga salah satu barang, maka garis anggaran akan berayun ke atas atau ke bawah. Misal, harga barang X naik sedangkan harga barang Y dan penghasilan (M) tidak berubah maka garis anggaran akan berayun ke bawah. Jika harga barang X turun sedangkan harga Y dan penghasilan (M) tidak berubah maka garis anggaran berayun ke atas (lihat Gb. 4.5.a). Apabila harga barang Y dan X berubah secara proporsional maka garis anggaran akan bergeser sejajar.

Apabila terjadi perubahan penghasilan sedangkan harga barang tidak berubah, maka perubahan garis anggaran akan digambarkan oleh pergeseran sejajar ke bawah atau ke atas. Bergeser ke atas jika terjadi kenaikan penghasilan dan sebaliknya akan bergeser ke bawah jika terjadi penurunan penghasilan (lihat Gambar 5.b.).

F. RANGKUMAN

Berdasarkan uraian di atas, pembahasan materi mengenai teori perilaku konsumen di mulai dari ruang lingkup teori perilaku konsumen. preferensi konsumen, pendekatan marginal utiliti, memaksimumkan utiliti/kepuasan/nilai guna, dan pendekatan kurva

kepuasan sama (*indifference curve*). Teori perilaku konsumen pada dasarnya mempelajari mengapa para konsumen berperilaku seperti yang tercantum dalam hukum permintaan. Oleh karena itu teori perilaku konsumen akan menerangkan: (1) mengapa para konsumen akan membeli lebih banyak barang pada harga yang rendah dan mengurangi pembeliannya pada harga yang tinggi, dan (2) bagaimanakah seorang konsumen menentukan jumlah dan kombinasi barang yang akan dibeli dari pendapatannya. Terdapat dua pendekatan dalam teori perilaku konsumen, yaitu: (1) Pendekatan utiliti (nilai guna) kardinal atau *Marginal Utility*: bertitik tolak pada anggapan bahwa kepuasan (utiliti) setiap konsumen dapat diukur dengan uang atau dengan satuan lain (utiliti yang bersifat kardinal) seperti kita mengukur volume air, panjang jalan, atau berat sekarung beras; dan (2) Pendekatan utiliti ordinal atau kurva kepuasan sama (*Indifference Curve*): bertitik tolak pada anggapan bahwa tingkat kepuasan konsumen dapat dikatakan lebih tinggi atau lebih rendah tanpa mengatakan berapa lebih tinggi atau lebih rendah (utiliti yang bersifat ordinal).

G. TES FORMATIF

1. Manakah dari pernyataan berikut yang benar tentang perilaku konsumen?
 - a. Perilaku konsumen adalah studi ekonomi mikro
 - b. Perilaku konsumen adalah studi ekonomi makro
 - c. Perilaku konsumen adalah studi tentang analisis pendapatan
 - d. Tidak ada yang di atas

2. Manakah dari pernyataan berikut tentang hubungan antara utilitas marjinal dan harga yang benar?
 - a. Kegunaan marjinal suatu barang atau jasa harus sama dengan harganya untuk menjamin kepuasan konsumen secara maksimal.

- b. Kegunaan marginal suatu barang atau jasa harus lebih besar dari harganya agar konsumen merasa puas secara maksimal.
- c. Kegunaan marginal suatu barang atau jasa harus lebih kecil dari harganya agar konsumen merasa puas secara maksimal.
- d. Tidak ada hubungan antara utilitas marginal suatu komoditas atau jasa dan harganya

H. LATIHAN

1. Apa yang dimaksud dengan teori perilaku konsumen?
2. Mengapa konsumen tidak selalu melakukan Keputusan pembelian secara rasional?
3. Terdapat dua pendekatan dalam menjelaskan teori perilaku konsumen, diantaranya adalah marginal utility dan pendekatan kurva kepuasan sama. Jelaskan kedua pendekatan tersebut!

KEGIATAN BELAJAR 7 TEORI PRODUKSI

DESKRIPSI PEMBELAJARAN

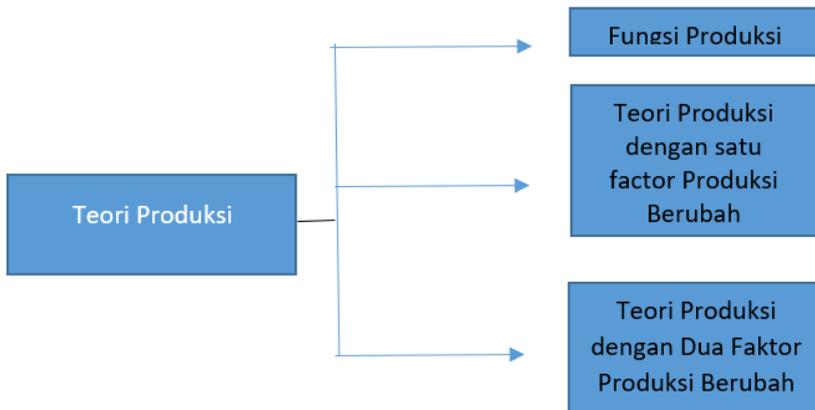
Pada bab ini mahasiswa mempelajari tentang teori produksi dan bagaimana menganalisisnya dengan menggunakan pendekatan teori produksi dengan satu faktor produksi berubah dan dua faktor produksi berubah.

KOMPETENSI PEMBELAJARAN

Setelah mengikuti perkuliahan ini diharapkan mahasiswa dan mahasiswi memiliki pengetahuan dan kemampuan :

1. Mampu menjelaskan dan memahami fungsi produksi.
2. Mampu menjelaskan dan memahami teori produksi dengan satu faktor produksi berubah.
3. Mampu menjelaskan dan memahami teori produksi dengan dua faktor produksi berubah.

PETA KONSEP PEMBELAJARAN



A. FUNGSI PRODUKSI

Fungsi Produksi (*Production Function*) adalah suatu skedul (tabel atau persamaan matematis) jumlah output maksimum yang dapat dihasilkan dari suatu factor produksi tertentu, pada tingkat teknologi tertentu, atau dengan kata lain fungsi produksi merupakan hubungan antara output yang dihasilkan dengan faktor – faktor produksi yang digunakan. Faktor produksi tersebut dapat diklasifikasikan menjadi factor produksi tenaga kerja, modal, dan bahan mentah. Dalam setiap proses produksi, ketiga factor tersebut dikombinasikan dalam jumlah dan kualitas tertentu. Faktor- faktor produksi dikenal dengan istilah *input* dan jumlah produksi dikenal dengan *output*

Fungsi faktor produksi dinyatakan sebagai berikut:

$$Q = f (K, L, R, T)$$

Keterangan:

Q = jumlah produksi yang dihasilkan

K = modal (*capital*)

L = tenaga kerja (*labour*)

R = sumber daya (*resources*)

T = teknologi (*tecnology*) atau keahlian/kewirausahaan

Persamaan di atas merupakan suatu persamaan matematik yang artinya tingkat produksi suatu barang tergantung kepada jumlah modal, jumlah tenaga kerja, jumlah kekayaan alam, dan tingkat teknologi yang digunakan. Jumlah produksi yang berbeda tentunya akan memerlukan berbagai factor produksi yang berbeda pula, di samping itu, untuk satu tingkat produksi tertentu dapat juga digunakan gabungan factor produksi yang berbeda, misalnya untuk memproduksi sejumlah hasil pertanian tertentu digunakan tanah

yang lebih luas apabila tidak digunakan bibit yang unggul serta tidak digunakan pupuk yang bagus, namun apabila digunakan bibit yang bagus atau unggul serta menggunakan pupuk yang bagus dengan disertai penggunaan teknologi yang modern maka penggunaan luas tanah bisa dikurangi.

B. TEORI PRODUKSI DENGAN SATU FAKTOR PRODUKSI YANG BERUBAH

1) Produksi Marginal

Yaitu tambahan produksi yang diakibatkan oleh pertambahan satu tenaga kerja yang digunakan

$$MP = \frac{\Delta TP}{\Delta L}$$

Keterangan:

MP = Marginal Produk (Produksi Marginal)

ΔTP = Pertambahan produksi total

ΔL = Pertambahan tenaga kerja

2) Produksi Rata – Rata

Yaitu produksi yang secara rata-rata dihasilkan oleh setiap pekerja.

$$AP = \frac{TP}{L}$$

Keterangan:

AP = Average Product (Produksi Rata- rata)

TP = Total Product (Total Produksi)

L = Labour (Jumlah Tenaga Kerja)

The law of diminishing returns atau hukum pertambahan hasil yang semakin menurun adalah suatu hukum yang menyatakan bahwa apabila dalam melakukan produksi kita menambah input secara terus menerus maka pertama – tama output akan meningkat, namun pada titik tertentu output tersebut akan mengalami penurunan seiring dengan bertambahnya input. Ahli ekonomi dari Inggris, David Ricardo (1772-1823) mengemukakan Terdapat tiga fase dalam teori *The law of diminishing returns* yaitu:

1. Fase *increasing return*, yaitu fase di mana pendapatan akan meningkat dengan bertambahnya input.
2. Fase di mana pendapatan tetap meningkat tapi pada intensitas yang lebih rendah.
3. Fase *diminishing returns*, yaitu fase pada titik tertentu hasil lebih yang kita peroleh akan semakin berkurang

Asumsi dalam *The law of diminishing returns*, hanya satu variabel yang berubah dengan lainnya tetap. Teknologi yang digunakan dalam proses produksi tidak berubah, yang berubah adalah sifat koefisien produksi.

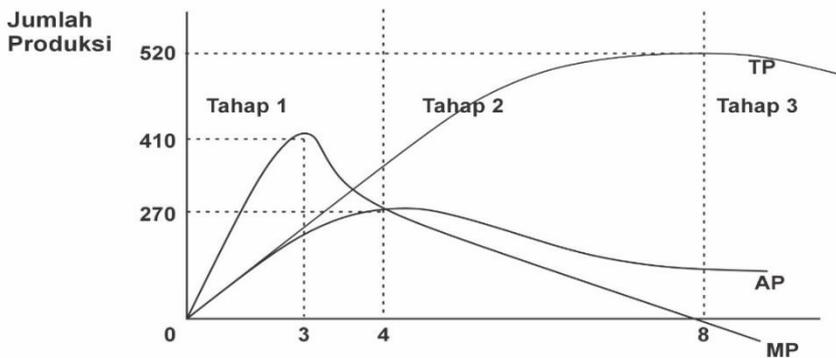
Misalkan Produksi barang pertanian di atas sebidang tanah yang tetap jumlahnya tetapi tenaga kerja selalu bertambah.

Tabel 7.1
Hubungan jumlah tenaga kerja dan jumlah produksi

Tanah (Ha)	Tenaga kerja (orang)	Produksi total (Unit)	Produksi marginal	Produksi rata-rata	Tahap (Unit)
1	1	150	150	150	Tahap I
1	2	400	250	200	
1	3	810	410	270	
1	4	1080	270	270	Tahap II
1	5	1290	210	258	
1	6	1440	150	240	

1	7	1505	65	215	
1	8	1520	15	180	
1	9	1440	-80	160	Tahap III
1	10	1300	-140	130	

Dari tabel di atas dapat dijelaskan bahwa produksi total akan meningkat dengan cepat apabila tenaga kerja ditambah dari 1 menjadi 2, dari 2 menjadi 3, maka pada keadaan tersebut produksi mencapai **tahap pertama**, apabila tenaga kerja ditambah dari 3 menjadi 4, kemudian dari 4 menjadi 5, kemudian dari 5 menjadi 6, dan 6 menjadi 7, maka produksi total akan bertambah, tetapi pertambahannya semakin lama semakin berkurang, maka pada saat tersebut produksi mencapai **tahap kedua**, yaitu keadaan di mana produksi marginal semakin berkurang, yang artinya setiap penambahan pekerja akan menghasilkan tambahan produksi kurang daripada tambahan produksi pekerja sebelumnya. Kemudian pada **tahap ketiga**, ketika terjadi penambahan tenaga kerja dari 7 menjadi 8, produksi total mengalami peningkatan sebanyak 15 unit, namun apabila tenaga kerja ditambah lagi dari 8 menjadi 9 maka produksi totalnya akan menurun, dan jika dilakukan penambahan tenaga kerja lagi menjadi 10 maka produksi totalnya akan mengalami penurunan kembali.



Gambar 7.1

Kurva produksi total, produksi rata-rata, dan produksi marjinal

C. TEORI PRODUKSI DENGAN DUA FAKTOR PRODUKSI YANG BERUBAH.

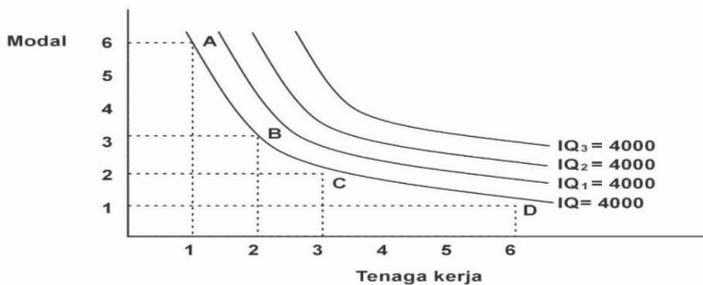
Teori ini menggambarkan hubungan tingkat output yang dihasilkan dengan menggunakan dua input (faktor produksi) yang berubah (misalnya tenaga kerja dan modal) sedangkan input lain dianggap tetap.

a. Kurva Produksi Sama (*Isoquant*)

Adalah suatu kurva yang menggambarkan gabungan dua faktor produksi yang berbeda yang akan menghasilkan satu tingkat produksi tertentu

Tabel 7.2
Gabungan Tenaga Kerja dan Modal untuk menghasilkan 1,000 unit

Gabungan	Tenaga kerja	Modal
A	1	6
B	2	3
C	3	2
D	4	1



Gambar 7.2
Gabungan Tenaga Kerja dan Modal

b. Garis Ongkos Sama (Isocost)

Adalah sebuah garis yang memperlihatkan semua kombinasi factor produksi yang dapat dibeli (dijangkau) oleh produsen dengan sejumlah pengeluaran (uang) tertentu pada tingkat harga faktor produksi tertentu.

Misalkan diketahui:

Upah tenaga kerja = 10.000

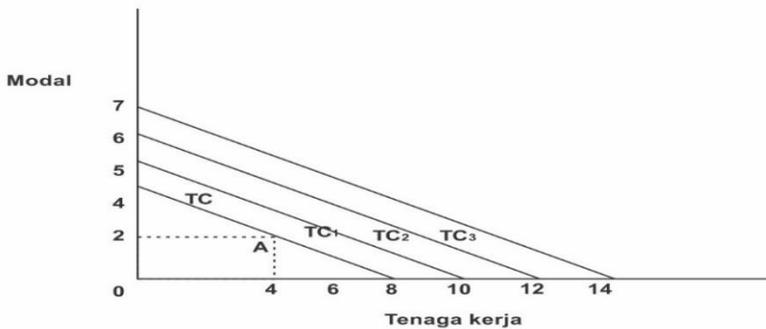
Biaya modal per unit 20.000

Jumlah uang yang tersedia adalah 80.000.

Misalkan pengusaha ingin memproduksi suatu barang dengan modal yang tersedia 80.000

Tabel 7.3
Kombinasi Tenaga Kerja dan Modal

Jumlah Dana	Tenaga Kerja	Modal
80.000	0	4
80.000	2	3
80.000	4	2
80.000	6	1
80.000	8	0



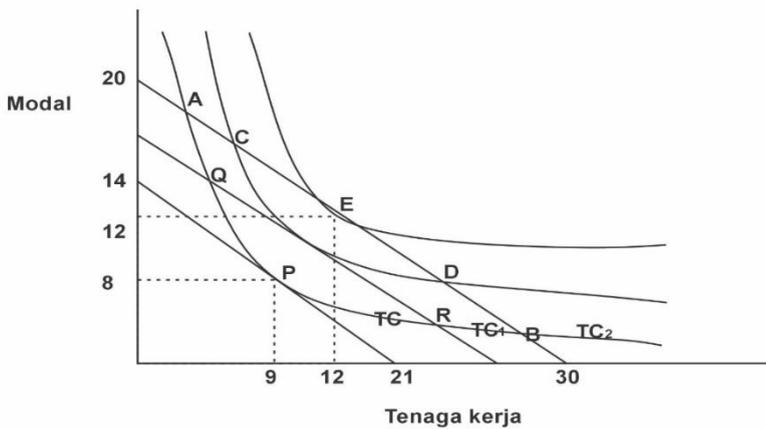
Gambar 7.3
Kombinasi Tenaga Kerja dan Modal

c. Memaksimalkan Produksi dan Meminimumkan Tenaga kerja

Dalam pendekatan ini bisa diambil contoh; Misalnya: Upah tenaga kerja = 10.000, Biaya modal per unit 15.000, Jumlah uang yang tersedia adalah 300.000. Misalkan pengusaha ingin memproduksi suatu barang dengan modal yang tersedia 300.000. Untuk memaksimalkan produksi dan meminimumkan tenaga kerja dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 7.4
Kombinasi Tenaga Kerja dan Modal

Jumlah Dana	Tenaga Kerja	Modal
300.000	0	20
300.000	3	18
300.000	6	16
300.000	9	14
300.000	12	12
300.000	15	10
300.000	18	8
300.000	21	6
300.000	24	4
300.000	27	2
300.000	30	0



Gambar 7.4
Kombinasi Tenaga Kerja dan Modal

D. RANGKUMAN

Teori Produksi adalah teori yang menjelaskan hubungan antara tingkat produksi, jumlah faktor produksi, dan hasil penjualan produksi, Teori produksi dapat dianalisis dengan menggunakan pendekatan teori produksi dengan satu faktor produksi berubah dan teori produksi dengan dua faktor produksi berubah. Dalam teori produksi dengan satu factor berubah dapat dianalisis dari Produksi Marginal, Produksi Rata- rata, dan *the law of diminishing returns* atau hukum pertambahan hasil yang semakin menurun, Kemudian teori produksi dengan dua faktor produksi berubah dapat dianalisis dengan isoquant, isocost, dan analisis memaksimumkan Produksi dan meminimumkan Tenaga kerja.

E. TES FORMATIF

- 1 Ketika tenaga kerja ditambah secara terus menerus tanpa peningkatan faktor produksi lain maka produksi marginal akan?
 - a. meningkat
 - b. sama
 - c. menurun
 - d. negatif
 - e. Salah semua

- 2 Fungsi produksi adalah suatu persamaan matematis yang menerangkan hubungan antara?
 - a. Tenaga kerja dengan biaya produksi
 - b. Tingkat produksi dengan jumlah serta komposisi faktor produksi yang digunakan.
 - c. Jumlah serta komposisi faktor produksi dengan biaya produksi yang dibelanjakan
 - d. Tingkat produksi dengan biaya produksi
 - e. Salah semua

F. LATIHAN

1. Apakah yang dimaksud dengan produksi total, produksi rata-rata, dan produksi marginal?
2. Bagaimana sifat kurva yang menggambarkan produksi total, produksi rata-rata, dan produksi marginal?
3. Gunakan contoh dalam angka dan bagaimana kurva untuk menggambarkan produksi total, produksi rata-rata, dan produksi marginal?

KEGIATAN BELAJAR 8 STRUKTUR PASAR

DESKRIPSI PEMBELAJARAN

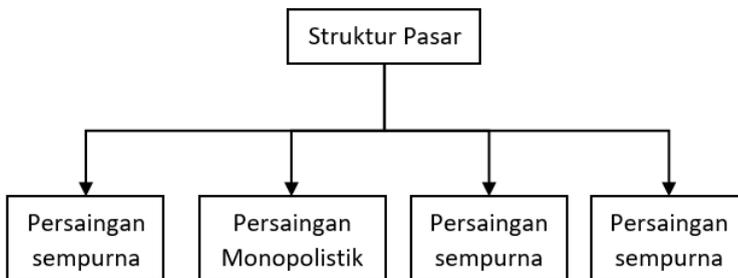
Pada bab ini mahasiswa mempelajari struktur pasar. **Pembelajaran struktur pasar** adalah proses memahami bagaimana berbagai jenis pasar terbentuk dan beroperasi. Ini melibatkan analisis mendalam tentang karakteristik unik dari setiap struktur pasar, seperti jumlah penjual dan pembeli, jenis produk yang diperdagangkan, serta tingkat persaingan.

KOMPETENSI PEMBELAJARAN

Setelah mengikuti perkuliahan ini diharapkan mahasiswa dan mahasiswi memiliki pengetahuan dan kemampuan:

1. Mengenali jenis-jenis pasar
2. Membedakan antara pasar persaingan sempurna, monopoli, oligopoly, dan persaingan monopolistik.

PETA KONSEP PEMBELAJARAN



Struktur pasar adalah karakteristik industri yang menentukan bagaimana perusahaan bersaing satu sama lain. Sederhananya, struktur pasar menggambarkan kondisi pasar berdasarkan jumlah penjual dan pembeli, jenis produk yang diperdagangkan, serta kemudahan masuk dan keluar pasar.

Secara umum, struktur pasar dapat dibagi menjadi empat jenis utama:

1. **Persaingan Sempurna**
2. **Persaingan Monopolistik**
3. **Oligopoly**
4. **Monopoli**

Faktor-faktor yang mempengaruhi struktur pasar

1. **Jumlah perusahaan:** Semakin banyak perusahaan, semakin kompetitif pasar.
2. **Jenis produk:** Produk yang homogen cenderung memiliki pasar yang lebih kompetitif dibandingkan produk yang diferensiasi.
3. **Hambatan masuk:** Biaya tinggi untuk memasuki pasar dapat mengurangi jumlah pesaing.
4. **Informasi:** Semakin banyak informasi yang dimiliki oleh pembeli dan penjual, semakin efisien pasar.
5. **Tingkat diferensiasi produk:** Produk yang sangat terdiferensiasi memberikan lebih banyak kekuatan kepada perusahaan untuk menetapkan harga.

Struktur pasar memiliki dampak signifikan terhadap:

1. **Harga:** Dalam persaingan sempurna, harga ditentukan oleh pasar, sedangkan dalam monopoli, perusahaan dapat menetapkan harga.
2. **Kuantitas:** Perusahaan dalam persaingan sempurna akan memproduksi hingga titik di mana biaya marginal sama dengan harga, sedangkan monopoli cenderung membatasi produksi untuk menjaga harga tetap tinggi.

3. **Inovasi:** Tingkat inovasi cenderung lebih tinggi dalam pasar yang lebih kompetitif.
4. **Kesejahteraan konsumen:** Konsumen dalam pasar yang kompetitif cenderung mendapatkan harga yang lebih rendah dan pilihan produk yang lebih banyak.

Memahami struktur pasar sangat penting bagi:

1. **Pemerintah:** Untuk merumuskan kebijakan persaingan yang efektif dan melindungi konsumen.
2. **Perusahaan:** Untuk merancang strategi bisnis yang sesuai dengan kondisi pasar.
3. **Konsumen:** Untuk memahami bagaimana harga terbentuk dan membuat keputusan pembelian yang lebih baik.

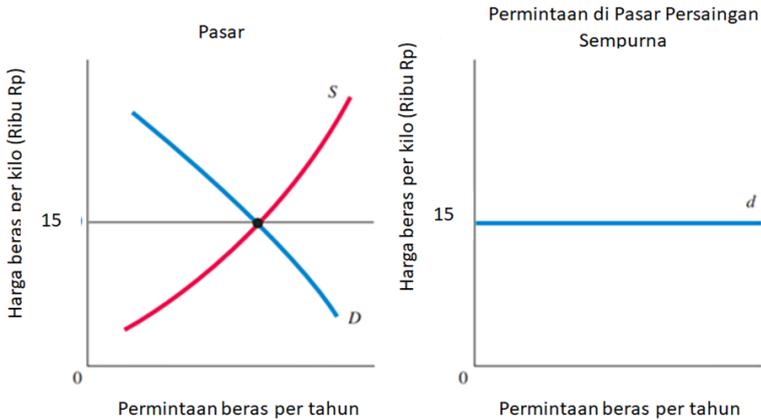
A. PASAR PERSAINGAN SEMPURNA

Pasar persaingan sempurna adalah sebuah struktur pasar ideal di mana terdapat banyak penjual dan pembeli, produk yang diperdagangkan bersifat homogen (identik), dan tidak ada satu pun pihak yang dapat mempengaruhi harga pasar.

Ciri-ciri Pasar Persaingan Sempurna

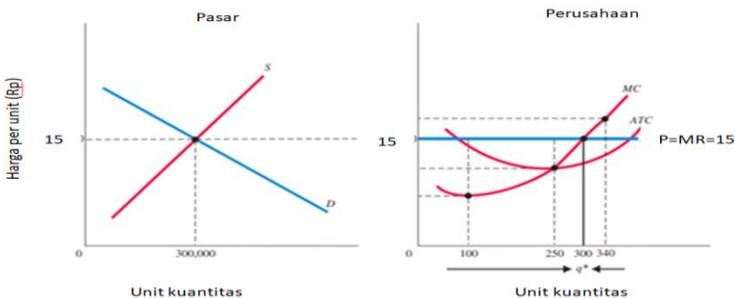
1. **Banyak penjual dan pembeli:** Jumlah penjual dan pembeli sangat banyak sehingga tidak ada satu pun pihak yang dapat mendominasi pasar.
2. **Produk homogen:** Produk yang ditawarkan oleh semua penjual bersifat identik atau sama persis, sehingga tidak ada perbedaan kualitas atau merek.
3. **Informasi sempurna:** Semua pelaku pasar memiliki akses informasi yang sama tentang harga, kualitas produk, dan kondisi pasar secara keseluruhan.
4. **Tidak ada hambatan masuk atau keluar pasar:** Perusahaan dapat dengan mudah masuk atau keluar pasar tanpa menghadapi hambatan yang signifikan, seperti biaya tinggi atau regulasi yang ketat.

5. **Harga ditentukan oleh pasar:** Harga produk ditentukan oleh interaksi antara permintaan dan penawaran pasar secara keseluruhan, bukan oleh individu atau perusahaan tertentu.



Gambar 8. 1 Permintaan perusahaan di pasar persaingan sempurna

Harga di pasar persaingan sempurna ditentukan oleh pasar, yaitu interaksi permintaan dan penawaran pasar. Harga keseimbangan terjadi pada harga Rp15 ribu, maka harga inilah yang diterima petani untuk menjual produknya. Sehingga kurva permintaan yang dihadapi petani akan berbentuk horizontal.



Gambar 8. 2 Laba maksimum di pasar persaingan sempurna

Ketika harga berada di atas biaya marjinal dan kuantitas kurang dari 300 unit output, laba dapat ditingkatkan dengan menaikkan output; setiap unit tambahan kuantitas akan meningkatkan pendapatan lebih dari biaya untuk memproduksi tambahan output karena $P = MC$. Namun, ketika kuantitas lebih besar dari $q^*=300$, tambahan output akan mengurangi laba. Pada output 340 unit, biaya produksi per unit output tambahan lebih besar dari yang tambahan penerima yang diperoleh saat dijual di pasar. Output yang memaksimalkan laba adalah q^* , titik di mana $P = MC=MR$.

Implikasi Pasar Persaingan Sempurna

1. **Harga efisien:** Harga produk cenderung berada pada tingkat yang efisien, yaitu di mana jumlah yang diminta sama dengan jumlah yang ditawarkan.
2. **Tidak ada kekuatan pasar:** Tidak ada satu pun perusahaan atau konsumen yang memiliki kekuatan untuk mempengaruhi harga pasar.
3. **Alokasi sumber daya yang efisien:** Sumber daya produksi dialokasikan secara efisien karena perusahaan akan menghasilkan produk hingga titik di mana biaya marginal sama dengan harga.
4. **Inovasi yang tinggi:** Perusahaan terus berinovasi untuk meningkatkan efisiensi produksi dan mengurangi biaya.

Meskipun sulit menemukan contoh pasar persaingan sempurna yang sempurna dalam dunia nyata, pasar pertanian untuk komoditas seperti jagung atau gandum sering dianggap sebagai pendekatan yang paling dekat.

Keterbatasan Pasar Persaingan Sempurna

1. **Anggapan yang terlalu ideal:** Dalam dunia nyata, sulit menemukan pasar yang benar-benar memenuhi semua ciri-ciri pasar persaingan sempurna.
2. **Tidak adanya diferensiasi produk:** Produk yang homogen dapat membatasi pilihan konsumen.

3. **Informasi tidak selalu sempurna:** Selalu ada informasi yang tidak sempurna atau asimetris di pasar.
4. **Hambatan masuk dan keluar pasar yang ada:** Dalam banyak kasus, terdapat hambatan masuk atau keluar pasar yang dapat membatasi persaingan.

Meskipun pasar persaingan sempurna adalah konsep ideal, mempelajari struktur pasar ini penting karena:

1. **Sebagai titik acuan:** Pasar persaingan sempurna sering digunakan sebagai titik acuan untuk menganalisis struktur pasar lainnya yang lebih realistis.
2. **Memahami dasar-dasar ekonomi:** Konsep pasar persaingan sempurna merupakan dasar pemahaman tentang bagaimana pasar bekerja.
3. **Mengevaluasi kebijakan pemerintah:** Kebijakan pemerintah seringkali bertujuan untuk menciptakan kondisi pasar yang lebih kompetitif, mendekati kondisi pasar persaingan sempurna.

B. PASAR MONOPOLI

Pasar monopoli adalah sebuah struktur pasar di mana hanya ada satu penjual yang menguasai seluruh pasar untuk suatu produk atau jasa tertentu. Penjual tunggal ini, yang disebut monopolis, memiliki kekuasaan penuh untuk menentukan harga dan kuantitas produksi tanpa adanya persaingan yang berarti.

Ciri-ciri Pasar Monopoli

1. **Satu penjual tunggal:** Hanya ada satu produsen yang menguasai seluruh pasar.
2. **Tidak ada produk substitusi yang dekat:** Tidak ada produk lain yang dapat menggantikan produk yang dihasilkan oleh monopolis.
3. **Hambatan masuk yang sangat tinggi:** Perusahaan baru sangat sulit atau bahkan tidak mungkin untuk memasuki pasar karena adanya hambatan seperti paten, lisensi eksklusif, atau kontrol atas sumber daya alam yang unik.

4. **Kekuatan pasar yang besar:** Monopolis memiliki kekuatan penuh untuk menentukan harga dan kuantitas produksi.

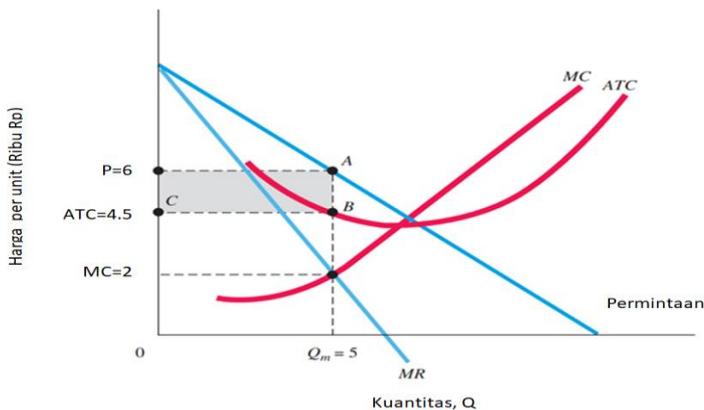
Beberapa faktor yang menyebabkan suatu perusahaan bisa menjadi monopoli antara lain:

1. Hambatan masuk yang tinggi
 - a. Modal yang besar: membutuhkan investasi awal yang sangat besar untuk memulai bisnis di sektor tertentu.
 - b. Teknologi yang kompleks: perusahaan yang sudah ada mungkin memiliki teknologi yang sangat canggih dan sulit ditiru.
 - c. Regulasi pemerintah: Pemerintah dapat memberikan izin eksklusif atau lisensi kepada satu perusahaan untuk beroperasi di sektor tertentu.
 - d. Efek skala ekonomi: perusahaan yang sudah ada mungkin telah mencapai skala produksi yang sangat besar sehingga biaya produksinya jauh lebih rendah dibandingkan perusahaan baru.
2. Penggabungan dan akuisisi: Perusahaan yang ada dapat melakukan merger atau akuisisi terhadap pesaingnya sehingga semakin memperkuat posisinya di pasar.
3. Hak paten dan hak cipta: Perusahaan yang memiliki hak paten atas teknologi atau produk tertentu dapat menjadi satu-satunya produsen produk tersebut.
4. Kontrol atas sumber daya alam: Jika suatu perusahaan menguasai sumber daya alam yang unik atau langka yang diperlukan untuk memproduksi suatu barang, maka perusahaan tersebut dapat menjadi monopoli.
5. Monopoli alami: Terjadi ketika efisiensi produksi paling baik dicapai hanya dengan satu perusahaan yang melayani seluruh pasar. Contohnya, perusahaan penyedia listrik atau air.

Contoh Pasar Monopoli

1. **Perusahaan listrik:** Di beberapa wilayah, perusahaan listrik sering kali menjadi monopoli karena biaya untuk membangun infrastruktur listrik sangat besar.

2. **Perusahaan air minum:** Perusahaan air minum juga seringkali memiliki posisi monopoli di wilayah tertentu.
3. **Perusahaan pembuat obat-obatan tertentu:** Jika sebuah perusahaan memiliki paten eksklusif untuk obat tertentu, mereka menjadi satu-satunya produsen obat tersebut.



Gambar 8. 3 Laba maksimum di pasar Monopoli

Penentuan harga dan kuantitas yang memaksimalkan laba di pasar monopoli terjadi ketika $MC=MR < P$. Jika $P > AC$ perusahaan dapat laba > 0 (laba berlebih), jika $P=AC$ perusahaan dapat laba $= 0$ (laba normal), dan jika $P < AC$, perusahaan akan rugi. Perusahaan di pasar monopoli akan meningkatkan output selama pendapatan marjinal melebihi biaya marjinal. Dari Gambar 8.3, laba maksimum terjadi pada $Q_m=5$ unit dan harga Rp6 ribu. Pada titik ini, $TR = PAQ_m$, $TC = CBQ_m$, dan laba $= PABC$.

Dampak negatif monopoli

1. Harga yang tinggi: perusahaan monopoli dapat menetapkan harga yang lebih tinggi daripada harga yang akan terjadi dalam kondisi persaingan sempurna.
2. Kuantitas produksi yang rendah: perusahaan monopoli cenderung memproduksi kuantitas yang lebih rendah daripada yang akan dihasilkan dalam kondisi persaingan sempurna.

3. Kualitas produk yang rendah: tanpa tekanan persaingan, perusahaan monopoli mungkin kurang berinovasi dalam meningkatkan kualitas produk.
4. Alokasi sumber daya yang tidak efisien: monopoli dapat menyebabkan alokasi sumber daya yang tidak efisien karena mereka tidak memiliki insentif untuk menurunkan biaya produksi atau meningkatkan kualitas produk.

Karena dampak negatifnya terhadap konsumen dan perekonomian secara keseluruhan, banyak negara memiliki undang-undang antimonopoli untuk membatasi kekuatan pasar dari perusahaan-perusahaan yang mendominasi. Tujuannya adalah untuk melindungi konsumen, meningkatkan efisiensi, dan mendorong persaingan.

Tujuan regulasi Antimonopoli

1. **Mencegah praktik monopoli:** Melarang perusahaan atau kelompok perusahaan untuk mendominasi pasar secara tidak sehat.
2. **Mendorong persaingan sehat:** Memastikan adanya persaingan yang sehat di antara perusahaan-perusahaan sehingga konsumen memiliki lebih banyak pilihan dan harga yang lebih kompetitif.
3. **Melindungi konsumen:** Mencegah perusahaan dari melakukan praktik yang merugikan konsumen, seperti menetapkan harga yang tidak wajar atau membatasi pilihan konsumen.
4. **Meningkatkan efisiensi ekonomi:** Mendorong perusahaan untuk lebih efisien dalam produksi dan distribusi barang dan jasa.

Bentuk-bentuk Regulasi Antimonopoli

1. **Larangan persekongkolan:** Melarang perusahaan-perusahaan untuk membuat perjanjian yang bertujuan untuk membatasi persaingan, seperti menetapkan harga bersama atau membagi pasar.

2. **Larangan praktik monopoli:** Melarang perusahaan yang mendominasi pasar untuk melakukan praktik yang menyalahgunakan posisi dominannya, seperti memboikot pemasok atau memaksa pelanggan untuk membeli produk lain.
3. **Penggabungan dan akuisisi:** Mengatur penggabungan dan akuisisi perusahaan untuk mencegah terbentuknya monopoli baru.
4. **Pengaturan harga:** Menetapkan harga maksimum yang boleh dikenakan oleh perusahaan, terutama untuk barang dan jasa yang dianggap penting bagi masyarakat.
5. **Pembongkaran monopoli:** Memecah perusahaan besar menjadi beberapa perusahaan yang lebih kecil untuk meningkatkan persaingan.

Tantangan dalam menerapkan Regulasi Antimonopoli

1. **Definisi pasar:** Menentukan pasar yang relevan untuk menilai kekuatan pasar suatu perusahaan seringkali sulit.
2. **Perubahan teknologi:** Perkembangan teknologi yang cepat dapat mengubah struktur pasar dengan cepat.
3. **Persaingan global:** Persaingan global membuat regulasi antimonopoli menjadi lebih kompleks.
4. **Menyeimbangkan kepentingan:** Regulasi antimonopoli harus menyeimbangkan antara kepentingan konsumen, perusahaan, dan inovasi.

C. PASAR OLIGOPOLI

Pasar oligopoli adalah struktur pasar di mana hanya ada sedikit penjual yang mendominasi pasar. Ini berarti, sebagian besar produksi dan penjualan suatu produk atau jasa dikendalikan oleh beberapa perusahaan besar.

Ciri-ciri Pasar Oligopoli

1. **Sedikit penjual:** Jumlah penjual sangat terbatas, biasanya hanya beberapa perusahaan besar.

2. **Produk homogen atau diferensiasi:** Produk yang ditawarkan bisa sama (homogen) atau berbeda (diferensiasi). Contoh produk homogen adalah baja, sedangkan produk diferensiasi adalah mobil.
3. **Hambatan masuk yang tinggi:** Perusahaan baru sulit masuk ke pasar karena adanya hambatan seperti modal yang besar, teknologi yang kompleks, atau kontrol atas sumber daya penting.
4. **Interdependensi:** Tindakan satu perusahaan akan sangat mempengaruhi perusahaan lain di pasar. Misalnya, jika satu perusahaan menurunkan harga, perusahaan lain kemungkinan akan mengikuti untuk mempertahankan pangsa pasar.
5. **Persaingan Non-Harga:** Persaingan lebih fokus pada aspek selain harga, seperti iklan, promosi, dan layanan purna jual.

Ada beberapa model oligopoli yang sering digunakan untuk menganalisis perilaku perusahaan dalam pasar oligopoli, antara lain:

1. Model Cournot

Asumsi: Setiap perusahaan menganggap jumlah produksi pesaingnya tetap dan kemudian memutuskan berapa banyak yang akan diproduksi.

Karakteristik: Fokus pada kuantitas produksi.

Contoh: Industri otomotif.

2. Model Bertrand

Asumsi: Setiap perusahaan menganggap harga produk pesaingnya tetap dan kemudian memutuskan harga produknya sendiri.

Karakteristik: Fokus pada penetapan harga.

Contoh: Industri telekomunikasi.

3. Model Stackelberg

Asumsi: Ada satu perusahaan pemimpin (leader) yang menentukan jumlah produksinya terlebih dahulu, diikuti oleh perusahaan-perusahaan pengikut (follower).

Karakteristik: Adanya perusahaan yang memiliki pengaruh lebih besar terhadap pasar.

Contoh: Industri penerbangan.

4. Model Kolusi

Asumsi: Perusahaan-perusahaan dalam oligopoli bekerja sama untuk menetapkan harga dan kuantitas produksi yang sama, seperti kartel.

Karakteristik: Perilaku tidak kompetitif untuk memaksimalkan keuntungan bersama.

Contoh: Organisasi Negara Pengekspor Minyak (OPEC).

Faktor-Faktor yang mempengaruhi perilaku perusahaan Oligopoli

1. Produk yang dihasilkan: Apakah produknya homogen (sama persis) atau terdiferensiasi (memiliki ciri khas masing-masing).
2. Hambatan masuk: Seberapa sulit bagi perusahaan baru untuk memasuki pasar.
3. Tingkat saling ketergantungan: Seberapa besar pengaruh keputusan satu perusahaan terhadap perusahaan lain.
4. Kebijakan pemerintah: Regulasi pemerintah dapat mempengaruhi perilaku perusahaan oligopoli.

Implikasi bagi konsumen dan kebijakan publik

1. Harga: Harga dalam oligopoli cenderung lebih tinggi dibandingkan dalam pasar persaingan sempurna.
2. Pilihan produk: Pilihan produk mungkin terbatas karena perusahaan oligopoli seringkali membatasi variasi produk.
3. Inovasi: Tingkat inovasi dalam oligopoli bisa tinggi atau rendah, tergantung pada intensitas persaingan dan kebijakan perusahaan.

Pemerintah seringkali melakukan intervensi dalam pasar oligopoli untuk melindungi kepentingan konsumen dan meningkatkan persaingan. Beberapa kebijakan yang umum dilakukan antara lain:

1. Antitrust: Mencegah praktik monopoli dan kartel.
2. Regulasi harga: Menetapkan harga maksimum atau minimum untuk produk tertentu.

3. Promosi persaingan: Mendorong masuknya perusahaan baru ke pasar.

Perilaku perusahaan dalam Oligopoli

1. **Ketergantungan timbal balik:** Setiap perusahaan harus mempertimbangkan tindakan pesaing sebelum mengambil keputusan.
2. **Persaingan non-harga:** Perusahaan seringkali bersaing melalui iklan, promosi, dan inovasi produk.
3. **Kolusi:** Dalam beberapa kasus, perusahaan dapat bekerja sama secara rahasia untuk mengendalikan harga dan produksi.

Implikasi Pasar Oligopoli

1. **Harga yang relatif tinggi:** Karena sedikitnya jumlah penjual, perusahaan dapat mempengaruhi harga pasar dan cenderung menetapkan harga yang lebih tinggi.
2. **Hambatan masuk yang tinggi:** Hal ini dapat menghambat inovasi dan efisiensi.
3. **Ketergantungan konsumen:** Konsumen memiliki pilihan yang terbatas dan seringkali harus menerima harga yang ditetapkan oleh perusahaan oligopoli.
4. **Peran Pemerintah:** Pemerintah seringkali melakukan regulasi untuk mencegah praktik monopoli dan oligopoli yang merugikan konsumen.

D. PASAR PERSAINGAN MONOPOLISTIK

Pasar persaingan monopolistik adalah sebuah struktur pasar yang unik, di mana terdapat banyak penjual yang menawarkan produk yang serupa namun berbeda. Produk-produk ini bisa dikatakan sebagai "substitusi dekat", artinya mereka dapat saling menggantikan satu sama lain, tetapi tidak sepenuhnya identik.

Ciri-ciri Pasar Persaingan Monopolistik

1. **Banyak penjual:** Sama seperti pasar persaingan sempurna, pasar monopolistik memiliki banyak penjual.

2. **Produk diferensiasi:** Produk yang ditawarkan oleh masing-masing penjual memiliki perbedaan, baik dari segi merek, kualitas, desain, fitur tambahan, atau layanan purna jual.
3. **Hambatan masuk relatif rendah:** Meskipun ada hambatan masuk, namun tidak setinggi pada pasar monopoli.
4. **Informasi tidak sempurna:** Konsumen mungkin tidak memiliki informasi yang lengkap tentang semua produk yang tersedia di pasar.
5. **Kekuatan pasar terbatas:** Setiap penjual memiliki sedikit kekuatan pasar untuk menentukan harga, namun kekuatan ini terbatas karena adanya persaingan dari produk substitusi.

Contoh Pasar Persaingan Monopolistik

1. **Industri makanan ringan:** Merek-merek kripik berbeda-beda, namun pada dasarnya produknya sama.
2. **Industri pakaian:** Banyak merek pakaian yang menawarkan produk yang serupa, namun dengan desain dan kualitas yang berbeda.
3. **Industri restoran:** Restoran cepat saji menawarkan produk yang serupa (burger, kentang goreng), namun dengan rasa dan suasana yang berbeda.

Diferensiasi produk adalah strategi yang sangat penting bagi perusahaan dalam pasar persaingan monopolistik. Tujuannya adalah untuk membuat produk mereka terlihat unik dan berbeda di mata konsumen, sehingga konsumen lebih memilih produk mereka daripada produk pesaing.

Beberapa cara yang umum dilakukan perusahaan untuk melakukan diferensiasi produk:

1. **Merek (Branding):** (a) **Membangun citra merek yang kuat:** Merek yang kuat akan menciptakan persepsi yang unik di benak konsumen. (b) **Membuat logo dan slogan yang mudah diingat:** Elemen-elemen visual ini membantu konsumen mengidentifikasi produk. (c) **Membangun cerita merek:** Setiap

merek memiliki cerita yang unik yang dapat membedakannya dari pesaing.

2. **Kualitas produk:** (a) **Menggunakan bahan baku berkualitas tinggi:** Bahan baku yang berkualitas akan menghasilkan produk yang lebih tahan lama dan memiliki kinerja yang lebih baik. (b) **Menawarkan garansi yang lebih panjang:** Garansi yang panjang memberikan jaminan kepada konsumen tentang kualitas produk. (c) **Melakukan kontrol kualitas yang ketat:** Proses produksi yang terkontrol akan menghasilkan produk yang lebih konsisten.
3. **Desain Produk:** (a) **Membuat desain yang unik dan menarik:** Desain yang menarik akan membuat produk lebih menonjol di mata konsumen. (b) **Mengikuti tren terbaru:** Desain yang mengikuti tren akan membuat produk terlihat lebih modern dan relevan. (c) **Memperhatikan ergonomi:** Desain yang ergonomis akan membuat produk lebih nyaman digunakan.
4. **Fitur tambahan:** (a) **Menambahkan fitur-fitur yang tidak dimiliki oleh pesaing:** Fitur tambahan dapat memberikan nilai tambah bagi konsumen. (b) **Memperhatikan kebutuhan konsumen:** Fitur tambahan harus relevan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.
5. **Layanan Pelanggan:** (a) **Memberikan layanan pelanggan yang cepat dan responsif:** Pelayanan yang baik akan membuat konsumen merasa dihargai. (b) **Menawarkan program loyalitas:** Program loyalitas dapat meningkatkan keterikatan konsumen dengan merek. (c) **Membuat saluran komunikasi yang mudah diakses:** Konsumen harus mudah menghubungi perusahaan jika memiliki pertanyaan atau masalah.
6. **Kemasan:** (a) **Desain kemasan yang menarik dan informatif:** Kemasan yang menarik akan menarik perhatian konsumen. (b) **Kemasan yang ramah lingkungan:** Kemasan yang ramah lingkungan akan menarik minat konsumen yang peduli terhadap lingkungan.

7. **Lokasi:** (a) **Memilih lokasi yang strategis:** Lokasi yang strategis akan memudahkan konsumen untuk mengakses produk. (b) **Menciptakan suasana yang unik di toko:** Suasana yang unik akan memberikan pengalaman belanja yang berbeda bagi konsumen.

Contoh diferensiasi produk:

1. **Minuman ringan:** Merek-merek minuman ringan seperti Coca-Cola dan Pepsi menggunakan branding, rasa yang unik, dan kemasan yang menarik untuk membedakan produk mereka.
2. **Smartphone:** Merek-merek smartphone seperti Apple dan Samsung terus berinovasi dengan fitur-fitur baru, desain yang unik, dan sistem operasi yang berbeda untuk membedakan produk mereka.
3. **Mobil:** Merek-merek mobil seperti Toyota dan Honda membedakan produk mereka melalui kualitas, fitur keselamatan, dan efisiensi bahan bakar.

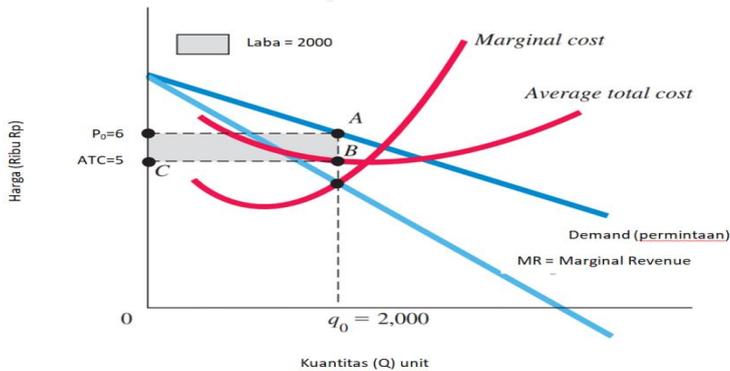
Tujuan diferensiasi produk

1. **Membangun loyalitas pelanggan:** Dengan membuat produk yang unik, perusahaan dapat membangun basis pelanggan yang loyal.
2. **Meningkatkan pangsa pasar:** Diferensiasi produk dapat membantu perusahaan untuk merebut pangsa pasar dari pesaing.
3. **Menaikkan harga:** Produk yang terdiferensiasi seringkali dapat dijual dengan harga yang lebih tinggi.

Dengan melakukan diferensiasi produk, perusahaan dalam pasar persaingan monopolistik dapat menciptakan keunggulan kompetitif dan meningkatkan profitabilitas.

Penentuan harga dan kuantitas yang memaksimalkan laba hamper sama dengan pasar monopoli, tetapi kurva permintaan lebih landai. Dalam jangka pendek, laba maksimum terjadi saat $MC=MR$, dengan harga 6 dan kuantitas 2000, dan laba 2000. Perusahaan

akan mendapat laba atau rugi tergantung pada posisi P terhadap ATC.



Gambar 8. 4 Laba maksimum di pasar Persaingan Monopolistik dalam Jangka pendek

Dalam jangka panjang, ketika perusahaan baru memasuki industri persaingan monopolistik untuk mencari keuntungan, kurva permintaan perusahaan yang sudah ada yang menghasilkan keuntungan mulai bergeser ke kiri, mendorong pendapatan marjinal. Proses ini berlanjut hingga keuntungan menjadi nol, yang terjadi ketika kurva permintaan perusahaan bersinggungan dengan kurva biaya total rata-ratanya atau saat $MC = MR$ dan $P = AC$, dan laba = 0 (laba normal).

Implikasi Pasar Persaingan Monopolistik

1. **Kurva permintaan yang miring:** Karena produk terdiferensiasi, kurva permintaan yang dihadapi oleh setiap perusahaan cenderung miring ke bawah, bukan horizontal seperti pada pasar persaingan sempurna.
2. **Kekuatan pasar terbatas:** Perusahaan memiliki sedikit kekuatan untuk menaikkan harga tanpa kehilangan konsumen ke pesaing.

3. **Persaingan non-harga:** Perusahaan lebih fokus pada persaingan non-harga, seperti iklan, promosi, dan pengembangan produk baru.
4. **Efisiensi alokatif tidak sempurna:** Karena adanya diferensiasi produk, alokasi sumber daya mungkin tidak seefisien pada pasar persaingan sempurna.

Pasar persaingan monopolistik adalah struktur pasar yang umum ditemukan dalam kehidupan sehari-hari. Meskipun tidak seefisien pasar persaingan sempurna, pasar ini menawarkan beragam pilihan produk bagi konsumen.

E. RANGKUMAN

Struktur pasar sangat bervariasi, dari persaingan yang sangat ketat hingga monopoli yang dikuasai satu perusahaan. **Persaingan sempurna** dicirikan oleh banyak penjual yang menawarkan produk identik, tanpa kendali atas harga. Berbeda dengan **monopoli** di mana hanya ada satu penjual yang dominan dan bebas menentukan harga. **Oligopoli** berada di antara keduanya, dengan sedikit perusahaan besar yang mendominasi pasar. Mereka memiliki pengaruh signifikan terhadap harga, namun tetap harus mempertimbangkan tindakan pesaing. **Persaingan monopolistik** mirip dengan persaingan sempurna, namun produknya sedikit berbeda (terdiferensiasi), memberikan sedikit ruang bagi setiap perusahaan untuk menetapkan harga sendiri. **Hambatan masuk** ke pasar menjadi faktor kunci dalam menentukan struktur pasar. Persaingan sempurna memiliki hambatan masuk yang rendah, sementara monopoli memiliki hambatan yang sangat tinggi. Oligopoli dan persaingan monopolistik berada di antara keduanya.

F. TES FORMATIF

Pilihan ganda

1. Manakah dari berikut ini yang **bukan** merupakan ciri khas dari pasar persaingan sempurna?
 - a. Banyak penjual dan pembeli
 - b. Produk yang homogen
 - c. Hambatan masuk yang tinggi
 - d. Informasi sempurna
 - e. Harga ditentukan oleh pasar
2. Perusahaan yang memiliki kendali penuh atas harga produk dan kuantitas produksi beroperasi dalam struktur pasar...
 - a. Persaingan sempurna
 - b. Monopoli
 - c. Oligopoli
 - d. Persaingan monopolistik
 - e. Pasar persaingan tidak sempurna
3. Industri otomotif merupakan contoh dari struktur pasar...
 - a. Persaingan sempurna
 - b. Monopoli
 - c. Oligopoli
 - d. Persaingan monopolistik
 - e. Pasar persaingan tidak sempurna
4. Manakah dari berikut ini yang **bukan** merupakan contoh dari produk yang terdiferensiasi?
 - a. Merek pakaian yang berbeda
 - b. Model mobil yang berbeda
 - c. Jenis beras yang berbeda
 - d. Merek minuman ringan yang berbeda
 - e. Jenis kopi yang berbeda
5. Hambatan masuk yang tinggi dalam suatu industri akan cenderung menghasilkan struktur pasar...
 - a. Persaingan sempurna

- b. Monopoli
- c. Oligopoli
- d. Persaingan monopolistik
- e. Pasar persaingan tidak sempurna

G. LATIHAN

1. Bandingkan dan kontraskan antara pasar persaingan sempurna dan monopoli. Jelaskan bagaimana perbedaan dalam jumlah penjual, jenis produk, dan hambatan masuk mempengaruhi perilaku perusahaan dan kesejahteraan konsumen di kedua struktur pasar tersebut. Berikan contoh industri nyata untuk masing-masing struktur pasar.
2. Pilihlah sebuah industri (misalnya, industri smartphone, otomotif, atau minuman ringan). Analisis struktur pasar industri tersebut. Apakah industri ini cenderung menuju persaingan sempurna, oligopoli, atau monopoli? Jelaskan alasan Anda dan berikan bukti-bukti empiris untuk mendukung analisis Anda.
3. Jelaskan bagaimana kebijakan pemerintah seperti regulasi antimonopoli, subsidi, atau tarif dapat mempengaruhi struktur pasar suatu industri. Berikan contoh kasus di mana kebijakan pemerintah telah mengubah struktur pasar suatu industri dan dampaknya terhadap kesejahteraan konsumen dan produsen.
4. Bagaimana hubungan antara struktur pasar dan tingkat inovasi dalam suatu industri? Jelaskan mengapa perusahaan dalam pasar yang berbeda (misalnya, persaingan sempurna, oligopoli, atau monopoli) memiliki insentif yang berbeda untuk melakukan inovasi.
5. Jelaskan bagaimana proses globalisasi telah mengubah struktur pasar di berbagai negara. Bagaimana globalisasi mempengaruhi persaingan antar perusahaan dan kesejahteraan konsumen?

KEGIATAN BELAJAR 9 EKONOMI MAKRO

DESKRIPSI PEMBELAJARAN

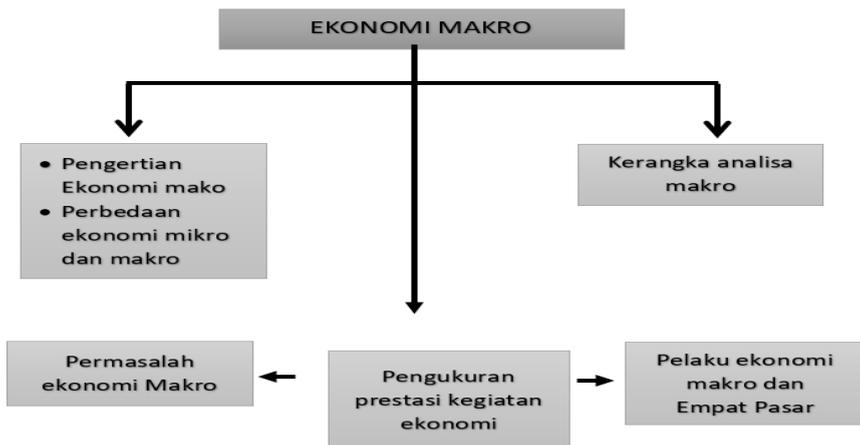
Dalam bab ini akan mempelajari ruang lingkup ekonomi makro. Diharapkan mahasiswa memiliki wawasan dan pemahaman mengenai ekonomi makro.

KOMPETENSI PEMBELAJARAN

Diharapkan setelah mengikuti perkuliahan ini mahasiswa dan mahasiswi memiliki kemampuan dan pengetahuan sebagai berikut

1. Mampu menjelaskan definisi pengertian ekonomi makro.
2. Mampu menjelaskan perbedaan ekonomi mikro dan makro
3. Mampu menjelaskan permasalahan ekonomi makro
4. Mampu menjelaskan kerangka analisa makro
5. Mampu menjelaskan **Empat Pasar Makro**
6. Mampu menjelaskan Pengukuran Prestasi Kegiatan Perekonomian

PETA KONSEP PEMBELAJARAN



A. PENGERTIAN EKONOMI MAKRO

Ekonomi makro merupakan salah satu cabang ilmu ekonomi yang mempelajari peristiwa-peristiwa ekonomi secara agregat. Ekonomi makro, cabang utama dari ilmu ekonomi mempelajari perilaku dan kinerja perekonomian secara agregat. Ekonomi makro fokus pada perubahan agregat dalam perekonomian seperti produk domestik bruto atau laju pertumbuhan produksi nasional, pendapatan nasional, konsumsi dan tabungan, tingkat pertumbuhan, tingkat suku bunga, pengangguran dan inflasi. Ekonomi makro mempelajari perekonomian sebagai suatu studi tentang perilaku perekonomian secara keseluruhan. Dalam ekonomi makro juga merinci tentang analisis mengenai pengeluaran agregat kepada 4 komponen yaitu :

- 1) Pengeluaran rumah tangga
- 2) Pengeluaran pemerintah
- 3) Pengeluaran perusahaan untuk investasi
- 4) Pengeluaran Ekspor dan impor

B. PERBEDAAN EKONOMI MIKRO DAN EKONOMI MAKRO

Ilmu ekonomi dikelompokkan menjadi dua kelompok besar, yaitu ilmu ekonomi makro dan ilmu ekonomi mikro. Ilmu ekonomi makro mempelajari perilaku ekonomi sebagai agregat tentang kehidupan ekonomi. Agregat menjelaskan bahwa yang menjadi pembahasan di ekonomi makro adalah variabel-variabel total, seperti pendapatan total, produksi total, konsumsi, tabungan, investasi serta ekspor impor total, tentang ekonomi moneter, perdagangan internasional, ekonomi pembangunan.

Sedangkan Ilmu ekonomi mikro mempelajari variabel-variabel ekonomi di lingkup yang kecil seperti rumah tangga konsumen, produsen dan pemilik sumber daya. Ekonomi mikro mempelajari bagaimana individu menggunakan sumber daya yang dimilikinya

untuk memenuhi kebutuhannya sehingga tercapai tingkat kepuasan yang maksimum.

C. PERMASALAHAN EKONOMI MAKRO

Permasalahan ekonomi makro mencakup masalah jangka pendek dan masalah jangka panjang meliputi :

1) Masalah Pertumbuhan Ekonomi

Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu indikator utama untuk mengetahui kinerja perekonomian. Suatu perekonomian dikatakan mengalami pertumbuhan ekonomi jika jumlah produksi barang dan jasa meningkat daripada tahun sebelumnya. Besarnya produksi barang dan jasa ini disebut dengan Produk Domestik Bruto (PDB).

Pertumbuhan ekonomi tidak lain adalah peningkatan nilai total barang dan jasa yang diproduksi dalam sebuah perekonomian. Pemerintah berkepentingan memantau perkembangan pertumbuhan PDB baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang, untuk mengukur besarnya dampak, efektivitas, dan efisiensi campur tangan pemerintah terhadap perekonomian. Hal ini menyeting perekonomian kita agar ada keserasian antara pertumbuhan penduduk, penambahan kapasitas produksi, dan tersedianya dana untuk investasi sehingga terjadi pertumbuhan ekonomi.

2) Masalah Ketidakstabilan kegiatan ekonomi

Perkonomian yang tidak stabil merupakan kondisi perekonomian dimana uang yang beredar tidak sesuai jumlahnya dengan barang dan jasa yang ada di masyarakat sehingga nilai uang bisa naik-turun secara drastis.

Perekonomian yang tidak stabil suatu negara sering terjadi karena berbagai faktor, baik yang berasal dan dalam negeri maupun luar negeri. Penyebab ketidakstabilan tersebut jumlah uang beredar lebih kecil dari kebutuhan uang masyarakat.

Jumlah uang beredar lebih kecil dari kebutuhan masyarakat karena disebabkan adanya pengangguran, kemiskinan dan inflasi.

Perekonomian yang stabil dalam ekonomi makro didukung tiga elemen, yaitu tingkat bunga, tingkat inflasi, dan nilai tukar. Ketiga elemen tersebut saling memengaruhi satu sama lain. Ketiga elemen tersebut selain harus tetap stabil juga harus berada dalam tingkat kewajaran, mampu menggerakkan roda perekonomian secara sehat

3) Masalah Pengangguran

Pengangguran adalah orang yang termasuk usia kerja dan sedang mencari kerja tetapi belum mendapat kerja. Orang yang masuk dalam usia kerja tetapi tidak secara aktif mencari kerja tidak termasuk pengangguran seperti, ibu rumah tangga, dan yang sedang sekolah/kuliah.

Penyebab pengangguran adalah pertumbuhan penduduk yang tinggi, rendahnya laju investasi produktif, siklus bisnis yang melemah, rendahnya kualitas pendidikan masyarakat, strategi industri yang labor saving, kurs mata uang yang tidak stabil, kemiskinan, ketimpangan distribusi pendapatan.

Industrialisasi di negara-negara berkembang, selain menciptakan suatu keberhasilan juga menimbulkan berbagai dampak pengangguran dan kesempatan kerja. Tidak hanya negara maju yang menghadapi masalah pengangguran dan kesempatan kerja, hampir semua negara di dunia termasuk Indonesia belum mampu menyediakan lapangan kerja yang cukup memadai. Kurangnya lapangan kerja merupakan masalah yang harus ditangani dengan sungguh-sungguh oleh pemerintah.

Pengangguran menjadi masalah nasional dan internasional yang memandang negara-negara yang sedang berkembang sebagai bagian peningkatan independensi yang sangat

timpang di sistem ekonomi dunia. Strategi pembangunan dinegara maju menekankan pada upaya untuk mengalihkan pertumbuhan menuju ke usaha-usaha yang berhubungan dengan kualitas hidup, dengan mewujudkan perubahan keadaan lingkungan hidup.

Pengangguran tidak jauh dari masalah kemiskinan, keduanya beriringan, karena dampak dari pengangguran adalah kemiskinan. Problem pengangguran, kemiskinan, dan distribusi pendapatan menjadi sama-sama penting dalam pembangunan negara. Tepat sekali jika inti pokok sasaran pembangunan terfokus pada pemberantasan kemiskinan, penciptaan lapangan kerja, meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan pembagian pendapatan secara adil dan merata

4) Masalah Inflasi

Inflasi adalah kecenderungan meningkatnya tingkat harga umum secara terus menerus sepanjang waktu. Kenaikan harga-harga disebabkan faktor musiman seperti menjelang hari-hari besar maka bukan inflasi setelah hari besar harga kembali turun..

Salah satu indikator stabilitas ekonomi selalu menjadi pusat perhatian orang adalah angka inflasi. Turunnya angka inflasi mencerminkan gejala ekonomi di suatu negara, sebab tingkat inflasi yang tinggi merugikan bagi perekonomian Negara. Inflasi merupakan keadaan yang mengindikasikan semakin melemahnya daya beli yang diikuti dengan semakin merosotnya nilai riil mata uang suatu negara.

Penurunan daya beli, akibat inflasi mendorong terjadinya redistribusi pendapatan, penurunan efisiensi ekonomi, distribusi sumberdaya kerah sektor tidak produktif, perubahan dalam output dan kesempatan kerja, lingkungan yang tidak stabil, ketidakpastian ekonomi, kenaikan suku bunga dan meningkatkan kesenjangan.

Hampir semua Negara mengalami masalah Inflasi, dari sisi teori ekonomi, gejala inflasi menunjukkan terjadinya kelebihan permintaan di tingkat makro. Gejala inflasi hampir seluruh industri dalam perekonomian mengalami kelebihan permintaan dan juga rongan biaya, yaitu kenaikan biaya produksi yang berdampak pada naiknya harga barang dan jasa. Kondisi seperti ini dianggap masalah dan memerlukan kebijakan khusus untuk mengatasinya.

5) Masalah Neraca Pembayaran

Neraca pembayaran mengikhtisarkan seluruh transaksi ekonomi antara penduduk suatu negara, dengan penduduk negara lain selama periode tertentu. Transaksi yang dicatat dalam neraca pembayaran hanyalah transaksi ekonomi internasional, transaksi bantuan militer tidak termasuk ke dalamnya, karena bantuan tersebut hanyalah merupakan bantuan yang sifatnya tidak imbal beli

Posisi neraca pembayaran surplus menandakan bahwa penerimaan uang ke dalam sebuah negara lebih besar dibanding uang yang keluar dari negara tersebut. Hal ini mengindikasikan bahwa permintaan mata uang domestik tengah meningkat, sehingga kurs pun ikut menguat.

Posisi neraca pembayaran defisit mencerminkan bahwa arus keluar uang dari sebuah negara lebih besar dari penerimaannya, menandakan peningkatan permintaan valuta asing sehingga kurs pun melemah.

D. KERANGKA ANALISA MAKRO

Dengan mengetahui duduk persoalan mengenai masalah -masalah dalam ekonomi makro, maka pertanyaan selanjutnya adalah mengetahui bagaimana mengaji masalah- masalah tersebut sehingga bisa diperoleh penyelesaian yang diinginkan.

Terdapat dua aspek utama dan kerangka analisa yaitu : 1) aspek mengenai “apa” yang disebut kegiatan ekonomi makro dan “di mana” kegiatan tersebut dilakukan 2) aspek mengenai “siapa” pelaku-pelakunya.

Analisis moneterisme makroekonomi adalah proses menentukan variabel makroekonomi seperti inflasi, nilai tukar, dan pertumbuhan ekonomi dapat dipengaruhi oleh kebijakan moneter. Monetarisme proses menentukan bagaimana variabel makroekonomi seperti inflasi, nilai tukar, dan pertumbuhan ekonomi dapat dipengaruhi oleh moneterisme.

E. PELAKU DAN PASAR EKONOMI MAKRO

Pelaku ekonomi makro meliputi orang-orang atau lembaga-lembaga yang melakukan kegiatan ekonomi ada lima, yaitu: (a) Rumah Tangga, (b) Produsen, (c) Pemerintah, (d) Lembaga-lembaga Keuangan, (e) Negara-negara Lain

Dalam analisa ekonomi makro melihat kegiatan ekonomi nasional secara menyeluruh dibanding dengan ekonomi Mikro. Kita tidak lagi melihat pasar beras, pasar blue jeans, pasar rokok kretek, pasar Honda secara sendiri-sendiri, melainkan pasar barang. Ada empat pasar dalam Perekonomian nasional yang saling berhubungan satu sama lain, yaitu:

1) Pasar barang

Pasar barang menggambarkan pertemuan antara permintaan dan penawaran akan barang. Sebuah perusahaan atau individu dapat beroperasi di pasar barang dengan menawarkan barang hasil produksi atau pula melakukan permintaan akan produk. Misalnya, perusahaan tekstil dan produk tekstil menghasilkan berbagai macam kain, pakaian, kaos, jaket, permadani, sepatu dll. Pembelinya adalah masyarakat sebagai sektor rumah tangga, pemerintah dan sebagian lagi warga asing yang mengimpor barang-barang tersebut.

2) Pasar uang

Di pasar uang terjadi pinjam meminjam dana, yang selanjutnya menimbulkan hubungan utang piutang. Pihak yang melakukan penawaran uang adalah otoritas moneter Bank sentral dan pemerintah dan lembaga keuangan bank dan bukan bank dan pihak yang melakukan permintaan adalah masyarakat rumah tangga dan perusahaan. Pasar uang pertemuan antara permintaan dan penawaran uang. Dalam pasar uang yang ditransaksikan adalah hak menggunakan uang untuk jangka waktu tertentu.

3) Pasar tenaga kerja

Pasar tenaga kerja adalah pertemuan permintaan dan penawaran tenaga kerja, menghasilkan tingkat upah dan jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan. Permintaan tenaga kerja oleh perusahaan, lembaga-lembaga, instansi-instansi, atau dapat juga perseorangan, dan penawaran tenaga kerja oleh angkatan kerja yang tersedia di pasar kerja.

4) Pasar luar negeri

Pasar luar negeri menjelaskan hubungan permintaan dalam negeri akan produk impor dan penawaran ke luar negeri berupa produk ekspor

Di pasar luar negeri permintaan barang ekspor ketemu dengan penawaran barang menentukan harga rata-rata ekspor dan volume ekspor, Harga-harga dikalikan volume ekspor merupakan penerimaan devisa ekspor. Di pasar yang sama permintaan masyarakat akan barang-barang impor dan menentukan harga rata-rata impor dan volume impor. Harga rata-rata impor dikalikan volume import merupakan pengeluaran devisa untuk impor barang-barang/jasa tersebut.

F. PENGUKURAN PRESTASI KEGIATAN PEREKONOMIAN

Pengukuran prestasi kegiatan perekonomian diukur dengan variabel-variabel berikut:

- 1) Pendapatan Nasional.
Jumlah pendapatan masyarakat disuatu negara, dari keseluruhan sektor perekonomian, pada suatu periode waktu, pada tingkat kesempatan kerja penuh.
- 2) Pendapatan Per Kapita.
Jumlah pendapatan nasional suatu negara dibagi jumlah penduduknya.
- 3) Jumlah Tenaga Kerja Produktif.
Jumlah masyarakat yang bekerja di usia produktif.
- 4) Pertumbuhan Ekonomi.
Pertumbuhan ekonomi adalah perkembangan perekonomian akibat meningkatnya jumlah barang dan jasa yang diproduksi
- 5) Tingkat Inflasi
Kenaikan harga komoditas secara umum secara terus menerus.
- 6) Tingkat Pengangguran.
Jumlah masyarakat usia produktif yang ingin bekerja namun tidak mendapatkan pekerjaan
- 7) Saldo Neraca Pembayaran
Selisih dana masuk dan dana keluar dari suatu negara
- 8) Saldo Neraca Perdagangan
Selisih ekspor dan impor keseluruhan barang dan jasa

G. RANGKUMAN

Ekonomi makro, cabang utama dari ilmu ekonomi mempelajari perilaku dan kinerja perekonomian secara agregat seperti produk domestic bruto atau laju pertumbuhan produksi nasional, pendapatan nasional, konsumsi dan tabungan, tingkat pertumbuhan, tingkat suku bunga, pengangguran dan inflasi.

Permasalahan ekonomi makro mencakup masalah jangka pendek dan masalah jangka panjang meliputi : masalah Pertumbuhan

Ekonomi, masalah Ketidakstabilan kegiatan ekonomi, Masalah Pengangguran, Masalah Inflasi dan Masalah Neraca Pembayaran.

Pelaku ekonomi makro, yaitu: Rumah Tangga, Produsen, Pemerintah, Lembaga-lembaga Keuangan, dan Negara-negara Lain, Pasar dalam ekonomi makro adalah pasar barang, pasar uang, pasar tenaga kerja dan pasar luar negeri.

Pengukuran prestasi kegiatan perekonomian diukur dengan variabel-variabel yaitu : Pendapatan Nasional, Pendapatan Per Kapita, Jumlah Tenaga Kerja Produktif, Pertumbuhan Ekonomi, Tingkat Inflasi, Tingkat Pengangguran, Saldo Neraca Pembayaran dan Saldo Neraca Perdagangan

H. TES FORMATIF

1. Dalam ekonomi makro juga merinci tentang analisis mengenai pengeluaran agregat kepada 4 komponen yaitu :
 - a. Pengeluaran rumah tangga ,Pengeluaran pemerintah, Pengeluaran perusahaan untuk investasi dan pengeluaran Ekspor dan impor
 - b. Pengeluaran Perusahaan ,Pengeluaran pemerintah, Pengeluaran rumah tangga untuk investasi dan pengeluaran Ekspor dan impor
 - c. Pengeluaran rumah tangga ,Pengeluaran pemerintah, Pengeluaran perusahaan untuk investasi dan pengeluaran luar negeri

2. Dalam teori makro kita menggolongkan pelaku orang-orang atau lembaga-lembaga yang melakukan kegiatan ekonomi menjadi lima kelompok besar, yaitu:
 - a. Rumah Tangga, Produsen, Pemerintah, Perbankan dan Negara-negara Lain
 - b. Rumah Tangga, Produsen, Pemerintah, Lembaga-lembaga Keuangan, dan Negara-negara Lain

- c. Rumah Tangga, Produsen, Pemerintah, Lembaga-lembaga Keuangan, dan Bank Dunia

I. LATIHAN

1. Jelaskan perbedaan ekonomi mikro dan ekonomi makro
2. Jelaskan kerangka analisa ekonomi makro
3. Jelaskan pengukuran prestasi kegiatan perekonomian
4. Jelaskan permasalahan ekonomi makro

KEGIATAN BELAJAR 10 EKONOMI RIIL

DESKRIPSI PEMBELAJARAN

Pada bab ini mahasiswa mempelajari aspek ekonomi yang melibatkan konsumsi, dan produksi barang dan jasa serta interaksi antara pelaku ekonomi didalamnya seperti rumah tangga, perusahaan, pemerintah dan sector luar negeri. Ekonomi riil berfokus pada kegiatan nyata (riil) yang mempengaruhi pengeluaran, pendapatan dan aliran sumber daya dalam masyarakat suatu negara.

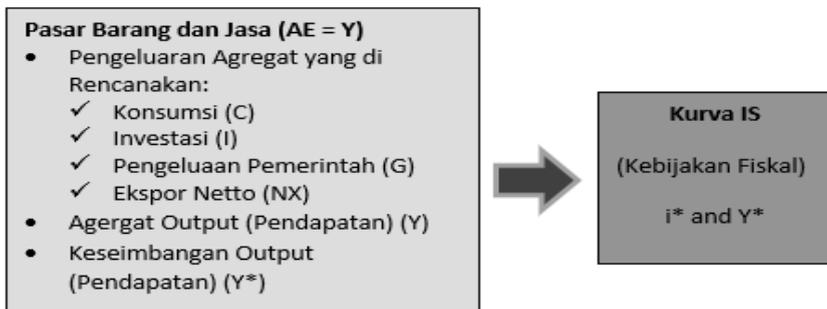
KOMPETENSI PEMBELAJARAN

Setelah mengikuti perkuliahan ini diharapkan mahasiswa/i memiliki pengetahuan dan kemampuan:

1. Mampu menguraikan faktor penentu ekonomi riil
2. Mampu menjelaskan keterkaitan ekonomi riil terhadap pendapatan nasional
3. Mampu menjelaskan Kebijakan Fiskal

PETA KONSEP PEMBELAJARAN

Keynesian Model



Gambar 1.1. Keynesian Model
Sumber: Case and Fair, (2020)

A. PENGERTIAN EKONOMI RIIL

Ilmu Makroekonomi adalah ilmu mengenai agregat ekonomi dan fenomena yang terjadi dalam perekonomian secara riil. Analisa Makroekonomi menjelaskan bagaimana pola-pola di masa lalu dalam kegiatan ekonomi agregat dan berupaya memprediksi perubahan yang terjadi di masa depan.

Guna mengukur kegiatan ekonomi agregat secara riil, perlu menggunakan kuantitas dan harga yang merupakan nilai pasar. Nilai pasar dari barang dan jasa akhir yang di produksi dalam suatu negara pada periode tertentu disebut juga Pendapatan Nasional.

Dalam konteks Pendapatan Nasional, terdapat tiga pendekatan utama yang digunakan untuk menghitung pendapatan nasional suatu negara yakni produksi, pengeluaran dan pendapatan.

PENDAPATAN NASIONAL: PRODUKSI = PENGELUARAN = PENDAPATAN

1. **Pendekatan Produksi:** menghitung total nilai barang dan jasa yang di produksi dalam suatu negara pada periode tertentu. Pendekatan ini menjumlahkan nilai pasar yang ditambahkan oleh setiap sektor usaha dalam proses produksi. Sehingga, pendekatan produksi mengukur nilai tambah dari setiap produksi sektor usaha yang merupakan pendapatan atas hasil penjualan barang dan jasa (output) di kurangi pembelian atas input barang setengah jadi dari sektor usaha lain
2. **Pendekatan Pengeluaran (*Aggregate Expenditure = AE*):** menghitung total pengeluaran agregat yang direncanakan untuk barang dan jasa dalam perekonomian, yang dapat dirumuskan:

$$AE = C + I + G + NX$$

Asumsi balas jasa dari AE adalah total output (Pendapatan Nasional) $\rightarrow AE = Y$, maka:

$$Y = C + I + G + NX$$

Yang mana:

Y	=	Total output (Pendapatan Nasional)
C	=	Konsumsi. yakni nilai pasar konsumsi barang dan jasa yang dibeli oleh rumah tangga dalam negeri
I	=	Investasi yakni nilai pasar modal fisik baru yang dibeli oleh rumah tangga dan perusahaan di dalam negeri
G	=	Pengeluaran Pemerintah yakni nilai pasar dari barang dan jasa yang di dilakukan oleh pemerintah
NX	=	Net Ekspor (Ekspor – Impor) Ekspor merupakan nilai pasar yang di produksi di dalam negeri dan di jual ke rumah tangga, perusahaan dan pemerintah di luar negeri. Impor merupakan nilai pasar dari seluruh barang dan jasa yang diproduksi di luar negeri yang dijual ke rumah tangga, perusahaan dan pemerintah di dalam negeri.

3. **Pendekatan Pendapatan:** menghitung total Pendapatan yang diterima oleh faktor-faktor produksi seperti:

- Pendapatan Tenaga Kerja yakni semua pembayaran atas hasil kerja seseorang atau upah.
- Pendapatan Modal yakni segala bentuk pembayaran yang berasal dari kepemilikan modal fisik, keuangan atau laba.
- Pendapatan atas balas jasa kepemilikan sumber daya alam atau sewa.
- Pendapatan atas balas jasa *skill* atau bunga.

Ketiga pendekatan ini mencerminkan bahwa dalam perekonomian produksi sama dengan pengeluaran sama dengan pendapatan. Hal ini menunjukkan prinsip dasar dalam

akuntansi nasional yang menunjukkan kesetaraan antara output, pengeluaran dan pendapatan dalam suatu perekonomian secara riil.

B. PENGELUARAN AGREGAT DAN OUTPUT KESEIMBANGAN

Pengeluaran Agregat merujuk pada total jumlah barang dan jasa yang diminta dalam suatu perekonomian pada tingkat harga tertentu. Apabila melihat pada PDB maka dapat dihitung dalam konteks pendapatan maupun pengeluaran. Notasi yang digunakan adalah variabel Y untuk mengacu output agregat maupun pendapatan. Dalam konteks ekonomi riil, pengeluaran agregat mencakup beberapa komponen berikut ini.

Pengeluaran Konsumsi (C): Fungsi Konsumsi agregat memperlihatkan tingkat konsumsi agregat di tiap tingkat pendapatan agregat. Kemiringan yang meningkat menunjukkan bahwa tingkat pendapatan yang tinggi menyebabkan pengeluaran konsumsi akan meningkat.

Fungsi: $C = f(Y); > 0$.

Persamaan: $C = \bar{C} + cY$

yang mana:

\bar{C} konsumsi otonom, yang menunjukkan titik perpotongan fungsi konsumsi dengan sumbu vertical – suatu konstanta.

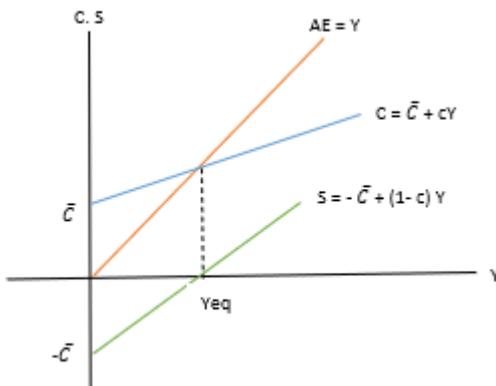
c adalah $\Delta C / \Delta Y$, yakni kecenderungan marginal untuk mengkonsumsi atau *Marginal Propensity to Consume* (MPC) yakni bagian dari perubahan pendapatan yang di konsumsi atau dibelanjakan. Sedangkan Y adalah tingkat pendapatan.

Bagian dari pendapatan agregat yang tidak di konsumsi adalah tabungan. Tabungan Agregat (S) adalah selisih antara pendapatan agregat dan konsumsi agregat.

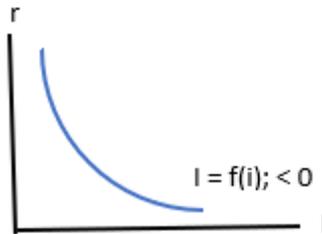
$S \equiv Y - C$. Tanda \equiv menunjukkan persamaan identitas. Persamaan $S = -\bar{C} + (1-c)Y$

Yang mana $-\bar{C}$ adalah konsumsi otonom, yang negative artinya pendapatan yang tidak di konsumsi akan tetapi ditabung. $(1-c)$ adalah $\Delta S/\Delta Y$, yakni kecenderunga marginal untuk menabung atau *Marginal Propensity to Saving* (MPS) yaitu bagian dari perubahan pendapatan yang ditabung.

Gambar 10.1:



Pengeluaran Investasi (I): dibedakan antara investasi yang direncanakan dan investasi aktual. Investasi yang direncanakan yakni penambahan pada stok modal dan persediaan yang direncanakan oleh perusahaan. Investasi aktual merupakan jumlah aktual dari investasi yang terjadi antara lain perubahan persediaan yang tidak direncanakan. Secara teori, investasi yang direncanakan berpengaruh negative terhadap tingkat suku bunga, yang mana kenaikan tingkat suku bunga akan menurunkan investasi yang di rencanakan.



Gambar 10.2:

Pengeluaran Pemerintah (G): merupakan belanja pemerintah untuk barang dan jasa. Menurut J.M Keynes, pemerintah dapat menggunakan perpajakan dan kekuatan belanjanya untuk meningkatkan pengeluaran agregat yang pada akhirnya dapat menstimulasi output agregat baik dalam kondisi resesi atau depresi. Pemerintah dalam perekonomian melakukan pembelian barang dan jasa (G), mengumpulkan pajak (Tx) dan melakukan pembayaran transfer kepada rumah tangga (Tr). Dengan adanya pajak, maka pendapatan setelah pajak akan mempengaruhi konsumsi rumah tangga yang dikenal dengan *Disposable Income* (Yd) yang mana $Y_d = Y - T_x + T_r$. Pajak di sini dapat dibedakan antara pajak lumpsum (tetap); $T_x = \bar{T}_x$ dan pajak proporsional yakni pajak yang dipengaruhi oleh tingkat pendapatan dan berhubungan secara positif terhadap tingkat pendapatan. Sehingga fungsi pajaknya $T_x = tY$ dimana t adalah rasio perubahan pajak sebagai akibat perubahan tingkat pendapatan, atau perubahan pengenaan pajak sebagai akibat perubahan tingkat pendapatan (*Marginal Propensity to Tax*= MPTx) sehingga t adalah $\Delta T_x / \Delta Y$.

Karena pada perekonomian 3 sektor terdapat peranan pemerintah, maka pajak yang dikenakan pemerintah akan mempengaruhi pengeluaran konsumsi masyarakat yakni pada komponen pendapatan masyarakat yang siap dibelanjakan sehingga fungsi konsumsinya akan menjadi: $C = \bar{C} + cY_d$

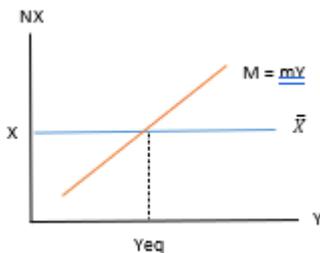
Net Ekspor (NX): Selisih antara ekspor dan impor barang dan jasa, atau ekspor bersih/netto barang dan jasa. Ekspor (X) sebagai pengeluaran asing untuk barang dan jasa. Ekspor berkontribusi pada pendapatan nasional, dan peningkatan dalam ekspor akan meningkatkan pendapatan domestik serta mempengaruhi keseimbangan perdagangan suatu negara. Impor (M) merupakan bagian dari output domestik (Y) karena diproduksi di luar negeri. Secara teori, impor dipengaruhi oleh pendapatan suatu negara. Apabila pendapatan suatu negara meningkat maka kemampuan negara tersebut untuk mengimpor dari negara partner mengalami peningkatan sehingga

fungsinya: $M = f(Y); > 0$,

persamaanya: $M = mY$

dimana m = kecenderungan marginal untuk mengimpor (*Marginal Propensity to Impor* = MPM) yakni perubahan dalam impor yang disebabkan oleh perubahan 1 dollar atau rupiah dalam pendapatan atau m adalah $\Delta M / \Delta Y$, Y adalah tingkat pendapatan.

Gambar 10.3:



Berdasarkan komponen pengeluaran agregat diatas, maka secara riil, pendapatan keseimbangan dengan asumsi Perekonomian Terbuka dapat diturunkan berikut ini.

$$AE = C + I + G + NX$$

dimana

$$C = C + cY_d$$

$$Y_d = Y + \bar{T}_r - T_x$$

$$T_x = \bar{T}_x + tY$$

$$T_r = \bar{T}_r$$

$$I = \bar{I}$$

$$G = \bar{G}$$

$$X = \bar{X}$$

$$M = mY$$

sehingga

$$AE = \bar{C} + cY_d + \bar{I} + \bar{G} + \bar{X} - mY$$

$$AE = \bar{C} + c[Y + \bar{T}_r - (\bar{T}_x + tY)] + \bar{I} + \bar{G} + \bar{X} - mY$$

$$AE = \bar{C} + cY + c\bar{T}_r - c\bar{T}_x - ctY + \bar{I} + \bar{G} + \bar{X} - mY$$

Asumsi: $AE = Y$

$$Y = \bar{C} + cY + c\bar{T}_r - c\bar{T}_x - ctY + \bar{I} + \bar{G} + \bar{X} - mY$$

$$Y - cY + ctY + mY = \bar{C} + c\bar{T}_r - c\bar{T}_x + \bar{I} + \bar{G} + \bar{X}$$

$$(1 - c + ct + m)Y = \bar{C} + c\bar{T}_r - c\bar{T}_x + \bar{I} + \bar{G} + \bar{X}$$

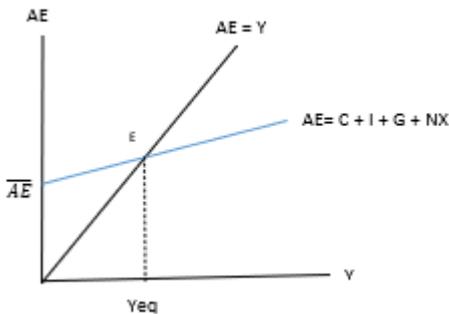
$$Y = \frac{\bar{C} + c\bar{T}_r - c\bar{T}_x + \bar{I} + \bar{G} + \bar{X}}{(1 - c + ct + m)}$$



Pendapatan
Keseimbangan
Perekonomian 4
Sektor (Terbuka)

Pendapatan keseimbangan diatas dapat digambarkan kurva berikut.

Gambar: 10.4. Agregate Expenditure



Multiplier (Angka Penganda)

Multiplier merupakan rasio perubahan dalam tingkat output keseimbangan terhadap perubahan dalam suatu variable otonom. Variabel otonom adalah variable yang diasumsikan tidak tergantung pada keadaan perekonomian. Ini berarti variable tersebut tidak berubah ketika perekonomian berubah.

Berdasarkan persamaan pendapatan keseimbangan diatas, maka dapat diturunkan multiplier berikut.

$$Y = \frac{\bar{C} + c\bar{T}r - c\bar{T}x + \bar{I} + \bar{G} + \bar{X}}{(1 - c + ct + m)}$$

- Multiplier Investasi $\rightarrow \frac{\Delta Y}{\Delta I} = \frac{1}{(1 - c + ct + m)}$
- Multiplier Pengeluaran Pemerintah $\rightarrow \frac{\Delta Y}{\Delta G} = \frac{1}{(1 - c + ct + m)}$
- Multiplier Pajak $\rightarrow \frac{\Delta Y}{\Delta T_x} = \frac{-c}{(1 - c + ct + m)}$
- Multiplier Transfer $\rightarrow \frac{\Delta Y}{\Delta T_r} = \frac{c}{(1 - c + ct + m)}$

C. INVESTASI DAN TABUNGAN

Keseimbangan Investasi dan Tabungan pertama kali diartikulasikan oleh JM. Keynes pada tahun 1996 dalam ***The General Theory of Employment, Interest, and Money***.

Tabungan adalah jumlah tabungan pribadi/swasta dan tabungan publik/pemerintah. Tabungan pribadi/swasta (S) yaitu tabungan oleh konsumsi adalah sama dengan pendapatan disposable dikurangi konsumsi sehingga

$$S \equiv Yd - C$$

Dengan menggunakan pendapatan disposable maka tabungan swasta dapat di tulis dengan pendapatan dikurangi pajak dan konsumsi sehingga:

$$S \equiv Y - T_x - C$$

Tabungan publik adalah sama dengan pajak (setelah transfer) di kurangi pengeluaran pemerintah, $T_x - G$. Apabila Pajak melebihi pengeluaran pemerintah, maka pemerintah akan mengalami **surplus anggaran** (*Budget Surplus*), sehingga tabunga publik akan positif. Sebaliknya jika pajak lebih kecil dari pengeluaran pemerintah maka pemerintah akan mengalami **defisit anggaran** (*Budget Deficit*), sehingga tabungan public akan negative.

Apabila keseimbangan pasar barang dalam istilah ekuualitas produksi dan permintaan akan barang yang mana produksi sama dengan permintaan maka sama dengan jumlah konsumsi, investasi dan pengeluaran pemerintah dengan asumsi perekonomian tiga sektor sehingga:

$$Y = C + I + G$$

Persamaan diatas dikurangi pajak (T_x) dari kedua sisi dan dipindahkan konsumsi kesisi kiri maka:

$$Y - T_x - C = I + G - T_x$$

Sehingga tabungan swasta $S = I + G - T_x$

atau secara ekuivalen: $I = S + (T_x - G)$

Sehingga Investasi sama dengan Tabungan yakni tabungan swasta dan tabungan publik. Persamaan diatas menunjukkan keseimbangan di Pasar Barang, yang mana keseimbangan di Pasar Barang mengharuskan Investasi sama dengan Tabungan (jumlah tabungan swasta dan tabungan publik).

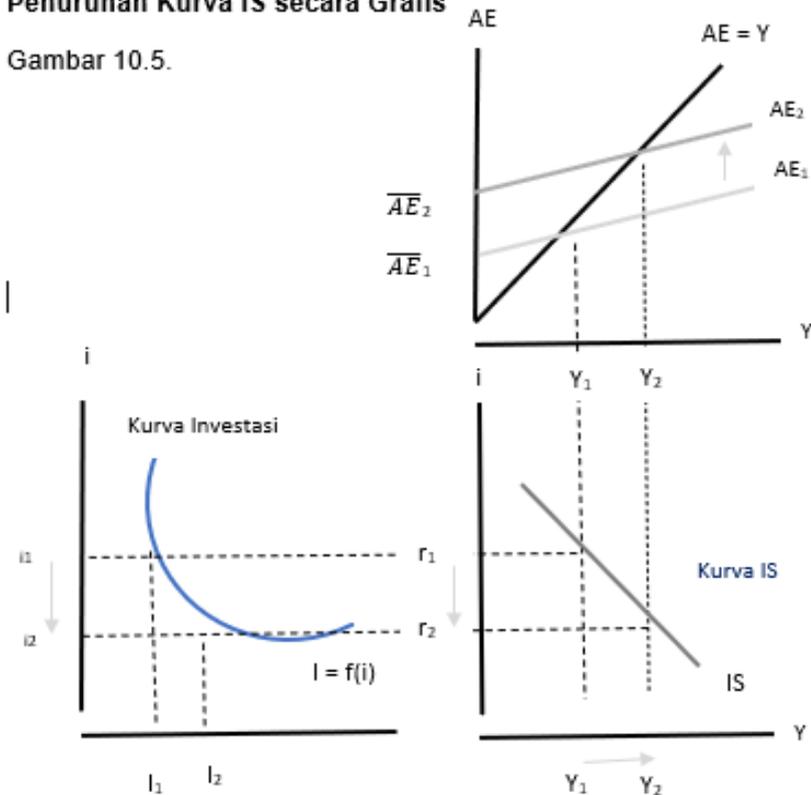
D. PASAR BARANG (Kurva IS - Investasi = Saving)

Kurva IS dalam konteks ekonomi adalah representasi hubungan antara tingkat bunga dan tingkat pendapatan pada keseimbangan

barang dan jasa. Kurva IS dihasilkan dari interaksi antara investasi dan pendapatan pada model Keynesian.

Penurunan Kurva IS secara Grafis

Gambar 10.5.



Berdasarkan kurva diatas apabila tingkat suku bunga turun, investasi akan naik sehingga produksi naik. Apabila diasumsikan balas jasa dari produksi adalah tingkat pendapatan maka pendapatan akan naik, sehingga:

$$r \downarrow \rightarrow I \uparrow \rightarrow AE \uparrow, \text{asumsi } AE = Y \rightarrow Y \uparrow$$

Penurunan Kurva IS secara Matematis

Asumsi: Perekonomian Tertutup

$$AE = C + I + G$$

$$C = C + cY_d$$

$$Y_d = Y + \bar{T}_r - T_x$$

$$T_x = \bar{T}_x + tY$$

$$T_r = \bar{T}_r$$

$$I = \bar{I} - bi$$

$$G = \bar{G}$$

sehingga

$$AE = C + \bar{T} - bi + \bar{G}$$

$$AE = \bar{C} + cY_d + \bar{T} - br + \bar{G}$$

$$AE = \bar{C} + c[Y + \bar{T}_r - (\bar{T}_x + tY)] + \bar{T} - bi + \bar{G}$$

$$AE = \bar{C} + cY + c\bar{T}_r - c\bar{T}_x - ctY + \bar{T} - bi + \bar{G}$$

Asumsi: AE = Y

$$Y = \bar{C} + cY + c\bar{T}_r - c\bar{T}_x - ctY + \bar{T} - bi + \bar{G}$$

$$Y - cY + ctY = \bar{C} + c\bar{T}_r - c\bar{T}_x + \bar{T} - bi + \bar{G}$$

$$(1 - c + ct)Y = \bar{C} + c\bar{T}_r - c\bar{T}_x + \bar{T} - bi + \bar{G}$$

$$Y = \frac{C + c\bar{T}_r - c\bar{T}_x + \bar{T} + \bar{G}}{(1 - c + ct)} - \frac{bi}{(1 - c + ct)} \Rightarrow \text{Persamaan Kurva IS}$$

atau

$$Y = \frac{\bar{AE}}{(1 - c + ct)} - \frac{bi}{(1 - c + ct)}$$

Slope IS

$$\frac{\Delta Y}{\Delta i} = - \frac{b}{(1 - c + ct)} \rightarrow \text{Slope negatif}$$

Contoh soal Ilustrasi.

Diketahui suatu perekonomian memiliki data sebagai berikut:

Fungsi Konsumsi $C = 200 + 0,8Y_d$

Fungsi Investasi $I = 400 - 50i$

Pengeluaran Pemerintah $G = 600$

Fungsi Pajak $T_x = 0,25 Y$

Ditanya:

- Turunkanlah persamaan kurva IS

- b. Jika tingkat bunga sebesar 5, berapa besarnya tingkat pendapatan keseimbangan
- c. Bandingkan jika tingkat bunga turun menjadi 3, berapa besarnya tingkat pendapatan keseimbangan yang baru.
- d. Gambarkan kurva IS

Jawab:

a. $AE = C + I + G$

$$AE = 200 + 0,8Y_d + 400 - 50i + 600$$

$$AE = 200 + 0,8(Y - 0,25Y) + 400 - 50i + 600$$

$$AE = 200 + 0,8Y - 0,2Y + 400 - 50i + 600$$

Asumsi $AE = Y$ maka

$$Y = 200 + 0,8Y - 0,2Y + 400 - 50i + 600$$

$$Y - 0,8Y + 0,2Y = 200 + 400 + 600 - 50i$$

$$0,4Y = 1200 - 50i$$

$$Y = 3000 - 125i \rightarrow \text{Persamaan Kurva IS}$$

- b. Jika tingkat bunga (i) sebesar 5 satuan maka:

$$Y = 3000 - 125i$$

$$Y = 3000 - 125(5)$$

$$Y = 2375$$

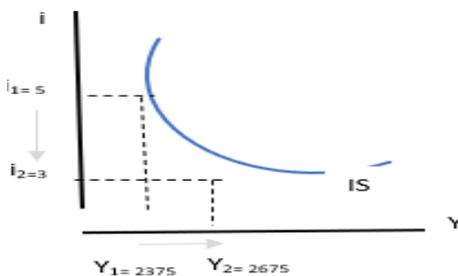
- c. Jika tingkat bunga (i) turun menjadi 3 satuan maka:

$$Y = 3000 - 125i$$

$$Y = 3000 - 125(3)$$

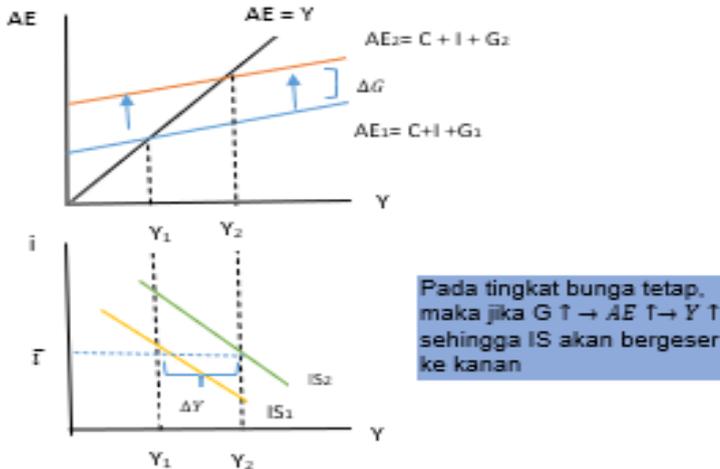
$$Y = 2675$$

- d. Gambar



E. PERGESARAN KURVA IS

Kurva IS dapat bergeser akibat perubahan variabel yang mempengaruhi pasar barang. Misalnya peningkatan pengeluaran pemerintah atau pengurangan pajak akan meningkatkan permintaan barang dan jasa, menyebabkan kurva IS bergeser ke kanan, dan sebaliknya.



F. KEBIJAKAN FISKAL

Kebijakan fiskal adalah langkah kebijakan yang diambil oleh pemerintah untuk mengatur pengeluaran dan penerimaan negara, dengan tujuan mempengaruhi perekonomian. Kebijakan Fiskal mencakup dua komponen utama:

1. Pengeluaran pemerintah: mencakup semua pengeluaran yang dilakukan oleh pemerintah untuk barang dan jasa serta transfer kepada masyarakat seperti tunjangan social misalnya bantuan tunai langsung.
2. Pajak, penerimaan yang diperoleh pemerintah dari pajak yang dikenakan pada individu atau perusahaan.

Kebijakan fiskal dapat mempengaruhi tingkat permintaan agregat dalam perekonomian yang pada gilirannya dapat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi, inflasi, dan tingkat pengangguran disebut juga **Kebijakan Fiskal Ekspansif**. Pada saat pemerintah memperbesar pengeluaran dan mengurangi pajak, maka hal ini akan merangsang pertumbuhan ekonomi. Sebaliknya, pengurangan pengeluaran pemerintah atau peningkatan pajak dapat digunakan untuk mengatasi inflasi yang dikenal sebagai **Kebijakan Fiskal Kontraktif**.

Kebijakan fiskal dari suatu perekonomian dari suatu pemerintahan terkadang dipengaruhi oleh kondisi perekonomian. Pada saat perekonomian mengalami resesi maka penerimaan pajak akan turun, bahkan jika tarif pajaknya tetap konstan; dan pada saat perekonomian meningkat, penerimaan pajak juga meningkat. Sebagai hasilnya, defisit turun selama ekspansi dan naik selama resesi dengan asumsi faktor lainnya, tetap.

Perubahan otomatis dari penerimaan dan pengeluaran pemerintah dikenal sebagai **Stabilisator Otomatis**. Perubahan ini membantu menstabilkan perekonomian. Selama resesi, pajak turun dan pengeluaran naik, yang menghasilkan efek positif bagi perekonomian, dan sebaliknya selama ekspansi. Penyebab lain sehingga belanja pemerintah tidak dapat dikendalikan adalah inflasi. Inflasi dapat dianggap sebagai suatu **Destabilisator Otomatis** yang mana komponen penerimaan pemerintah dan pengeluaran dalam anggaran pemerintah yang secara otomatis berubah seiring dengan kondisi perekonomian sehingga mendestabilisasi PDB. Sehingga jika inflasi turun selama resesi, maka ada penurunan otomatis dalam belanja pemerintah, yang menyebabkan resesi menjadi lebih buruk.

Dampak jangka panjang dari Kebijakan Fiskal mencakup:

1. **Defisit anggaran dan Utang.** Kebijakan fiskal yang melibatkan defisit anggaran dapat menyebabkan peningkatan utang

pemerintah. Dalam jangka panjang, utang yang tinggi dapat membebani anggaran negara, mengurangi kemampuan pemerintah untuk melakukan investasi dalam infrastruktur dan layanan publik. Hal ini dapat mempengaruhi kepercayaan investor dan stabilitas ekonomi secara keseluruhan.

2. **Pengaruh terhadap Kebijakan Moneter.** Terdapat hubungan antara kebijakan fiskal dan kebijakan moneter. Defisit anggaran yang besar dapat meningkatkan kekhawatiran tentang inflasi, yang kemudian dapat mempengaruhi kebijakan suku bunga.
3. **Proses Politik dan Keputusan Fiskal.** Kebijakan fiskal melalui proses politik yang tidak sempurna, dapat menyebabkan keputusan yang tidak selalu selaras dengan kepentingan jangka panjang masyarakat, terutama jika kebijakan tersebut mengendalikan pembiayaan utang tanpa mempertimbangkan dampaknya pada generasi yang akan datang.
4. **Dampak Internasional.** Kebijakan fiskal yang menyebabkan defisit anggaran dapat mempengaruhi posisi perekonomian suatu negara secara global. Misalnya defisit anggaran yang besar dapat mengarah pada deficit perdagangan yang mungkin memerlukan pinjaman dari luar negeri, sehingga menciptakan ketergantungan pada pembiayaan dari negara lain.

G. RANGKUMAN

Perekonomian riil diukur melalui Produk Domestik Bruto riil yang mencerminkan total pendapatan yang dihasilkan oleh semua orang dalam perekonomian. PDB riil mengukur jumlah barang dan jasa yang diproduksi dalam kondisi harga tetap sehingga mencerminkan pertumbuhan ekonomi tanpa pengaruh inflasi.

Pertumbuhan PDB riil tidak terjadi secara konsisten, dimana terdapat periode PDB riil mengalami penurunan yang dikenal dengan resesi jika penurunannya ringan, dan depresi jika penurunannya parah. Hal ini menunjukkan bahwa suatu

perekonomian ada tren pertumbuhan jangka panjang, dan perekonomian dimungkinkan dapat mengalami kemunduran yang signifikan pada periode tertentu.

PDB dihitung dari jumlah pengeluaran dalam empat katagori utama yakni konsumsi, invetasi, pengeluaran pemerintah dan ekspor netto. Ini memberikan gambaran menyeluruh mengenai aktivitas ekonomi secara riil dalam suatu negara.

H. TES FORMATIF

1. Dalam perekonomian riil suatu negara secara Ekonomu Makro sebenarnya membicarakan hal:
 - a. Harga-harga pada umumnya
 - b. Pertumbuhan pendapatan Nasional
 - c. Tingkat Output barang dan jasa
 - d. Semua jawaban benar

2. GNP dan GDP menjelaskan Pendapatan Nasional suatu negara dengan melihat:
 - a. Perbedaan antara nilai ekspor dan nilai impor
 - b. Perbedaaan dalam menilai produksi orang asing
 - c. Perbedaaan dalam menghitung *value added* dan produk akhir
 - d. Perbedaan dalam menaksir seluruh nilai produksi yang dapat dihasilkan oleh warga negaranya dan wilayahnya.

3. Dalam komponen Pendaptan Nasional terdapat konsep Pendapatan Disposable, yaitu:
 - a. Pemenuhan output rumah tangga dan perusahaan
 - b. Pendapatan sector rumah tangga sebelum pajak
 - c. Pendapatan sector rumah tangga setelah pajak

- d. Pemenuhan pengeluaran perusahaan oleh rumah tangga
4. *Marginal Propensity to Saving (MPS)* didefinisikan sebagai:
 - a. Proporsi dari penghasilan yang dibelanjakan untuk ditabung
 - b. Proporsi dari tabungan yang berasal dari pendapatan
 - c. Perubahan tingkat tabungan akibat adanya perubahan tingkat pendapatan
 - d. Perubahan pendapatan karena adanya perubahan konsumsi
 5. Bila fungsi konsumsi, $C = 100 + 0,75Y$, maka besarnya konsumsi pada saat tabungan sama dengan nol adalah:
 - a. 150
 - b. 400
 - c. 200
 - d. 100
 6. Mulai Awal Januari 2025, pemerintah resmi menaikkan tariff PPN sebesar 11%. Dampak dari kenaikan tariff tersebut:
 - a. Biaya produksi dalam negeri akan turun
 - b. Penjualan barang menjadi murah
 - c. Mengakibatkan kenaikan harga komoditas pangan
 - d. Permintaan akan barang impor akan bertambah

I. LATIHAN

1. Anda telah mengetahui bahwa kurva IS dapat digunakan untuk menganalisis efektivitas kebijakan Fiskal. Bagaimana kurva IS diderivasikan (diturunkan) secara grafis. Apa faktor yang mempengaruhi kemiringan kurva IS tersebut dan bagaimana dampaknya kenaikan tingkat pajak terhadap tingkat pendapatan? Gambarkan!

2. Bila diketahui fungsi konsumsi otonom 2000, MPS 0,4 dari tingkat pendapatan, Investasi 800, Pengeluaran pemerintah 400, fungsi pajak; $T_x = 100 + 0,1 Y$, besarnya pengeluaran transfer 300, maka:
- Tunjukkanlah bentuk persamaan fungsi konsumsinya.
 - Berapa besarnya tingkat pendapatan keseimbangan dan konsumsi keseimbangan.
 - Jika pengeluaran pemerintah naik sebesar 50%, sedangkan penerimaan pajak tetap, berapa besarnya perubahan tingkat pendapatan.
 - Berapa besarnya anggaran pemerintah.
 - Gambarkan kurvanya

KEGIATAN BELAJAR 11

UANG DAN HARGA

DESKRIPSI PEMBELAJARAN

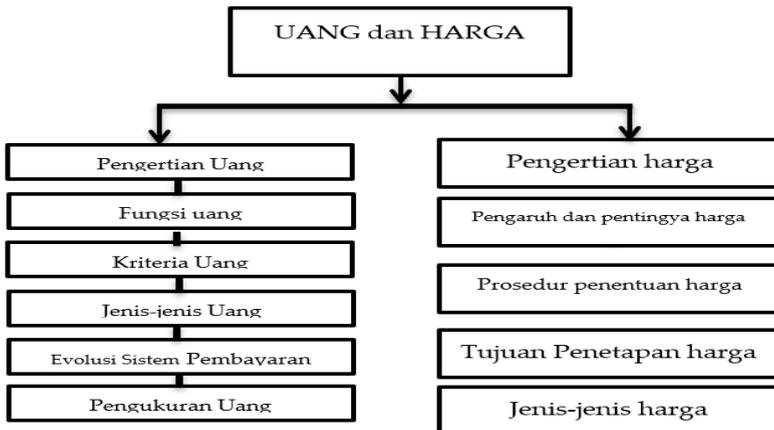
Pada bab ini mahasiswa mempelajari tentang UANG dan HARGA

KOMPETENSI PEMBELAJARAN

Setelah mengikuti perkuliahan ini diharapkan mahasiswa/ memiliki pengetahuan dan kemampuan antara lain.

1. Mampu memahami dan mendeskripsikan tentang pengertian, fungsi, kriteria, jenis-jenis, evolusi sistem pembayaran dan pengukuran uang
2. Mampu memahami dan mendeskripsikan tentang pengertian dan pentingnya harga, penentuan harga serta tujuan dan jenis-jenis harga

PETA KONSEP PEMBELAJARAN



A. UANG

Uang telah memfasilitasi transaksi dan memungkinkan alokasi sumber daya yang efisien sehingga pada masa kini kita dapat menjalani hidup dengan relatif mudah dan nyaman karena adanya uang. Transaksi-transaksi yang kita lakukan seperti ketika berbelanja, membayar rekening listrik, tagihan telepon, maupun transaksi-transaksi berskala besar serta jaringan kompleks perdagangan dan komersial yang menjadi ciri ekonomi global dapat diselesaikan dengan cepat, mudah, murah, dan akurat karena telah terbangunnya sistem keuangan yang kuat dan efisien. Disisi lain kita dapat memperoleh wawasan tentang bagaimana uang mempengaruhi perilaku, keputusan, dan keseluruhan fungsi masyarakat. Pada akhirnya, studi tentang uang sangat penting untuk memahami kompleksitas ekonomi modern dan dunia global kita yang saling terhubung.

1. Pengertian Uang

Uang merupakan segala sesuatu yang dapat dipakai/diterima untuk melakukan pembayaran baik barang, jasa maupun hutang.

2. Fungsi Uang

Dewasa ini, uang mempunyai fungsi sebagai berikut:

a. **Medium of exchange (sebagai alat tukar)**

Uang sebagai alat tukar mempunyai arti bahwa pelaku ekonomi menerima uang untuk dapat digunakan sebagai alat untuk membeli barang/jasa atau para penjual mau menerima uang sebagai pembayaran atas barang/jasa yang dijualnya. Sebagai alat tukar, uang akan membuat kegiatan ekonomi semakin mudah dan efisien karena para pelaku ekonomi dapat melakukan

transaksi kapan saja, dimana saja, dan dengan siapa saja. Transaksi tersebut juga dapat dilakukan dalam nilai yang sangat kecil maupun sangat besar.

b. Unit of account (sebagai satuan hitung)

Uang sebagai satuan hitung artinya uang dapat memberikan harga suatu komoditas baik berupa barang maupun berupa jasa.

c. Store of Value (sebagai alat penyimpan nilai)

Sebagai alat penyimpan nilai, uang memungkinkan setiap hasil produksi atau aktivitas peningkatan dan atau penciptaan nilai tambah tersimpan dalam bentuk asset yang sangat likuid yang nilai nominalnya tidak akan berubah.

3. Kriteria uang

- a. Ada jaminan
- b. Dapat diterima secara umum
- c. Nilai stabil
- d. Mudah disimpan
- e. Mudah dibawa-bawa
- f. Tidak mudah rusak
- g. Dapat dibagi ke dalam unit yang kecil
- h. Suplai harus elastis
- i. Tidak mudah ditiru.

4. Jenis-jenis uang

- a. Berdasarkan bahan terdiri dari uang logam dan uang kertas
- b. Berdasarkan Nilai yakni Bernilai penuh (*full bodied money*) dan tidak bernilai penuh (*representatif full bodied money*)
- c. Berdasarkan Lembaga yakni Uang kartal (uang logam dan uang kertas), diterbitkan oleh Bank Sentral

sementara Uang giral (cek, bilyet giro, traveller cheque dan credit card)

5. Evolusi system pembayaran

Sistem Pembayaran terus berevolusi mengikuti evolusi uang dengan 3 unsur penggerak yaitu inovasi teknologi & model bisnis, tradisi masyarakat, dan kebijakan otoritas. Awal mula alat pembayaran yaitu sistem barter antarbarang yang diperjualbelikan. hanya saja masalah muncul ketika dua orang ingin bertukar tidak sepakat dengan nilai pertukarannya atau salah satu pihak tidak terlalu membutuhkan barang yang akan ditukar.

Untuk mengatasi hal itu, manusia mengembangkan uang komoditas. Komoditas di sini adalah barang dasar yang hampir dibutuhkan oleh semua orang, misalnya garam, teh, tembakau, hingga biji-bijian. Hewan ternak digunakan sebagai uang komoditas pada tahun 900 hingga 6000 Sebelum Masehi (SM). Gandum, sayuran, dan tumbuhan kemudian juga dijadikan uang komoditas setelah muncul budaya pertanian.

Selanjutnya uang primitif mulai digunakan sekitar tahun 1200 SM dan berupa cangkang kerang atau cangkang hewan lainnya. Orang Tionghoa mulai memproduksi imitasi kerang *cowrie* yang terbuat dari logam dan tembaga. Sekitar tahun 100 SM, potongan kulit rusa putih dengan ukuran dan diberi berbagai jenis warna juga pernah digunakan sebagai alat pembayaran.

Uang kertas mulai digunakan pada sebagai alat pembayaran. Swedia merupakan negara pertama di benua

Eropa yang menggunakan uang kertas di tahun 1661 setelah pabrik kertas didirikan pada tahun 1150 di Spanyol.

Perkembangan uang dalam perekonomian terus berkembang dilihat dari bentuk dan fungsinya antara lain.

a. Commodity Money (Uang komoditas)

Uang yang digunakan adalah berupa komoditas berharga seperti emas, perak, dan perunggu, di mana benda-benda tersebut mengandung nilai intrinsik.

b. Fiat money (uang fiat)

Merupakan komoditas yang diterima sebagai uang karena keputusan pemerintah.

c. Checks

Merupakan surat perintah tanpa syarat dari nasabah kepada bank yang menerima rekening giro untuk membayar sejumlah uang kepada pihak yang disebutkan di dalamnya atau kepada pemegang cek tersebut.

d. Electronic Payment

Lembaga keuangan telah memanfaatkan kemajuan teknologi sehingga beberapa transaksi dapat dilakukan melalui fasilitas elektronik. Misalnya pembayaran, transfer, dan sebagainya.

e. E-Money

Dengan semakin berkembangnya teknologi maka Electronic money dapat berfungsi sebagai alat penarikan uang tunai (cash) sekaligus berfungsi sebagai alat pembayaran atas pembelian barang, misalnya kartu debit.

6. Pengukuran uang

- a. M1 (uang dalam arti sempit) Uang Kartal (C) + Uang Giral (D)
- b. M2 (uang dalam arti luas) M1 + Uang kuasi (Deposito berjangka dan tabungan)

Di dalam moneter, pengertian uang dikenal dalam beberapa terminologi, yakni:

- 1 **Uang Kartal (C)** Uang kertas dan Uang logam
- 2 **Uang Giral (D)** Yaitu simpanan milik sektor swasta domestik pada Bank Pencipta Uang Giral (BPUG) yang setiap saat dapat ditarik untuk ditukarkan dengan uang kartal sebesar nominalnya. Uang giral terdiri atas **rekening giro, kiriman uang (transfer), deposito berjangka yang sudah jatuh tempo, dan kewajiban segera lainnya.**
- 3 **Uang kuasi (T)** yaitu simpanan milik sektor swasta domestik pada Bank Pencipta Uang Giral (BPUG) yang dapat memenuhi fungsi-fungsi uang dan Uang kuasi terdiri dari **deposito berjangka rupiah dan valas, tabungan dan simpanan lainnya dalam valas.**

B. HARGA

Dalam teori ekonomi pengetahuan harga, nilai dan *utility* adalah sebuah konsep yang saling berhubungan. *Utility* adalah manfaat yang diperoleh karena mengkonsumsi barang atau jasa. Nilai adalah memberikan penjelasan subjektif akan pemuasan kebutuhan dari suatu barang untuk ditukarkan dengan produk lain. Harga, menurut para ekonom, merujuk pada harga barang dan jasa di pasar. Ini adalah elemen penting dalam menentukan dinamika penawaran dan

permintaan suatu ekonomi. Misalnya, jika biaya produksi meningkat, harga barang dan jasa kemungkinan akan naik karena produsen meneruskan biaya ini kepada konsumen. Demikian pula, jika preferensi konsumen beralih ke produk tertentu, harganya mungkin meningkat karena permintaan yang lebih tinggi. Memahami faktor-faktor ini sangat penting bagi bisnis untuk membuat keputusan yang tepat tentang strategi penetapan harga dan bagi pembuat kebijakan untuk menciptakan kebijakan ekonomi yang efektif. Secara keseluruhan, harga memainkan peran penting dalam membentuk ekonomi dan merupakan indikator utama efisiensi dan daya saing pasar. adalah hal penting yang perlu dipikirkan. Oleh karena harga adalah kebijakan pemasaran yang akan langsung mempengaruhi pendapatan.

1. Pengertian harga

uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.

2. Pengaruh dan pentingnya harga

Pada harga berapakah tepatnya barang – barang atau jasa harus dijual? untuk menetapkan tingkat harga tersebut biasanya dilakukan dengan mengadakan percobaan untuk menguji pasarnya apakah menerima atau menolak? suatu tingkat harga dapat memberikan pengaruh baik di dalam perekonomian maupun dalam perusahaan. Selain itu, dengan memiliki strategi penetapan harga yang efektif, perusahaan juga dapat meningkatkan daya saing di pasar yang semakin kompetitif. Perusahaan perlu memahami tren pasar, evaluasi, analisis perilaku konsumen, hal ini dilakukan dengan tujuan agar dapat menyesuaikan harga produknya tetap relevan dan diminati oleh konsumen sehingga mengoptimalkan keuntungan serta membangun

loyalitas konsumen dalam mempertahankan pangsa pasar dalam jangka panjang.

3. Prosedur penetapan harga

Perusahaan dalam menetapkan harga harus sesuai dengan nilai yang diberikan kepada konsumen. Dalam menetapkan harga perusahaan/penjual harus memutuskan harga produk yang paling tepat. Penetapan harga produk akan lebih mudah apabila dilakukan dengan sistematis. Ada beberapa prosedur penetapan harga yang meliputi 6 (enam) tahap yaitu:

- a. Mengentimaskan permintaan untuk barang tersebut
- b. Mengetahui lebih dulu reaksi dalam persaingan
- c. Menentukan market share yang dapat diharapkan
- d. Memilih strategi harga untuk mencapai target pasar
- e. Mempertimbangkan politik pemasaran perusahaan
- f. Memilih harga tertentu.

4. Tujuan Penetapan harga

Penetapan harga merupakan suatu yang tidak kaku dan dapat berubah dengan cepat seiring dengan perubahan biaya dan desakan permintaan, secara umum penetapan harga bertujuan antara lain.

- a. Berbasis biaya
Penentuan harga awal dengan menghitung biaya produksi untuk menghasilkan barang dan jasa yakni biaya tetap dan biaya variabel
- b. Tarikan permintaan
Dengan menekankan perkiraan sejumlah barang yang ingin dibeli konsumen pada periode tertentu
- c. Orientasi pada laba
Ketercapaian yang target laba yang diinginkan dengan mempertimbangkan permintaan barang dan ketersediaan barang dipasar.

- d. Mengurangi persaingan
melakukan penetapan harga dengan berorientasi pada nilai keunggulan dan jenis layanan yang diberikan.

5. Jenis-Jenis Harga

Harga biasanya mencerminkan nilai suatu barang dan jasa, semakin tinggi harga barang atau jasa maka akan semakin tinggi pula nilainya. Harga dikelompokkan menjadi 5 jenis, antara lain.

- a. Harga input adalah nilai barang dan jasa berdasarkan pada jumlah pendapatan dari penggunaan faktor produksi (input) untuk menghasilkan barang atau jasa tersebut.
- b. Harga subjektif adalah nilai barang atau jasa yang dinilai oleh penjual maupun pembeli berdasarkan perspektif yang berbeda.
- c. Harga objektif adalah harga yang telah disepakati oleh penjual dan pembeli. Nilainya dijadikan patokan bagi para penjual dalam memasarkan produknya
- d. Harga dasar adalah harga eceran terendah yang ditetapkan atas suatu barang
- e. Harga tertinggi adalah harga tertinggi yang ditetapkan atas suatu barang.

C. RANGKUMAN

Uang telah memfasilitasi transaksi dan memungkinkan alokasi sumber daya yang efisien sehingga pada masa kini kita dapat menjalani hidup dengan relatif mudah dan nyaman karena adanya uang. Disisi lain kita dapat memperoleh wawasan tentang bagaimana uang mempengaruhi perilaku, keputusan,

dan keseluruhan fungsi masyarakat. Pada akhirnya, studi tentang uang sangat penting untuk memahami kompleksitas ekonomi modern dan dunia global kita yang saling terhubung. Dalam teori ekonomi pengetahuan harga, nilai dan utility adalah sebuah konsep yang saling berhubungan. Utility adalah manfaat yang diperoleh karena mengkonsumsi barang atau jasa. nilai adalah memberikan penjelasan subjektif akan pemuasan kebutuhan dari suatu barang untuk ditukarkan dengan produk lain. harga, menurut para ekonom, merujuk pada harga barang dan jasa di pasar. ini adalah elemen penting dalam menentukan dinamika penawaran dan permintaan suatu ekonomi. misalnya, jika biaya produksi meningkat, harga barang dan jasa kemungkinan akan naik karena produsen meneruskan biaya ini kepada konsumen. selanjutnya Pada harga berapakah tepatnya barang – barang atau jasa harus dijual? untuk menetapkan tingkat harga tersebut biasanya dilakukan dengan mengadakan percobaan untuk menguji pasarnya apakah menerima atau menolak? suatu tingkat harga dapat memberikan pengaruh baik di dalam perekonomian maupun dalam perusahaan. Selain itu, dengan memiliki strategi penetapan harga yang efektif, perusahaan juga dapat meningkatkan daya saing di pasar yang semakin kompetitif. Perusahaan dalam menetapkan harga harus sesuai dengan nilai yang diberikan kepada konsumen. Dalam menetapkan harga perusahaan/penjual harus memutuskan harga produk yang paling tepat. Penetapan harga produk akan lebih mudah apabila dilakukan dengan sistematis.

D. TES FORMATIF

1. Tujuan penetapan harga produk antara lain, kecuali?
 - a. Berbasis biaya
 - b. Tarikan permintaan
 - c. Orientasi pada laba
 - d. Mengurangi persaingan
 - e. Ingin rugi

2. Prosedur penetapan harga produk antara lain.
 - a. Mengentimasikan permintaan untuk barang tersebut
 - b. Mengetahui lebih dulu reaksi dalam persaingan
 - c. Menentukan market share yang dapat diharapkan
 - d. Memilih strategi harga untuk mencapai target pasar
 - e. Semua jawaban benar

3. Pengukuran uang terdiri dari, kecuali.
 - a. Uang giral
 - b. Uang kertas
 - c. Deposito berjangka
 - d. Tabungan
 - e. Koperasi

4. Fungsi uang antara lain.
 - a. sebagai alat tukar, sebagai alat penyimpan nilai dan sebagai satuan hitung
 - b. sebagai alat tukar dan sebagai alat penyimpan nilai
 - c. sebagai alat tukar dan sebagai alat penyimpan nilai
 - d. sebagai satuan hitung dan sebagai alat mencari keuntungan
 - e. sebagai alat tukar dan sebagai lahan korupsi

5. jenis-jenis harga, antara lain, kecuali.
 - a. Harga input
 - b. Harga subjektif
 - c. Harga objektif
 - d. Harga dasar
 - e. Harga persahabatan

E. LATIHAN

1. Jelaskan secara singkat pengertian uang!
2. Uraikan secara lengkap evolusi sistem pembayaran!
3. Tuliskan dan jelaskan tujuan penetapan harga!
4. Tuliskan dan jelaskan jenis-jenis harga!
5. Tuliskan dan jelaskan beberapa jenis uang!

KEGIATAN BELAJAR 12

EKONOMI TERBUKA

DESKRIPSI PEMBELAJARAN

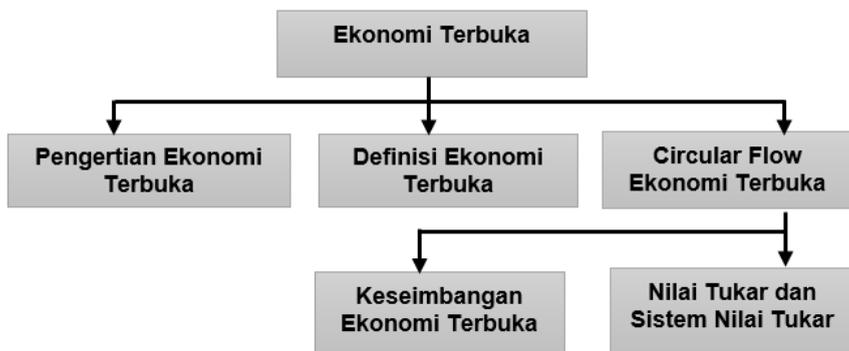
Pada bab ini membahas tentang ekonomi terbuka di antaranya: Definisi ekonomi ekonomi terbuka, *circular Flow*, keseimbangan ekonomi terbuka, nilai tukar dan system nilai tukar. Ekonomi terbuka dapat diartikan sebagai perekonomian yang melibatkan diri dalam perdagangan internasional (ekspor dan impor) barang dan jasa serta modal dengan negara-negara lain. Sistem ini memberikan kesempatan bagi masyarakatnya untuk berinteraksi dalam bidang ekonomi dengan negara lain baik itu perseorangan, swasta ataupun pemerintahan. Kegiatan ekonomi tersebut bisa dalam bentuk perdagangan produk barang dan jasa, pertukaran teknologi, asset keuangan dan kegiatan lainnya dengan negara lain. Selain itu dalam perekonomian terbuka memungkinkan adanya perusahaan dan individu untuk berdagang dengan perusahaan dan individu di negara lain dan berpartisipasi dalam pasar modal asing.

KOMPETENSI PEMBELAJARAN

Setelah mempelajari materi ini diharapkan mahasiswa dan mahasiswi dapat memahami:

1. Mahasiswa memahami pengertian dan prinsip dasar perdagangan internasional, seperti keunggulan komparatif, keunggulan mutlak, serta manfaat dan tantangan dari perdagangan global.
2. Mahasiswa memahami aliran ekonomi terbuka (*circular flow*).
3. Mahasiswa memahami keseimbangan pendapatan nasional dalam ekonom terbuka seperti permintaan agregat, konsumsi domestik, investasi, pengeluaran pemerintah, serta ekspor neto.
4. Mahasiswa memahami bagaimana nilai tukar (*exchange rate*) bekerja dan sistem nilai tukar.

PETA KONSEP PEMBELAJARAN



A. DEFINISI EKONOMI TERBUKA

Ekonomi terbuka adalah suatu sistem ekonomi di mana suatu negara atau wilayah terlibat dalam perdagangan barang, jasa, dan modal dengan negara atau wilayah lain. Dalam ekonomi terbuka, aliran produk dan sumber daya tidak hanya terbatas pada batas-batas nasional, tetapi juga melibatkan interaksi internasional melalui ekspor, impor, serta investasi lintas negara.

Dalam Ekonomi terbuka terdapat empat sektor perekonomian yang merupakan suatu sistem ekonomi yang melakukan kegiatan ekspor dan impor dengan negara lain, yaitu: rumah tangga, perusahaan, pemerintah, dan luar negeri. Kegiatan perekonomian terbuka juga mobilitas modal, transfer informasi dan pengetahuan teknis, dan migrasi tenaga kerja. Dalam sistem ekonomi terbuka, produsen memiliki kesempatan untuk mengekspor barang dan berdagang di pasar negara lain atau mengimpor bahan baku dan penolong, mesin atau produk jadi dari luar negeri.

Beberapa ciri utama dari ekonomi terbuka adalah:

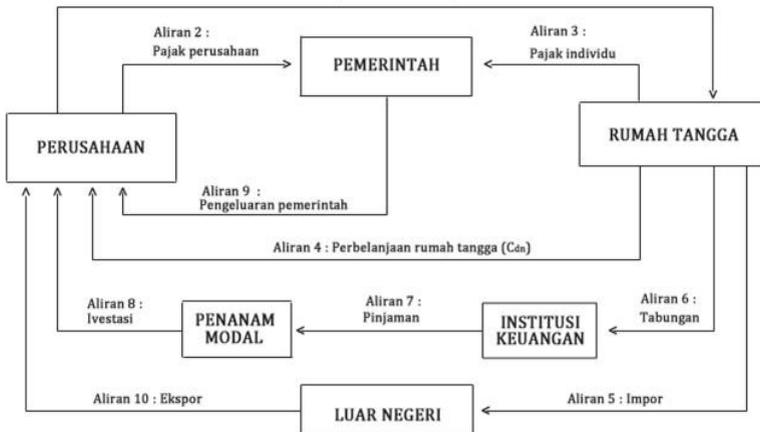
1. Perdagangan internasional: Negara terlibat dalam ekspor dan impor barang dan jasa.
2. Arus modal internasional: Terdapat aliran investasi asing, baik dalam bentuk investasi portofolio maupun investasi langsung.

3. Ketergantungan global: Harga barang dan jasa, nilai tukar mata uang, dan kebijakan ekonomi domestik dapat dipengaruhi oleh kondisi ekonomi global.
4. Kebijakan ekonomi: Pemerintah dapat menerapkan kebijakan seperti tarif, kuota, atau subsidi untuk mengatur perdagangan Internasional.

Ekonomi terbuka berbeda dengan ekonomi tertutup, yang membatasi atau menghindari interaksi ekonomi dengan negara lain. Ekonomi terbuka cenderung lebih rentan terhadap perubahan eksternal, namun juga dapat memanfaatkan peluang dari pasar internasional.

B. CIRCULAR FLOW EKONOMI TERBUKA

Dalam perekonomian terbuka, sirkulasi perekonomian berasal dari empat golongan, yaitu: rumah tangga, perusahaan, pemerintah, dan luar negeri. Berikut dapat dilihat *circular flow* ekonomi terbuka:



Gambar 12.1.
Circular Flow Ekonomi Terbuka

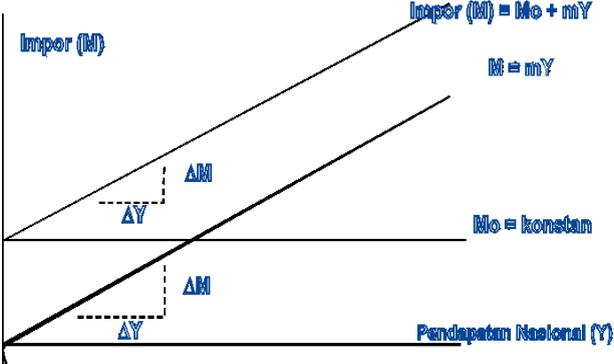
Dari Gambar 1 dapat diketahui Sirkulasi Aliran Pendapatan yang berlaku dalam Sistem Ekonomi terbuka empat sektor: **Aliran 1.**

Upah/gaji, sewa, bunga dan laba merupakan aliran pendapatan rumah tangga yang diperoleh dari jasa faktor produksi (tenaga kerja, alam, modal & *entrepreneur*) yang disumbangkan ke sektor perusahaan. **Aliran 2.** pihak perusahaan melakukan pembayaran pajak ke pemerintah atas barang dan jasa yang diproduksi serta pajak lainnya yang harus ditanggung perusahaan. **Aliran 3.** Rumah tangga mempunyai kewajiban membayar pajak kepada pemerintah baik dalam bentuk pajak pertambahan nilai maupun pajak lain sebagai wajib pajak. Pajak ini akan mengurangi pendapatan rumah tangga yang akhirnya memperoleh pendapatan disposibel, sebagai pendapatan yang benar-benar dapat dibelanjakan. **Aliran 4.** Pembayaran rumah tangga (C) karena melakukan pembelian barang dan jasa dari perusahaan dalam negeri. **Aliran 5.** Sebagian dari rumah tangga melakukan pembelian barang dan jasa dari luar negeri (impor) sehingga dana mengalir ke luar negeri dan barang/jasa mengalir ke luar negeri. **Aliran 6.** Sisa dari pendapatan rumah tangga yang tidak dibelanjakan untuk pengeluaran konsumsi ditabungkan (S) ke lembaga keuangan bank atau non-bank. Selanjutnya lembaga keuangan sebagai sektor jasa perantara memperoleh tambahan dana cadangan untuk disalurkan bagi yang membutuhkan. **Aliran 7.** Investor dapat memperoleh dana melalui pinjaman di lembaga keuangan. Besar kecilnya dana pinjaman sangat ditentukan oleh ketersediaan dana di lembaga keuangan, tingkat bunga pinjaman, lamanya waktu pinjaman, termasuk harapan memperoleh laba dari investasi dana tersebut. **Aliran 8.** Dana masuk ke perusahaan dalam bentuk investasi dari investor. **Aliran 9.** Pemerintah juga melakukan pembelian barang dan jasa ke perusahaan, selanjutnya pihak perusahaan memperoleh pemasukan dana dari pembayaran pemerintah. **Aliran 10.** Barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan dalam negeri dapat diekspor keluar negeri sehingga perusahaan memperoleh pemasukan pendapatan dari luar negeri atas penjualan barang dan jasa tersebut. **Aliran 11.** Sebagai usaha mensejahterakan masyarakat, pihak pemerintah juga melakukan pembayaran transfer (Tr) ke sektor rumah tangga, sehingga bantuan tanpa imbalan jasa ini

merupakan bagian penerimaan rumah tangga yang menambah pendapatan disposibel. Dalam Gambar 1 terlihat hanya sektor rumah tangga yang membeli barang-barang dari luar negeri (impor), namun dalam kenyataan kegiatan impor juga dilakukan oleh sektor pemerintah dan sector perusahaan. Akan tetapi, untuk memudahkan diasumsikan saja impor dilakukan oleh sektor rumah tangga. Jumlah impor ada yang berlaku tetap. Artinya besar kecilnya impor tidak dipengaruhi oleh perubahan pendapatan nasional, impor disimbolkan dengan M_0 . Jumlah impor yang ditentukan oleh besar kecilnya pendapatan nasional. Dalam hal ini kecenderungan mengimpor (*Marginal Propensity to Impor—MPM*) disimbolkan dengan "m", sehingga jumlah impor dapat ditentukan dengan formula $M=mY$. Bila dalam suatu perekonomian terdapat dua bagian impor ini, yaitu terdapat impor yang tetap dan proporsional, maka fungsi impor dapat dinyatakan dalam persamaan:

$$M = M_0 + mY$$

Perubahan impor (ΔM) mampu mengubah pendapatan nasional (ΔY), maka:



Gambar 12.2.
Hubungan Impor dengan Pendapatan Nasional

Pada Gambar 2 memperlihatkan:

- 1) Kurva impor dengan fungsi $M = mY$, menunjukkan bahwa jumlah impor ditentukan oleh besarnya pendapatan nasional (Y). Semakin besar pendapatan nasional akan semakin besar pula impor, dan sebaliknya. Bila pendapatan nasional tidak ada ($Y=0$) maka secara otomatis impor (M)=0. Kecenderungan mengimpor ditunjukkan oleh besarnya MPM atau nilai "m". $MPM=m=AM/AY$ merupakan slope kurva impor $M = mY$.
- 2) Pada kurva impor = M_0 , memperlihatkan bahwa jumlah impor tidak ditentukan oleh besar kecilnya pendapatan nasional (Y), meskipun tidak terdapat pendapatan nasional ($Y=0$) atau tak terhingga ($Y=\infty$), namun jumlah impor tetap ada pada jumlah yang konstan.
- 3) Kurva impor dengan fungsi $M = M_0 + mY$ menunjukkan kurva impor total yang bersumber dari impor konstan (M_0) dan impor proporsional ($M=mY$).

C. KESEIMBANGAN EKONOMI TERBUKA

1. Keseimbangan Pendapatan Nasional dalam Sistem Perekonomian Terbuka

Untuk melihat keseimbangan pendapatan nasional dalam sistem perekonomian terbuka dari keseimbangan pendapatan nasional, prinsipnya sama dengan menentukan keseimbangan perekonomian tertutup, hanya saja pada ekonomi terbuka terdapat penambahan komponen pengeluaran agregat dari sektor perdagangan luar negeri berupa net ekspor ($X-M$).

Persyaratan pokok tercapainya keseimbangan perekonomian secara umum adalah bila *Agregate Supply* sama besarnya dengan *Agregate Demand* ($AS=D$). Penawaran agregat (*Agregate Supply*) dalam ekonomi tertutup adalah pendapatan nasional (Y), sedangkan dalam sistem ekonomi terbuka *Agregate Supply* terdiri dari pendapatan nasional (Y) dan impor (M), karena

dalam sistem ekonomi terbuka barang dan jasa diperjualbelikan terdiri dari barang dan jasa domestik (Y) dan barang-barang yang diimpor (M) dari luar negeri.

$$AS=V+M$$

Dilihat dari sirkulasi aliran pendapatan dalam perekonomian terbuka dari sisi pengeluaran, maka komponen pengeluaran agregat (*Agregate Expenditures*) sebagai *Agregate Demand* (AD) terdiri dari pengeluaran rumah tangga dari pembelian barang dan jasa dalam negeri (C) investasi swasta (I), pengeluaran pemerintah (G), komponen ekspor (X) dan Pengeluaran atas impor (M), sehingga persamaan aljabarnya dapat dibuat sebagai berikut:

$$AD = C+I+G+X-M$$

Pengeluaran rumah tangga terdiri dari pengeluaran atas pembelian barang dan jasa dalam negeri (CDN) dan pembelian barang-barang impor (M), sehingga total pengeluaran konsumsi menjadi:

$$C = CDN+M$$

Keseimbangan perekonomian secara umum adalah bila $AS = AD$, maka: $Y+M=C+I+G+X$ atau dengan kata lain

$$Y = C+I + G +(X- M)$$

Keseimbangan perekonomian dilihat dari sisi bocoran, maka keseimbangan perekonomian diperoleh pada saat:

$$I +G+X = S+Tx + M$$

2. Keseimbangan Perekonomian dengan Sistem Pajak Tetap

Keseimbangan perekonomian dilihat dari sisi bocoran, maka keseimbangan perekonomian diperoleh pada saat:

$$Y_d = Y - Tx + Tr$$

$$C = a + b (Y - Tx + Tr)$$

$$S = -a + (1-b) (Y- Tx + Tr)$$

$$\begin{aligned}
M &= M_o + mY \\
Y &= C + I + G + (X - M) \\
Y &= (a + bY - bTx + bTr) + I + G + X - (M_o + mY) \\
Y &= a + bY - bTx + bTr + I + G + X - M_o - mY \\
Y - bY + mY &= a + I + G + X - bTx + bTr - M_o \\
(1 - b + m) Y &= a + I + G + X - bTx + bTr - M_o \\
YE &= \frac{a + I + G + X - bTx + bTr - M_o}{(1 - b + m)}
\end{aligned}$$

Pendekatan suntikan dan bocoran:

$$\begin{aligned}
I + G + X + Tr &= S + Tx + M \\
S &= -a + (1-b) (Y - Tx + Tr) \\
I + G + X + Tr &= -a + (1 - b) (Y - Tx + Tr) + Tx + M_o + mY \\
I + G + X + Tr &= -a + (Y - Tx + Tr - bY + bTx - bTr + Tx + M_o + \\
&\quad mY) \\
a + I + G + X + Tr - Tr + Tx - Tx - bTx + bTr - M_o &= Y - bY + \\
&\quad mY \\
a + I + G + X - bTx + bTr - M_o &= Y (1 - b + m) \\
YE &= \frac{a + I + G + X - bTx + bTr - M_o}{(1 - b + m)}
\end{aligned}$$

Keseimbangan perekonomian dengan sistem Pajak Tetap dalam sistem ekonomi terbuka empat sektor adalah:

$$\begin{aligned}
YE &= \frac{a + I + G + X - bTx + bTr - M_o}{(1 - b + m)} \\
&\text{Jika } c = 1-b, \text{ maka} \\
YE &= \frac{a + I + G + X - (1 - c)Tx + (1 - c)Tr - M_o}{(c + m)}
\end{aligned}$$

3. Keseimbangan Perekonomian dalam Sistem Pajak Proporsional

$$\begin{aligned}
Y &= C + I + G + (X - M) \\
C &= a + b (Y - tY + Tr) \\
C &= a + bY - btY + bTr
\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
M &= M_o + mY \\
Y &= a + bY - btY + bTr + I + G + X - M_o - mY \\
Y - bY + btY + mY &= a + I + G + X + bTr - M_o \\
(1 - b + bt + m) Y &= a + I + G + X + bTr - M_o \\
Y &= \frac{a + I + G + X + bTr - M_o}{(1 - b + bt + m)}
\end{aligned}$$

Misal $(1-b) = c$ dan $T_x = tY$

maka $S = -a + (c - ct) Y + cTr$ dari $S = -a + c ((1-t) Y + Tr)$

$$\begin{aligned}
I + G + Tr &= -a + (c - ct) Y + cTr + M_o + mY \\
I + G + X + Tr &= -a + (c - ct) Y + cTr + M_o + mY \\
I + G + X + Tr &= -a + (c - ct + t + m) Y + cTr + M_o \\
a + I + G + X + Tr - cTr - M_o &= (c - ct + t + m) Y \\
a + I + G + X + (1 - c) Tr - M_o &= (c - ct + t + m) Y \\
(1-c) = b, \text{ maka } a + I + G + X - M_o + bTr &= (c - ct + t + m) Y \\
Y &= \frac{a + I + G + X + bTr - M_o}{(c - ct + m)}
\end{aligned}$$

Misalkan $MPC = 0,75$, pengeluaran konsumsi minimum $(a) = 400$ mrp. Tahun 1990, Total Investasi 500 mrp, pengeluaran pemerintah 300 mrp, ekspor 250 mrp, $M = 100 + 0,1Y$ Transfer Payment $(Tr) = 200$ mrp direncanakan dengan dua alternatif, yaitu sistem pajak tetap sebesar 240 mrp atau pajak proporsional 20%.

4. Angka Pengganda dalam Sistem Ekonomi Terbuka

a. Angka Pengganda dalam Sistem Pajak Proporsional 1) Angka Pengganda Investasi

$$\begin{aligned}
YE &= \frac{a + I + G + X - bT_x + bTr - M_o}{(1 - b + m)} \\
Y &= \frac{a + I + G + X + bTr - M_o}{(1 - b + bt + m)} \\
Y + \Delta Y &= \frac{a + I + G + X + bTr - M_o}{(1 - b + bt + m)} + \frac{\Delta I}{(1 - b + bt + m)}
\end{aligned}$$

$$\Delta Y = \frac{\Delta I}{(1 - b + bt + m)}$$

$$\frac{\Delta Y}{\Delta I} = \frac{\Delta I}{(1 - b + bt + m) : \Delta I}$$

$$k_i = \frac{1}{(1 - b + bt + m) 2}$$

b. Angka Pengganda Pengeluaran Pemerintah

$$Y = a + I + G + X + bTr - Mo (1 - b + bt + m)$$

$$Y + \Delta Y = \frac{a + I + G + X + bTr - Mo}{(1 - b + bt + m)} + \frac{\Delta G}{(1 - b + bt$$

+ m)

$$\Delta Y = \frac{\Delta G}{(1 - b + bt + m)}$$

$$\frac{\Delta Y}{\Delta G} = \frac{\Delta G}{(1 - b + bt + m)} : \Delta G$$

$$k_G = \frac{1}{(1 - b + bt + m)}$$

c. Angka Pengganda Ekspor

$$Y + \Delta Y = \frac{a + I + G + X + bTr - Mo}{(1 - b + bt + m)}$$

$$- \frac{\Delta X}{(1 - b + bt + m)}$$

$$\Delta Y = \frac{\Delta X}{(1 - b + bt + m)}$$

$$\frac{\Delta Y}{\Delta X} = \frac{\Delta X}{(1 - b + bt + m)} : \Delta X$$

$$\Delta Y = \frac{1}{(1 - b + bt + m)}$$

d. Angka Pengganda Impor

$$Y + \Delta Y = \frac{a + I + G + X + bTr - Mo}{(1 - b + bt + m)}$$

$$- \frac{\Delta M}{(1 - b + bt + m)}$$

$$\Delta Y = \frac{\Delta M}{(1 - b + bt + m)}$$

$$\frac{\Delta Y}{\Delta M} = \frac{\Delta X}{(1 - b + bt + m)} : \Delta M$$

$$kM = - \frac{1}{(1 - b + bt + m)}$$

e. Angka Pengganda Pajak

$$Y + \Delta Y = \frac{a + I + G + X + bTr - Mo}{(1 - b + bt + m)}$$

$$- \frac{\Delta bTx}{(1 - b + bt + m)}$$

$$\Delta Y = \frac{\Delta bTx}{(1 - b + bt + m)}$$

$$\frac{\Delta Y}{\Delta Tx} = \frac{\Delta X}{(1 - b + bt + m)} : \Delta Tx$$

$$\Delta Y = \frac{-b}{(1 - b + bt + m)}$$

f. Angka Pengganda Transfer Payment

$$Y + \Delta Y = \frac{a + I + G + X + bTr - Mo}{(1 - b + bt + m)}$$

$$- \frac{\Delta bTr}{(1 - b + bt + m)}$$

$$\Delta Y = \frac{\Delta bTr}{(1 - b + bt + m)}$$

$$\frac{\Delta Y}{\Delta Tr} = \frac{\Delta bTr}{(1 - b + bt + m)} : \Delta Tx$$

$$\Delta Y = \frac{b}{(1 - b + bt + m)}$$

5. Penentu Ekspor dan Impor

a. Faktor-Faktor yang Menentukan Ekspor

Faktor utama yang mempengaruhi ekspor adalah kemampuan suatu negara untuk menghasilkan produk yang mampu bersaing di pasar internasional. Produk yang diekspor harus memiliki kualitas dan harga yang kompetitif agar dapat menarik minat konsumen di luar negeri dan berpeluang untuk diterima di pasar global.

b. Faktor-Faktor yang Menentukan Impor

Dalam praktiknya, bukan hanya rumah tangga yang membeli barang dari luar negeri, tetapi juga sektor-sektor lain seperti perusahaan dan pemerintah. Perusahaan mengimpor bahan baku dan barang modal, sementara pemerintah mengimpor barang konsumsi dan barang modal dari luar negeri. Meski demikian, dalam analisis makroekonomi, impor biasanya dianggap lebih berkaitan dengan rumah tangga swasta. Oleh karena itu, impor sering dikaitkan dengan pendapatan nasional, di mana fungsi impor menunjukkan hubungan antara nilai impor dan tingkat pendapatan masyarakat serta pendapatan nasional yang dicapai.

Keseimbangan makroekonomi dicapai dalam kerangka ekonomi empat sektor, yang merupakan representasi teoretis yang mendekati kondisi ekonomi sebenarnya. Perusahaan sejalan dengan total pengeluaran dibandingkan dengan pendapatan nasional. "Secara rumus, syarat untuk mencapai keseimbangan makroekonomi adalah $Y = C + I + G + (X - M)$."

D. NILAI TUKAR DAN SISTEM NILAI TUKAR

Nilai tukar atau kurs (*exchange rate*) merupakan harga mata uang suatu negara relative terhadap mata uang negara lain, berbagai valuta asing seperti dolar US, Euro, Yen, Pound Sterling. Sistem penentuan nilai tukar dibedakan dalam tiga sistem:

1. Nilai tukar mengambang (*floating exchange rate*).
2. Nilai tukar terkadali (*managed floating exchange rate*).
3. Nilai tukar tetap (*fixed exchange rate*).

Sistem nilai tukar mengambang (*floating exchange rate*) digunakan sebagai faktor utama yang menentukan nilai mata uang asing. Sistem nilai tukar ini ditentukan oleh interaksi pasar (permintaan dan penawaran valuta asing) dengan atau tanpa adanya upaya stabilisasi oleh otoritas moneter. Didalam sistem kurs mengambang di kenal dengan mengambang murni, di mana kurs mata uang sepenuhnya di tentukan oleh mekanisme pasar, tanpa adanya campur tangan pemerintah. Dalam sistem mengambang nilai tukar akan menguat apabila terjadi kelebihan permintaan diatas penawaran yang ada di pasar valuta asing.

Sistem mengambang terkendali (*managed floating exchange rate*) merupakan sistem dimana otoritas moneter berperan aktif dalam menstabilkan kurs pada tingkat tertentu, sehingga di sini di butuhkan valuta asing oleh otoritas moneter dalam mempengaruhi pergerakan kurs atau adanya bank sentral menetapkan Batasan kisaran tertentu dari pergerakan nilai tukar yang di kenal dengan *intervention band* (batas pita intervensi).

Untuk nilai tukar tetap (*Fixed Exchange Rate*), dimana sistem nilai tukar suatu negara mengkaitkan nilai mata uangnya dengan mata uang suatu negara lain atau sekelompok mata uang negara lain biasanya negara partner dagang utamanya. Disini nilai mata uang atau kursnya bergerak mengikuti mata uang yang menjadi tambatannya. Atau nilai tukar di tetapkan pada

nilai tertentu. Sistem nilai tukar ini memiliki tiga macam, yaitu *Currency Board System* (CBS), Dollarization dan Kesatuan Moneter. Pada CBS mematok nilai tukar terhadap mata uang asing tertentu seperti (dollar US) dengan nilai tetap.

E. RANGKUMAN

Berdasarkan uraian di atas Ekonomi terbuka adalah sistem ekonomi di mana suatu negara terlibat dalam perdagangan internasional dengan negara lain. Dalam sistem ini, negara dapat melakukan ekspor dan impor barang dan jasa, serta memfasilitasi aliran modal dan investasi lintas batas. Ekonomi terbuka memungkinkan suatu negara memanfaatkan keunggulan komparatifnya, meningkatkan efisiensi, dan mempercepat pertumbuhan ekonomi melalui integrasi dengan pasar global.

Definisi Ekonomi Terbuka Ekonomi terbuka mengacu pada keadaan di mana aktivitas ekonomi suatu negara tidak terbatas pada pasar domestik saja, melainkan juga melibatkan hubungan dengan pasar internasional. Hubungan ini mencakup perdagangan barang dan jasa, aliran modal (investasi asing), serta transfer teknologi dan tenaga kerja. Ciri utama ekonomi terbuka adalah keterbukaan terhadap pengaruh eksternal, seperti kebijakan perdagangan internasional, arus modal, dan kurs mata uang asing.

Sirkulasi Pendapatan Nasional dalam Ekonomi Terbuka Dalam ekonomi terbuka, sirkulasi pendapatan nasional melibatkan interaksi antara sektor domestik dan sektor luar negeri. Pendapatan nasional terbagi dalam komponen seperti konsumsi, investasi, pengeluaran pemerintah, dan ekspor-impor. Ekspor dan impor mencerminkan keterlibatan negara dalam perdagangan internasional, di mana ekspor menambah pendapatan nasional, sedangkan impor mengurangi pendapatan nasional.

Keseimbangan pendapatan nasional dalam ekonomi terbuka dicapai ketika permintaan agregat (yang mencakup konsumsi domestik, investasi, pengeluaran pemerintah, serta ekspor neto) sama dengan penawaran agregat atau output nasional. Dalam situasi ini, tidak ada tekanan bagi perubahan dalam tingkat harga atau pendapatan nasional. Keseimbangan ini dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti kebijakan perdagangan, fluktuasi nilai tukar, serta kondisi ekonomi global yang dapat memengaruhi tingkat ekspor dan impor.

Nilai tukar adalah harga mata uang suatu negara yang diukur terhadap mata uang negara lain. Sistem nilai tukar mengatur bagaimana nilai tukar tersebut ditentukan. Ada beberapa jenis sistem nilai tukar: 1. Nilai Tukar Tetap (*Fixed Exchange Rate*); 2. Nilai Tukar Mengambang (*Floating Exchange Rate*); 3. Nilai Tukar Mengambang Terkendali (*Managed Float*); Perubahan nilai tukar memengaruhi daya saing produk suatu negara di pasar internasional. Jika nilai tukar suatu mata uang melemah, ekspor cenderung meningkat karena produk menjadi lebih murah bagi pembeli asing, sementara impor menjadi lebih mahal. Ekonomi terbuka yang sehat memerlukan kebijakan moneter dan fiskal yang tepat untuk menyeimbangkan arus perdagangan, investasi, serta mempertahankan stabilitas nilai tukar.

F. TES FORMATIF

1. Kurs yang dipakai apabila seseorang membeli mata uang asing kepada bank disebut kurs?
 - a. Valuta
 - b. Valut Asing
 - c. Beli
 - d. Jual

2. Nilai tukar valuta asing ditentukan oleh kekuatan pasar disebut?
 - a. Sistem kurs tetap
 - b. Sistem kurs bebas
 - c. Sistem kurs mengambang terkendali
 - d. Sistem kurs valuta

3. Salah satu faktor pendorong perdagangan internasional bagi suatu negara adalah ?
 - a. Kebebasan berdagang
 - b. Mencari keuntungan yang maksimal
 - c. Ahli teknologi canggih
 - d. Kemakmuran bagi seluruh masyarakatnya

4. Sebuah perekonomian mempunyai data sebagai berikut:
Fungsi saving: $S = -50 + 0,3Y$
Fungsi impor: $M = 30 + 0,2Y$
Pengeluaran investasi: $I = 300$
Ekspor: $X = 100$

Dari data tersebut, berapakah nilai pendapatan nasional pada kondisi ekuilibrium...

- a. 840
 - b. 820
 - c. 420
 - d. 800
-
5. Komponen yang terdapat dalam perekonomian terbuka tetapi tidak terdapat dalam perekonomian tertutup adalah?
 - a. Konsumsi
 - b. Investasi
 - c. Pengeluaran pemerintah
 - d. Ekspor netto

G. LATIHAN

1. Jika terjadi kenaikan pengeluaran pemerintah sebesar 100, tentukan pertambahan pendapatan nasional yang baru dengan menggunakan multiplier? Gambarkan keseimbangan perekonomian terbuka!
2. Dalam perekonomian sebuah Negara diketahui fungsi konsumsi $C = 400 + 0,75 Y_d$, pajak 400, investasi 500, pengeluaran pemerintah 400, ekspor 400 dan impor $0.15Y$. Berdasarkan informasi tersebut, tentukanlah:
 - a. Pendapatan Nasional dalam keseimbangan!
 - b. Berapakah impor, konsumsi RT dan Tabungan RT?
 - c. Adakah ekspor melebihi impor? Dan bagaimana kondisi neraca perdagangannya?
 - d. Gambarkan keseimbangan perekonomian terbuka!

KEGIATAN BELAJAR 13

FLUKTUASI EKONOMI

DESKRIPSI PEMBELAJARAN

Pembelajaran ini akan mengantar anda untuk memahami secara mendalam bagaimana dinamika ekonomi, khususnya fluktuasi ekonomi, mempengaruhi perilaku konsumen. Anda diajak untuk:

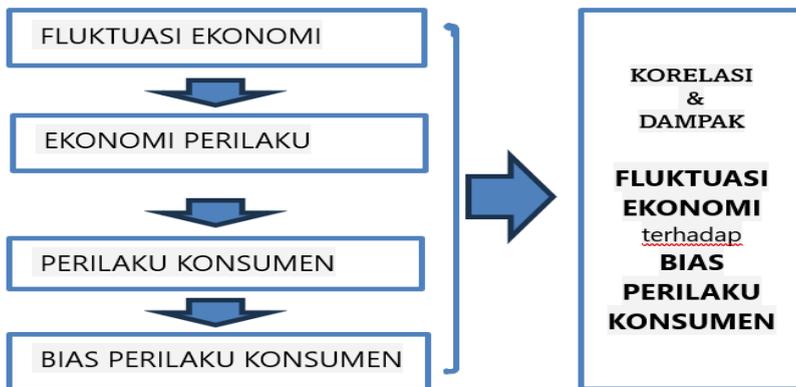
1. Mengenal Fluktuasi Ekonomi: Mempelajari ciri ciri fluktuasi ekonomi dan faktor-faktor yang menyebabkannya.
2. Memahami Perilaku Konsumen: Menganalisis bagaimana perubahan kondisi ekonomi mempengaruhi keputusan konsumsi individu,
3. Mengidentifikasi Perilaku Irasional: Mempelajari berbagai jenis perilaku irasional konsumen yang sering muncul dalam kondisi ekonomi yang tidak stabil, seperti *herding behavior*, *loss aversion*, dan *overconfidence*.
4. Menganalisis Perilaku Irasional pada saat fluktuasi ekonomi

KOMPETENSI PEMBELAJARAN

Setelah mengikuti pembelajaran ini, diharapkan anda dapat:

1. Menjelaskan hubungan antara ilmu ekonomi, fluktuasi ekonomi, dan perilaku konsumen.
2. Menganalisis dampak fluktuasi ekonomi terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk keputusan konsumsi individu dan kinerja perusahaan.
3. Menerapkan konsep-konsep ekonomi untuk membuat keputusan yang lebih baik dalam konteks fluktuasi ekonomi.
4. Mengembangkan kemampuan berpikir kritis dan analitis dalam menganalisis data ekonomi.

PETA KOMPETENSI PEMBELAJARAN



A. PENGERTIAN FLUKTUASI & FLUKTUASI EKONOMI

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), fluktuasi adalah "gejala yang menunjukkan turun-naiknya suatu harga, keadaan, dan sebagainya karena pengaruh permintaan dan penawaran." Sementara itu, para ahli ekonomi memberikan definisi yang lebih spesifik:

1. Seng Hansen mendefinisikan fluktuasi sebagai alokasi harga yang diberikan saat inflasi terjadi, bergantung pada kesepakatan dalam kontrak.
2. Fahmi Gunawan dan Heksa Biopsi Puji Hastuti menyatakan bahwa fluktuasi adalah sesuatu yang ada dalam perekonomian yang menunjukkan kegiatan ekonomi tidak berkembang secara teratur, melainkan mengalami kenaikan atau kemunduran yang berubah-ubah dari waktu ke waktu.
3. Serra dan Gil (2013) menjelaskan fluktuasi sebagai fenomena perubahan berupa naik turunnya variabel nilai tertentu yang disebabkan oleh perubahan mekanisme pasar.

Dari berbagai definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa fluktuasi merupakan perubahan harga, kondisi, atau keadaan tertentu yang terjadi dalam jangka waktu tertentu akibat dinamika permintaan dan penawaran di pasar.

Sedangkan pengertian fluktuasi ekonomi, atau sering disebut siklus ekonomi adalah pergerakan naik-turun kegiatan ekonomi secara periodik dalam suatu negara. Fluktuasi ini ditandai dengan perubahan tingkat produksi, investasi, tenaga kerja, harga barang dan jasa yang dapat juga menyebabkan perilaku tidak rasional atau bias perilaku individu konsumen dalam pengambilan keputusan.

Dalam kondisi ekonomi yang stabil, asumsi rasionalitas dalam pengambilan keputusan ekonomi seringkali digunakan. Namun, ketika terjadi fluktuasi ekonomi, baik itu ekspansi yang cepat atau kontraksi yang tajam, perilaku konsumen dan pelaku ekonomi lainnya seringkali menyimpang dari model rasional. Faktor psikologis, sosial, dan informasi yang tidak sempurna seringkali menjadi penyebab utama perilaku tidak rasional ini.

B. PERIODE FLUKTUASI EKONOMI

Selama kurun waktu 2013 hingga 2023, ekonomi Indonesia dan negara berkembang lainnya mengalami beberapa fluktuasi yang dipengaruhi oleh berbagai faktor global dan domestik.

1. Di Indonesia:

- a. **Periode 2013-2014:** Indonesia mengalami perlambatan ekonomi akibat penurunan harga komoditas global, yang berdampak pada sektor ekspor utama seperti batu bara dan minyak kelapa sawit.
- b. **2015-2017:** Pemulihan bertahap terjadi seiring dengan mulai stabilnya harga komoditas dan kebijakan pemerintah yang berfokus pada peningkatan investasi infrastruktur.

- c. **2018-2019:** Ekonomi Indonesia menunjukkan tren pertumbuhan yang stabil, meskipun ada kekhawatiran akan ketidakpastian global seperti perang dagang antara AS dan Tiongkok.
- d. **2020-2021:** Pandemi COVID-19 menghantam perekonomian Indonesia, menyebabkan kontraksi ekonomi pada tahun 2020 dengan penurunan PDB sebesar 2,07%. Kebijakan lockdown dan penurunan permintaan global memperparah situasi.
- e. **2022-2023:** Ekonomi Indonesia mulai pulih dengan pertumbuhan yang dipicu oleh kebangkitan konsumsi domestik dan ekspor, meskipun tekanan inflasi dan ketidakpastian global seperti konflik di Ukraina masih menjadi tantangan.

2. Di Negara Berkembang lain:

- a. **Brazil:** Mengalami resesi pada 2015-2016 akibat penurunan harga komoditas dan ketidakstabilan politik, diikuti oleh pemulihan yang lambat hingga tahun 2019. Pandemi COVID-19 memperburuk kondisi ekonomi Brazil pada tahun 2020, meskipun ada pemulihan pada 2021-2023.
- b. **India:** Pada periode 2013-2019, India mengalami pertumbuhan yang kuat, meski sempat terjadi perlambatan pada 2019 akibat penurunan investasi dan krisis perbankan. Seperti banyak negara lainnya, ekonomi India juga terdampak parah oleh pandemi pada 2020-2021, namun pulih secara signifikan pada 2022.
- c. **Nigeria:** Menghadapi tantangan berat akibat penurunan harga minyak global pada 2014-2016, Nigeria memasuki resesi pada 2016. Pemulihan terjadi secara bertahap, meski negara tersebut kembali mengalami tekanan selama pandemi pada 2020.

C. CIRI-CIRI FLUKTUASI EKONOMI

Ciri-ciri utama fluktuasi ekonomi meliputi:

1. Siklus Ekonomi: Fluktuasi ekonomi mengikuti pola siklus yang terdiri dari empat tahap utama: ekspansi (pertumbuhan), puncak, resesi (penurunan), dan pemulihan.
2. Ketidakpastian: Fluktuasi seringkali sulit diprediksi karena banyak faktor yang memengaruhinya, termasuk variabel makroekonomi dan geopolitik.
3. Perubahan Tingkat Output dan Pengangguran: Saat ekonomi mengalami pertumbuhan, output meningkat dan pengangguran menurun. Sebaliknya, saat terjadi resesi, output menurun dan pengangguran meningkat.
4. Fluktuasi Harga: Pada saat pertumbuhan ekonomi yang cepat, inflasi cenderung meningkat karena tingginya permintaan barang dan jasa. Sebaliknya, pada saat resesi, tekanan inflasi cenderung menurun.
5. Dampak pada Investasi dan Konsumsi: Fluktuasi ekonomi sangat memengaruhi perilaku konsumsi dan investasi. Pada masa ekspansi, investasi dan konsumsi cenderung meningkat, sementara pada masa resesi, kedua faktor ini menurun.

D. PENGARUH FLUKTUASI EKONOMI PADA EKONOMI PERILAKU

Fluktuasi ekonomi dengan ilmu ekonomi punya hubungan sangat erat, karena fluktuasi ekonomi merupakan salah satu fenomena yang dipelajari secara mendalam dalam berbagai cabang ilmu ekonomi. Berikut penjelasan lebih detail mengenai bagaimana fluktuasi ekonomi terkait dengan salah satu aspek ilmu ekonomi yaitu ekonomi perilaku. Fluktuasi ekonomi mempengaruhi bagaimana individu dan kelompok bertindak dalam menghadapi ketidakpastian ekonomi. Ekonomi perilaku membantu menjelaskan

fenomena yang tidak selalu rasional dalam keputusan investasi, konsumsi, atau produksi selama periode fluktuasi.

Pengaruh fluktuasi ekonomi dengan ekonomi perilaku dapat dilihat dari sudut pandang pada cara individu dan kelompok membuat keputusan dalam kondisi ketidakpastian ekonomi, serta bagaimana emosi, dan perilaku bias lainnya memengaruhi respons mereka terhadap fluktuasi tersebut. Berikut adalah gambaran lebih rinci tentang hubungan ini:

Dalam kondisi ekonomi yang berfluktuasi, seperti resesi atau ketidakpastian ekonomi, perilaku konsumsi individu cenderung berubah. Teori ekonomi tradisional mungkin berasumsi bahwa konsumen selalu rasional dan membuat keputusan berdasarkan informasi yang tersedia. Namun, ekonomi perilaku menunjukkan bahwa emosi dan perilaku tidak rasional atau (perilaku bias) sering memengaruhi keputusan konsumen. Fluktuasi ekonomi juga memengaruhi perilaku konsumen, terutama melalui penggunaan heuristik, yaitu aturan praktis yang digunakan untuk membuat keputusan cepat dalam situasi yang kompleks dan tidak pasti. Perilaku konsumen yang bias karena penggunaan heuristik pada saat fluktuasi ekonomi ini antara lain:

1. Overconfidence (Kepercayaan Diri Berlebihan)

Selama periode ekspansi ekonomi, investor cenderung terlalu percaya diri dalam kemampuan mereka untuk memprediksi pasar, sehingga mereka mungkin mengambil risiko yang lebih tinggi. Ketika ekonomi tiba-tiba mengalami kontraksi, konsumen sering kali menyadari bahwa ekspektasi mereka tidak sesuai dengan kenyataan.

2. Loss Aversion (Penghindaran Kerugian)

Ekonomi perilaku juga menjelaskan fenomena "loss aversion", di mana individu lebih takut mengalami kerugian daripada menikmati keuntungan dengan jumlah yang sama. Dalam konteks fluktuasi ekonomi, saat pasar mengalami penurunan,

investor cenderung panik dan menjual aset mereka dengan harga rendah, meskipun rasionalitas mungkin menyarankan untuk menahan investasi mereka dalam jangka panjang.

3. Bias Ketersediaan (Availability Bias) dalam Evaluasi Risiko

Bias ketersediaan terjadi ketika individu mendasarkan keputusan mereka pada informasi yang paling mudah diingat atau yang paling baru mereka lihat, meskipun informasi itu tidak sepenuhnya representatif. Dalam konteks fluktuasi ekonomi, ketika ada guncangan besar seperti krisis keuangan atau resesi, pengalaman negatif ini lebih mudah diingat oleh masyarakat, dan mereka cenderung mengantisipasi krisis serupa terjadi lagi di masa depan.

4. Herding Behavior (Perilaku Ikut-ikutan)

Dalam fluktuasi ekonomi yang signifikan, seperti gejolak pasar atau krisis keuangan, individu sering kali mengikuti perilaku mayoritas tanpa mengevaluasi secara rasional apakah keputusan tersebut benar untuk situasi mereka.

- Ikut-ikutan dalam Penjualan Aset: Selama krisis, banyak investor mungkin panik dan menjual aset mereka hanya karena orang lain melakukan hal yang sama, meskipun penjualan massal ini justru dapat memperburuk keadaan pasar.
- Tren Investasi Saat Ekspansi: Pada saat pasar sedang dalam fase ekspansi, investor bisa terdorong untuk ikut-ikutan dalam euforia, membeli aset yang mungkin sudah overvalued, karena takut tertinggal (fear of missing out).

5. Pengaruh Emosi dalam Pengambilan Keputusan Ekonomi
Fluktuasi ekonomi cenderung menimbulkan reaksi emosional yang kuat, baik itu rasa takut saat resesi atau rasa optimisme berlebihan saat ekspansi. Emosi perilaku menyoroti bagaimana emosi ini dapat memengaruhi keputusan ekonomi, dan sering kali mengarah pada hasil yang tidak rasional.

- Emosi Ketakutan Saat Resesi: Ketika ekonomi menurun, rasa takut kehilangan pekerjaan atau investasi dapat membuat individu melakukan keputusan-keputusan impulsif, seperti menarik dana dari pasar atau menunda pembelian penting.
- Overoptimisme Saat Ekspansi: Di sisi lain, saat ekonomi sedang tumbuh, orang mungkin menjadi terlalu optimis dan mengabaikan risiko, yang sering kali mengarah pada perilaku pengambilan risiko yang berlebihan, seperti investasi spekulatif atau pembelian barang-barang mewah yang tidak perlu.

E. FAKTOR PENYEBAB PERILAKU IRRASIONAL

1. Informasi yang Tidak Sempurna: Konsumen seringkali tidak memiliki informasi yang lengkap dan akurat tentang kondisi ekonomi.
2. Tekanan Sosial: Tekanan dari teman, keluarga, atau lingkungan sosial dapat memengaruhi keputusan konsumen.
3. Emosi: Emosi seperti takut, cemas, atau euforia dapat mengaburkan penilaian rasional.
4. Heuristik: Konsumen sering menggunakan aturan praktis atau cara berpikir yang sederhana untuk mengambil keputusan, yang tidak selalu optimal.

F. HUBUNGAN FLUKTUASI EKONOMI DAN PERILAKU IRRASIONAL

Dalam kondisi ekonomi yang stabil, asumsi rasionalitas dalam pengambilan keputusan ekonomi seringkali digunakan. Namun, ketika terjadi fluktuasi ekonomi, baik itu ekspansi yang cepat atau kontraksi yang tajam, perilaku konsumen dan pelaku ekonomi lainnya seringkali menyimpang dari model rasional. Faktor

psikologis, sosial, dan informasi yang tidak sempurna seringkali menjadi penyebab utama perilaku tidak rasional yang menyebabkan perilaku bias.

Fluktuasi ekonomi yang tak terhindarkan sering kali memicu perubahan dalam perilaku konsumen. Perubahan ini tidak selalu rasional dan sering dipengaruhi oleh bias perilaku yang melekat pada manusia. **Bias perilaku** adalah kecenderungan manusia untuk membuat keputusan yang menyimpang dari rasionalitas ekonomi

Hubungan antara fluktuasi ekonomi dan ekonomi perilaku terletak pada cara individu dan kelompok membuat keputusan dalam kondisi ketidakpastian ekonomi, serta bagaimana emosi, bias, dan persepsi mereka terhadap risiko memengaruhi respons mereka terhadap fluktuasi tersebut. Berikut adalah gambaran lebih rinci tentang hubungan ini:

1. Hubungan Perilaku Bias Efek Disposisi dan Fluktuasi Ekonomi.

Efek disposisi, sebuah bias perilaku investor yang cenderung menjual aset yang menguntungkan terlalu cepat dan menahan aset yang merugi terlalu lama, memiliki implikasi yang signifikan terhadap dinamika pasar dan fluktuasi ekonomi. Artikel ini akan membahas secara mendalam tentang bagaimana efek disposisi ini berinteraksi dengan berbagai faktor lain, membentuk kurva hubungan yang kompleks dan berdampak pada perilaku pasar.

a. Dampak Efek Disposisi terhadap Pasar

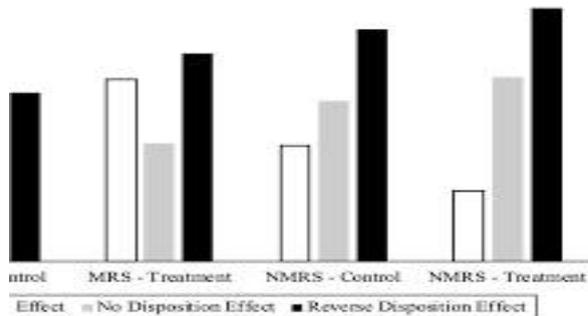
- **Volatilitas Pasar Meningkat:** Ketika banyak investor menjual aset yang menguntungkan terlalu cepat, hal ini dapat memicu aksi jual yang lebih luas, meningkatkan volatilitas pasar. Sebaliknya, ketika investor menahan aset yang merugi, hal ini dapat menghambat pemulihan harga.
- **Inefisiensi Pasar:** Efek disposisi dapat menyebabkan harga aset menyimpang dari nilai intrinsiknya. Aset yang

menguntungkan mungkin undervalued, sementara aset yang merugi mungkin overvalued.

- Amplifikasi Siklus Pasar: Efek disposisi dapat memperkuat siklus pasar yang ada. Selama periode bullish, efek disposisi dapat mempercepat kenaikan harga, sementara selama periode bearish, efek disposisi dapat memperpanjang penurunan harga.

b. Kurva Hubungan

Untuk memvisualisasikan hubungan antara efek disposisi dan fluktuasi ekonomi, dapat menggambar kurva yang menunjukkan bagaimana perubahan dalam tingkat efek disposisi mempengaruhi volatilitas pasar sebagai berikut:



Sumber: www.frontiersin.org

- Sumbu X: Tingkat Efek Disposisi (rendah hingga tinggi);
- Sumbu Y: Volatilitas Pasar.

Keterangan:

Kurva ini kemungkinan akan berbentuk naik, menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat efek disposisi, semakin tinggi pula volatilitas pasar. Namun, bentuk kurva yang sebenarnya akan bervariasi tergantung pada berbagai faktor, termasuk kondisi ekonomi makro, struktur pasar, dan karakteristik investor.

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kurva

- Kondisi Ekonomi Makro: Selama periode ekonomi yang kuat, efek disposisi mungkin kurang terlihat karena investor lebih optimis. Sebaliknya, selama periode resesi, efek disposisi mungkin lebih dominan.
- Struktur Pasar: Pasar yang lebih likuid cenderung memiliki volatilitas yang lebih rendah, sehingga efek disposisi mungkin kurang berpengaruh.
- Karakteristik Investor: Investor individu cenderung lebih rentan terhadap efek disposisi dibandingkan investor institusional.

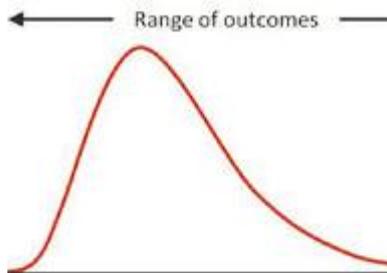
2. Hubungan Overconfidence dengan Fluktuasi Ekonomi

a. Dampak Overconfidence terhadap Pasar

- Overconfidence dalam Pasar: Ketika investor atau pelaku pasar terlalu percaya diri pada kemampuan mereka dalam memprediksi pasar, mereka cenderung mengambil risiko yang lebih tinggi. Ini bisa memicu gelembung aset (asset bubble) saat kondisi pasar sedang baik.
- Siklus Boom and Bust: Overconfidence seringkali berkontribusi pada siklus boom and bust. Pada fase ekspansi, investor yang terlalu percaya diri akan terus membeli aset, mendorong harga semakin tinggi. Namun, ketika gelembung pecah, kejatuhan harga yang tajam akan terjadi.
- Amplifikasi Fluktuasi: Overconfidence dapat memperkuat fluktuasi ekonomi. Ketika ekonomi sedang membaik, overconfidence dapat mendorong investasi yang berlebihan dan mempercepat pertumbuhan. Sebaliknya, ketika ekonomi melemah, overconfidence dapat memperlambat pemulihan karena investor menjadi terlalu pesimis.

b. Kurva Hubungan

Meskipun tidak ada kurva yang secara universal diterima untuk menggambarkan hubungan ini, kita dapat mengilustrasikan hubungan antara overconfidence dan fluktuasi ekonomi dengan kurva hipotesis sebagai berikut:



Keterangan:

Kurva Positif: Kurva ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat overconfidence, semakin tinggi pula volatilitas ekonomi. Ini mengindikasikan bahwa ketika kepercayaan diri investor terlalu tinggi, pasar cenderung lebih fluktuatif.

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Hubungan:

- Jenis Aset: Overconfidence mungkin memiliki dampak yang berbeda pada pasar saham, pasar obligasi, atau pasar properti.
- Kondisi Ekonomi: Dampak overconfidence dapat bervariasi tergantung pada kondisi ekonomi secara keseluruhan.
- Regulasi Pasar: Kebijakan pemerintah dapat mempengaruhi tingkat overconfidence dan dampaknya terhadap pasar.

3. Hubungan Loss Aversion dan Fluktuasi Ekonomi

Loss aversion adalah kecenderungan manusia untuk lebih menghindari kerugian daripada memperoleh keuntungan yang

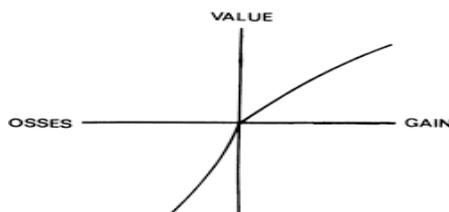
sama besarnya. Konsep ini, yang berasal dari prospek teori, memiliki implikasi yang signifikan dalam perilaku ekonomi, terutama dalam kondisi fluktuasi ekonomi.

Hubungan Loss Aversion dan Fluktuasi Ekonomi adalah ketika terjadi fluktuasi ekonomi, terutama pada saat penurunan atau ketidakpastian, loss aversion cenderung semakin kuat. Berikut adalah beberapa implikasi dari loss aversion dalam konteks fluktuasi ekonomi:

a. Dampak Loss Aversion terhadap Perilaku investor dan Konsumen

- Perilaku Investor:
 - Menunda Penjualan: Investor cenderung menunda penjualan aset yang nilainya telah menurun, berharap harga akan kembali naik. Hal ini dapat memperpanjang periode penurunan pasar.
 - Aversi terhadap Risiko: Investor menjadi lebih enggan mengambil risiko, sehingga mengurangi aktivitas investasi dan memperlambat pemulihan ekonomi.
- Perilaku Konsumen:
 - Penundaan Pembelian: Konsumen cenderung menunda pembelian barang-barang besar, terutama jika harga sedang turun, karena takut membuat keputusan yang salah dan mengalami kerugian.
 - Fokus pada Penghematan: Konsumen akan lebih fokus pada penghematan daripada konsumsi, sehingga mengurangi permintaan agregat.

b. Kurva Hubungan loss aversion dan fluktuasi ekonomi



Keterangan:

Kurva Positif: Kurva ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat loss aversion, semakin tinggi pula volatilitas ekonomi. Ini mengindikasikan bahwa ketika individu lebih menghindari kerugian, fluktuasi ekonomi cenderung lebih besar dan lebih lama.

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Hubungan:

- Besarnya Potensi Kerugian: Semakin besar potensi kerugian yang dirasakan, semakin kuat pula efek loss aversion.
- Tingkat Ketidakpastian: Semakin tinggi tingkat ketidakpastian, semakin sulit bagi individu untuk mengevaluasi risiko, sehingga loss aversion cenderung meningkat.
- Karakteristik Individu: Faktor-faktor seperti usia, pengalaman investasi, dan tingkat pendidikan dapat mempengaruhi tingkat loss aversion seseorang.

4. Hubungan *Availability Bias* dan Fluktuasi Ekonomi

Availability bias adalah kecenderungan seseorang untuk memperkirakan probabilitas atau frekuensi suatu kejadian berdasarkan kemudahan mengingat contoh-contoh kejadian tersebut. Dengan kata lain, kita cenderung memberikan bobot yang lebih besar pada informasi yang mudah diingat, meskipun informasi tersebut mungkin tidak representatif.

a. Dampak *Availability Bias* pada Pengambilan Keputusan Investasi dan Aset

***Availability Bias* Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Investasi dan a**

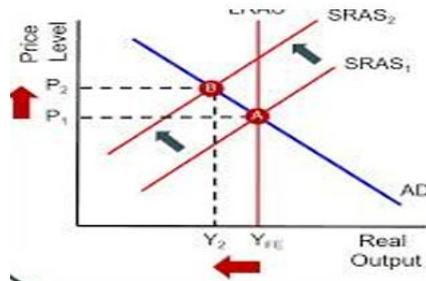
- Fokus pada Berita Terbaru: Investor seringkali terlalu fokus pada berita terbaru yang menarik perhatian, meskipun berita tersebut mungkin tidak relevan dengan kinerja jangka panjang suatu aset.

- Pengaruh Media: Media massa memiliki peran penting dalam membentuk persepsi publik tentang kondisi ekonomi. Berita negatif yang sering disiarkan dapat meningkatkan rasa takut dan ketidakpastian di kalangan investor, sehingga mendorong mereka untuk menjual aset.
- Underestimation of Rare Events: Kejadian-kejadian langka seperti krisis keuangan seringkali sulit dibayangkan karena kurangnya pengalaman langsung. Akibatnya, investor mungkin meremehkan risiko terjadinya peristiwa serupa di masa depan.

Pembentukan Gelembung Aset:

Euforia: Ketika suatu aset mengalami kenaikan harga yang signifikan, cerita-cerita sukses terkait aset tersebut akan mudah diingat dan disebarluaskan, sehingga mendorong investor lain untuk ikut membeli, memperkuat tren kenaikan harga.

b. Kurva Hubungan



Keterangan:

Kurva Positif: Kurva ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat *availability bias*, semakin tinggi pula volatilitas ekonomi. Ini mengindikasikan bahwa ketika investor semakin

sering membuat keputusan berdasarkan informasi yang mudah diingat, tanpa mempertimbangkan data statistik yang lebih komprehensif, fluktuasi pasar cenderung semakin besar.

c. Implikasi bagi Investor dan Pembuat Kebijakan

- Investor: Investor perlu mengembangkan kemampuan analisis yang kritis dan tidak hanya mengandalkan informasi yang mudah diakses. Mereka perlu mencari sumber informasi yang beragam dan melakukan analisis yang mendalam sebelum membuat keputusan investasi.
- Pembuat Kebijakan: Pemerintah dapat merancang kebijakan yang bertujuan untuk meningkatkan transparansi pasar dan menyediakan informasi yang akurat kepada investor. Selain itu, edukasi keuangan juga penting untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang bias kognitif seperti *availability bias*.

5. Hubungan Antara Herding Behavior dan Fluktuasi Ekonomi

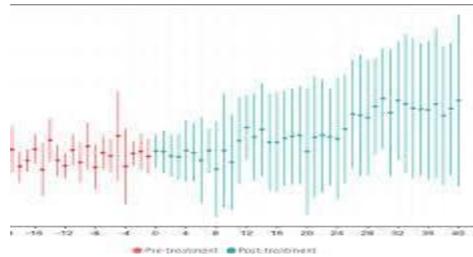
Herding behavior atau perilaku berkelompok adalah kecenderungan individu untuk mengikuti tindakan atau keputusan mayoritas, tanpa melakukan evaluasi kritis terhadap informasi yang ada. Dalam konteks pasar keuangan, perilaku ini sering terjadi ketika investor mengikuti keputusan investasi yang dilakukan oleh investor lain, tanpa mempertimbangkan faktor fundamental yang mendasari suatu aset.

a. Dampak Herding pada Fluktuasi Ekonomi dalam 3 hal:

- Amplifikasi Volatilitas: Herding dapat memperkuat fluktuasi pasar. Ketika banyak investor membeli suatu aset karena melihat orang lain melakukannya, harga aset tersebut akan cenderung naik dengan cepat. Sebaliknya, jika banyak investor menjual aset karena melihat orang lain menjual, harga akan turun dengan tajam.

- Pembentukan Gelembung Aset: Herding dapat berkontribusi pada pembentukan gelembung aset. Ketika euforia pasar mencapai puncaknya, investor akan terus membeli aset tanpa mempertimbangkan risiko yang ada, sehingga harga aset menjadi tidak berkelanjutan.
- Percepatan Krisis: Selama periode krisis, herding dapat mempercepat penurunan harga aset. Ketika investor panik dan mulai menjual aset mereka, perilaku ini akan menginfeksi investor lain, sehingga memperburuk situasi.

b. Kurva Hubungan Herding dan fluktuasi ekonomi



Keterangan:

Kurva Positif: Kurva ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat herding, semakin tinggi pula volatilitas ekonomi. Ini mengindikasikan bahwa ketika semakin banyak investor mengikuti perilaku kelompok, fluktuasi pasar cenderung semakin besar.

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Hubungan:

- Kondisi Pasar: Herding cenderung lebih kuat dalam kondisi pasar yang tidak pasti atau ketika informasi yang tersedia terbatas.
- Karakteristik Investor: Investor yang kurang berpengalaman atau memiliki tingkat kepercayaan diri yang rendah cenderung lebih mudah terpengaruh oleh herding.

- Struktur Pasar: Pasar yang terkonsentrasi, di mana beberapa investor besar memiliki pengaruh yang signifikan, cenderung lebih rentan terhadap herding.

6. Hubungan Emosional dan Fluktuasi Ekonomi

Fluktuasi ekonomi bukanlah sekadar pergerakan angka-angka dalam grafik. Di balik setiap perubahan angka, terdapat emosi manusia yang kompleks dan dinamis. Hubungan antara emosi dan fluktuasi ekonomi adalah sebuah interaksi yang saling mempengaruhi, di mana emosi dapat memicu perubahan ekonomi dan sebaliknya, fluktuasi ekonomi dapat memicu berbagai macam emosi pada manusia.

a. Dampak Emosi pada Fluktuasi Ekonomi

- Pengambilan Keputusan Investasi:
 - Euforia: Ketika pasar sedang naik, investor seringkali merasa euforia dan cenderung mengambil risiko yang lebih tinggi, mendorong harga aset semakin naik.
 - Ketakutan: Sebaliknya, ketika pasar mengalami penurunan, investor seringkali merasa takut dan menjual aset mereka, memperparah penurunan harga.
 - Keserakahan: Keinginan untuk mendapatkan keuntungan yang cepat dapat mendorong investor untuk membuat keputusan yang tidak rasional.
- Perilaku Herd: Emosi dapat memicu perilaku *herd* atau berkelompok. Ketika banyak investor mengalami emosi yang sama, mereka cenderung melakukan tindakan yang sama, memperkuat tren pasar yang ada.
- Self-Fulfilling Prophecy: Ekspektasi yang didorong oleh emosi dapat menjadi *self-fulfilling prophecy*. Jika investor secara kolektif mengharapkan pasar akan jatuh, mereka akan mulai menjual aset, yang pada akhirnya dapat menyebabkan pasar benar-benar jatuh.

b. Jenis-Jenis Emosi yang Mempengaruhi Pasar:

- **Ketakutan:** Ketakutan akan kerugian dapat mendorong investor untuk menjual aset secara panik.
- **Keserakahan:** Keinginan untuk mendapatkan keuntungan yang cepat dapat mendorong investor untuk mengambil risiko yang tidak perlu.
- **Euforia:** Perasaan optimisme yang berlebihan dapat menyebabkan gelembung aset.
- **Penyesalan:** Penyesalan atas keputusan investasi di masa lalu dapat mempengaruhi keputusan investasi di masa depan.

G. RANGKUMAN

Fluktuasi ekonomi, baik itu pertumbuhan atau penurunan, sangat mempengaruhi perilaku konsumen. Perubahan-perubahan ini seringkali dipengaruhi oleh bias-bias perilaku yang melekat pada manusia.

1. **Bias perilaku** adalah kecenderungan manusia untuk membuat keputusan yang menyimpang dari rasionalitas ekonomi. Beberapa contoh bias perilaku konsumen adalah efek bingkai, aversi terhadap kerugian, status quo bias, dan herd mentality.
2. **Fluktuasi ekonomi** dapat memperkuat atau melemahkan bias-bias ini. Misalnya, dalam masa resesi, konsumen cenderung lebih menghindari kerugian dan lebih memilih produk yang lebih murah. Sebaliknya, dalam masa ekspansi, konsumen mungkin lebih impulsif dan cenderung mengikuti tren.
3. **Implikasi bagi bisnis:** Memahami hubungan ini sangat penting bagi bisnis agar dapat menyesuaikan strategi pemasaran, mengembangkan produk yang relevan, dan membangun hubungan yang kuat dengan konsumen.
4. **Efek disposisi** merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi perilaku investor dan dinamika pasar. Dengan memahami hubungan antara efek disposisi dan fluktuasi

ekonomi, kita dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana pasar bekerja dan bagaimana risiko dapat dikelola.

5. **Overconfidence** adalah salah satu faktor psikologis yang penting dalam mempengaruhi perilaku investor dan fluktuasi pasar. Memahami hubungan antara overconfidence dan fluktuasi ekonomi dapat membantu kita membangun model yang lebih baik untuk memprediksi dan mengelola risiko di pasar keuangan
6. **Loss aversion** adalah faktor psikologis yang penting dalam mempengaruhi perilaku ekonomi, terutama dalam kondisi fluktuasi ekonomi. Memahami konsep loss aversion dapat membantu kita merancang kebijakan yang lebih efektif dan mengembangkan strategi investasi yang lebih baik.
7. **Availability bias** adalah salah satu faktor psikologis yang penting dalam mempengaruhi perilaku investor dan fluktuasi pasar. Memahami bias ini dapat membantu kita merancang strategi investasi yang lebih baik dan mengembangkan kebijakan yang lebih efektif untuk menjaga stabilitas pasar keuangan.
8. **Herding behavior** adalah fenomena yang kompleks dan memiliki implikasi yang signifikan bagi stabilitas pasar keuangan. Memahami hubungan antara herding dan fluktuasi ekonomi dapat membantu investor dan pembuat kebijakan merancang strategi yang lebih baik untuk menghadapi tantangan di pasar keuangan.
9. **Emosi** adalah faktor manusia yang tak terpisahkan dari dinamika pasar keuangan. Memahami hubungan antara emosi dan fluktuasi ekonomi dapat membantu kita membuat keputusan investasi yang lebih baik dan merancang kebijakan yang lebih efektif untuk menjaga stabilitas pasar.

H. TES FORMATIF

1. Fluktuasi ekonomi yang paling sering terjadi dan memiliki siklus adalah...
 - a. Inflasi
 - b. Deflasi
 - c. Siklus bisnis
 - d. Resesi

2. Perilaku konsumen yang cenderung menunda pembelian barang-barang tahan lama saat terjadi resesi merupakan contoh dari...
 - a. Perilaku rasional
 - b. Perilaku irasional
 - c. Adaptasi terhadap kondisi ekonomi
 - d. Efek demonstrasi

3. Kenaikan harga secara umum dan terus-menerus dalam jangka waktu tertentu disebut...
 - a. Deflasi
 - b. Inflasi
 - c. Stagflasi
 - d. Depresiasi

4. Salah satu dampak negatif dari fluktuasi ekonomi yang signifikan adalah...
 - a. Peningkatan investasi
 - b. Pertumbuhan ekonomi yang stabil
 - c. Tingkat pengangguran yang tinggi
 - d. Peningkatan daya beli masyarakat

5. Perilaku investor yang cenderung melakukan pembelian saham secara panik saat pasar saham sedang naik merupakan contoh dari...
 - a. Perilaku rasional
 - b. Perilaku herd mentality

- c. Diversifikasi investasi
 - d. Analisis fundamental
6. Perilaku investor yang terlalu percaya diri dalam kemampuannya untuk mengalahkan pasar saham disebut...
- a. Herding
 - b. Overconfidence
 - c. Efek Disposisi
 - d. Risk Aversion
7. Kecenderungan untuk mengikuti perilaku mayoritas tanpa melakukan analisis independen disebut...
- a. Overconfidence
 - b. Herding
 - c. Efek Disposisi
 - d. Risk Seeking
8. Perilaku menjual aset yang nilainya naik dan menahan aset yang nilainya turun disebut...
- a. Herding
 - b. Overconfidence
 - c. Efek Disposisi
 - d. Risk Aversion
9. Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku irasional adalah...
- a. Rasionalitas
 - b. Emosi
 - c. Logika
 - d. Kecerdasan
10. Dampak negatif dari perilaku irasional dalam pasar keuangan adalah...
- a. Stabilitas pasar
 - b. Efisiensi pasar
 - c. Volatilitas pasar

d. Pertumbuhan ekonomi

I. PERTANYAAN UNTUK DISKUSI

1. Apa yang dimaksud dengan bias perilaku konsumen?
2. Bagaimana fluktuasi ekonomi dapat mempengaruhi bias perilaku konsumen?
3. Sebutkan tiga contoh bias perilaku konsumen yang umum terjadi.
4. Apa implikasi dari hubungan antara fluktuasi ekonomi dan bias perilaku konsumen bagi bisnis?
5. Bagaimana *availability bias* dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam situasi krisis?

DAFTAR PUSTAKA

- Acemoglu, D., & Robinson, J. A. (2012). *Why Nations Fail: The Origins of Power, Prosperity, and Poverty*. Crown Business.
- Aghion, P., & Howitt, P. (2009). *The Economics of Growth*. MIT Press.
- Akhmad. 2014. *Ekonomi Mikro Teori dan Aplikasi di Dunia Usaha*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Amalia, L., dan Murni, *Ekonomika Mikro Edisi Revisi Kedua*, Refika Aditama, Bandung, 2017.
- Amuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2010). *Ekonomi Mikromakro*. Jakarta: Erlangga. (Buku klasik yang masih relevan dan sering dijadikan rujukan utama)
- Ariely, D. (2008). *Predictably Irrational*. HarperCollins. (Buku ini juga membahas banyak tentang bias perilaku)
- Ariely, D. (2008). *Predictably Irrational*. HarperCollins. (Buku yang menarik tentang eksperimen-eksperimen psikologi ekonomi)
- Becker, G. S. (1993). *A Treatise on the Family*. Harvard University Press.
- Bénabou, R. (1996). Heterogeneity, Stratification, and Growth: A Rodrik Perspective. In *Economic Growth* (pp. 139-194). The MIT Press.
- Berliani, D. N., & Abadi, M. T. (2023). Analisis Studi Kelayakan Bisnis pada Usaha Keripik Singkong. *BISMA: Business and Management Journal*, 1(02), 60–68.

- Blanchard, O. J. (2010). *Macroeconomics*. Pearson Education.
(Buku yang menyajikan analisis yang komprehensif tentang siklus bisnis)
- Blanchard, O., & Johnson, D. R. (2013). *Macroeconomics*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Blancrad, Oliver (2020). *Macroeconomics*. 8th edition, Pearson Publisher
- Boediono, (2002), *Ekonomi Makro: Seri Sinopsis Pengantar Ilmu Ekonomi No.1 Edisi 2*. Yogyakarta: BPEE
- Boediono. 1982. *Ekonomi Mikro. Seri Sinopsis PIE No. 1*, BPFE, Yogyakarta
- Case, K. E., & Fair, R. C. (2020). *Principles of Macroeconomics*. 13th ed. Pearson Education.
- Case, Karl E., Ray C. Fair, and Sharon M. Oster. 2020. *Principles of Economics*, 13th Edition, Pearson Education
- Diamond, P. A., & Hausman, J. A. (1994). Contingent Valuation: Is Some Number Better Than No Number? *Journal of Economic Perspectives*, 8(4), 45-64.
- Didit Darmawan, 2018, *Pengantar Teori Ekonomi Makro*, pt Revka Petra Media, Surabaya.
- Dornbush R, et al, (2018). *Macroeconomics 13th Edition*, McGraw Hill Publisher, New York
- Dr Ayus Ahmad Yusif, M. S. (2012). *Buku Ekonomi Micro*.
- Ec Lydia Goenadhi, D., & Dra Hj Nobaiti, Ms. (2017). *PENGANTAR EKONOMI MIKRO*.

- Fatoni Siti Nur. 2014. Pengantar Ilmu Ekonomi. Bandung: Pustaka Setia. Hasan
- Friedman, M. (2002). Capitalism and Freedom. University of Chicago Press.
- Ghina Elza Maizan dan Asyari, 2012, Ekonomi Makro Modul Kuliah, Bukittinggi
- Gilovich, T., Griffin, D., & Kahneman, D. (2002). Heuristics and Biases: The Psychology of Intuitive Judgment. Cambridge University Press. (Buku kompilasi yang membahas berbagai jenis bias)
- Glaeser, E. L. (2011). Triumph of the City: How Our Greatest Invention Makes Us Richer, Smarter, Greener, Healthier, and Happier. Penguin Press.
- Hall, R. E. (2009). Macroeconomics. W. W. Norton & Company. (Buku yang mendalam tentang teori dan kebijakan makroekonomi)
- Harahap, R. (2019). Ekonomi Mikro dan Kebijakan Publik. Universitas Sumatera Utara Press.
- Hariyono, Nopiah, R., Kusumastuti, S.Y., Cikit Apriyanti, Harmaini, Nuraini Chaniago, Endri Sentosa, Dini Hariyanti, Nurhayati, Lavlimatria Esya, Sumiyarti, R. Ajeng Entaresmen, Tri Kunawangsih Purnamaningrum, Suharto, Ellyana Amran, Loso Judijanto. 2024. Dasar-Dasar Ekonomi: Teori, Konsep & Perkembangan Abad 21. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Hayek, F. A. (1944). The Road to Serfdom. University of Chicago Press.
- Hirschman, A. O. (1970). Exit, Voice, and Loyalty: Responses to Decline in Firms, Organizations, and States. Harvard University Press.

<https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/default.aspx>

Idris, M. (2023). Pengertian Penjelasan dan Faktor-Faktor Apa Saja yang Menyebabkan Terciptanya Perekonomian Terbuka pada Suatu Negara. Kompasiana.Com.

Ihsan, N., Dian, P., Hendri, N. A., & Ade, T. (2024). Pengaruh Profitabilitas dan Kebijakan Dividen Dalam Menentukan Harga Saham di Bursa Efek Indonesia. *COSTING:Journal of Economic, Business and Accounting*, 7, 7938–7946.

Junaidin Zakaria, 2028, Pengantar Teori Ekonomi Makro, Makassar

Kahneman, D. (2011). *Thinking, Fast and Slow*. Farrar, Straus and Giroux. (Buku pemenang Nobel yang membahas tentang bias kognitif dan pengambilan keputusan)

Karya, D., & Syamsuddin, S. (2017). *Makro Ekonomi Pengantar untuk Manajemen Edisi 2*. Jogja: Rajawali Press.

Kasmir, Bank & Lembaga Keuangan Lainnya, 2014, Edisi Revisi, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta.

Kuangan, B. P. dan P. (n.d.). *Seri Makro Ekonomi - Perekonomian Terbuka*. Keuangan, Badan Pendidikan Dan Pelatihan.

Keynes, J. M. (1936). *The General Theory of Employment, Interest, and Money*. Harcourt Brace.

Konta Intan Damanik Gatot Sasongko. (n.d.). *PENGANTAR ILMU EKONOMI*.

Kotler. (2018). *Sistem Ekonomi Perekonomian Terbuka*. Galang Tanjung, 2504, 1–9.

- Krugman, P., & Wells, R. (2018). *Microeconomics*. Worth Publishers.
- Krugman, P., & Wells, R. (2020). *Microeconomics* (5th ed.). Worth Publishers.
- Kundhani, E. Y. Sugiharto, Kusumastuti, S.Y., Irawati, Sabaruddin L.O., Dalizanolu H., Sumiyarti, Wafik, A. Z., Ariza, A., Suparyati, A., Judijanto, L., 2024. *Prinsip-prinsip Ekonomi: Teori komprehensif*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Lipsey, R. G., & Chrystal, A. W. (2011). *An Introduction to Positive Economics*. Oxford University Press. (Buku yang menekankan pada analisis ekonomi positif)
- Lucas, R. E. (1981). *Studies in Business-Cycle Theory*. Blackwell.
- Mankiw, Gregory, N. 2006, *Principles of Economics*. Edisi 3, Salemba Empat, Jakarta
- Mankiw, N Gregory (2012). *Principles of Macroeconomics*. 11th ed. South-Western CENGAGE Learning, Nelson Education.
- Mankiw, N. G. (2014). *Macroeconomics*. Cengage Learning. (Bab-bab tertentu dalam buku ini membahas fluktuasi ekonomi)
- Mankiw, N. G. (2014). *Principles of Economics*. Cengage Learning.
- Mankiw, N. G. (2014). *Principles of Economics*. Cengage Learning. (Buku populer dengan pendekatan yang lebih kontemporer)
- Mankiw, N. G. (2021). *Principles of Economics* (8th ed.). Cengage Learning.
- Mankiw, N. G., 2024, *Principles of Economics*, 10e, Cengage Learning, Inc

- Mankiw, N. Gregory. 2006. Pengantar Teori Ekonomi Makro. Edisi Ketiga. Jakarta: Salemba Empat
- Nanang Tegar, Pengantar Makro Ekonomi, Teori dan Terapannya, Anak Hebat Indonesia.
- Nasihin, I., & Dewi, S. K. (2021). Pengaruh Rasio Keuangan dan Good Corporate Governance terhadap Basic Earning Power dengan Variabel Moderasi Pertumbuhan Ekonomi. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(8), 2100. <https://doi.org/10.24843/eja.2021.v31.i08.p17>
- Nasihin, I., & Purwandari, D. (2022). Analysis of the Effect of Profitability, Liquidity, and Firm Size on the Timeliness of Financial Report Submission. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 12(1), 33. <https://doi.org/10.30588/jmp.v12i1.989>
- Nasihin, I., Fitriana, A. V., Arimurti, T., & Purwandari, D. (2023). SEIKO : Journal of Management & Business The Role Of Financial Performance In The Disclosure Of Sustainability Reportd In State-Owned Enterprises. 6(2), 256–267.
- Nasihin, I., Hendriani, M., Puspitasari, M., & Rahman, F. (2022). Analisis Rasio Keuangan Terhadap Perubahan Laba Saham Syariah Dengan Pertumbuhan Ekonomi Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 111–122.
- Nasihin, I., Lasmini, L., Fatihah, D. I., & Purwandari, D. (2024). Pendampingan dan Pelatihan Penentuan Harga Pokok Produksi Pastel Mini UMKM Rizki Kanaya. *Jurnal Pengabdian Dan Peningkatan Mutu Masyarakat, Janayu*, 5(1), 1–11. <https://doi.org/10.22219/janayu.v5i1.30728>
- Nicholson, Walter. 1999. Teori Mikroekonomi. Alih bahasa: Daniel Wirajaya, Edisi ke-5, Binarupa Aksara, Jakarta.

- Nicholson, Walter. 2004. Mikro Ekonomi Intermediate dan aplikasinya Edisi Kedelapan. Jakarta: Erlangga. Mankiw, N. G. (2014). Principles of Microeconomics. Cengage Learning.
- North, D. C. (1990). Institutions, Institutional Change and Economic Performance. Cambridge University Press.
- North, D. C. (1990). Institutions, Institutional Change and Economic Performance. Cambridge University Press.
- Nur Utami Wahyuningsih. (2020). Buku Saku Ekonomi.
- Nuraini, Pengantar Ekonomi Mikro, UMM Press, Malang, 2016
- Nuri Aslami, N. S. A. (2019). Keseimbangan perekonomian terbuka. 2, 12.
- Parkin, Michael. 2008. Economics 8th Edition. Perason Education, Inc (P).
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, Marketing Management 14th Ed. 2012, Boston : Prentice Hall.
- Piketty, T. (2014). Capital in the Twenty-First Century. Belknap Press.
- Pindyck, R. S., & Rubinfeld, D. L. (2017). Microeconomics. Pearson.
- Porter, M. E. (1990). The Competitive Advantage of Nations. Free Press.
- Pujiyanto, Rizky, Teori Ekonomi Mikro, Pustaka Baru Press, Yogyakarta, 2024
- Putong, Iskandar. 2013. Economics: Pengantar Mikro dan Makro: Edisi 5. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Rofiah, L., Anzu Elvia Zahara, Sri Yani Kusumastuti, Yuliana Mustamin, Stephanny Inagama Timisela, Siti Napisah,

Nurhayati, Sumiyarti, Septriani, Antyo Pracoyo, Iwan Harsono, Tri Kunawangsih Purnamaningrum, Ririn Nopiah, Anggatia Ariza, Barika, Ratu Eva Febriani, 2024. Buku Ajar Pengantar Ilmu Ekonomi. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Romer, D. (2018). *Advanced Macroeconomics* (4th ed.). McGraw-Hill.

Romer, D. (2018). *Advanced Macroeconomics*. McGraw-Hill.

Sadjono, Sigit. 2010. *Pengantar Teori Ekonomi Mikro*. Surabaya: Tiga N.

Sadono Sukirno. 2016. *Makro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta : PT. Rajawali Pers

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

Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2010). *Economics*. McGraw-Hill.

Sen, A. (1999). *Development as Freedom*. Knopf.

Shapiro D, et al, (2022) *Principles of Macroeconomics by OpenStax*. 3th Edition

Shiller, R. J. (2000). *Irrational Exuberance*. Princeton University Press.

Soediyono Reksoprayitno, *Pengantar Ekonomi Makro, Edisi ke Keenam*, BPFY Yogyakarta.

Stiglitz, J. E., & Walsh, C. E. (2018). *Economics*. W.W. Norton & Company.

Stiglitz, J. E., & Walsh, C. E. (2018). *Principles of Microeconomics* (5th ed.). W.W. Norton & Company.

- Sudarman, Ari, Teori Ekonomi Mikro Buku 1, Edisi Empat, , BPFE, Yogyakarta,2014
- Sukirno Sadono. 2013. Mikroekonomi Teori Pengantar. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sukirno, S (2016).Makroekonomi Teori Pengantar. Jakarta: Rajawali Press, Edisi Ketiga.
- Sukirno, S (2017). “Makroekonomi Teori Pengantar”. Jakarta: Rajawali Press, Edisi Ketiga.
- Sukirno, S (2022). Prinsip-Prinsip Ekonomi (Teori Dasar dalam Mikroekonomi dan Makroekonomi). Penerbit Kencana. Edisi Pertama.
- Sukirno, S, Pengantar Teori Mikroekonomi, Edisi ketiga, PT.Raja Grafindo Persada, Jakarta,2005
- Sukirno, S. J. (2014). Ekonomi Mikro: Teori dan Aplikasi. Rajawali Pers.
- Sukirno, Sadono. 2001. Pengantar Teori Mikroekonomi. Cetakan ke-15, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Sunarno SastroAtmodjo, Slamet Suprihanto, Muhammad Rafi'i Sanjani, Asriati, Agus Salim HR, Muhammad Rusydi, Muhammad Fahreza W, Naidah, Rini Ardista, Warda, Sriwanti Belani, Muhammad Ikram Idrus, Arniati, Nancy Nopeline, 2023, Pengantar Ekonomi Makro, PT Kreasi Skrip Dijital, Jakarta.
- Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2008). Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness. Penguin Books. (Buku yang populer tentang ekonomi perilaku dan kebijakan publik)
- Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2009). Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness. Yale University Press.

- Todaro, M. P., & Smith, S. C. (2015). *Economic Development* (12th ed.). Pearson.
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1974). Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases. *Science*. (Artikel seminal tentang bias kognitif)
- Varian, H. R. (2010). *Intermediate Microeconomics: A Modern Approach*. W.W. Norton & Company.
- Venny, S., & Asriati, N. (2022). PERMINTAAN DAN PENAWARAN DALAM EKONOMI MIKRO. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 7(1), 184–194. <https://doi.org/10.31932/jpe.v7i1.1583>
- Wibowo, S., & Supriadi, D. *Ekonomi Mikro Islam*, Pustaka Setia, Bandung, 2013
- World Bank. (2021). *World Development Report 2021: Data for Better Lives*. World Bank Publications.
- Wulandari, A., Runtunuwu, P. C. H., Kusumastuti, S. Y., Febriani, R. E., Octaviani, D., Azansyah, A., ... & Anggraini, E. D. (2024). *Buku Ajar Teori Ekonomi 1*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Wulandari, A., Runtunuwu, P.C.H., Kusumastuti, S.Y., Febriani, R.E., Octaviani, D., Azansyah, A., Boari, Y., Utami, A.T. and Anggraini, E.D., 2024. *Buku Ajar Teori Ekonomi 1*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

TENTANG PENULIS



Dr. Ir. Apriyanto, S.E., M.Si., M.M.,

Dilahirkan di Jakarta pada tanggal 6 April 1973. Memperoleh gelar sarjana (S-1) dan S-2 (Magister) dari Institut Pertanian Bogor (IPB), sekarang IPB University, sedangkan gelar doktor (S-3) dalam bidang Manajemen Pendidikan diperoleh dari **Universitas Islam Nusantara Bandung**. Kegiatan mengajarnya dimulai sejak tahun 1997, menjadi dosen pada STKIP Purnama Jakarta, Universitas Terbuka, STKIP Panca Sakti (sekarang Universitas Panca Sakti) Bekasi, Program Pasca Sarjana STIMA IMMI (sekarang Universitas Mitra Bangsa) Jakarta, dan STIE IPWI (sekarang Universitas IPWIJA) Jakarta. Selama sepuluh tahun penulis pernah menjadi dosen tidak tetap pada STIE Gotong Royong Jakarta, STKIP Panca dan STKIP Kusuma Negara Jakarta. Saat ini penulis masih tercatat aktif mengajar pada STIE Triguna Tangerang, dan Politeknik Tunas Pemuda Tangerang, yang sedang dalam proses penggabungan menuju **Universitas Tunas Pemuda**. Pada tahun 2010 penulis dan tim mendirikan **Yayasan Rizky Putra Harapan Bangsa**. Hal ini dilakukan seiring dengan kebutuhan layanan pendidikan, khususnya bidang vokasi di wilayah Tangerang dan sekitarnya. Hingga saat ini **Yayasan Rizky Putra Harapan Bangsa** tercatat sebagai lembaga yang menjalankan program pendidikan **SMK Tunas Pemuda** dan **Politeknik Tunas Pemuda** Tangerang.



Tono Wartono, S.E., M.M .

Penulis dan Dosen Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Cirebon. Lahir di Cirebon, 6 Oktober 1964 Cirebon Jawa Barat. Penulis menamatkan pendidikan program Sarjana (S1) di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IEU Yogyakarta prodi Manajemen Sistem Informasi dan menyelesaikan program Pasca Sarjana (S2) di Universitas Sangga Buana “YPKP” Bandung, prodi Manajemen konsentrasi di bidang

Manajemen Sumber Daya Manusia .



Cikiti Apriyanti, S.E., M.Si

Penulis merupakan salah satu dosen Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bengkulu. Lahir di Rejang Lebong pada tanggal 9 April 1990. Penulis merupakan Putri sulung dari 3 bersaudara pasangan Bapak Sumaryanto dan Ibu Reni Detmi Ernawati. Penulis menyelesaikan Pendidikan Sarjana (S1) dan Pasca Sarjana (S2) di Universitas Bengkulu.



Ihsan Nasih, S.Ak., M.Ak.

Ketertarikan penulis terhadap ilmu akuntansi dan manajemen dimulai pada tahun 2012 silam. Hal tersebut membuat penulis memilih masuk ke Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi dengan mengambil jurusan Akuntansi dan berhasil menyelesaikan studi S1 dengan jurusan akuntansi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Dr. Khez Muttaqien Purwakarta pada tahun 2018 dengan gelar akademik Sarjana Akuntansi (S.Ak). Dua tahun kemudian, penulis

menyelesaikan Studi S2 di Program studi Magister Akuntansi dengan memilih program Akuntansi Manajemen pada Program Pasca Sarjana Universitas Padjadjaran dengan gelar akademik Magister Akuntansi (M.Ak) dan saat ini sedang menempuh Pendidikan Profesi Akuntansi (PPAk) di Universitas Jendral Soedirman.

Penulis memiliki kepakaran dibidang Akuntansi Manajemen, Akuntansi Keuangan, Sistem Informasi Akuntansi, Sistem Informasi Manajemen, dan Auditing. Untuk meningkatkan kepakaran tersebut penulis aktif bekerja di perusahaan Multinasional dan perusahaan BUMN. Penulis memiliki pengalaman bekerja di beberapa perusahaan, seperti PT Autotech Indonesia, Perum Peruri, PT Indomarco Prismatama, Kantor Akuntan Publik Roebiandini (KAP), Klinik Utama PT Pupuk Kujang dan PT Rohteku Anguerah SUkses dan pernah menjadi peneliti di Inovator Nusantara Universitas Padjadjaran. Serta untuk mewujudkan karir menjadi dosen profesional penulis aktif sebagai peneliti dibidang kepakarannya tersebut. Beberapa penelitian yang telah dilakukan didanai oleh internal perguruan tinggi. Selain sebagai peneliti, penulis juga aktif menulis buku dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif bagi bangsa dan negara yang sangat tercinta ini. Atas dedikasi dan kerja keras dalam menulis buku, penulis pernah menulis buku pada Tahun 2021 yang terdaftar di Perpustakaan Nasional RI.

Email Penulis : ihsan.nasihin@ubpkarawang.ac.id.



Dr. Eka Dewi Anggraini, SP, M.Si.

Penulis adalah dosen tetap pada Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bengkulu. Lahir di Solok, tanggal 2 Februari 1975, anak pertama dari 2 saudara pasangan suami istri ayah Syahrudin Bani (alm) dan ibu Syamsidar Rusyid (alm). Pendidikan dasar di selesaikan di SDN no. 7 Sawahlunto, SMPN 1 Sawahlunto, SMAN 1 Sawahlunto, S1 Fakultas Pertanian Universitas Andalas Padang, S2 Program Studi Magister Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala, S3 Program Studi Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Padang. Menikah dengan Drs. M. Taufik Mantan, M.Si. dan memiliki 2 orang putra, yaitu Alesha Rahma Taufieka dan M. Farraz Sandelovta.



Lucas Soares, S.E., M.Si.

Seorang penulis yang menaruh perhatian pada kajian di bidang ekonomi. Lahir dan besar di Timor Leste. Penulis menempuh Pendidikan program Sarjana (S1) di Universitas Udayana pada Prodi Ilmu Ekonomi dan menyelesaikan program Pasca Sarjana (S2) di Institut Pertanian Bogor pada Prodi Ilmu Perencanaan Pembangunan Wilayah dan Pedesaan. Saat ini penulis sedang menyelesaikan pendidikan Doktorat (S3) di Universitas Udayana pada Prodi Ilmu Ekonomi.



Nur Hidayati, S.E., M.M.

Nur Hidayati, S.E., M.M. Penulis dan Dosen Tetap Fakultas ekonomika dan Bisnis Universitas Pertiba Pangkalpinang. Lahir di Boyolali, Jawa Tengah 27 Mei 1978. Menyelesaikan studi di Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Widya Gama Malang pada tahun 2001 Kemudian pada tahun 2010 menyelesaikan Program Pasca Sarjana (S2) di STIE Pertiba Pangkalpinang Program Studi Magister manajemen.



Sri Yani Kusumastuti, S.E, M.Si

Dosen tetap di Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti Jakarta. Lulus dari Program Sarjana (S1) Program Studi Ilmu Ekonomi dan Sudi Pembangunan Universitas Gadjah Mada dan menyelesaikan program Pasca Sarjana (S2) di Program Magister Sains Ilmu Ekonomi Universitas Gadjah Mada. Pengalaman mengajar Mikroekonomika, Statistika, Ekonometrika, Metodologi Penelitian, Ekonomi Digital, dan Analisa Big Data. Banyak menulis artikel di bidang Ekonomi, Keuangan, dan Perbankan, Menjadi Editor di beberapa buku, antara lain: *Kinerja perdagangan luar negeri Indonesia pada masa krisis: suatu kajian empiris (2002)*, *Desain eksperimental: aplikasi dalam riset ilmu ekonomi, manajemen dan akuntansi (2011)*. Penulis buku Lembaga Jasa Keuangan di Indonesia (2018), penulis berbagai buku ajar dan buku referensi, dan artikel ilmiah di berbagai jurnal.



Drs. Parju, SE, Msi

Seorang Penulis dan Dosen Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Semarang. Lahir di Sragen, 21 Oktober 1963 Jawa Tengah. Penulis merupakan anak pertama dari sembilan bersaudara dari pasangan bapak Mulyadi dan Ibu Samiyem.

Penulis menyelesaikan pendidikan S1 Manajemen di UNTAG Semarang tahun 1989, S1 Akuntansi di UNTAG Semarang tahun 2002 dan S2 Manajemen Keuangan Di Universitas Hasanudin Tahun 1998



Dini Hariyanti, Dr. M. E.

Seorang Penulis dan Dosen pada Prodi Doktor Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti, Jakarta. Penulis menamatkan pendidikan program studi Ilmu Ekonomi dan Pembangunan (S1) di Universitas Trisakti. Program Pasca Sarjana Ilmu Ekonomi (S2) di Universitas Indonesia. Strata Tiga (S3) di Program Studi Doktor Ilmu Ekonomi Universitas Trisakti. Penulis mengajar mata kuliah Mikroekonomika dan Makroekonomika

Pengantar, Makroekonomika I dan II pada S1 Ekonomi Pembangunan Universitas Trisakti, Mata kuliah Makroekonomika Lanjutan, Ekonomi Regional dan Wilayah dan Metodologi Penelitian di Program Magister Ekonomi Universitas Trisakti serta mata kuliah Ekonomika Lanjutan pada S3 konsentrasi Manajemen Strategic, Manajemen Sustainability Development dan Akuntansi di Program studi Doktor Ilmu Ekonomi Universitas Trisakti.



Hendrik Kuasa Sihura, S.E.,M.M.

Penulis merupakan Dosen tetap yayasan di Program studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Nias raya, sejak tahun 2021 hingga sekarang diberikan tugas tambahan sebagai sekretaris Satuan pengawas Internal Universitas Nias Raya. sebelum menjadi dosen penulis pernah bekerja sebagai Staf dan Reservasi di CV.Angelica Tour & Travel Bengkulu tahun 2004-2006 selanjutnya Sales marketing di CV. Anggada Motor Bengkulu

Tahun 2006-2007 dan terakhir sebagai Marketing & Reservation di PT. Nala Tour & Travel Bengkulu tahun 2008-2010. Pada tahun 2011 Penulis sepenuhnya mengabdikan diri sebagai dosen. Pendidikan Formal penulis antara lain, S-1 di Fakultas Ekonomi Universitas Bengkulu, kemudian melanjutkan studi S-2 di Program pascasarjana Universitas HKBP Nommensen Medan. Sejak 2023 penulis melanjutkan studi S-3 di Universitas Gajayana Malang.

Email: Sihurahendrik83@gmail.com



Dr. Lavlimatria Esya, MSI

Dosen tetap di Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti Jakarta. Lulusan dari Pendidikan Program Sarjana (S1) di Universitas Andalas, Padang, Sumatra, Indonesia, Prodi IESP, menyelesaikan Program Pasca Sarjana (S2) di Universitas Gajah Mada, Jogjakarta, Indonesia, Prodi IESP dan menyelesaikan Program Doktor Ilmu Ekonomi (S3) di Universitas Trisakti, Jakarta, Indonesia.

Pengalaman mengajar Makro (Islam dan Konvensional), Moneter (Islam dan Konvensional) dan Perbankan Syariah. Penulis juga memiliki sertifikat berskala nasional, diantaranya Sertifikat (Asesor)

di Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi dan *Certified Governance, Risk and Compliance Professional Advanced-level Executive* (GRCE). Penulis juga mempunyai artikel ilmiah yang telah terpublikasikan diberbagai jurnal.



Ir. LIESTYOWATI, ME.

Seorang Dosen Luar Biasa di berbagai Universitas Swasta di Jakarta sejak 1993 Prodi Manajemen dan Akuntansi. Sebagai Dosen Tetap di Telkom University - Fakultas Ilmu Terapan - Prodi D3-Manajemen Pemasaran di Bandung. Mata Kuliah yang pernah diampu antara lain: Forecasting, Manajemen Operasional, Manajemen Keuangan, Analisis Laporan Keuangan, Statistik, Kewirausahaan, Penganggaran Pemasaran, Pengantar Ilmu Ekonomi. Penulis juga sebagai kandidat PhD - School of Management – Universiti Sains Malaysia. Lahir di kecamatan Ngadirejo- Temanggung- Jawa Tengah , Indonesia, 27 Juli 1963. Penulis merupakan anak ketiga dari lima bersaudara dari pasangan Bapak H. Tasripin Hadisaputro dan Ibu Hj. Siti Hanifah

Penerbit :

PT. Sonpedia Publishing Indonesia

Buku Gudang Ilmu, Membaca Solusi
Kebodohan, Menulis Cara Terbaik
Mengikat Ilmu. Everyday New Books

SONPEDIA.COM
PT. Sonpedia Publishing Indonesia

Redaksi :

Jl. Kenali Jaya No 166

Kota Jambi 36129

Tel +6282177858344

Email: sonpediapublishing@gmail.com

Website: www.buku.sonpedia.com