



TEORI EKONOMI MIKRO

Dr. Fanlia Prima Jaya, SE., MM
F. Adiprimadana Sanjaya, SE., MM



Teori Ekonomi Mikro

Penulis :

Dr. Fanlia Prima Jaya, SE., MM.

Fanlia Adiprimadana Sanjaya, SE., MM.



Penerbit & Percetakan Buku

2020

Teori Ekonomi Mikro

Penulis:

Dr. Fanlia Prima Jaya, SE., MM.
Fanlia Adiprimadana Sanjaya, SE., MM.

ISBN 978-623-91914-0-5

Editor: Dr. Drs. H. Muhammad Alfani, M.Si

Copyright © 2020, pada penulis
Hak cipta dilindungi undang-undang
All rights reserved

Penyunting : Yuliana, SE.
Desain Sampul & Tataletak : Hidayati A.Md.

Diterbitkan oleh:

HANKEN SUKSES JAYA
Penerbitan dan Pечetakan Buku

Jl. Raga Buana I No.26A Kayutangi Banjarmasin 70125
E-mail: hankensuksesjaya@gmail.com
Contact person: 08195139391

Cetakan pertama, April 2020

Dilarang memperbanyak, menyalin, merekam sebagian atau seluruh bagian buku ini dalam bahasa atau bentuk apapun tanpa izin tertulis dari penerbit atau penulis

KATA PENGANTAR

Untuk mempelajari Teori Ekonomi Mikro, buku ini dapat dijadikan sebagai pengantar, mengingat cara penyajiannya dibuat secara sederhana terutama untuk mahasiswa yang baru saja memulai mempelajari tentang teori ekonomi mikro tersebut.

Dalam buku ini banyak menggunakan istilah-istilah dalam bahasa Inggris yang umumnya sudah sering ditemukan pada literatur-literatur yang beredar di pasaran, sehingga diharapkan para mahasiswa dan para pembaca tidak mengalami kesulitan dalam memahami literatur-literatur lainnya sebagai pembanding.

Uraian dalam buku ini sering pula menggunakan beberapa kurve dan perhitungan secara matematika, hal ini dengan maksud untuk mempertegas keterangan-keterangan yang ditulis.

Buku ini masih jauh dari sempurna, sehingga segala kritik dan saran untuk perbaikan masih diharapkan. Namun demikian penyusun menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak sehingga terbitnya buku ini.

Semoga dengan buku yang sederhana ini dapat membawa manfaat yang besar kepada para pembaca dan kita semua.

Banjarmasin, April 2020.

Penulis

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN	1
A. Sejarah Singkat Ilmu Ekonomi	1
B. Pengertian Ilmu Ekonomi	2
C. Kemakmuran dan Kebutuhan.....	3
D. Barang dan Jasa.....	4
E. Barang dan Nilai Guna.....	5
F. Politik Ekonomi	6
G. Pembagian Ilmu Ekonomi	6
H. Teori Ekonomi Mikro	8
I. Teori Ekonomi Makri.....	9
BAB II ILMU EKONOMI SEBAGAI ILMU SOSIAL	11
A. Prinsip Ekonomi.....	11
B. Definisi Ilmu Ekonomi.....	12
C. Masalah Ekonomi	13
D. Faktor Produksi	14
E. Fungsi Pasar	15
F. Kegiatan Ekonomi.....	17
G. Diagram Alir Kegiatan Ekonomi	22
BAB III PERMINTAAN DAN ELASTISITASNYA	26
A. Permintaan	26
B. Elastisitas Permintaan	30
C. Konsep-Konsep Elastisitas Permintaan	31
D. Pengukuran Koefisien Elastisitas.....	32
E. Cara Lain Mencari Elastisitas	38
F. Faktor-Faktor yang Berpengaruh	39
G. Elastisitas Silang	40
H. Elastisitas Pendapatan	42
BAB IV PENAWARAN DAN ELASTISITASNYA	46
A. Penawaran	46
B. Kekecualian Bentuk Kurve Penawaran.....	48
C. Penawaran dari Segi Jangka Waktu	55
BAB V KESEIMBANGAN PASAR	56
A. Kestabilan Keseimbangan Pasar	56

B.	Tindakan Pemerintah pada Equilibrium Price	62
C.	Equilibrium Price dari Sudut Jangka Waktu	63
BAB VI TEORI NILAI GUNA		64
A.	Marginal Utility (Pendekatan Kardinal)	66
B.	Kelemahan Pendekatan Kardinal	74
BAB VII TEORI KURVE INDIFFERENS		75
A.	Pendekatan Ordinal	75
B.	Indifference Curve	76
C.	Karakteristik Kurve Indifferens	78
D.	Price Ratio	81
E.	Perubahan Kurve Price Ratio	83
F.	Perubahan Consumer's Equilibrium	86
G.	Kompelementaritas dan Substitutabilitas	91
H.	Consumer's Surplus	93
I.	Paradoks Nilai	97
BAB VIII TEORI PRODUKSI		99
A.	Short Run Production	100
B.	Least Cost Combination	105
C.	Long Run Production	106
D.	Relevant Range	111
E.	Expantion Path	113
F.	Fungsi Produksi	114
G.	Beberapa Fungsi Produksi Umum	117
BAB IX TEORI BIAYA		126
A.	Pengertian Biaya	126
B.	Delapan Macam Biaya	128
C.	Hubungan MC dengan AVC dan AC	135
D.	Analisis Kurve Biaya	136
E.	Return to Scale	140
F.	Long Run Average Cost (LAC)	142
G.	Keuntungan Karena Besarnya Perusahaan	145
H.	Hubungan SMC dan LMC	145
I.	Produksi Optimum Jangka Panjang	146

BAB X TEORI REVENUE	148
A. Kasus Kurve Permintaan yang Menurun	149
B. Kasus Kurve Permintaan yang Horizontal.....	151
BAB XI TEORI RUGI LABA	153
A. Kasus Kurve Permintaan yang Menurun	154
B. Kasus Kurve Permintaan yang Horizontal.....	157
BAB XII TEORI PASAR PERSAINGAN	161
A. Pasar Persaingan Sempurna	162
B. Bekerjanya Pasar Persaingan Sempurna.....	164
C. Manfaat Pasar Persaingan Sempurna.....	166
D. Pasar Persaingan Tidak Sempurna.....	166
E. Monopoly	167
F. Timbulnya Monopoly	167
G. Akibat Adanya Monopoly.....	168
H. Persaingan Monopolistic.....	168
I. Oligopoly	169
J. Monopsonistic Market	171
K. Hambatan Masuk Suatu Industri.....	172
BAB XIII TEORI PEMBENTUKAN HARGA	174
A. Pada Pasar Persaingan Sempurna	174
B. Pada Pasar Persaingan Tidak Sempurna.....	176
C. Campur Tangan Pemerintah.....	180
D. Keuntungan Maksimal Bagi Monopolis	183
BAB XIV KESEIMBANGAN PERUSAHAAN	187
A. Pengertian Keseimbangan.....	187
B. Perfect Competition	188
C. Imperfect Competition	192
1. Monopoly	192
2. Price Discrimination	195
3. Profit Monopolis.....	198
4. Monopoliditic Competition	201
5. Oligopoly	203
BAB XV TEORI EKONOMI KOPERASI	210
A. Pengertian dan Eksistensi Koperasi	210
B. Pengertian Struktur Pasar.....	212

C.	Pasar Persaingan Sempurna	212
D.	Pasar Persaingan Tidak Sempurna	213
E.	Variabel Perkembangan Koperasi	214
F.	Indikasi Perkembangan Koperasi	216
G.	Pembentukan Harga pada Koperasi (PHpK)	221
H.	Pembentukan Harga pada Koperasi	224
I.	Beberapa Alternatif Harga pada Koperasi	225
DAFTAR PUSTAKA		229
BIODATA Dr. Fanlia Prima Jaya, SE., MM.		230
BIODATA Fanlia Adiprimadana Sanjaya, SE., MM		231

BAB I

PENDAHULUAN

A. Sejarah Singkat Ilmu ekonomi

Ilmu ekonomi dianggap sebagai suatu disiplin baru mulai Tahun 1776, yaitu sejak ditulisnya sebuah buku oleh seorang ahli ilmu ekonomi. **Adam Smith**. Buku tersebut berjudul "*An Inquiry into the nature and cause of the wealth of Nation*". Tahun tersebut sering dianggap sebagai tahun Kelahiran ilmu ekonomi dan Adam Smith sebagai bapak ilmu ekonomi.

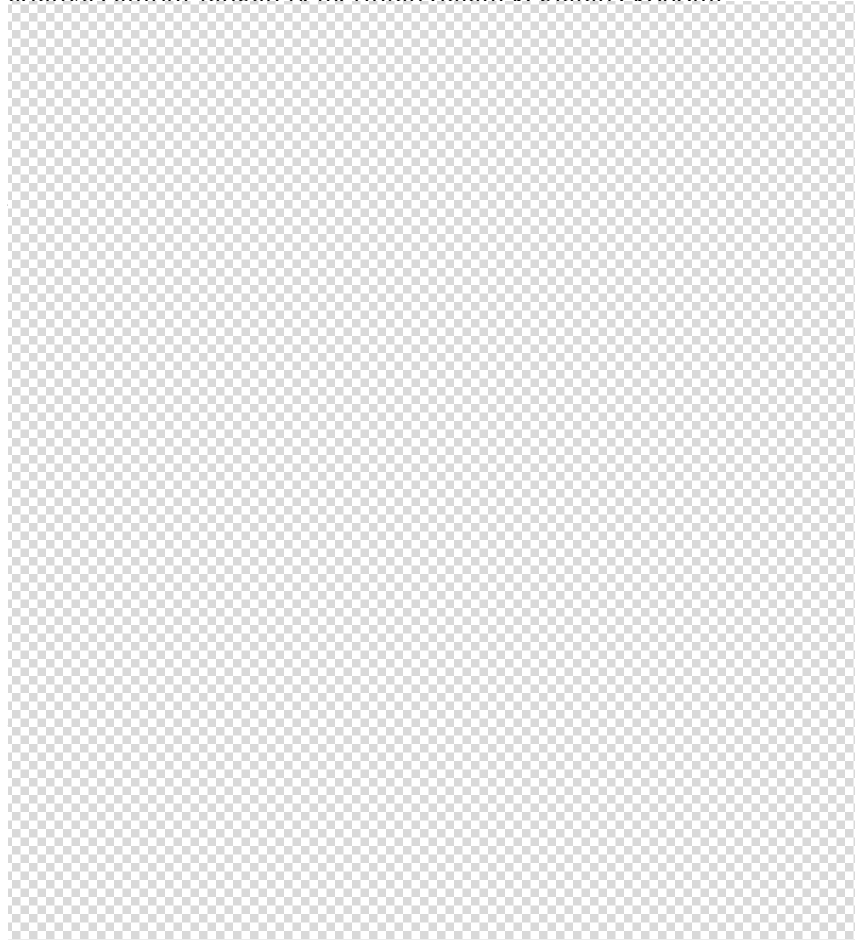
Sebetulnya penelaahan ekonomi sudah mulai dipelajari orang sejak **Aristoteles** (350 S.M). namun penelaahan ekonomi pada waktu itu baru dipelajari pada tingkat yang sangat mendasar, lebih bersifat filosofis. Kemudian pada tahun 1270, penelaahan ekonomi tersebut diusahakan untuk lebih dikembangkan lagi oleh **Thomas Aquinas** dengan beberapa tambahan pemikiran yang bersumber pada Kitab Injil. Pada tahun 1758, **Francois Quesney** mencoba untuk menjelaskan lebih jauh, namun meskipun demikian sampai tahap ini perkembangan penelaahan belum sampai membentuk suatu disiplin ilmu sendiri. Sampai tahap ini ekonomi sering disebut dengan "*Fisiokrat*". Pada tahun 1776 teori baru, yaitu **Adam Smith**, yang berhasil. Mengangkat penelaahan ekonomi menjadi suatu disiplin baru yang disebut "Ilmu Ekonomi".

Ilmu ekonomi berkembang terus. Gagasan **Adam Smith** tersebut menjadi dasar bagi ahli ekonomi berikutnya, yaitu **Thomas Robert Malthus, David Ricardo,** dan **Jhon Stuart Mill**. Ahli-ahli ekonomi yang disebut belakangan ini dikelompokkan sebagai ahli ekonomi klasik. Tradisi klasik ini seterusnya dikembangkan oleh . Mazhab Austria dan diteruskan oleh **Leon Walras, Alferd Marshall,** dan lain-lain pada tahun 1890an. Tradisi klasik ini menghasilkan perkembangan bagian teori ekonomi yang lebih dikenal sebagai "Teori Ekonomi Mikro".

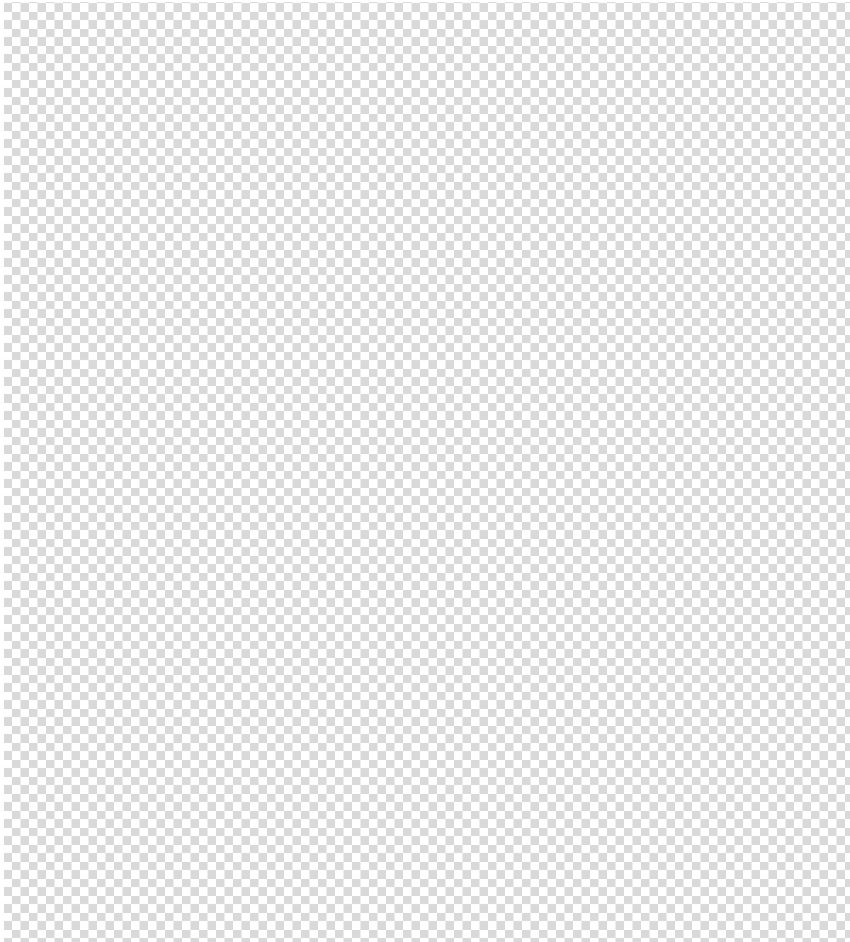
Sisi lain dari perkembangan ilmu ekonomi yang berasal dari **Adam Smith** adalah cabang yang dikembangkan oleh **Karl Marx** dan

dianut oleh negara-negara yang menganut paham ekonomi liberal yaitu golongan radikal atau golongan "New Left".

Depresi ekonomi yang terjadi pada tahun 1930-an melahirkan ahli ekonomi baru yaitu **John Maynard Keynes**, dengan bukunya yang sangat terkenal, yaitu "*General Theory Of Employment, Interest and Money*" yang menjadi dasar bagi perkembangan "Teori Ekonomi Makro". Berbeda dengan kelompok klasik (yang mendasarkan pada bekerjanya mekanisme pasar) maka **Keynes** mendasarkan pada adanya campur tangan pemerintah dalam kegiatan ekonomi

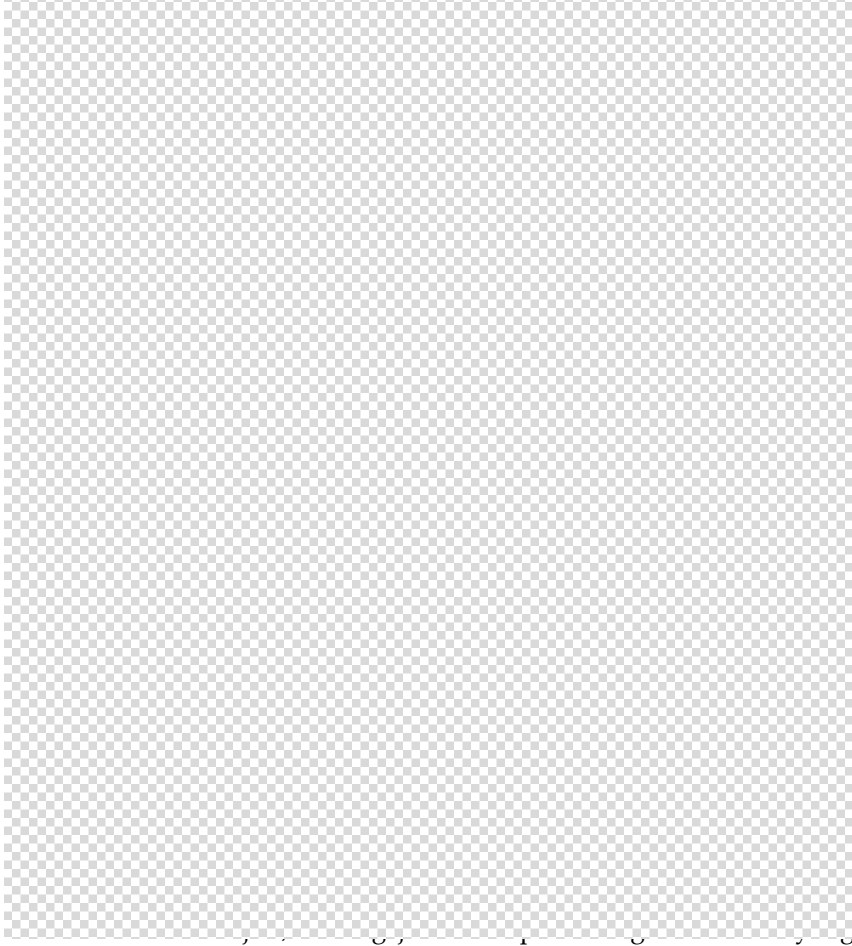


2. Rumah tangga produksi (perusahaan),
3. Rumah tangga negara (Indonesia, Malaysia, Australia, USA, Saudi Arabia, dll),
4. Rumah tangga badan-badan dunia (PBB, WHO, ILO, UNICEF, UNESCO dll).



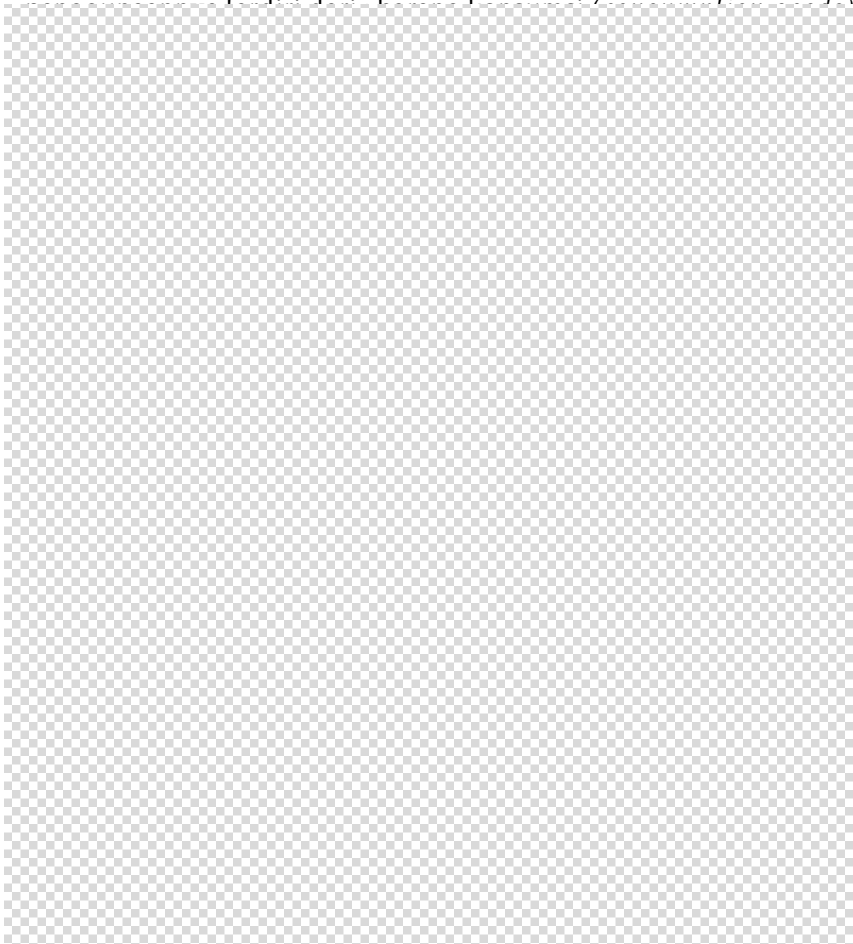
Kebutuhan manusia yang tidak terbatas sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain : sifat manusia yang selalu merasa kurang puas, faktor alam dan lingkungan (rnisalnya, tinggal

dipegunungan berbeda dengan tinggal dipantai), faktor lingkungan masyarakat (misalnya, hidup di jaman sekarang dibandingkan dengan hidup di jaman sebelumnya), peradaban (misalnya, kebutuhan mahasiswa dengan kebutuhan siswa SD), efek



dapat memenuhi kebutuhan yang tidak berwujud, misalnya, jasa dokter, jasa guru, musik, film, penginapan, angkutan, rekreasi, dan sebagainya.

Barang ditinjau dari cara perolehannya terdiri dari barang bebas atau barang non ekonomi (*non economic goods*), misalnya, udara, sinar matahari, dan barang ekonomis (*economic goods*) misalnya, pakaian, mobil, perumahan, televisi. Barang ditinjau dari segi tujuan



Tujuan, Sasaran, dan Metode ilmu Ekonomi

Tujuan ilmu ekonomi adalah mempelajari cara-cara yang harus ditempuh oleh manusia dalam memenuhi kebutuhannya. Sasaran utama ilmu ekonomi ialah kemakmuran dan metode ilmu ekonomi

ialah cara yang ditempuh dalam penelitian tentang bagaimana agar kebutuhan yang sifatnya tidak terbatas mampu terpenuhi dengan sarana yang terbatas. Metode ilmu ekonomi ini timbul untuk memecahkan masalah-masalah ekonomi yaitu keseimbangan antara faktor kebutuhan dan alat pemuas kebutuhan. Metode-metode tersebut antara lain, metode deduksi dan metode induksi (*empiris*). Metode deduksi merupakan suatu cara penelitian yang didasarkan atas dalil-dalil pokok (ekonomi), yang kemudian menurut pemikiran yang logis dicoba ditarik kesimpulan dari peristiwa yang umum ke peristiwa yang khusus. Sedangkan metode induksi atau metode empiris merupakan suatu cara penelitian yang berpangkal pada kejadian ekonomi. Kejadian-kejadian tersebut disusun secara sistematis dan dipelajari untuk memperoleh kesimpulan yakni dari peristiwa yang khusus disimpulkan ke peristiwa yang umum.

F. Politik Ekonomi

Politik ekonomi merupakan suatu kebijaksanaan yang diambil untuk mengatur dan memperbaiki kehidupan perekonomian. Politik ekonomi ini biasanya dilakukan oleh negara, tetapi dapat pula dilakukan oleh perusahaan, dan lain-lain. Politik ekonomi yang dijalankan oleh negara disebut politik ekonomi pemerintahan. Contohnya; Politik proteksi, ialah politik untuk melindungi industri dalam negeri terhadap saingan hasil industri negara lain. Politik *dumping* ialah menjual hasil produksi di luar negeri lebih murah daripada harga penjualan di dalam negeri, dengan tujuan untuk menguasai pasaran di luar negeri. Politik otarki ialah berusaha untuk hidup dengan kemampuan atau kekayaan yang ada dalam negeri sendiri, tanpa menggantungkan bantuan kepada negara lain.

G. Pembagian Ilmu Ekonomi

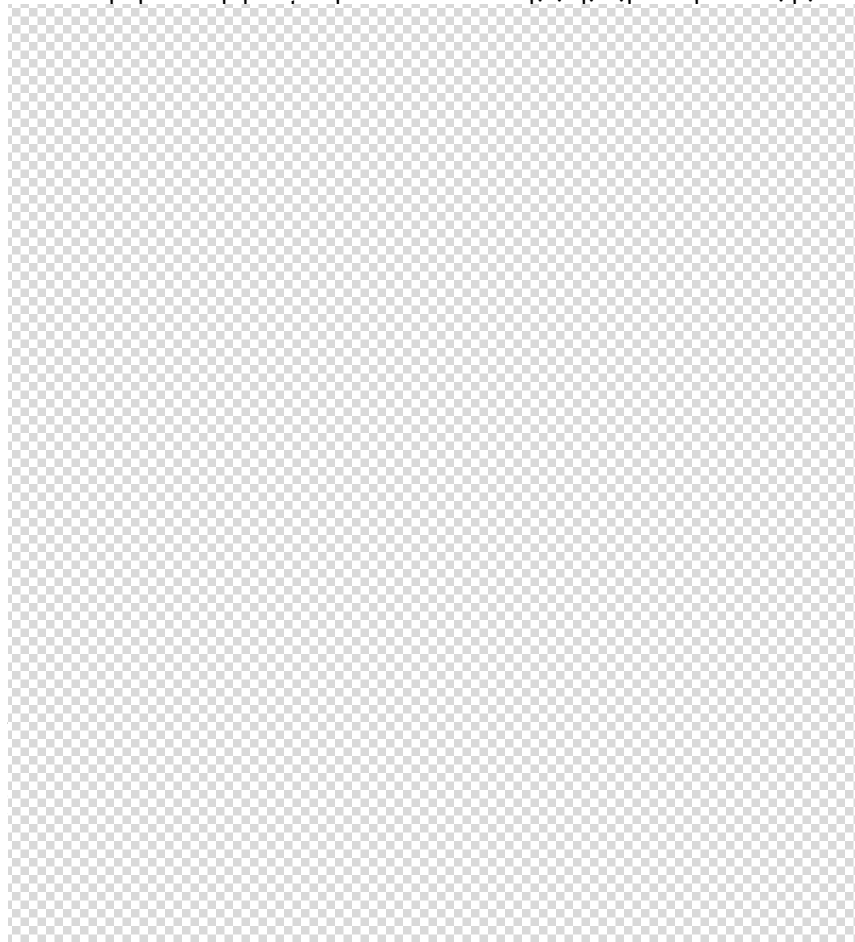
Ilmu ekonomi dapat dibedakan ke dalam beberapa ilmu sebagai berikut :

1. *Normative Economics*, merupakan ilmu ekonomi yang berusaha menerangkan bagaimana seharusnya sumber tersebut dialokasikan. Jika ilmu ekonomi yang menganggap bahwa setiap orang atau setiap perusahaan harus memaksimalkan keuntungan, maka ilmu tersebut mengikuti aliran normatif. Aliran normatif beranggapan

mengadakan prediksi tentang apa yang bakal terjadi di masa yang akan datang berdasarkan hasil analisis tersebut. Tugas

seorang ahli ekonomi menurut aliran positif Ini tidak lebih dari itu. Jika mengurus lebih dari itu, maka Ia dinamakan telah mencampuri pekerjaan orang lain.

Menurut Walter Nicholson bahwa pakar "*positive economics*"



yaitu : (1) menjelaskan tentang proses penentuan tingkat harga dan jumlah barang yang diperjual belikan di pasar. Analisis tersebut dinamakan *teori harga*. (2) menjelaskan dua persoalan yakni; (2.i) cara seorang produsen menentukan tingkat produksi yang akan

mernberikan keuntungan rnaksimal kepadanya; dan (2.ii) cara seorang produsen memilih faktor-faktor produksi yang digunakannya sehingga penggunaan itu meminimalkan biaya dan memaksimalkan keuntungan. Analisis yang kedua ini dinamakan *teori produksi*. (3) menjelaskan mengenai faktor-faktor yang

kegiatan perdagangan luar negeri kepada tingkat kegiatan keseluruhan perekonomian. Analisisnya menunjukkan tingkat kegiatan ekonomi negara ditentukan oleh keseluruhan pengeluaran

yang dilakukan dalam masyarakat. Pengeluaran-pengeluaran itu meliputi ; pengeluaran rumah tangga, pengeluaran para pengusaha, pengeluaran pemerintah dan ekspor ke negara-negara lain.

Salah satu pandangan pokok dalam analisis ekonomi makro menyatakan bahwa tanpa adanya campur tangan pemerintah tingkat kegiatan ekonomi yang tercapai dalam masyarakat biasanya tidak pada tingkat *full capacity* atau *full employment*.

Pada hakekatnya ekonomi makro bertujuan untuk menunjukkan (1) sebabnya faktor-faktor produksi tidak digunakan secara sepenuhnya di dalam perekonomian yang diatur oleh ekonomi pasar, (ii) langkah-langkah bagaimana yang harus dilaksanakan pemerintah untuk mengatasi masalah pengangguran, dan (iii) faktor-faktor apakah yang menyebabkan terjadinya kenaikan harga-harga barang dan cara-cara untuk mengatasi masalah itu, serta (iv) keadaan yang bagaimanakah yang harus diciptakan agar faktor-faktor produksi yang bertambah dari tahun ke tahun dapat digunakan secara efisien.

BAB II

ILMU EKONOMI SEBAGAI ILMU SOSIAL

Ilmu ekonomi merupakan bagian dari ilmu sosial yang khusus menjelaskan tentang ekonomi. Hal ini tidak terlepas dengan manusia sebagai anggota masyarakat sosial. Oleh karena itu secara berturut-turut dijelaskan secara sederhana sebagai berikut :

A. Prinsip Ekonomi

Ilmu ekonomi sering disebut sebagai ilmu tentang kemakmuran, yang pada dasarnya bagaimana semua orang atau masyarakat dapat mencapai kemakmuran ekonominya, atau yang disebut *Welfare Economic*.

Menurut pandangan Ahli ekonomi, masyarakat terdiri dari dua golongan yaitu; golongan produsen (sebagai penghasil barang), dan golongan konsumen (sebagai pemakai atau pengguna barang).

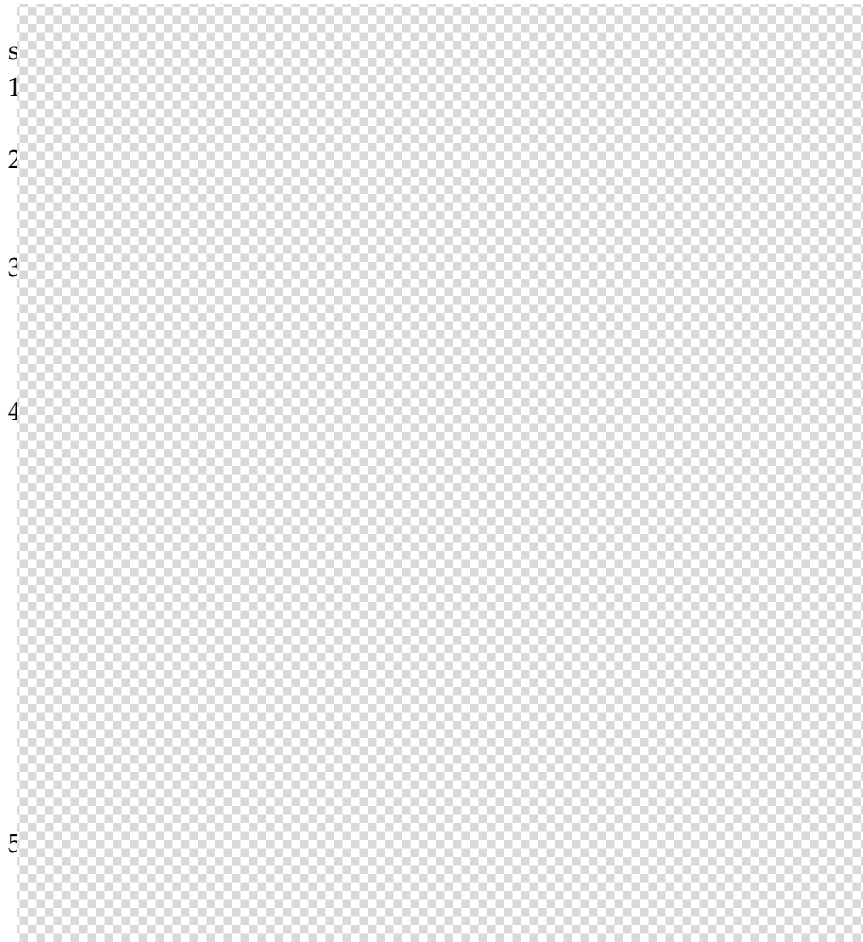
Produsen dengan kemampuannya mempunyai tujuan pokok untuk memaksimalkan keuntungannya, sedangkan konsumen juga dengan kekayaannya atau kemampuannya juga mempunyai tujuan untuk kepuasannya dengan mengkonsumsi barang atau jasa yang dihasilkan oleh produsen.

Baik produsen maupun konsumen masing-masing menginginkan hasil atau kepuasan yang setinggi-tingginya, tetapi semua keinginan itu dibatasi (*constraint*) oleh kemampuan atau pendapatan (*income*). Maksudnya bahwa kemampuan konsumen adalah terbatas dan relatif lebih kecil bila dibandingkan dengan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang tersedia. Demikian pula produsen disamping terbatasnya kemampuan modal yang dimiliki untuk menginginkan hasil produksi yang sebanyak-banyaknya, maka ada faktor lain yang ikut menentukan juga yaitu terbatasnya faktor-faktor produksi yang tersedia. Berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tersebut maka baik produsen

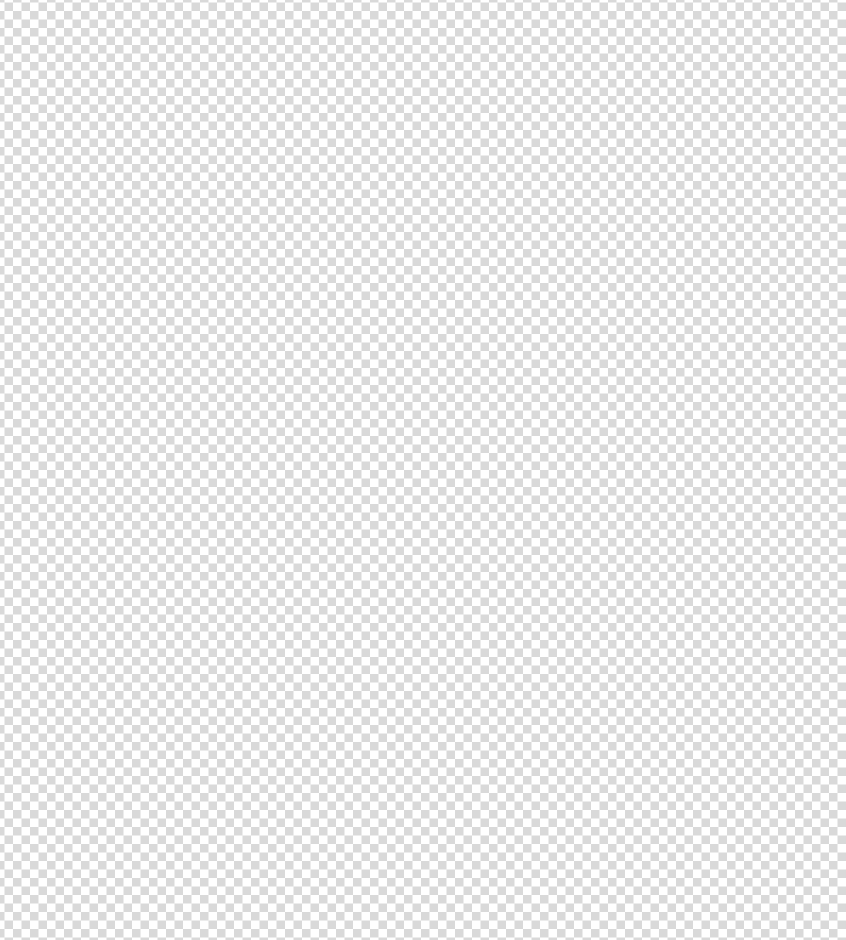
maupun konsumen semua akan menjalankan prinsip ekonomi (*Economic Principles*).

Yang dimaksud dengan *Prinsip Ekonomi* adalah "Dengann Pengorbanan yang sekecil-kecilnya untuk memperoleh hasil yang tertentu, dan sebaliknya dengan Pengorbanan yang tertentu untuk memperoleh hasil yang sebesar-besarnya".

B. Definisi Ilmu Ekonomi

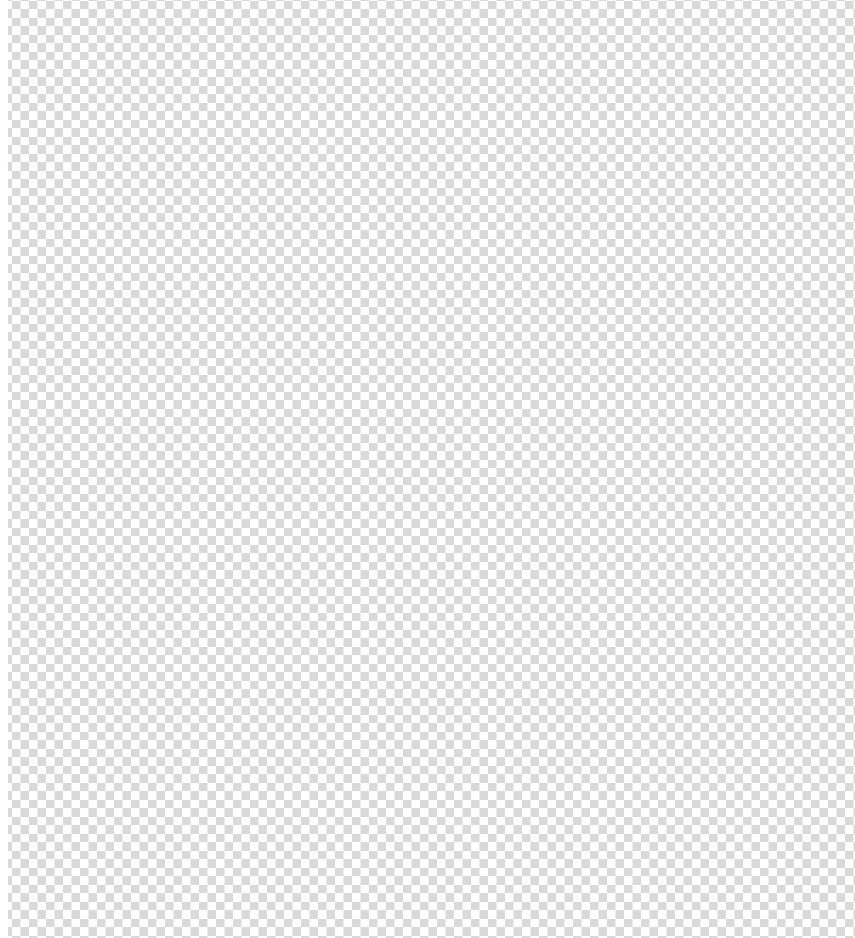


Dari uraian di atas, dapat dijelaskan secara singkat tentang Istilah kemakmuran yakni yang diartikan sebagai suatu keseimbangan antara kebutuhan (*needs*) manusia disatu pihak dengan sarana pemuas kebutuhan berupa pendapatan (*income*) dilain pihak. Kemakmuran ini



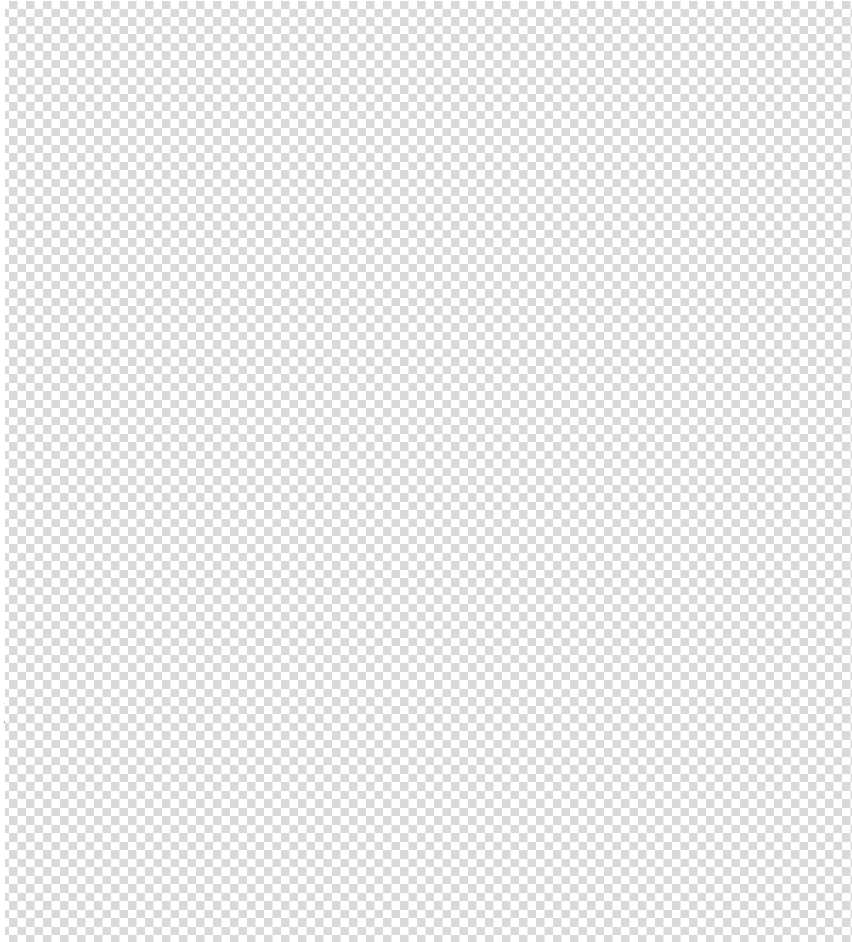
4. Bagaimana mengadakan penjatahan terhadap penawaran barang.
5. Berapa tingkat pertumbuhan ekonomi.

Kelima masalah pokok ekonomi ini dapat dipecahkan dengan mekanisme harga. Oleh karena itu sangat erat hubungannya dengan fungsi pasar.



2. Sumberdaya Manusia (SDM) yang dapat berupa tenaga kerja ahli atau terdidik (*skill labor*), Tenaga kerja terampil atau terlatih (*trained labor*), dan tenaga kerja buruh (*unskill or untrained labor*).

3. Sumberdaya Kapital (SDK) yang dapat berupa keuangan (perbankan), dapat berupa adanya barang-barang modal (gedung, mesin, dan sebagainya).



Ada lima fungsi utama dari pasar yaitu :

1. Menjawab pertanyaan What.

Apabila masyarakat menghendaki lebih banyak akan suatu barang, maka berdasarkan hukum permintaan, akibatnya harga barang tersebut akan naik. Keuntungan yang diperoleh juga akan naik pula.

Hal ini mengakibatkan produsen jenis barang lain ingin pindah kegiatan produksinya dan cenderung untuk mengikuti produksi seperti barang yang pertama tersebut, karena dapat memberikan keuntungan yang lebih besar. Berarti jumlah produksi secara total akan bertambah. Sebaliknya apabila masyarakat menghendaki barang

s
s
c
2
l
r
k
c
l
s
r
c
s
c
3
c
s
r
c
u
s
c

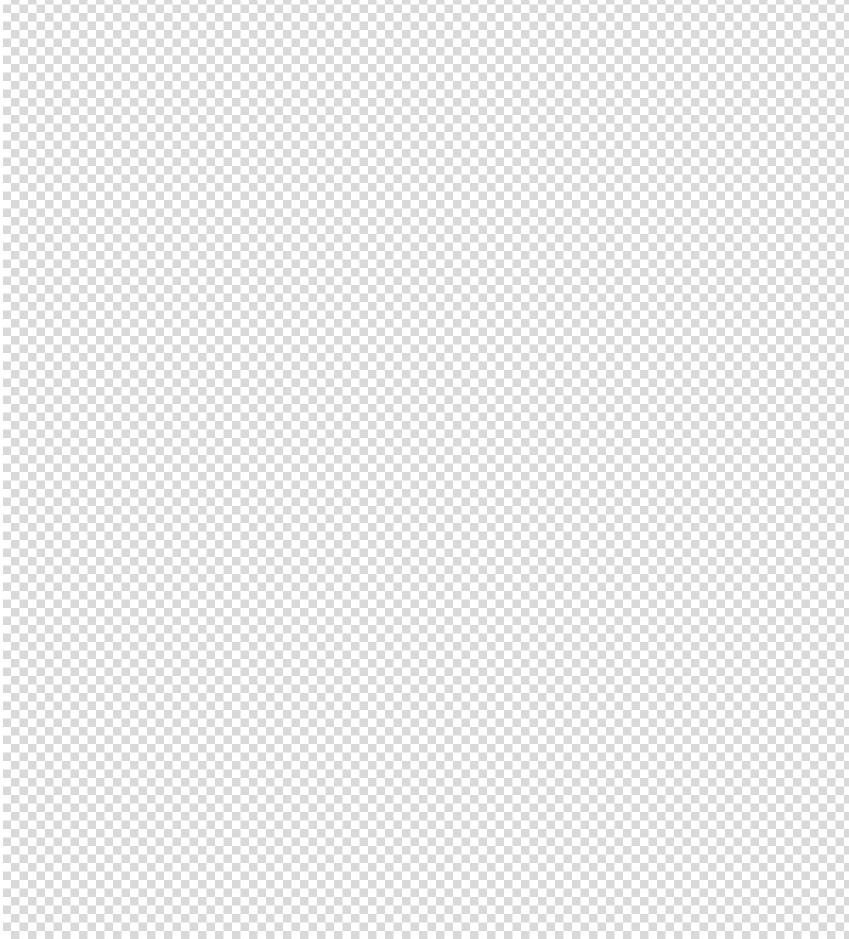
menganggap tidak ada masalah warisan, pemberian prioritas-prioritas lain. Uang yang diterima masyarakat karena telah mengeluarkan faktor produksi misalnya sebagai tenaga kerja ini akan digunakan untuk

membeli barang hasil produksi dengan suatu harga tertentu. Harga faktor produksi merupakan penghasilan bagi pemilik faktor produksi. Berarti pola distribusi pendapatan bersama-sama harga barang-barang dapat menentukan distribusi barang dalam masyarakat. Ini berarti telah meninjau masalah *Fair Wages*.

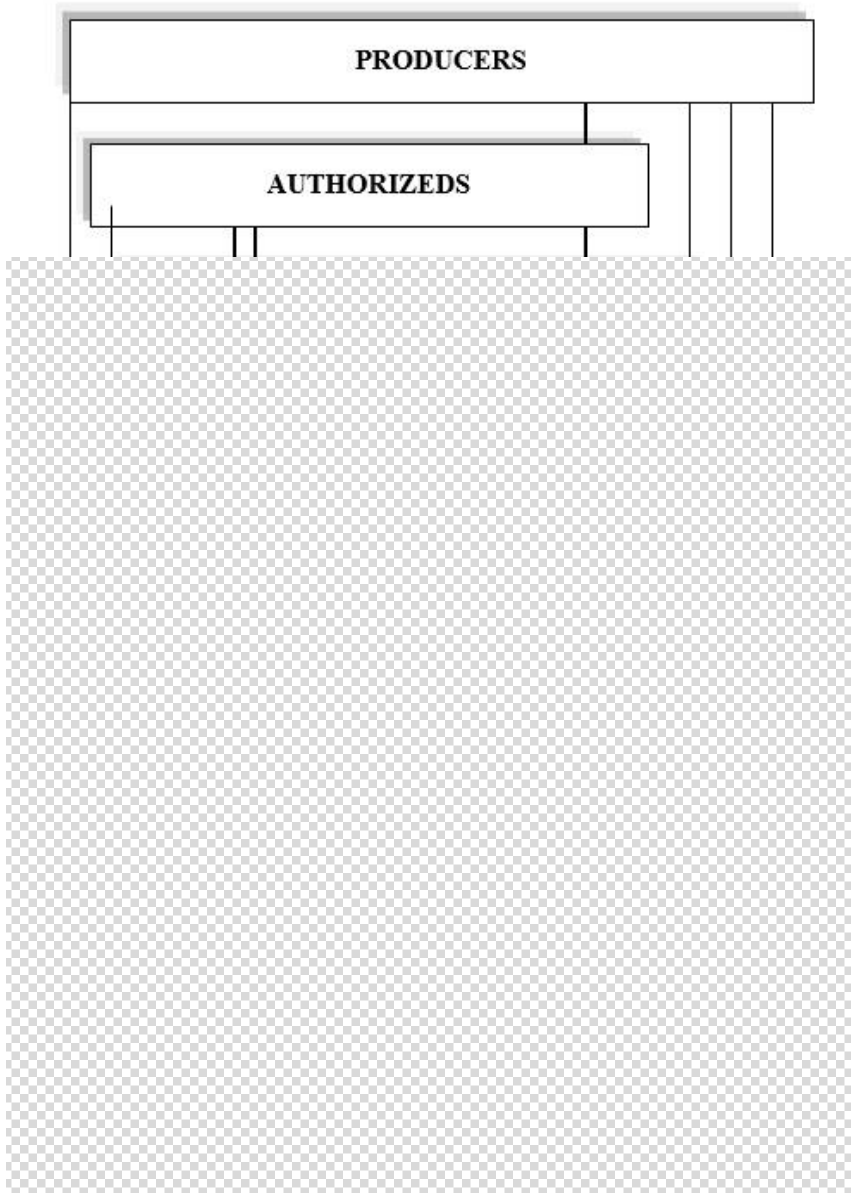
misalnya : kayu, rotan, mempunyai nilai guna dengan harga tertentu, kemudian diubah menjadi kursi, meja, dsb, tentu lebih berguna lagi dan harganya semakin tinggi dari keadaan semula.

b. Merubah tempat (*place utility*)

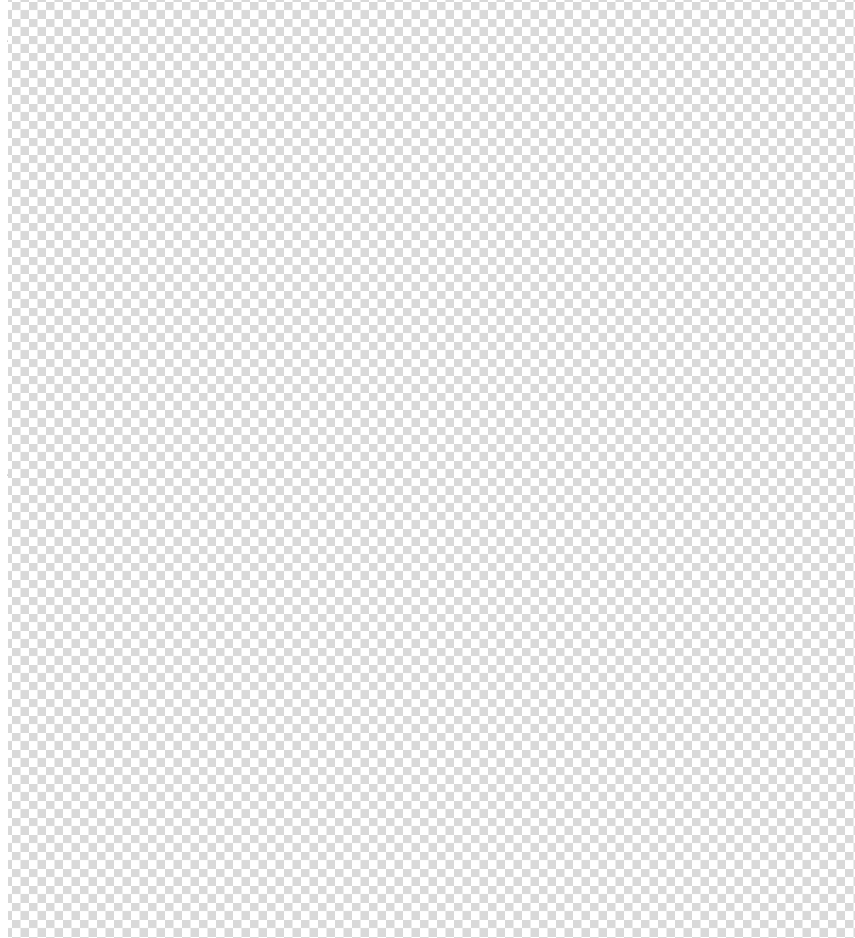
Misalnya : Air minum ditempat kita berguna untuk kehidupan, kemudian di bawa ke puncak gunung, atau di padang pasir, atau dalam perjalanan seperti ; di kapal, di bus, di kereta api dsb, tentu lebih berguna lagi dan harganya semakin tinggi dari keadaan semula.



Bagan 1. Distribusi Produk Dari Produsen Ke Konsumen

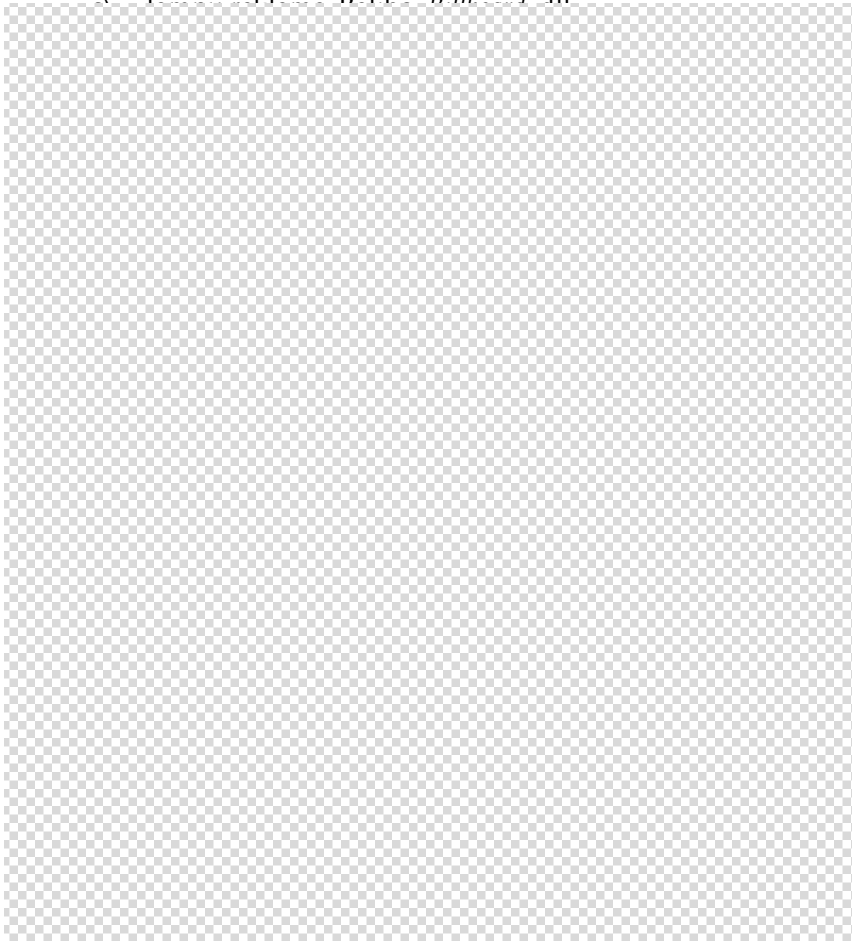


Beberapa kebijaksanaan (*policy*) yang ada dalam pemasaran suatu produk yang disebut dengan 6 P untuk menimbulkan minat bagi para pembeli yakni sebagai berikut:



- 2) *Publicity* (publisitas) dapat berupa :
 - a) berita pada media massa seperti; surat kabar, majalah, radio, dan TV.
 - b) brosur (*leaflet*), *Booklet*, selebaran, poster, kartu nama, papan nama, merk dagang (*trade mark*), dan lain-lain.

- 3) *Advertising* (iklan atau reklame), dapat berupa :
- a) *spot* pada media massa ; radio, TV, *slide* di Bioskop, dll.
 - b) iklan tetap di media massa cetak ; surat kabar, majalah, tabloid, dan lain-lain.



personal selling seperti diuraikan di atas. *Personal approach* lebih menitik beratkan pada pendekatan pribadi antar pimpinan perusahaan (*manager*) dengan pimpinan pemerintahan melalui

jalur misalnya olah raga Golf, Tennis lapangan, atau tokoh masyarakat berupa acara pengajian, dll.

4. Konsumsi

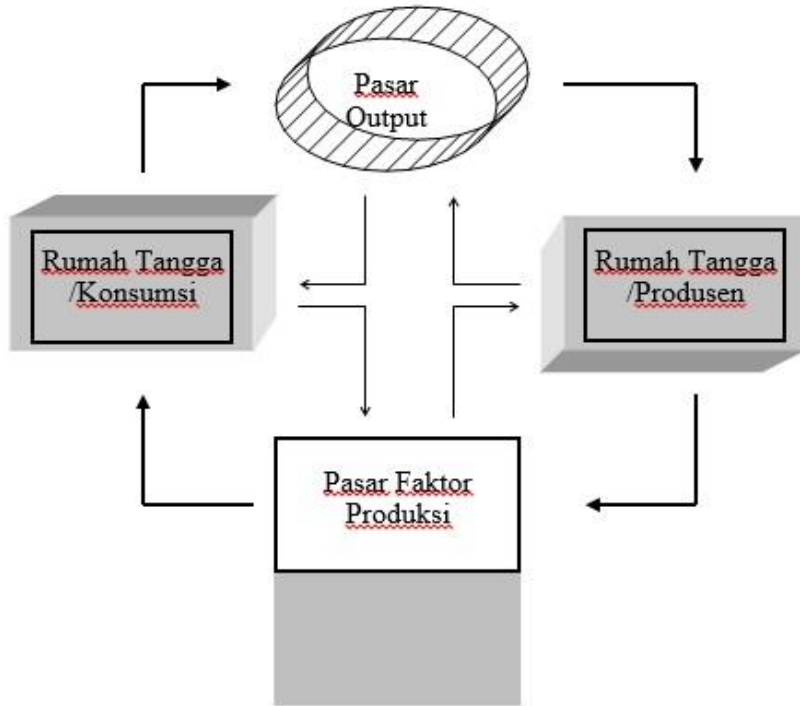
Pengertian :“Kegiatan memanfaatkan, memakan, atau mempergunakan barang (produk) secara langsung untuk memenuhi kebutuhan hidup”.

Kebutuhan : suatu keinginan yang timbul yang harus, dipenuhi secara mutlak untuk menjamin/meneruskan kehidupan. Kebutuhan(dalam perspektif/pandangan) dalam ilmu ekonomi, terbagi menjadi : kebutuhan yang bersifat ekonomis dan yang bersifat non ekonomis.

Konsumsi dilakukan oleh para *customers* (pelanggan) rumah tangga atau *customers* industri.

G. Diagram Alir Kegiatan Ekonomi

Cara lain yang umumnya juga digunakan untuk menjelaskan teori atau analisis ekonomi adalah dengan menggunakan diagram, seperti diagram alir kegiatan ekonomi sebagai berikut :



Keterangan :

Garis sebelah luar adalah aliran uang yang diterima oleh pengusaha atau produsen atau perusahaan dan konsumen.

Garis sebelah dalam adalah aliran barang-barang (output) dan faktor-faktor produksi.

Pasar faktor-faktor produksi merupakan tempat bertemunya penjual faktor-faktor produksi yang dimiliki oleh rumah tangga atau konsumen dengan pembeli faktor-faktor produksi (produsen). Pasar output merupakan tempat bertemunya penjual output (produsen) dengan pembeli output (konsumen).

Di dalam pasar itu akan terbentuklah harga, baik harga faktor produksi maupun harga dari output (hasil produksi/ *finishing goods*).

Diagram alir tersebut menunjukkan kepada kita bagaimana suatu sistem ekonomi mengalokasikan barang-barang/jasa, apa yang akan

dihasilkan dan berapa jumlah barang akan dihasilkan dan berapa jumlahnya. Umumnya penjelasan tentang apa dan berapa jumlah barang akan dihasilkan diabaikan dengan alasan kemungkinan

F
I
k
t
(
k
t
c
c
r
t
F

y
t
c
F
k
F
c
a

(
s
a

pusat perencanaan produksi (*Centre Economic Planning Body*). Semua keputusan tentang apa dan berapa serta untuk apa (*What, Why, and for Whom*) ditetapkan oleh pemerintah (*centre of planning*). Namun di dunia nyata tidak ada satu sistem ekonomi yang benar-benar murni 100% liberal maupun sistem sosialis. Pada umumnya sistem ekonomi yang

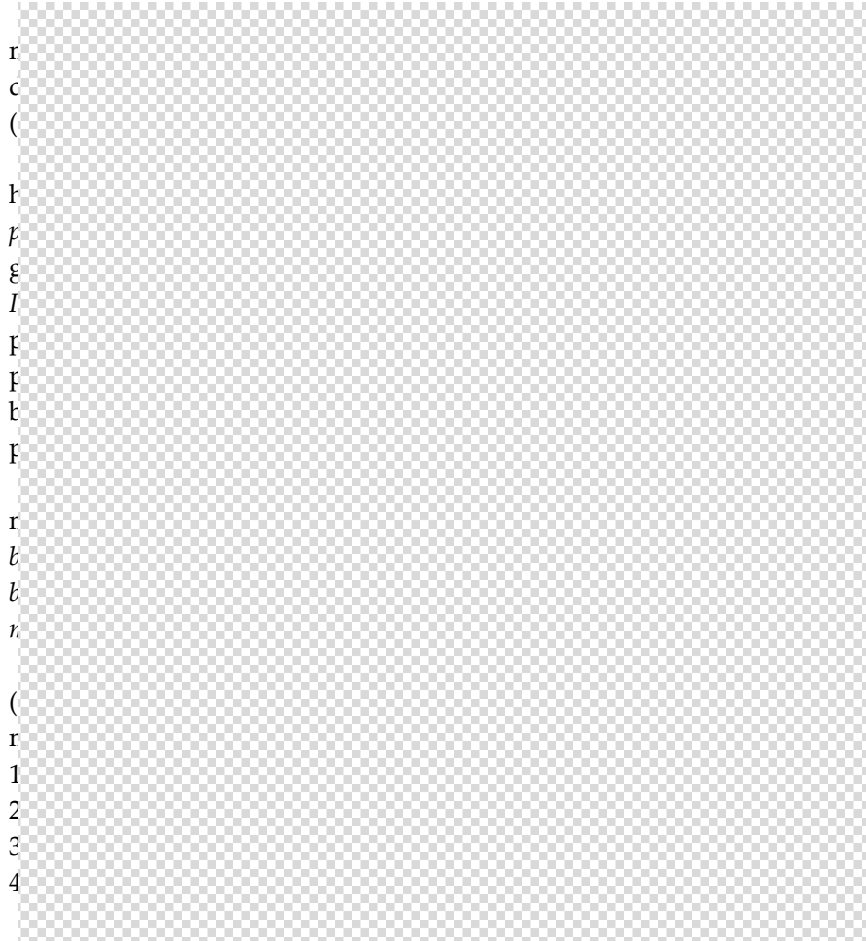
ada merupakan sistem ekonomi campuran dari dua sistem tersebut di atas. Sehingga keputusan-keputusan tentang :

- a. Apa yang akan dihasilkan dan berapa jumlahnya (what),
- b. Bagaimana cara memproduksinya (why),
- c. Untuk siapa barang tersebut dihasil (for whom).

Adalah ditentukan oleh sektor pemerintah dan sektor swasta, hanya saja siapakah yang lebih berperanan (pemerintah atau swasta), dalam menentukan 3 masalah pokok ekonomi tersebut di atas. Jika yang lebih berperanan adalah sektor swasta maka sistem ekonomi negara dikatakan lebih cenderung ke arah sistem ekonomi liberal dan jika yang lebih berperanan sektor pemerintah maka dikatakan bahwa sistem ekonominya condong ke arah sistem ekonomi sosialis.

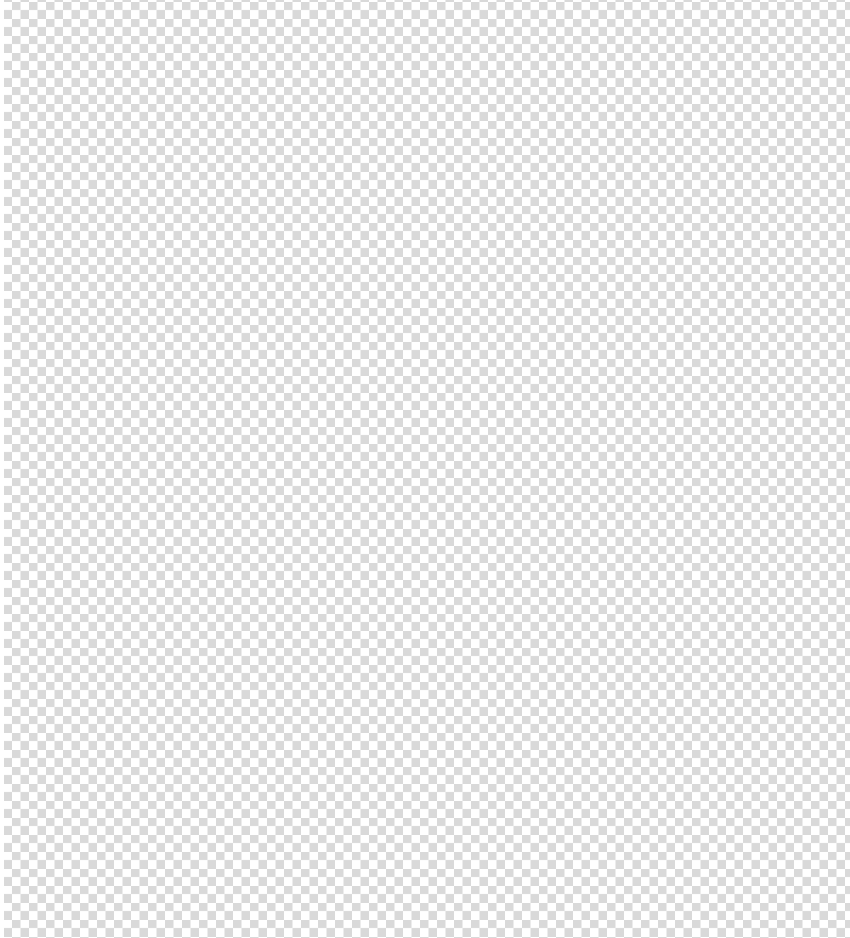
BAB III PERMINTAAN DAN ELASTISITASNYA

A. Permintaan

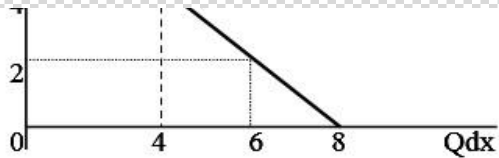


5. Perkiraan/harapan (espektasi) konsumen mengenai harga dan pendapatan pada masa yang akan datang.

6. Barang yang dibeli bukan untuk mendapatkan penghargaan sosial (*social prestige*).



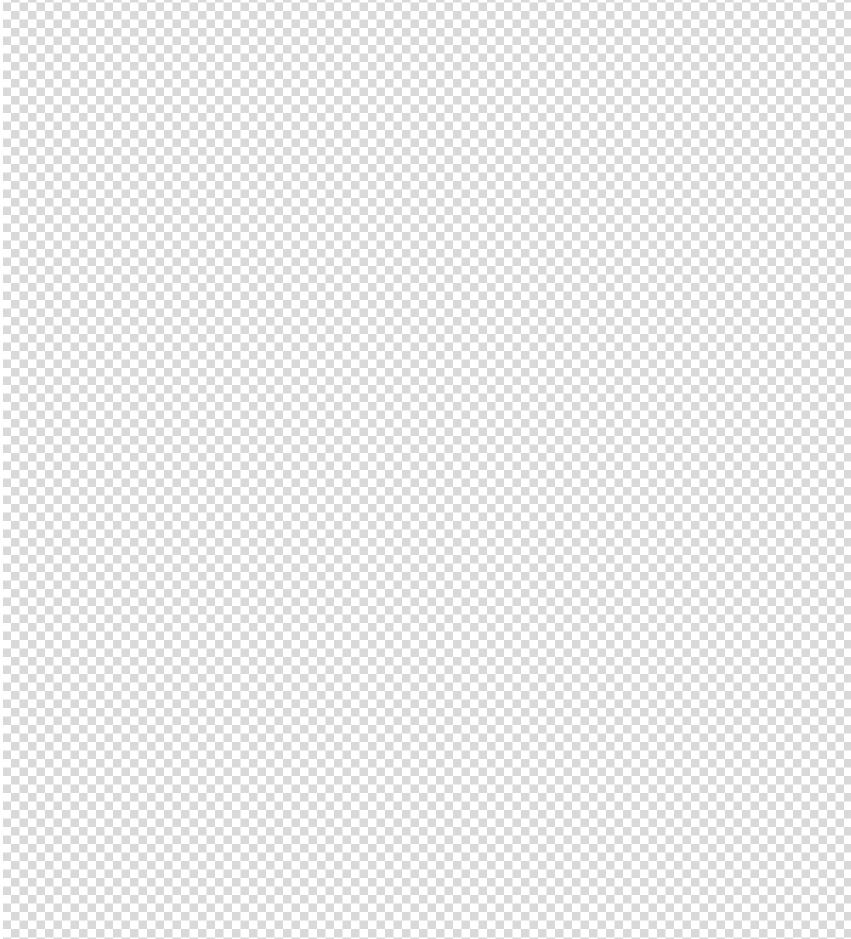
4	4
5	3
6	2
7	1
8	0



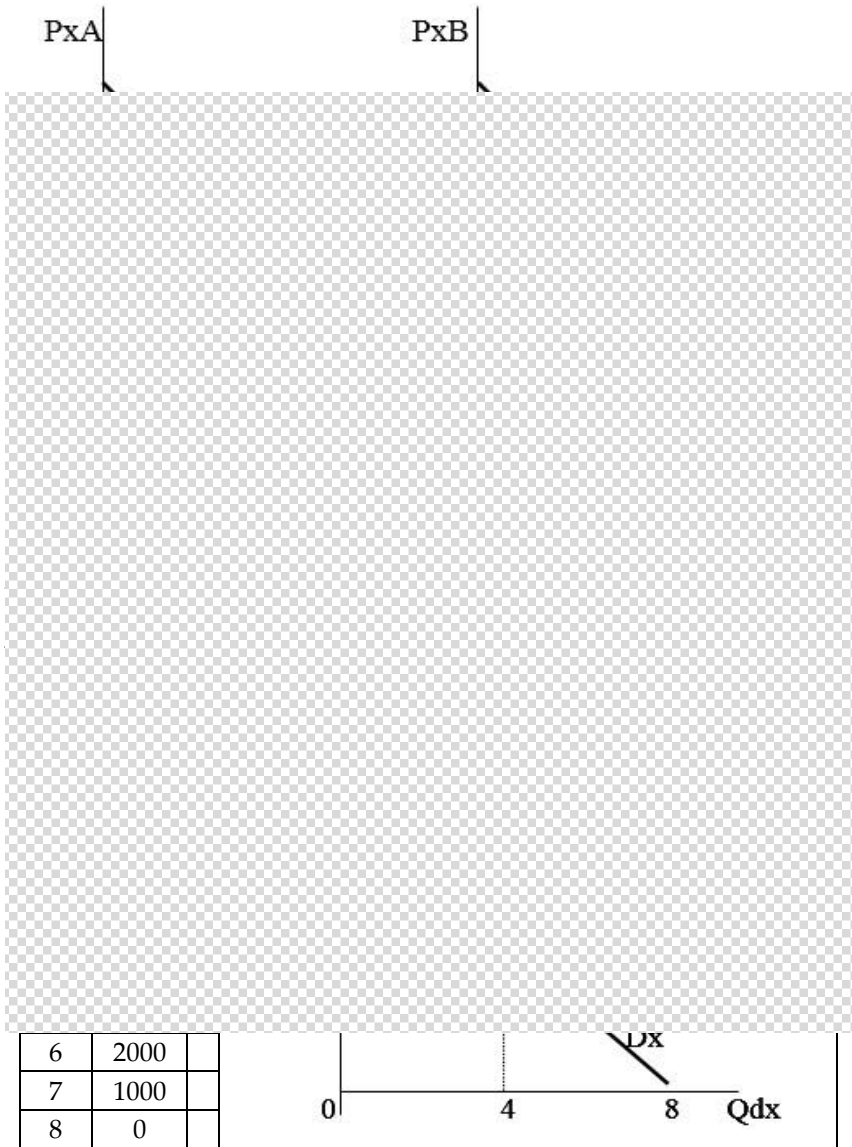
Keterangan :

P_x = Simbol dari harga barang x (*price of x*).

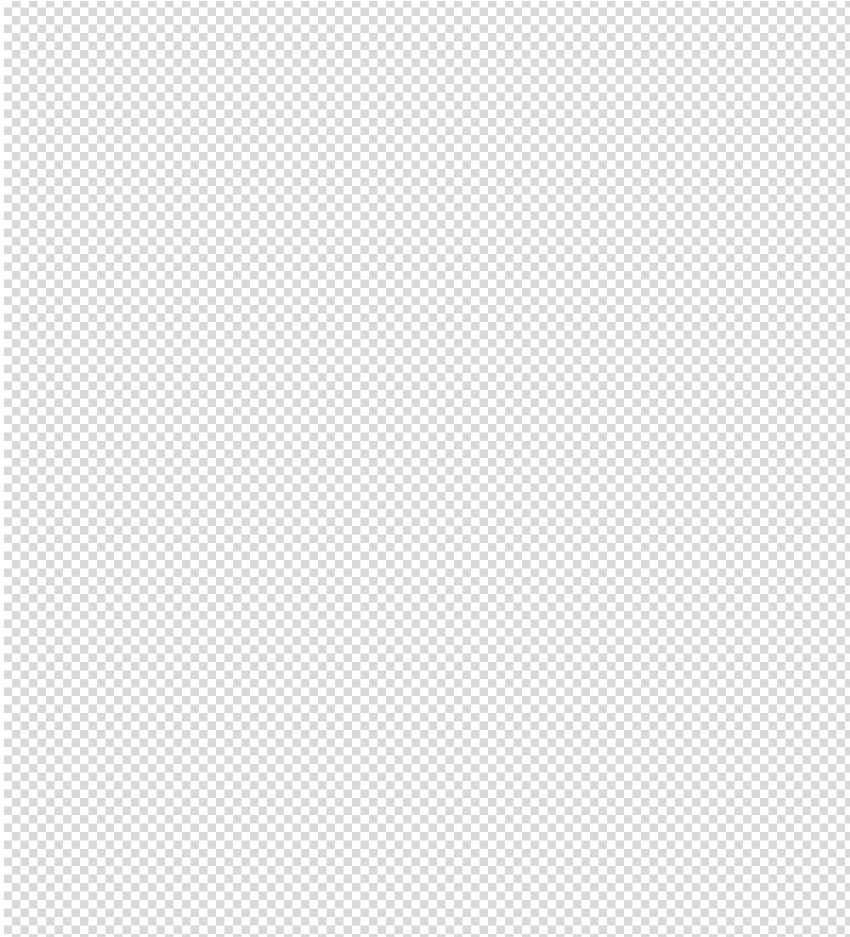
Q_{dx} = Simbol dari jumlah barang x yang diminta (*quantity demanded of x*).



b. Grafik barang A dan Grafik barang B.



Kurve-kurve yang lalu bentuknya adalah garis lurus (*linear*). Ada juga bentuk-bentuk lain misalnya seperti bentuk *hyperbola* atau cembung ke titik pusat (*convex to origin*), tetapi biasanya setiap *demand curve* mempunyai *slope* yang negatif.



jumlah barang yang diminta berlawanan dengan perubahan harga, tetapi belumlah diketahui seberapa jauh perubahan *quantity* tersebut. Persoalan ini menyangkut apa yang dinamakan derajat kepekaan (elastisitas). Suatu penurunan harga yang sama akan membawa

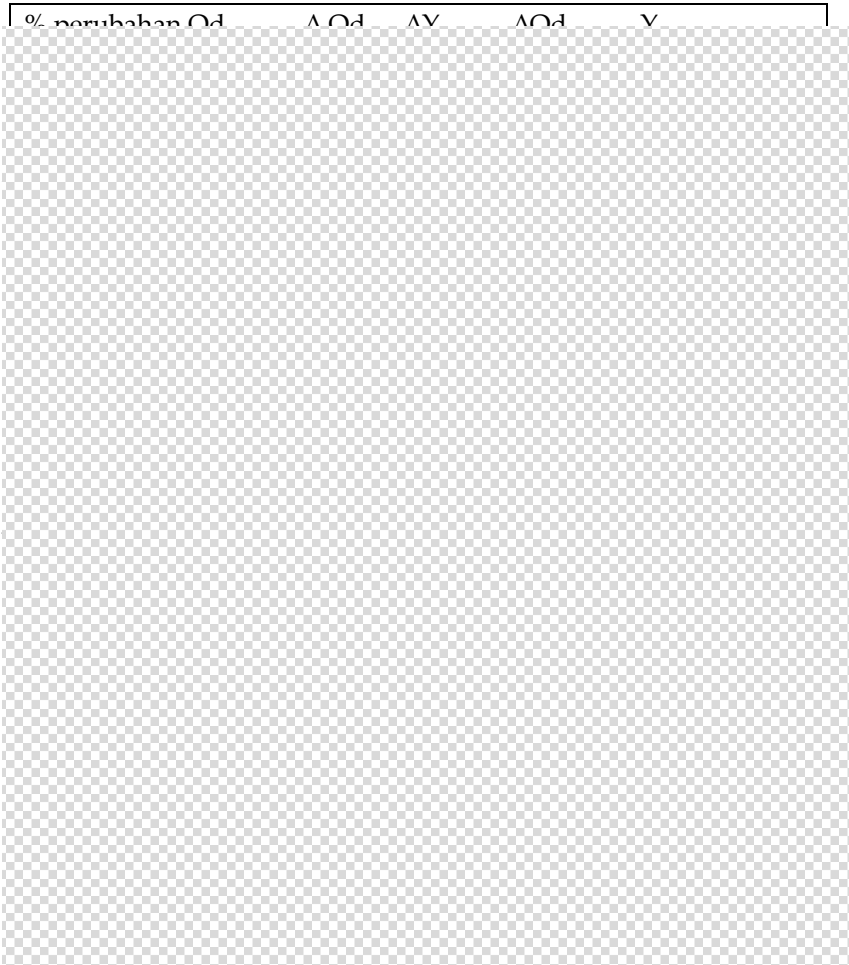
pengaruh yang berbeda terhadap berbagai jenis barang yang tergantung besarnya *elasticity coefficient* permintaan masing-masing barang.

$$Elasticity = \frac{\% \text{ perubahan suatu variabel}}{\% \text{ perubahan variabel lain.}}$$



substitusi misalnya karet alam dan karet sintetis, untuk barang komplementer misalnya tinta dan pen.

3. *Income Elasticity of Demand*



$$Et = \frac{\Delta Qd}{Qd} : \frac{\Delta P}{P} = \frac{AC}{OA} : \frac{RS}{RO}$$

Kalau kita tarik garis lurus yang menyinggung *demand curve* dititik T, dan memotong sumbu x dititik M, dan sumbu y dititik N maka ΔQd sebesar $ABC = A'B'C'$. Untuk perubahan harga yang amat kecil $AB'C$ akan berimpit. Dengan kata lain, $B'C'$ dapat diabaikan sehingga ΔQd sebesar $A'B'C'$ dianggap $A'B'$ saja atau sama dengan AB saja. Dengan demikian persamaan di atas dapat diubah menjadi :

$$Et = \frac{AB}{OA} : \frac{RS}{RO} = \frac{AB}{OA} \times \frac{RO}{RS}$$

Perhatikanlah segitiga TAM :

$$\frac{TA'}{TA} = \frac{A'B'}{AM} \text{ atau } \frac{RS}{RO} = \frac{AB}{AM} \text{ atau } \frac{RO}{RS} = \frac{AM}{AB}$$

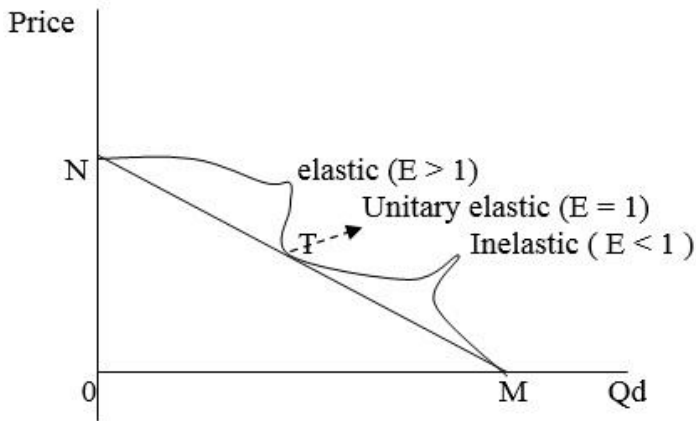
$$Et = \frac{AB}{OA} \times \frac{RO}{RS} = \frac{AB}{OA} \times \frac{AM}{AB} = \frac{AM}{OA}$$

Dalam segitiga OMN maka :

$$\frac{AM}{OA} = \frac{OR}{RN} = \frac{MT}{TN}$$

Dengan demikian dalam demand curve yang berupa garis lurus untuk elastisitas pada titik tertentu dapat ditentukan sebagai berikut :

- a. Bila terletak ditengah garis, dengan kata lain $MT/TN = 1$ disebut *Unitary Elasticity*.
- b. Bila terletak antara N dan $T > 1$, disebut *Elastic*.
- c. Bila terletak antara titik T dan $M < 1$, disebut *Inelastic*.



(Untuk *demand curve* yang bukan garis lurus harus dibuatkan lebih dahulu garis lurus yang menyinggung *demand curve* pada titik yang ingin diukur).

Rumus *point elasticity* (pada satu titik) sebenarnya hanya baik untuk mengukur perubahan yang sangat kecil. Untuk perubahan yang besar digunakan *Arc Elasticity*.

2. Elastisitas Pada Dua Titik

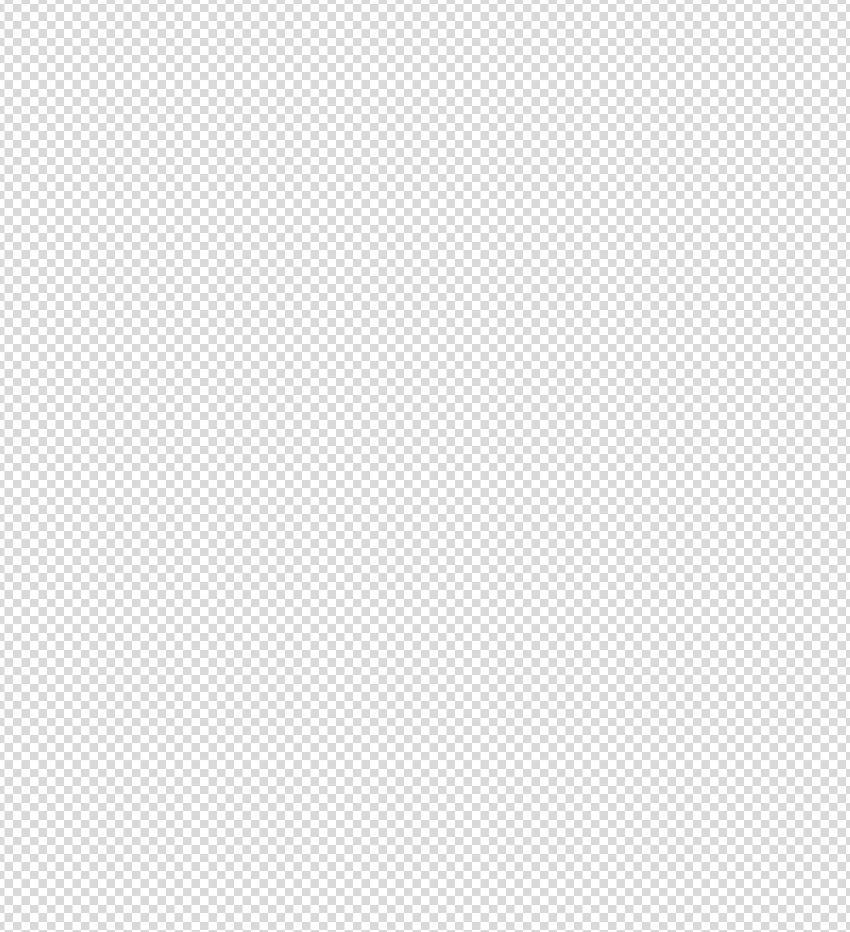
Untuk menghitung elastisitas dari titik A ke B dengan rumus pertama (lihat Tabel di Bawah), terdapat kesulitan yaitu untuk % perubahan harga, apakah $1/5$ atau $1/4$ Karena itu kita gunakan Elastisitas dua titik (*Arc Elasticity*) dengan rumus :

$Q_0 - Q_1$	$P_0 - P_1$
-----	-----
$Q_0 + Q_1$	$P_0 + P_1$

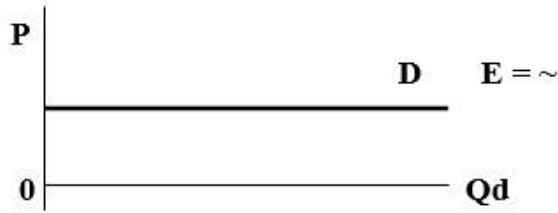
Di mana :

Q0 = *quantity of demanded* mula-mula

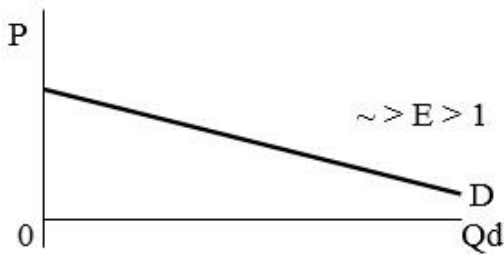
Q1 = *quantity of demanded* yang baru



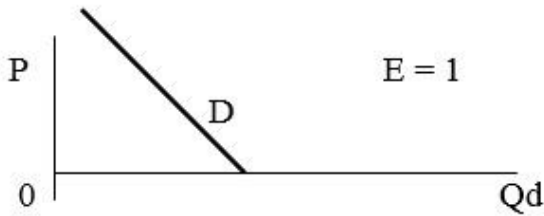
- a. *Perfect Elastic* (elastisitas sempurna), artinya pada batas harga tertentu jumlah yang diminta tidak terbatas. ($E = \infty$)



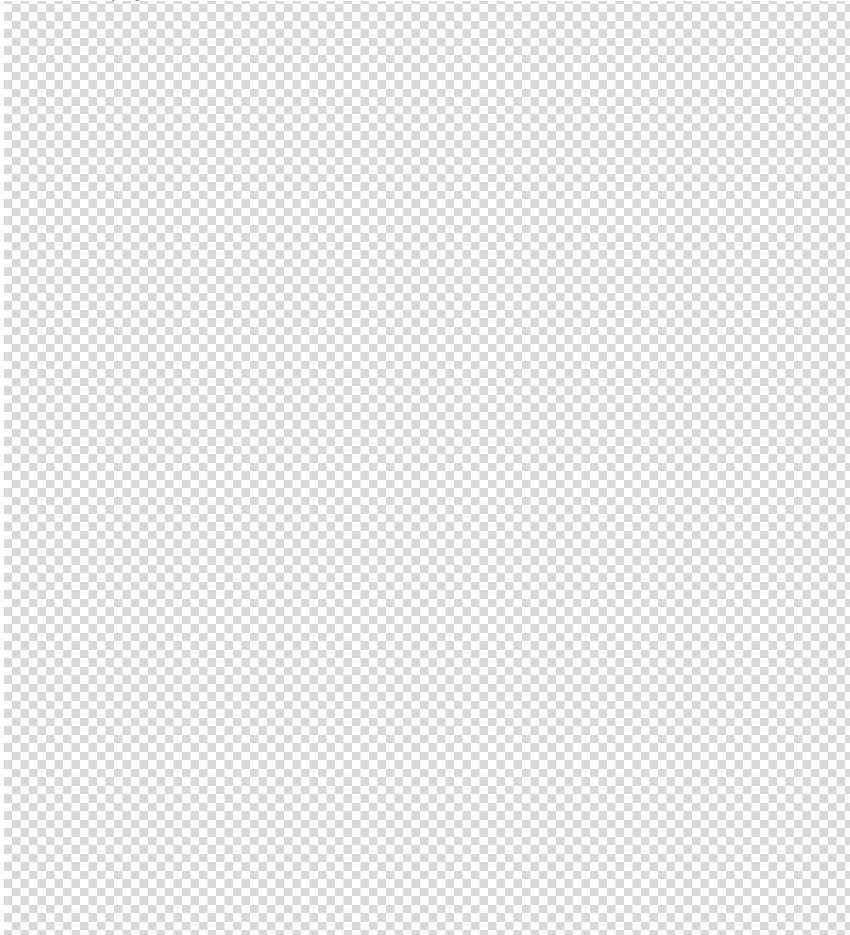
- b. *Elastic*, artinya perubahan relatif dari Qd lebih besar daripada perubahan relatif dari harga. ($\infty > E > 1$).



- c. *Unitary Elastic*, artinya perubahan relatif daripada Qd sebanding dengan perubahan relatif dari harga. ($E = 1$).

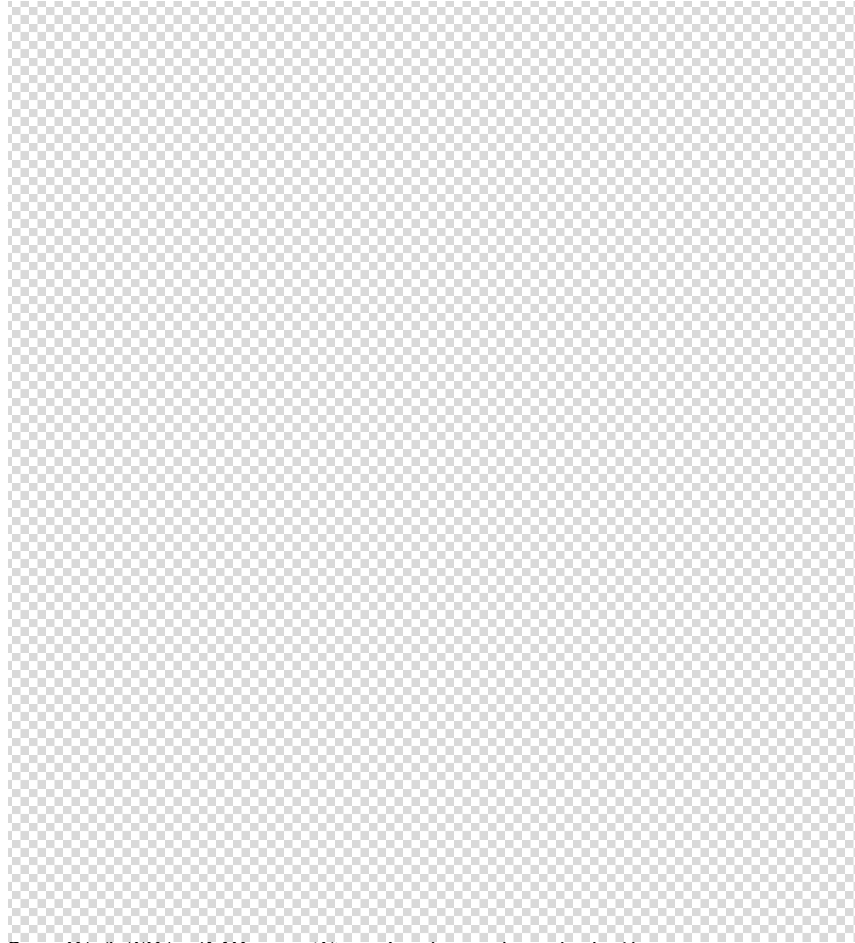


- d. *Inelastic*, artinya perubahan relatif dari Qd lebih kecil daripada perubahan relatif dari harga. ($0 < E < 1$).



perubahan nilai yang sama (nilai atau persentase) akan mengakibatkan perubahan *quantity of demanded* akan barang lux lebih besar daripada barang pokok. Mengenai elastisitas seluruh curve terdapat dua batasan yaitu : *Perfect Elastic* dan *Perfect Inelastic*.

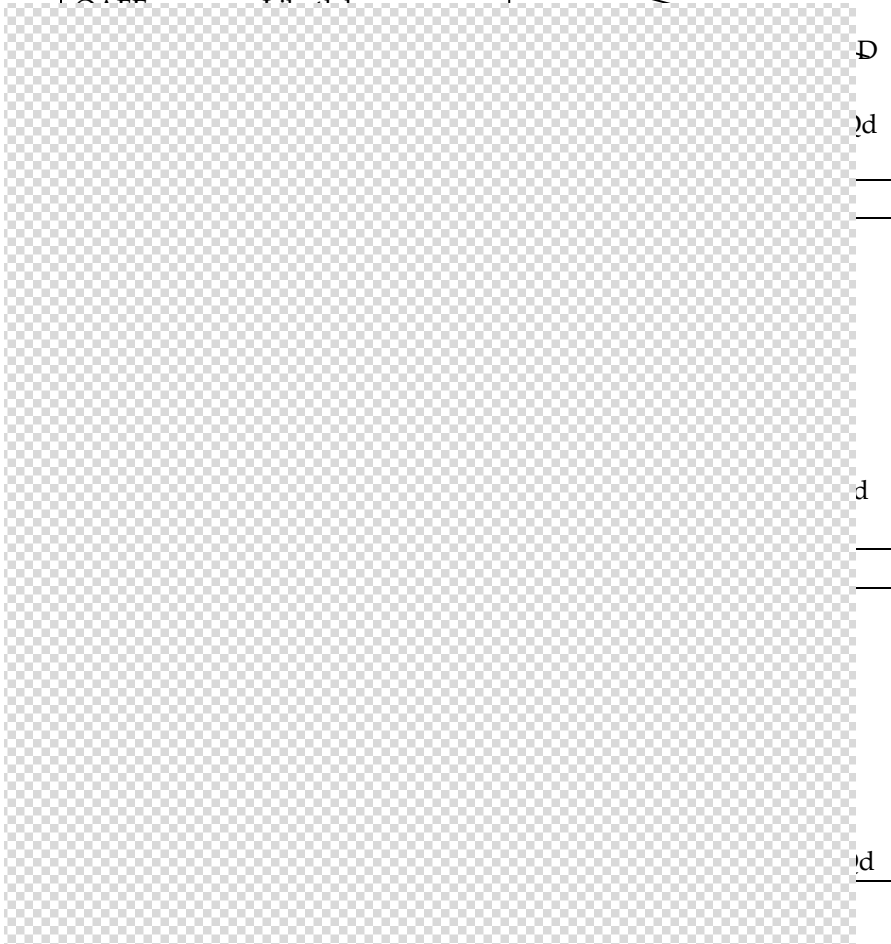
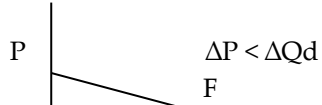
E. Cara Lain Mencari Elastisitas



2. $P \downarrow$ & $TR \downarrow$, (MR negatif, maka *demandnya inelastic*)
3. $P \downarrow$ & TR tetap, (MR = 0), maka *demandnya unitary elastic*

Bagi kita untuk melihat perkembangan TR secara grafis-pun dapat dilakukan sebagai berikut :

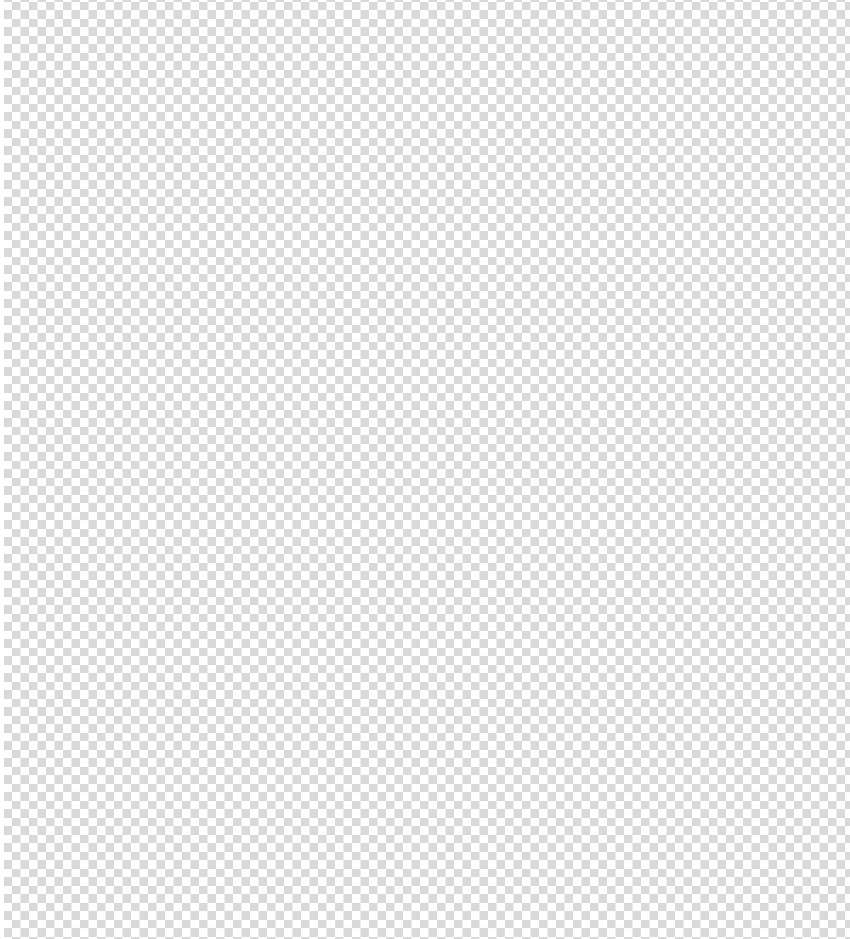
Elastic ($E > 1$), dengan turunnya harga maka TR baru OBCD lebih besar daripada TR lama



2. Faktor-faktor yang berpengaruh

Adapun faktor-faktor yang berpengaruh atau yang menentukan *Price Elasticity of Demand* antara lain sebagai berikut:

1. Adanya barang substitusi, semakin banyak dan semakin baik *substitute goods* yang tersedia, semakin besar elastisitas harga untuk suatu barang. (Bandingkan antara kopi dan garam).



% perubahan Qdx	$\frac{\Delta Qdx}{Qdx}$	$\frac{\Delta Py}{Py}$	$=$	$\frac{\Delta Qdx}{Qdx} \times \frac{Py}{Qdx}$
% perubahan Py	$\frac{\Delta Py}{Py}$	$\frac{\Delta Qdx}{Qdx}$	$=$	$\frac{\Delta Qdx}{Qdx} \times \frac{Py}{Qdx}$

Untuk barang substitusi elastisitasnya positif, artinya kalau harga barang turun maka *quantity of demand* dari barang substitusi ini juga turun (begitu juga sebaliknya). Untuk barang komplementer elastisitasnya negatif artinya kalau harga turun maka *quantity of demanded* dari barang komplementer akan meningkat. Untuk barang substitusi misalnya karet alam dan karet sintetis, kopi dan teh, untuk barang komplementer misalnya tinta dan pen, sirup dan teh.

b. Contoh Elastisitas Silang (barang Substitusi) :

Q	Sebelum		Sesudah	
	P (Rp)	Q (Gelas)	P (Rp)	Q (Gelas)
Kopi (x)	200	40	200	50
Teh (y)	100	50	150	30

$$E_{xy} = \frac{\Delta Q_{dx}}{Q_{dx}} : \frac{\Delta P_y}{P_y} = \frac{\Delta Q_{dx}}{\Delta P_y} \times \frac{P_y}{Q_{dx}}$$

$$E_{xy} = \frac{50-40}{40} : \frac{150-100}{100} = \frac{10}{40} : \frac{50}{100}$$

$$E_{xy} = \frac{10}{40} \times \frac{100}{50} = \frac{1000}{2000} = 0,5$$

$0 < E_{xy} < 1 \rightarrow$ inelastic

$E_{xy} = 0,5$ adalah inelastic namun positif, artinya kopi dan teh merupakan barang Substitusi.

c. Contoh Elastisitas Silang Barang Komplementer :

Q	Sebelum		Sesudah	
	P (Rp)	Q (Gelas)	P (Rp)	Q (Gelas)

akibat dan adanya persentase perubahan pendapatan. Atau dapat diformulasikan sebagai berikut :

a. Formula Elastisitas Pendapatan

$$\frac{\% \text{ perubahan } Q_d}{\% \text{ perubahan } Y} = \frac{\Delta Q_d}{Q_d} : \frac{\Delta Y}{Y} = \frac{\Delta Q_d}{\Delta Y} \times \frac{Y}{Q_d}$$

$$E_Y = \frac{\Delta Q_d}{\Delta Y} : \frac{Y}{Q_d}$$

Catatan :

E_Y positif → untuk barang normal

E_Y negatif → untuk barang inferior

$E_Y < 1$ → untuk barang kebutuhan sehari-hari

$E_Y > 1$ → untuk barang mewah (superior goods).

Apabila "Hubungan" antara barang x dan barang y bisa saling menggantikan satu sama lain (barang substitusi) biasanya elastisitasnya positif, misalnya saja harga barang y meningkat, maka akan mengakibatkan berkurangnya permintaan akan barang y (akan tetapi karena adanya proses substitusi barang y oleh barang x) maka permintaan akan barang x meningkat sedangkan apabila hubungan antara barang x dan y adalah saling melengkapi (komplementer) maka elastisitasnya negatif.

b. Contoh Elastisitas Pendapatan

Tabel Elastisitas Pendapatan

Y	% Δ Y	Q	% Δ Q

$$\% \Delta Q = \frac{Q_1 - Q_0}{Q_0} \cdot 100 \% = \dots\dots\dots \%$$

$$\% \Delta Q1 = \frac{Q' - Q_0}{Q_0} = \frac{10 - 5}{5} \cdot 100 \% = 100 \%$$

$$\% \Delta Q2 = \frac{Q' - Q_0}{Q_0} = \frac{15 - 10}{10} \cdot 100 \% = 50 \%$$

Dan seterusnya.

Skala pendapatan :

$$EY = \% \Delta Q : \% \Delta Y = 100 : 50 = 2 \rightarrow \text{barang mewah.}$$

$$EY = \% \Delta Q : \% \Delta Y = 50 : 33,33 = 1,5 \rightarrow \text{barang mewah.}$$

$$EY = \% \Delta Q : \% \Delta Y = 20 : 25 = 0,8 \rightarrow \text{barang Keb.sehari-hari.}$$

$$EY = \% \Delta Q : \% \Delta Y = 11,11 : 20 = 0,56 \rightarrow \text{barang keb.se-hari2}$$

$$EY = \% \Delta Q : \% \Delta Y = -5 : 16,7 = -0,30 \rightarrow \text{barang inferior.}$$

$$EY = \% \Delta Q : \% \Delta Y = -5,26 : 14,29 = -0,37 \rightarrow \text{barang inferior.}$$

BAB IV PENAWARAN DAN ELASTISITASNYA

A. Penawaran

Penawaranan (*Supply*) merupakan suatu skedul yang menunjukkan “kuantitas (jumlah) kesatuan barang yang ditawarkan oleh penjual dengan berbagai macam harga tertentu, selama jangka waktu tertentu (persatuan waktu).”

Fungsi penawaran adalah fungsi yang menunjukkan hubungan antara jumlah barang atau jasa dengan harga barang tersebut. Artinya sedikit banyaknya barang atau jasa yang dijual tergantung pada tinggi rendahnya harga barang tersebut. Perubahan sedikit banyaknya barang atau jasa yang dijual ini sesuai dengan hukum penawaran (*Law of Supply*) yang menyatakan : *Ceteris paribus, jumlah barang yang ditawarkan bergerak searah dengan pergerakan harga (semakin tinggi harga, maka semakin tinggi pula jumlah barang yang ditawarkan, dan sebaliknya semakin rendah harga suatu barang, maka semakin sedikit jumlah barang yang ditawarkan)*. Asumsi berlakunya hukum tersebut (*ceteris paribus*) adalah :

1. Input yang digunakan adalah *homogeneous*.
2. Harga input (bahan mentah dan bahan penolong, upah langsung, dan biaya produksi tidak langsung) tidak berubah,
3. Teknik produksi tidak berubah.

Kombinasi perubahan tersebut dapat dibuat suatu tabel , dan tabel itu dapat disebut tabel penawaran. Dari tabel penawaran tersebut dapat dibuat suatu kurve. Kurve itu disebut kurve penawaran. Jadi *kurve penawaran adalah suatu kurve yang terdiri dari titik-titik kemungkinan jumlah barang atau jasa yang dapat ditawarkan pada berbagai tingkat harga*.

Harga sebagai *independent variable*, dan jumlah barang atau jasa sebagai *dependent variable*. Harga digambarkan pada sumbu vertikal, sedang jumlah barang atau jasa digambarkan pada sumbu horizontal.

Contoh :

Tabel
Daftar Penawaran Barang "XYZ"

Harga	Jumlah Barang Yang Ditawarkan	Titik
100	1	A

ini dapat dikatakan bahwa kurve penawaran mempunyai *slope* (kemiringan kurve) yang positif.

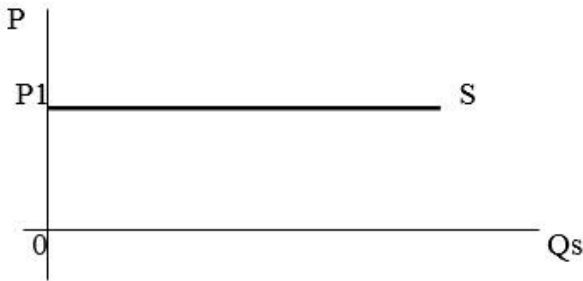
B. Kekecualian Bentuk Kurve Penawaran

Yang dimaksud dengan kekecualian bentuk kurve penawaran adalah bentuk kurve penawaran yang menyimpang dari keadaan yang normal. Kurve penawaran yang normal adalah arahnya naik dari kiri bawah ke kanan atas, tetapi hal ini tidak selalu akan terjadi demikian, melainkan bahwa pada suatu saat akan terjadi hal yang tidak seperti biasanya atau terjadi hal-hal yang menyimpang seperti contoh sebagai berikut :

1. Kurve penawaran yang horizontal,
2. Kurve penawaran yang vertikal,
3. Kurve penawaran yang membelok.

2. Kurve penawaran yang horizontal

Kurve ini menunjukkan bahwa jika harga naik sedikit saja, maka jumlah barang yang ditawarkan akan segera bertambah banyak sehingga harga cepat kembali turun.

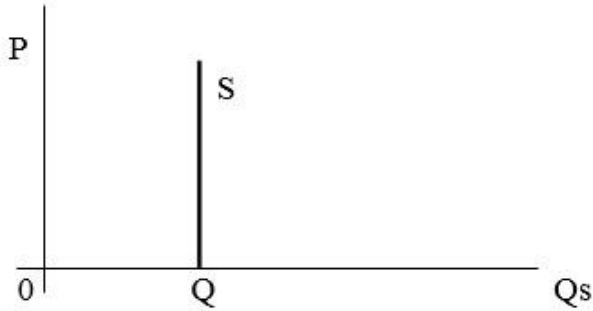


Gambar : Kurve Penawaran Yang Horizontal

3. Kurve Penawaran Yang Vertikal

Kurve ini menunjukkan bahwa berapapun harga yang terjadi di pasar, maka jumlah barang yang ditawarkan akan tetap, misalnya sebanyak OQ . Contoh produksi padi dihasilkan selama empat bulan, maka meskipun harga naik terus produsen tidak dapat menambah jumlah padi yang harus dijual, sebaliknya jika harga turun, maka

dalam waktu empat bulan itu tidak dapat mengurangi produksinya dan jumlahnya sudah tertentu.



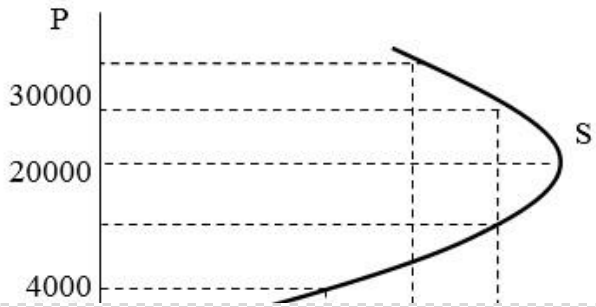
Gambar : Kurve Penawaran yang Vertikal.

4. Kurve Penawaran Yang membelok

Kurve ini berbentuk lengkung membelok yang disebut "*Back ward bending*". Contoh penaran tenaga kerja. Kurve ini menunjukkan jumlah jam kerja yang selalu naik juga, tetapi pada suatu saat akan menjadi keadaan yang sebaliknya yaitu dengan naiknya upah akan mengikuti turunnya jumlah jam kerja. Hal ini dapat dilustrasikan seperti contoh berikut :

Tabel : Penawaran

Upah per hari (Rp)	Jam Kerja Per hari (Jam)
4.000	7
6.000	8
10.000	9
20.000	10
30.000	9
36.000	8



t
s
F
k
c
F
t
f
E
E
E
L

$$P = 10 + \frac{1}{2} Q$$

Ditanyakan :

- Berapa besarnya elastisitas penawaran pada saat jumlah barang sebesar 4 unit.
- Gambarkan grafiknya.

Jawab :

- Besar Elastisitas :

$$P = 10 + \frac{1}{2} Q \longrightarrow Q = 2P - 20$$

$Q' = \Delta Q_s / \Delta P = 2$ (derivative dari fungsi Q).

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

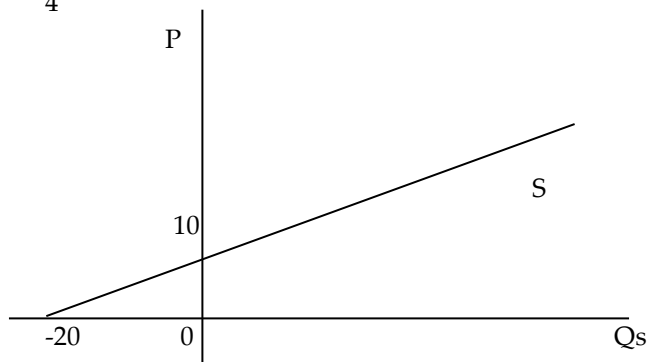
$$E_s = (2) \frac{10 + (\frac{1}{2})(4)}{Q} \quad \text{Untuk harga } Q = 4, \text{ maka :}$$

$$E_s = (2) \frac{10 + (\frac{1}{2})(4)}{4} = 6 \quad E_s = 6 > 1$$

$E_s = 6 > 1$

Ini disebut

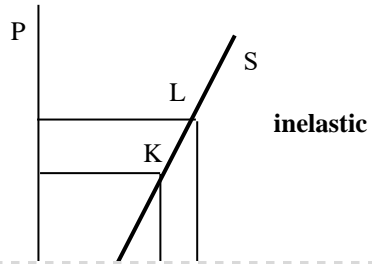
Elastis.



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

$$E_K = \frac{AB}{KB} \times \frac{KB}{OB} = \frac{AB}{OB} < 1$$

AC LC AC

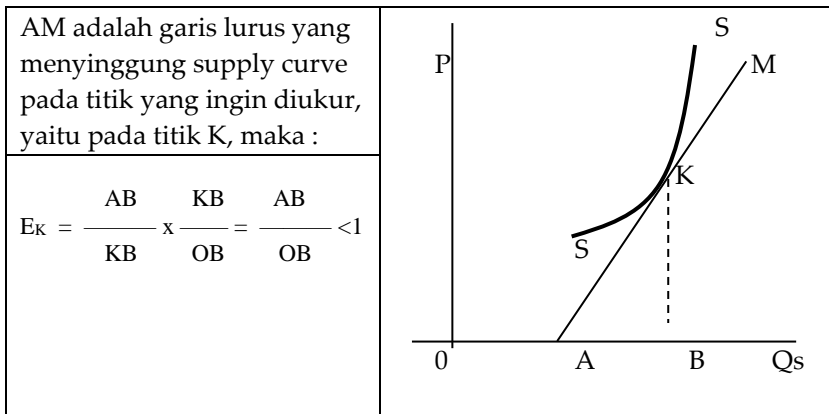


BL BO BO

1

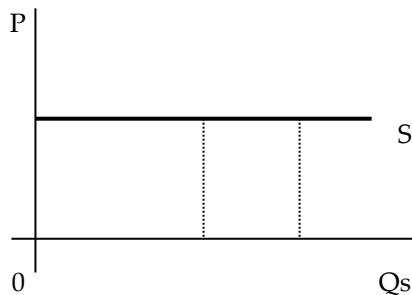
Jelas terlihat bahwa untuk *supply curve* yang melalui titik *origin* (O) besarnya elastisitas = 1 pada titik manapun kita menghitung.

Untuk menghitung elastisitas pada *supply curve* yang berbentuk garis lengkung (hiperbola) dibuat lebih dahulu suatu garis lurus yang menyinggung *supply curve* pada titik yang ingin diukur atau dihitung, gunakan seperti formula di atas dengan memperhatikan gambar berikut :

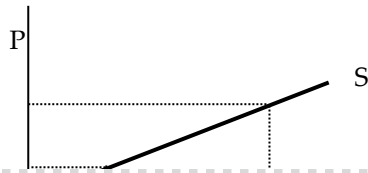


Menurut Alfred Marshall, macam-macam grafik elastisitas penawaran meliputi :

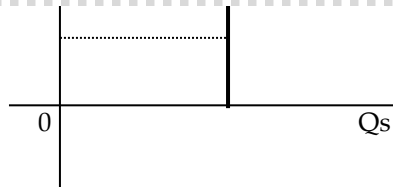
- a. Elastis tak terhingga, artinya perubahan jumlah barang yang ditawarkan sampai tak terhingga(banyak sekali) yang disebabkan adanya perubahan harga yang kecil saja. ($E = \infty$) atau *Perfect Elastic*.



- b. Elastis, artinya bahwa persentase perubahan jumlah barang yang ditawarkan lebih besar daripada persentase perubahan harga



ada perubahan jumlah barang yang ditawarkan meskipun ada perubahan harga barang tersebut. ($E = 0$).



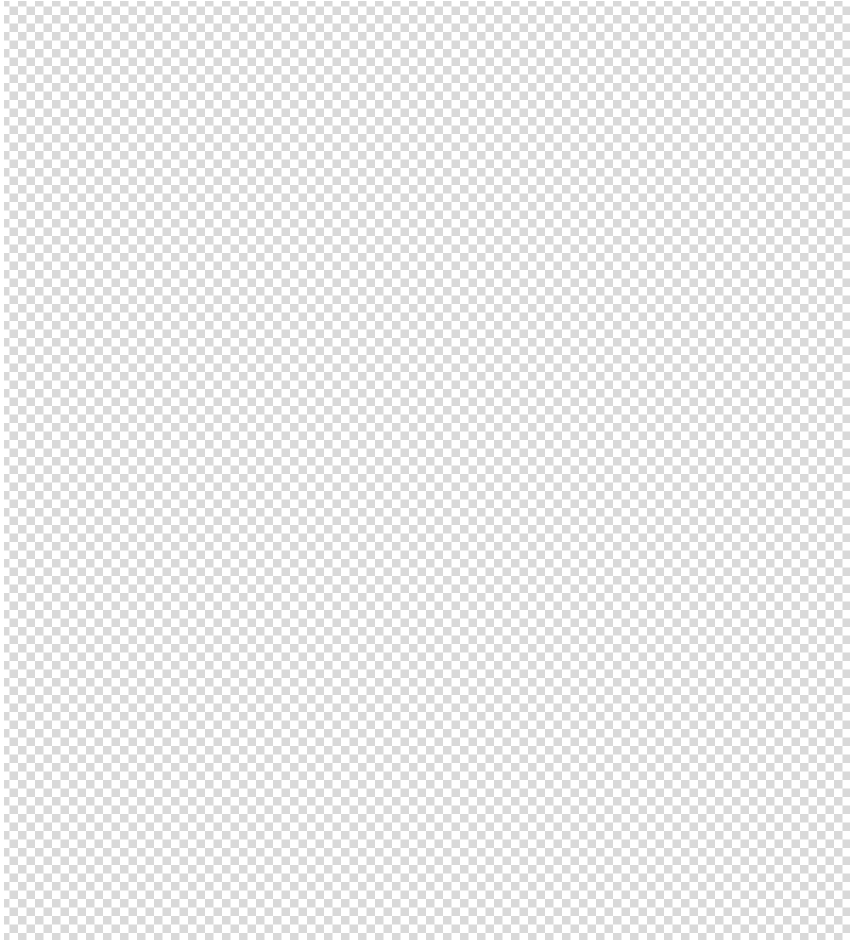
C. Penawaran ditinjau dari segi jangka waktu.

Seringkali persediaan (stock) dianggap sama dengan supply (penawaran). Sebenarnya keduanya harus dibedakan, sebab persediaan biasanya adalah jumlah barang yang berada ditangan pengusaha, sedangkan penawaran adalah jumlah barang yang penjual bersedia menjualnya pada berbagai tingkat harga.

Persediaan merupakan penawaran yang potensiill. Perbedaan keduanya tidak begitu berarti kalau ditinjau darei segi jangka waktu di mana penawaran dapat dibagi atas tiga :

1. *Market supply*, yaitu penawaran di pasar dengan stock yang ada. Sifatnya *Perfect inelastic*, artinya supply tidak bisa diperbesar sebab terbatas pada stock yang ada.
2. *Short run supply*, yaitu penawaran yang dapat ditambah dengan menggunakan kapasitas produksi yang ada. Sifatnya agak elastis.
3. *Long run supply*, yaitu penawaran yang dapat ditambah dengan menambah kapasitas produksi. Sifatnya lebih elastis.

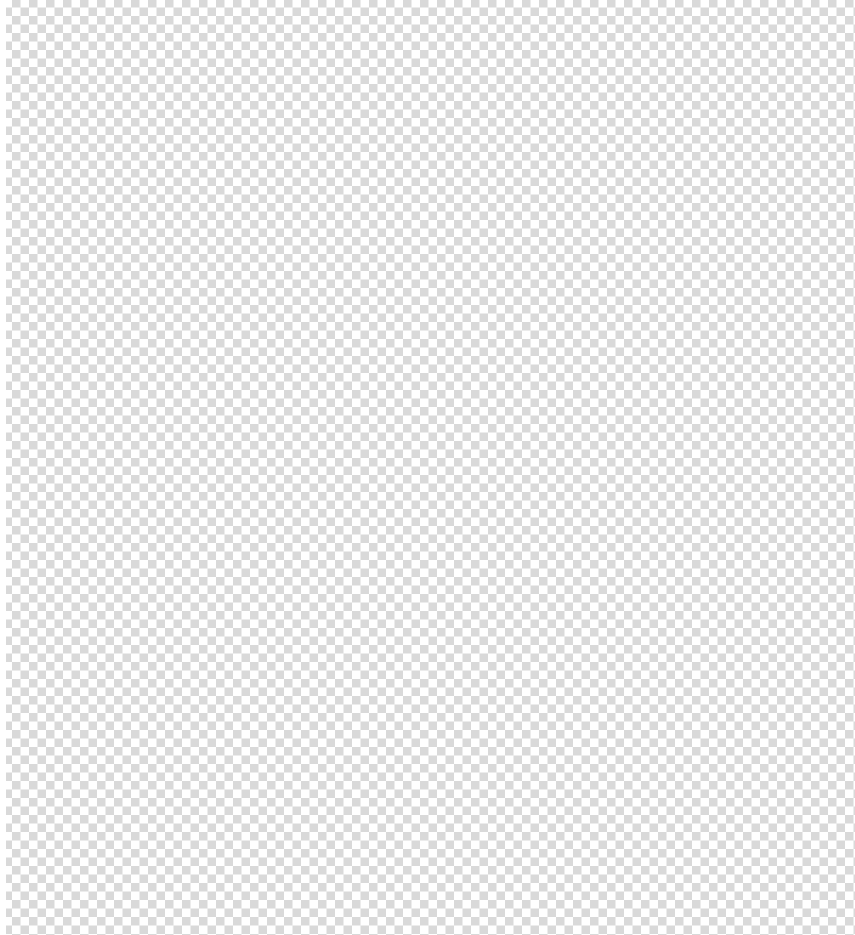
BAB V KESEIMBANGAN PASAR



0 ^I F H Q I G Qd, Qs

Pada titik keseimbangan pasar (E), baik jumlah maupun harga adalah maksimum ini berarti bahwa baik harga maupun jumlah sudah tidak dapat dirubah / ditambah lagi.

Apabila sekarang keseimbangan tersebut terganggu, misalkan harga naik dari (OA) menjadi (OB), apakah yang terjadi ? Ternyata pada saat terjadinya kenaikan harga ini jumlah yang ditawarkan (OI) melebihi jumlah yang diminta (OF), selisih antara keduanya (FI) biasa disebut "*Surplus penawaran*" atau *Excess Supply*, hal ini akan

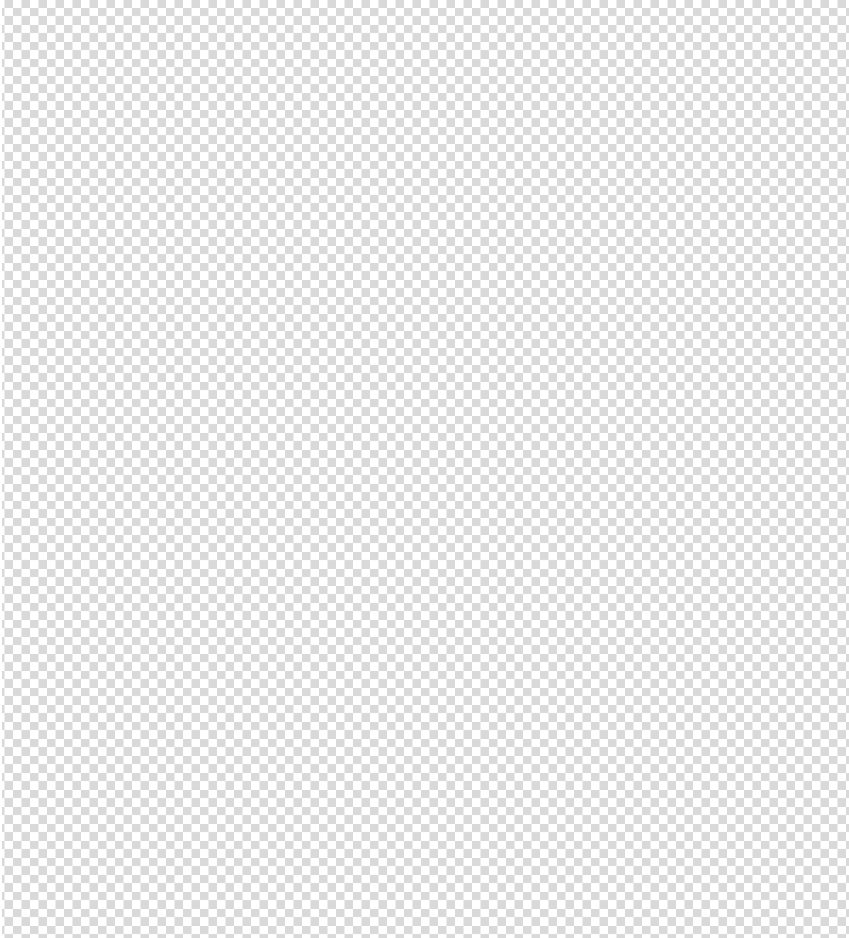


1 Ada 100 orang konsumen dengan fungsi permintaan $Q_{dx} = 80 - 10P_x$. Kemudian ada 100 orang produsen dengan fungsi penawaran $Q_x = -40 + 20P_x$

diminta

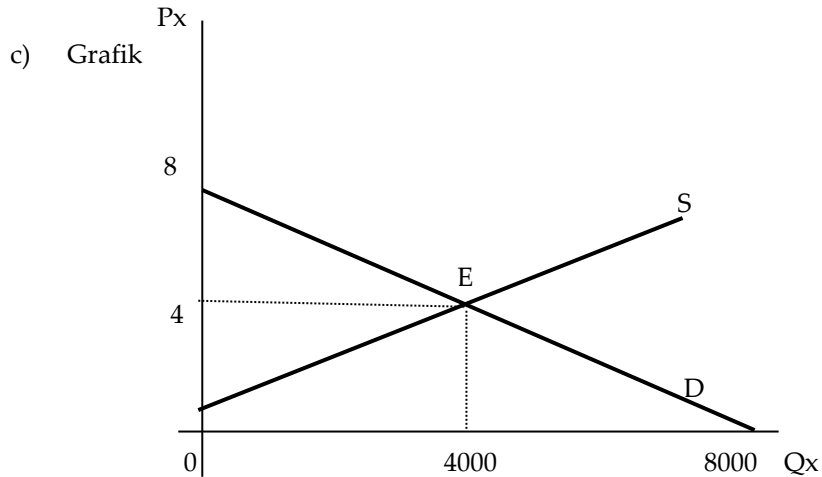
- a. Skedule permintaan dan penawaran
- b. Harga keseimbangan pasar yang terjadi.
- c. Grafik

Jawab :



$$Q_{sx} = -4000 + 8000$$

$$Q_{sx} = 4000$$



- 2 Ada 10.000 orang konsumen dengan fungsi permintaan $Q_{dx} = 12 - 3P_x$ dan kemudian ada 1000 produsen dengan fungsi penawaran $Q_{sx} = 20 P_x$ diminta :

- Skedul permintaan dan penawaran
- Harga keseimbangan pasar yang terjadi. (E)
- Grafik

jawab :

a)

$$Q_{dx} = 120.000 - 30000 P_x$$

$$Q_{sx} = 20.000 P_x$$

b)

$$D = S$$

$$120.000 - 30.000 P_x = 20.000 P_x$$

$$120.000 = 20.000 P_x + 30.000 P_x$$

$$120.000 = 50.000 P_x$$

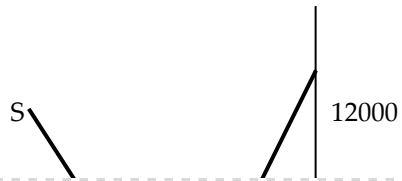
$$P_x = 2,4$$

Teori Ekonomi Mikro

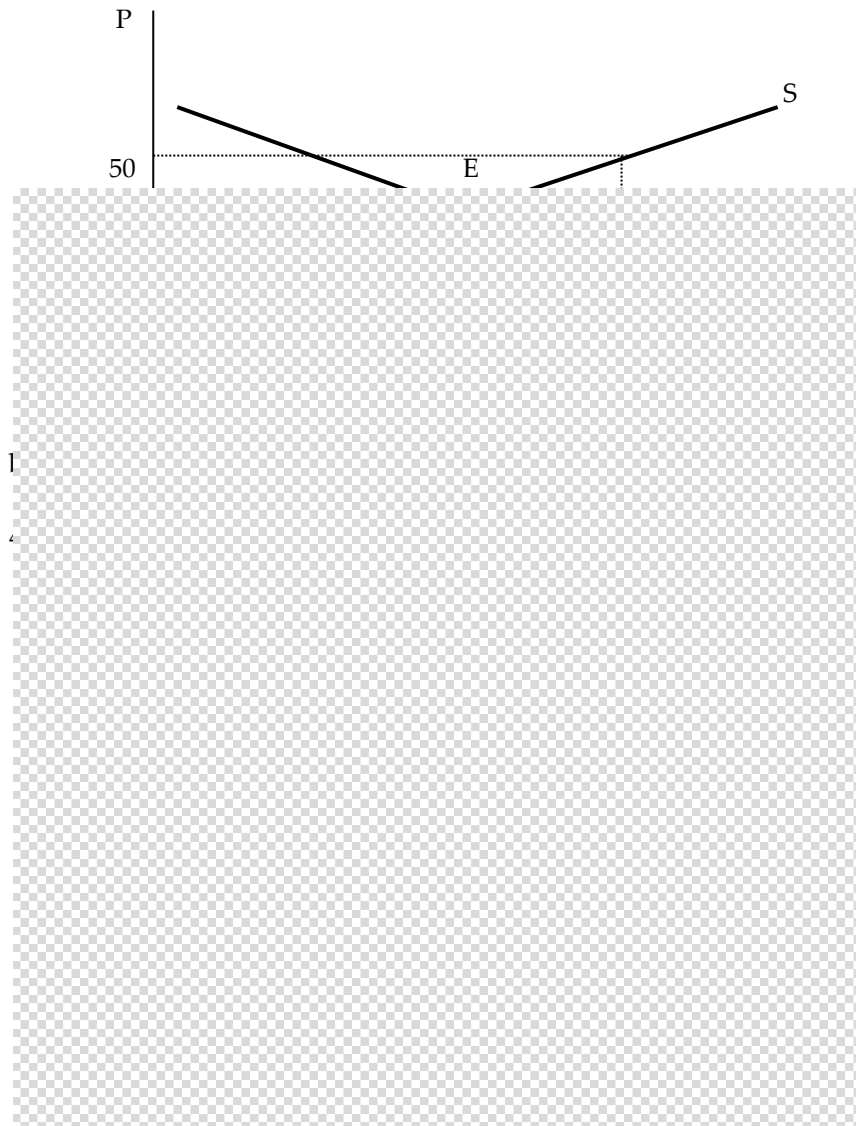
$$Q_{sx} = 20.000 P_x$$

$$Q_{sx} = 20.000 \cdot (2,4)$$

$$Q_{sx} = 48000$$



Dari data di atas buatlah grafiknya dan tentukan besarnya harga keseimbangan dan jumlah barang yang equilibrium.



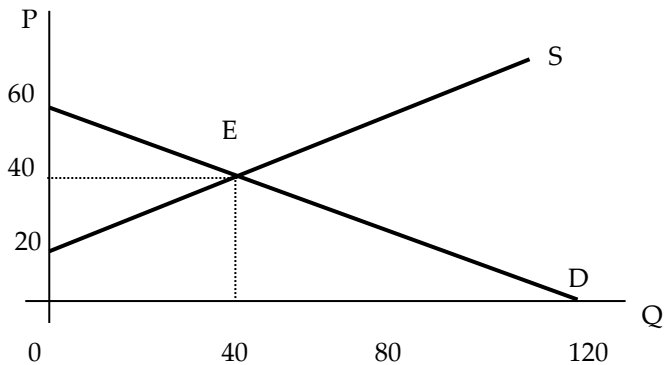
dan kuantitas kesetimbangan sebanyak 40 unit.

$$Q_d = 120 - 2P$$

P	0	40	60
Q _d	120	40	0

$$Q_s = -40 + 2P$$

P	0	40	20
Q _s	-40	40	0

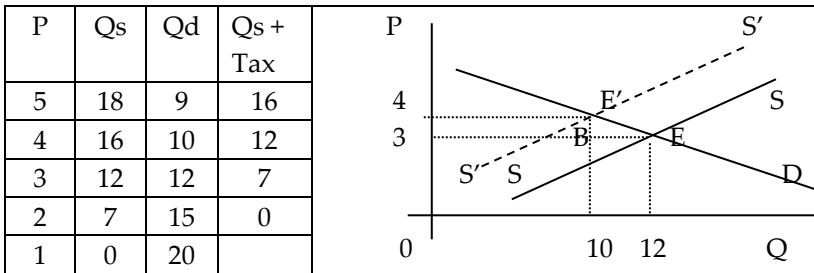


B. Tindakan Pemerintah pada Equilibrium Price

1. Langsung ikut serta dalam kegiatan *supply* atau *demand*. Dalam hal ini proses seperti di atas tetap berjalan seperti biasa.
2. Penetapan harga Tertinggi. Misalnya Pemerintah menentukan harga tertinggi US\$ 20, maka karena ada *excess demand* timbullah *Black Market* di mana pembeli yang tidak kebagian barang bersedia membeli dengan harga yang lebih tinggi daripada *legal price*, tetapi dengan cara sembunyi-sembunyi. Dalam hal ini tentu saja pemerintah akan mengenakan sanksi kepada pelanggar ketentuan yang berlaku baik kepada pembeli pada penjual atau keduanya dan satu dengan lainnya membawa pengaruh yang berbeda-beda terhadap *equilibrium price*.

- 3 Membebani pajak penjualan. Misalnya pemerintah membebani pajak US\$ 1 (berupa *lump sum tax*) maka pertama-tama *supply* akan berubah dan selanjutnya akan mempengaruhi *equilibrium price*. *Supply* bergeser ke atas dan *equilibrium price* baru terletak antara US\$ 30 dan US\$ 40 (pada titik E'). Di sini terlihat bahwa :

Price + Tax = E'H Tax E'F dibebabnkan pada
 Tax = E'F Penjual sebesar FG dan
 Supply Price = FH Pembeli sebesar FE'

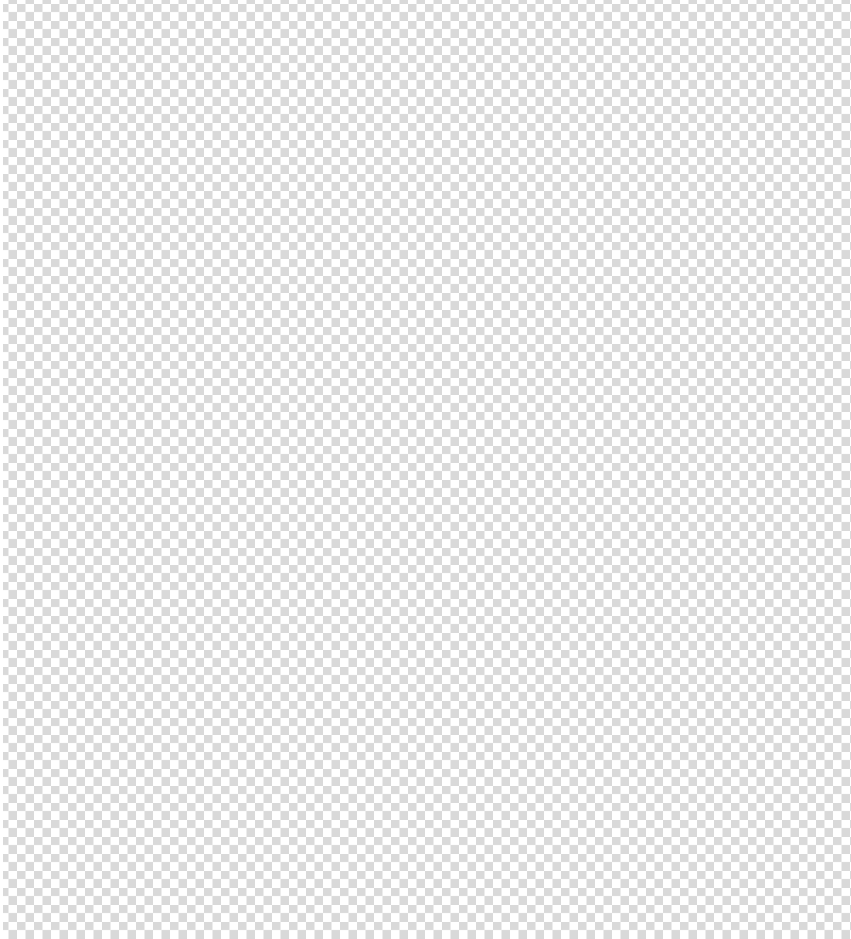


C. Equilibrium Price dari Sudut Jangka Waktu

- 1 *Momentary Equilibrium* yaitu keseimbangan harga yang terjadi karena pertemuan *demand* dengan *Market Supply* (*Supply* di sini bersifat *perfect inelastic*).
- 2 *Short Run Equilibrium* yaitu keseimbangan harga yang terjadi karena *demand* bertemu dengan *Short Run Supply* (*Supply*-nya agak *elastic*).
- 3 *Long Run Equilibrium* yaitu keseimbangan harga yang terjadi karena pertemuan *demand* dengan *Long Run Supply* (*Supply*-nya lebih *elastic*).

BAB VI TEORI NILAI GUNA

Perilaku konsumen yang sering juga disebut tingkah laku konsumen (*Consumer's Behavior*) tentang pokok permasalahan, mengapa konsumen berperilaku seperti yang dikemukakan oleh hukum



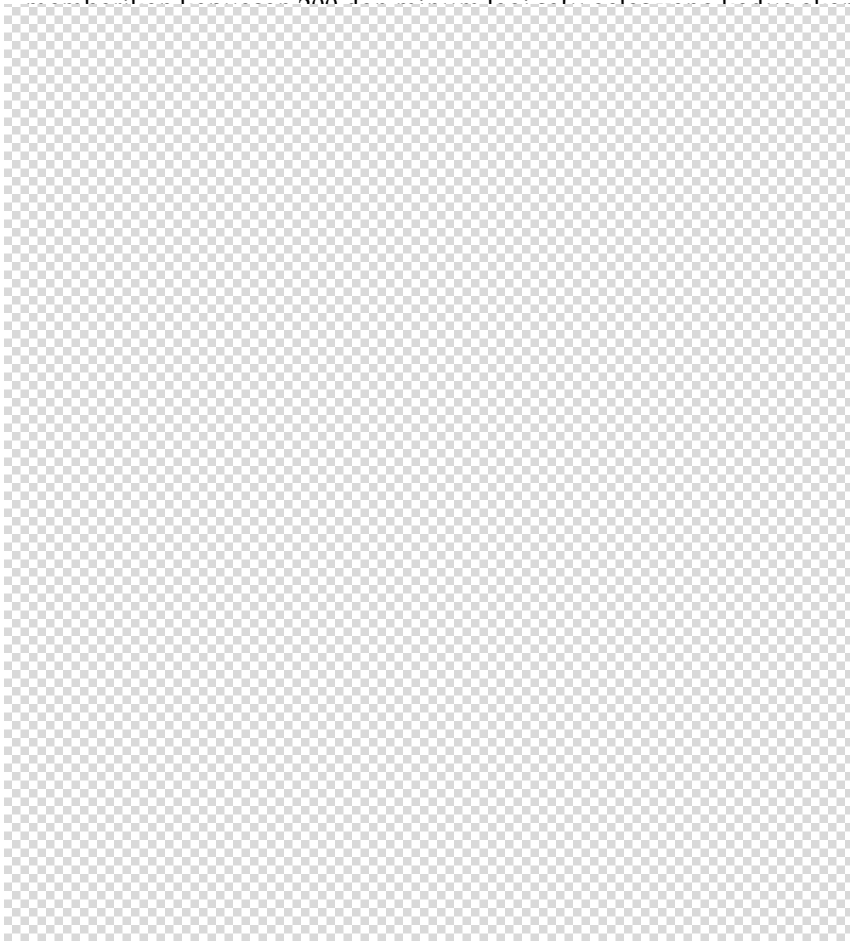
meminum air Es Kelapa Muda pada saat itu tentu terasa nikmat luar biasa, demikian pula gelas kedua, gelas ketiga

dan seterusnya kenikmatan tersebut semakin bertambah. Namun pada saat tertentu kenikmatan tersebut telah memuncak (maksimum), sehingga jika tambah Gelas berikutnya, maka kenikmatan terhadap Es Kelapa Muda tersebut semakin berkurang.

atau secara kardinal, misalnya dengan uang. Selanjutnya dimisalkan ada dua orang yakni A dan B, yang mana pada suatu saat si A habis

olah raga dan si B habis bangun tidur, dan kedua-duanya akan minum beberapa gelas air. Besarnya kepuasan maupun tambahan kepuasannyapun dari masing-masing pasti berbeda.

Misalnya A yang habis olah raga yang minum satu gelas air dapat

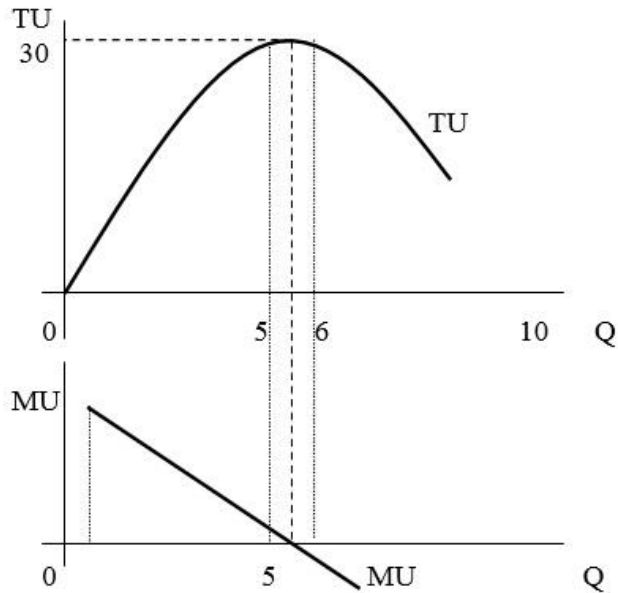


Hukum tentang tambahan kepuasan ini akan lebih jelas apabila diberikan suatu contoh yang menunjukkan secara kuantitatif dan sekaligus digambarkan ke dalam bentuk kurve, misalnya sebagai berikut :

Tabel
Total Utility dan Marginal Utility

Q	TU	MU
0	0	-
1	10	10
2	18	8
3	24	6
4	28	4
5	30	2
6	30	0
7	28	-2

Dari Tabel tersebut dapat digambarkan ke dalam grafik seperti tampak pada gambar berikut :



Dari gambar di atas dapat disimpulkan :

$$P_a = MU_a = \frac{MU_a}{P_a} = 1$$

$$\frac{MU_a}{P_a} = \frac{MU_b}{P_b} = \frac{MU_c}{P_c} = \frac{MU_n}{P_n} = 1$$

$MU_n = P_n$

Consumer's equilibrium merupakan suatu keadaan di mana kepuasan / guna maksimal tercapai. Dalam hal konsumen berhadapan dengan lebih dari satu macam barang, maka *Consumer's equilibrium* tercapai bilamana :

$\frac{MU_a}{P_a} = \frac{MU_b}{P_b} = \frac{MU_c}{P_c}$
--

Contoh : Misalkan Income konsumen US\$ 12 yang dibelanjakan atas dua macam barang yaitu a dan b, masing-masing dengan harga US\$ 2 dan US\$ 1 perunit. Adapun MU yang didapat nampak seperti dalam Tabel berikut :

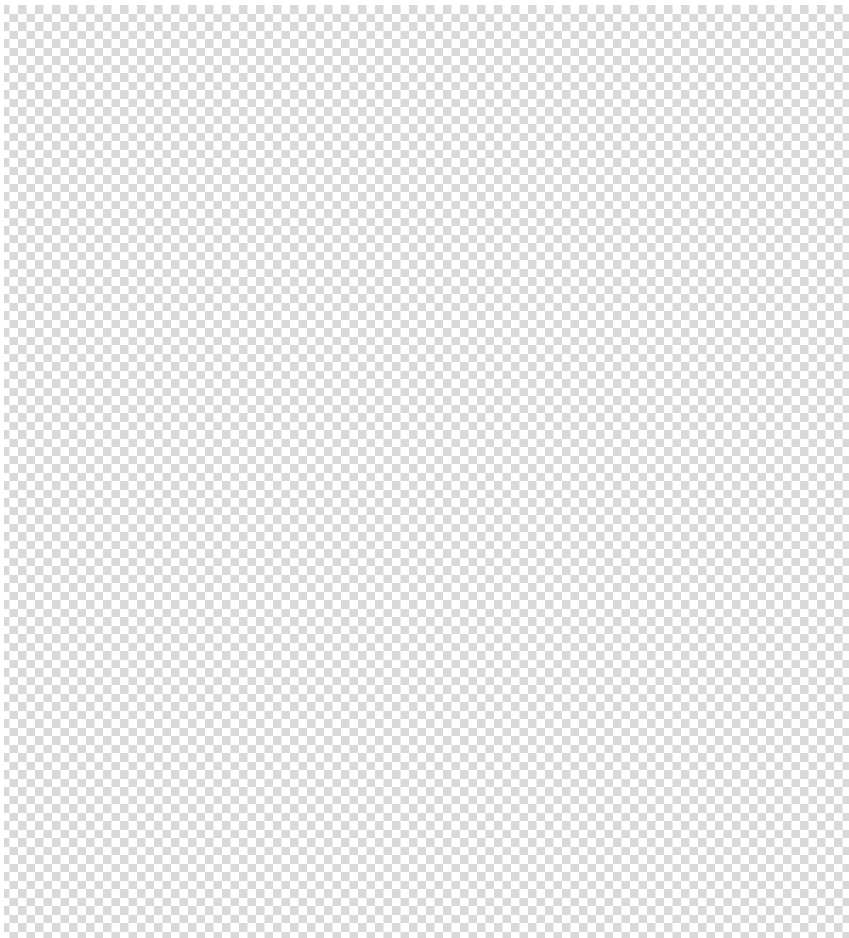
Tabel
Marginal Utility Dua Macam Barang

Jumlah Barang Yang Dibeli	MUa	MUb
------------------------------	-----	-----

Dua jumlah barang yang diberikan barang a dan b.

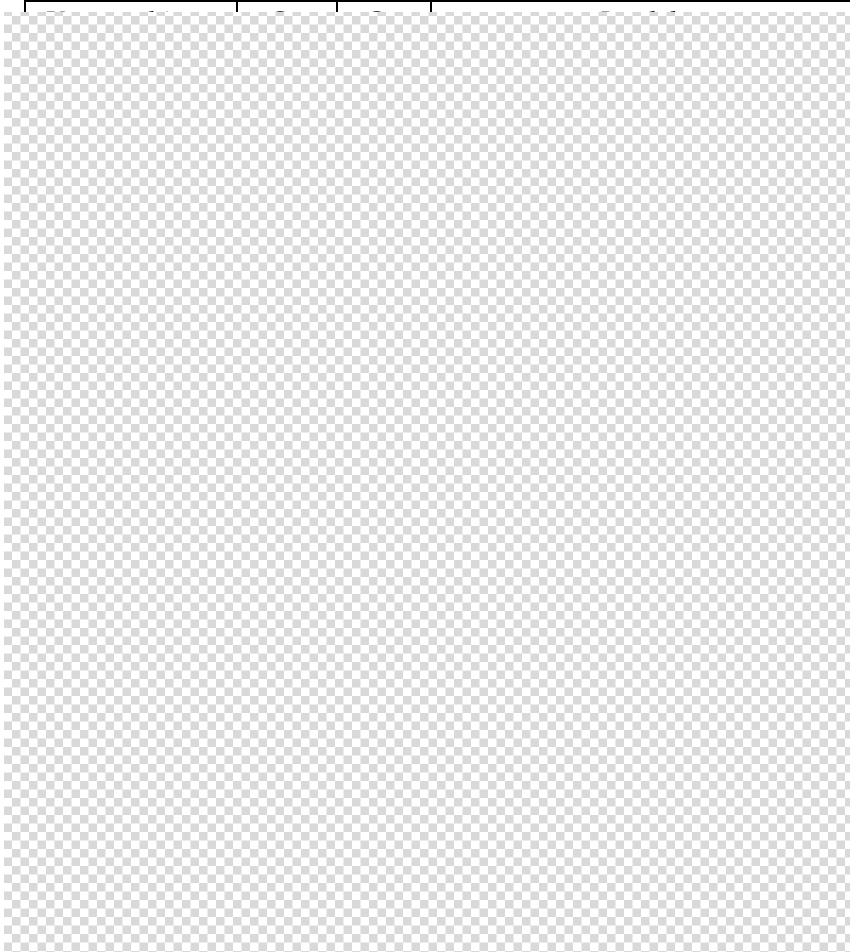
Berdasarkan data di atas, coba anda hitung berapa TU maksimalnya masing-masing barang. Contoh di atas, juga menguji bahwa apa yang dikemukakan dalam *Law of Demand* adalah benar,

namun kelemahan analisis ini adalah sulit untuk mengukur *Utility* dalam kenyataannya.



7	7	4	3,5	2
8	6	3	3	1,5
9	5	2	2,5	1
10	3	1	1,5	0,5
11	1	0	0,5	0

Tabel
Kemungkinan Keputusan Yang Dirasakan Konsumen



$$P_x : P_y = \text{Rp } 1.000 : \text{Rp } 2.000 = 1 : 2.$$

Tabel

Marginal Utility Barang X dan Barang Y

Q	MU _x	MU _y	MU _x / P _x	MU _y / P _y
1	16	15	16	7,5
2	14	13	14	6,5
3	11	12	11	6
4	10	8	10	4
5	9	6	9	3
6	8	5	8	2,5
7	7	4	7	2
8	6	3	6	1,5
9	5	2	5	1
10	3	1	3	0,5
11	1	0	1	0

Tabel
Kemungkinan Keputusan Yang Dirasakan Konsumen

Kemungkinan	Q _x	Q _y	Jumlah
I	8	3	8.000 + 6.000 = Rp 14.000
II	10	5	10.000 + 10.000 = Rp 20.000
III	11	9	11.000 + 18.000 = Rp 29.000

Jadi dengan demikian bahwa dengan uang sebesar Rp 20.000 konsumen bisa mencapai kepuasan yang maksimal pada batas barang X = 10, dan Y = 5, sedangkan TU_x = 89 dan TU_y = 54.

Contoh lainnya : Diketahui pendapatan seorang konsumen sebesar Rp 12.000. Digunakannya untuk membeli dua macam barang yakni; barang X dan barang Y. Berapa barang X dan Barang Y yang dapat dibeli agar terjadi keseimbangan, jika harga barang X = Rp2.000 dan harga barang Y = Rp1.000 ?

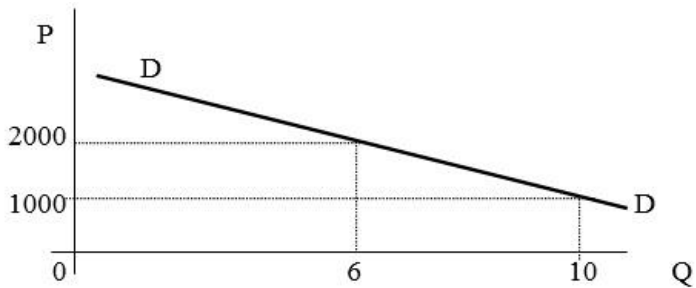
Jawab :

II	4	7	$8.000 + 7.000 = \text{Rp } 15.000$
III	3	6	$6.000 + 6.000 = \text{Rp } 12.000$
IV	2	5	$6.000 + 5.000 = \text{Rp } 11.000$
V	1	4	$9.000 + 4.000 = \text{Rp } 6.000$

Jadi dengan demikian bahwa dengan uang sebesar Rp 12.000 konsumen bisa mencapai kepuasan yang maksimal pada batas barang $X = 3$, dan $Y = 6$, sedangkan $TU_x = 42$ dan $TU_y = 51$.

Dari contoh-contoh tersebut diatas dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa dengan berubahnya harga pada barang yang sama, jumlah permintaan itu berbeda untuk menciptakan suatu kepuasan. Lihat grafik berikut :

P	2000	1000
Q	6	10

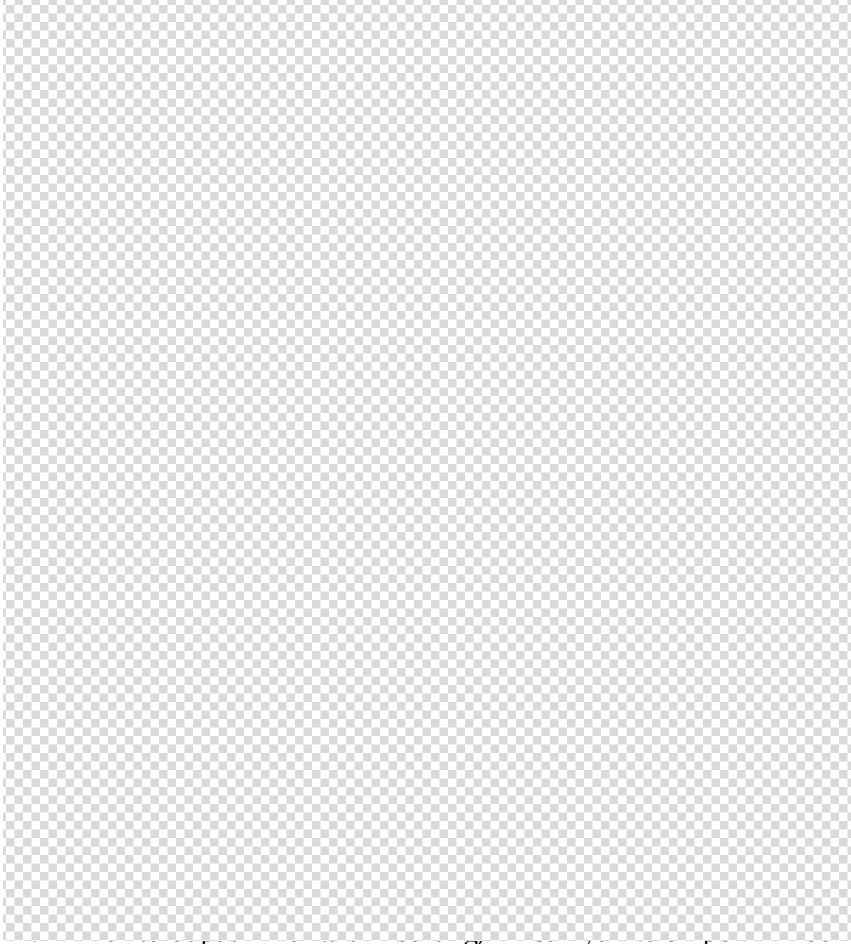


B. Kelemahan Pendekatan Kardinal

1. Bahwa konsumen dapat mengukur kepuasannya secara kardinal ataupun secara mutlak hanya ditentukan oleh konsumsi individu, di dalam kenyataannya sangat sulit untuk dipenuhi.
2. Terdapat suatu anggapan bahwa kepuasan marginal dari uang yang dimiliki bersifat tetap namun kenyataannya tidak selalu benar (karena setiap orang berbeda kepuasannya).

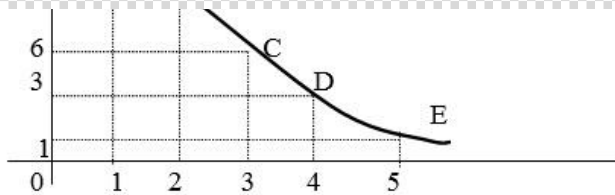
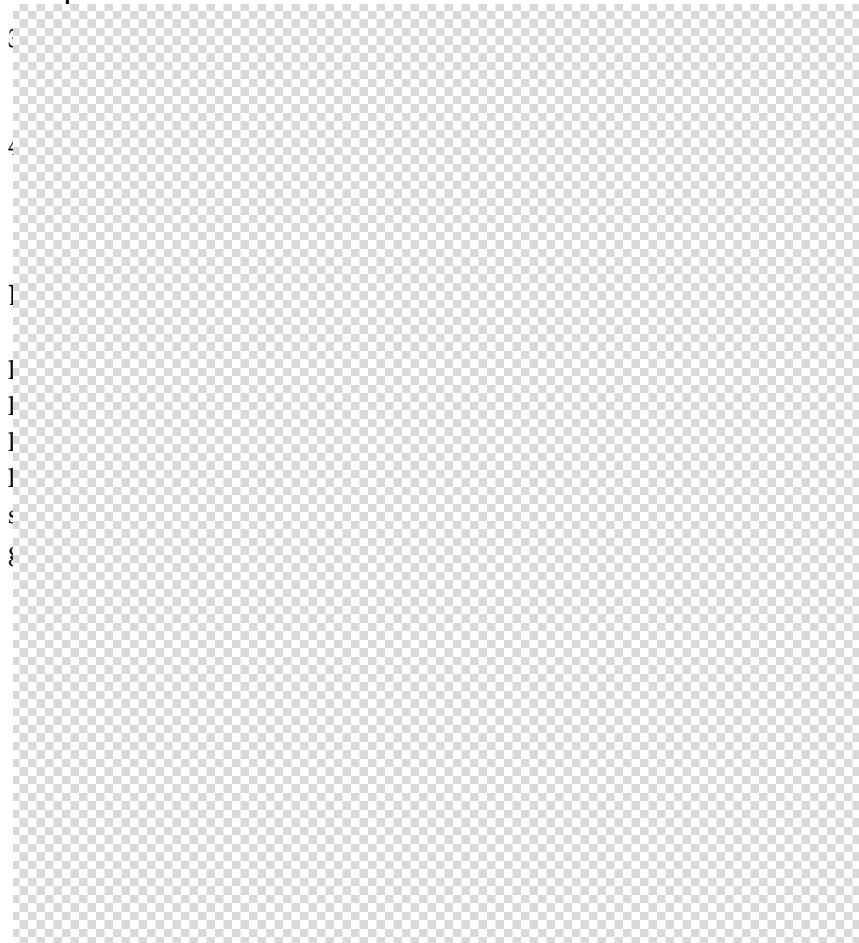
BAB VII

TEORI KURVE INDIFERENS

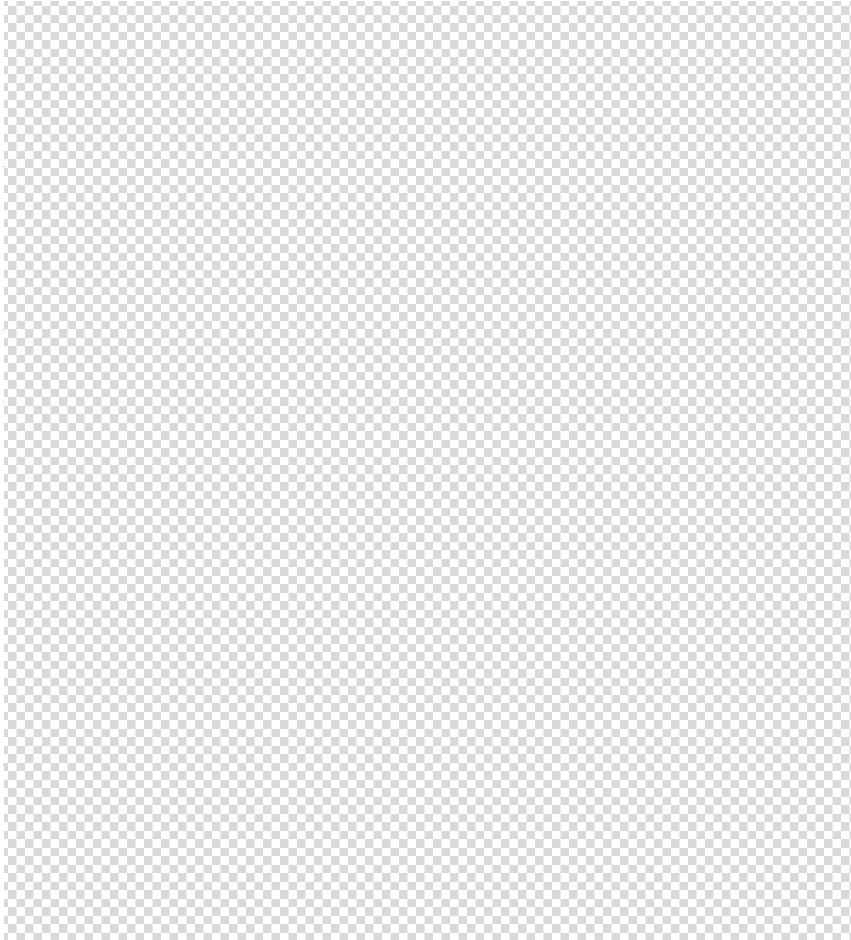


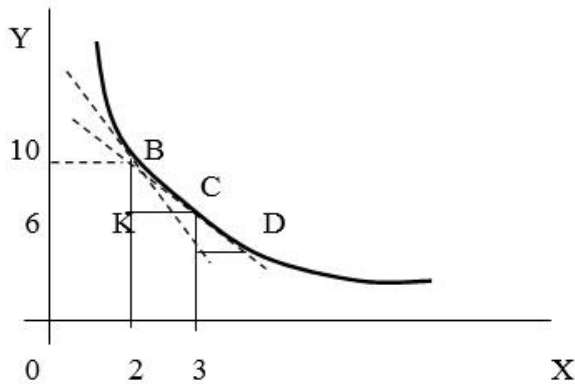
kelompok B. Kelompok A bisa memberikan kepuasan yang lebih besar dibandingkan dengan kelompok B, maka yang harus dipilih adalah A dan bukan B, tetapi bilamana A dan B memberikan kepuasan yang sama, maka konsumen tinggal memilih A atau B.

2. Bilamana A dipilih dan bukan B, selanjutnya B harus dipilih dan bukan C, sebagai tindakan terakhir ia harus memilih A dan bukan C



Pada kombinasi manapun konsumen bersikap apa adanya (indeferens), sebab masing-masing kombinasi memberikan kepuasan





Dari gambar di atas yang merupakan bagian dari gambar sebelumnya yang diperbesar. Pada titik C, MRS of X for Y diukur berdasarkan ratio BK : KC. Dalam gerakan dari B ke C, ratio BK : KC tersebut semakin mendekati *slope* dari pada garis yang menyinggung *indifference curve*.

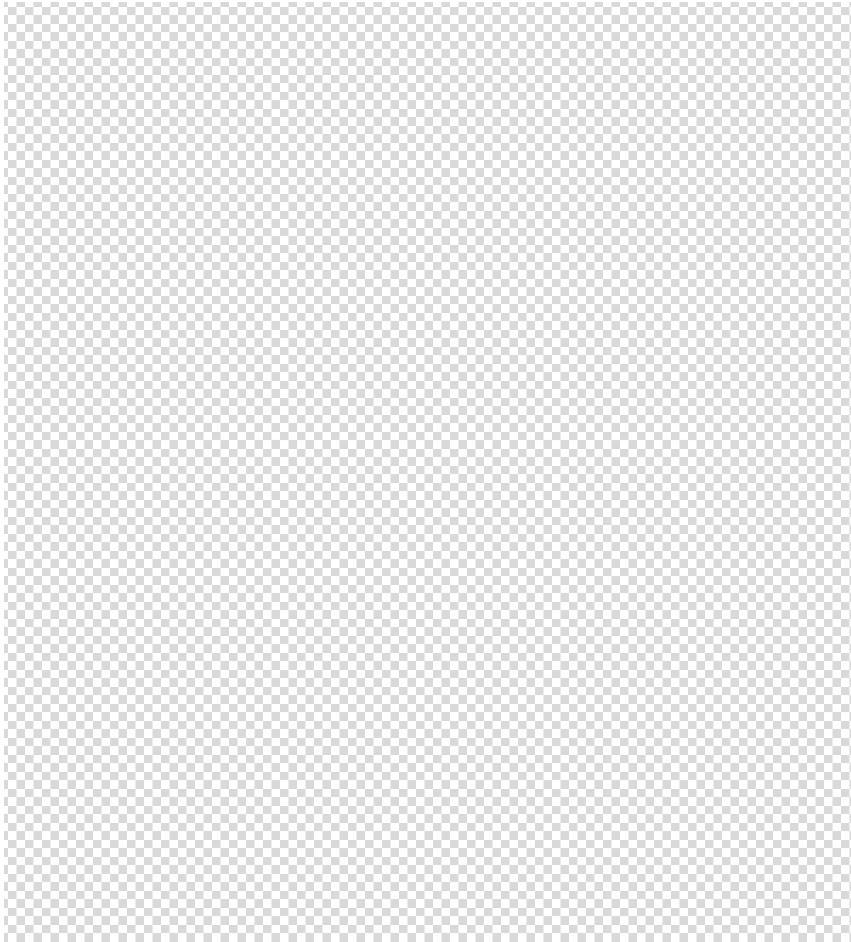
Dalam batasan ini, untuk mengukur MRS dititik C dihitung berdasar *slope* dari garis lurus yang menyinggung *indifference curve* pada titik C tersebut. Begitu pula misalnya pada titik D, MRS nya dihitung berdasar *slope* dari garis lurus yang menyinggung kurve pada titik D tersebut.

C. Karakteristik Kurve Indiferens

1. Ditulis dari kiri atas ke kanan bawah.
2. Umumnya cembung ke titik pusat (*convex to the point of origin*).
3. Mempunyai *slope* yang negatif (berlawanan arah).
4. Melewati titik-titik yang sama dalam bidang atau barang X dan barang Y.
5. Kurve indeferens yang lebih tinggi menunjukkan atau memberikan kepuasan yang lebih besar dari pada kurve indeferens yang lebih rendah.

6. Bila ada lebih dari satu kurve indeferens tidak pernah saling berpotongan (*non intersecting*).

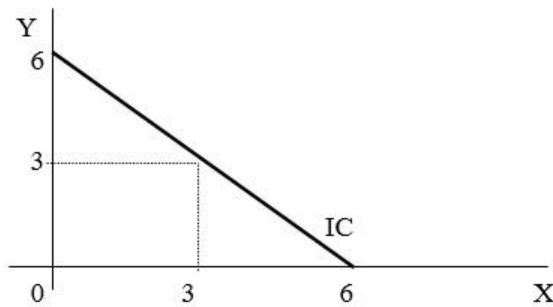
Indefference curve yang lebih tinggi memberikan kepuasan yang lebih besar dari pada *indefference curve* yang dibawahnya



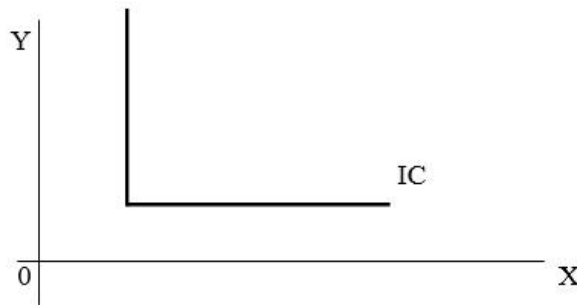
kedua <i>Indefference curve</i> tersebut adalah non intersecting.	U^1	X
---	-------	---

Tingkat kecembungan (*degree of convexity*) daripada *Indifference curve* tergantung pada mudah tidaknya substitusi dua macam barang. Dalam hal ini terdapat dua ekstrim :

1. Kedua barang adalah *Perfect Substitute*, maka kurvenya berbentuk garis lurus, dan MRS nya = 1 seperti tampak pada gambar berikut :



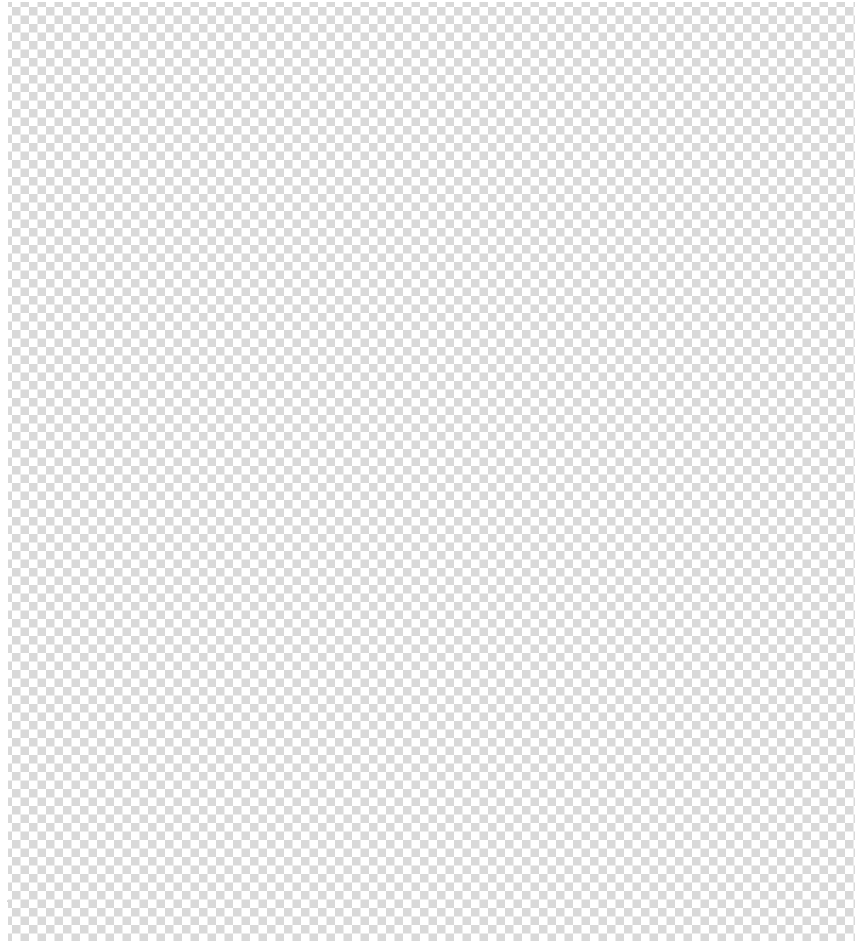
2. Kedua barang adalah *Perfect Complements* seperti contoh bensin dan air dalam mobil), maka kurvenya seperti pada gambar berikut :



Kebanyakan barang dapat mensubstitusi barang lain tetapi tidak *perfect substitute* sehingga dapat dikatakan kurvenya akan melengkung (menyimpang dari garis lurus). Makin mudah substitusinya satu macam barang dengan barang lainnya, maka kurvenya makin mendekati garis lurus.

D. Price Ratio

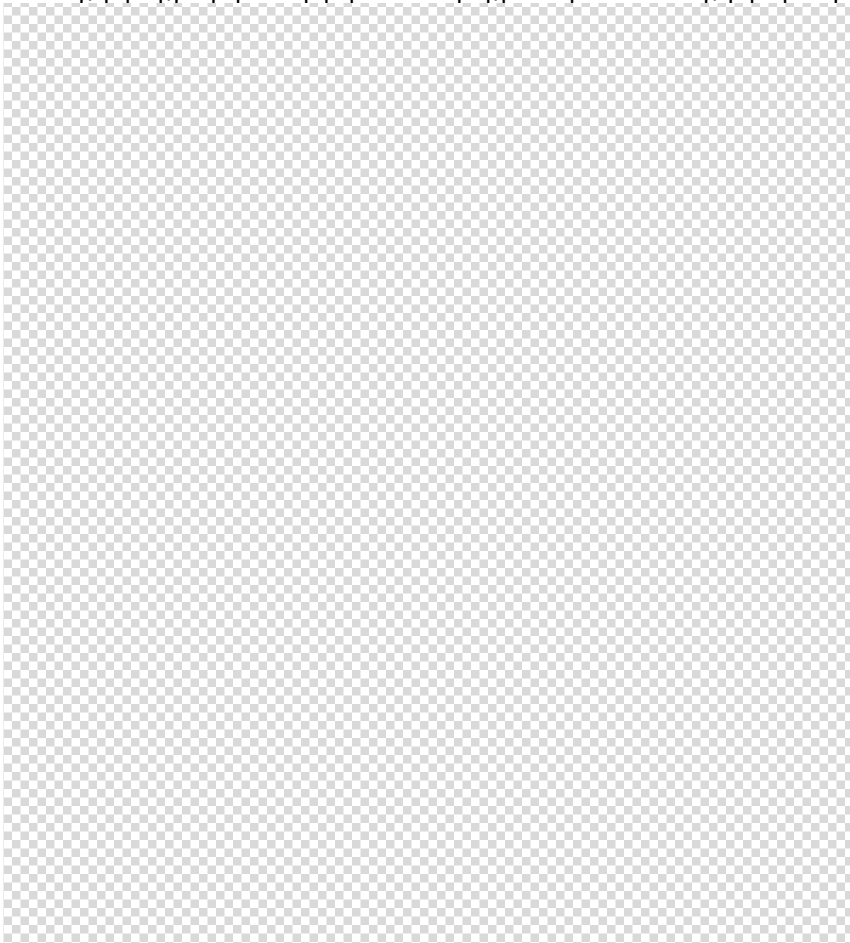
Price ratio disebut juga *price line* atau *budget line* atau *budget constraint line* atau *consumption possibility line*.



membeli 4B berarti harganya US\$4, sisa uang US\$6. Bila kita membeli 8B harganya US\$8 sisanya uang US\$2, dan seterusnya. Harga barang B perunit adalah sama, dan hal ini dapat juga dilihat melalui *slope of the curve* nya (perhitungan ini prinsipnya sama dengan perhitungan *slope*

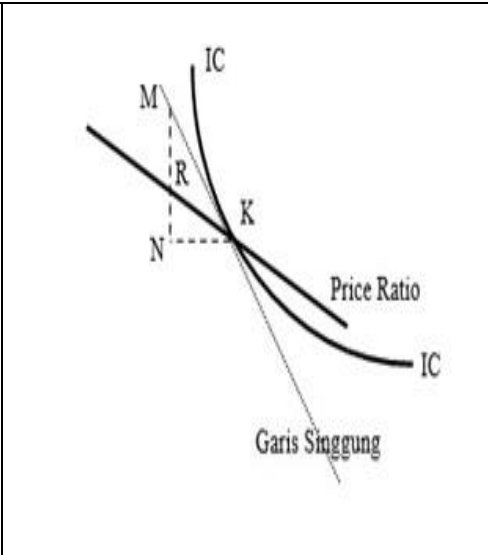
of the curve pada titik tertentu dalam *indifference curve* yang sudah dijelaskan sebelumnya.

Indifference Map dan *Price Ratio*, *independent* satu sama lainnya, artinya skala preferensi konsumen yang tercermin dalam *indifference*



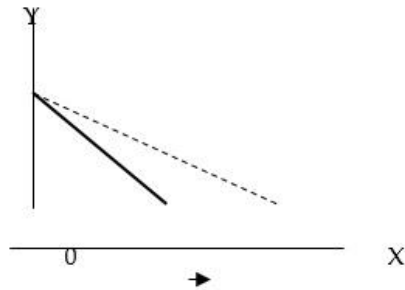
price ratio. Ini berarti penilaian subjektif konsumen = nilai objektif di pasar. Pada titik K atau L nilai subjektif \neq nilai objektif lihat gambar berikut dari bagian gambar terdahulu yang diperbesar di halaman berikut.

Pada titik K penilaian konsumen (berupa *marginal utility* atau MRS nya) harga barang adalah slope dari garis lurus yang menyinggung *indifference curve* titik K yaitu sebesar $MN : NK$. Sedangkan harga pasar adalah $RN : NK$, karena $MN : NK > RN : NK$, maka *marginal utility*-nya $>$ harganya sehingga si konsumen cenderung untuk menukarkan rupiahnya dengan tekstil dan kepuasannya dapat bertambah.

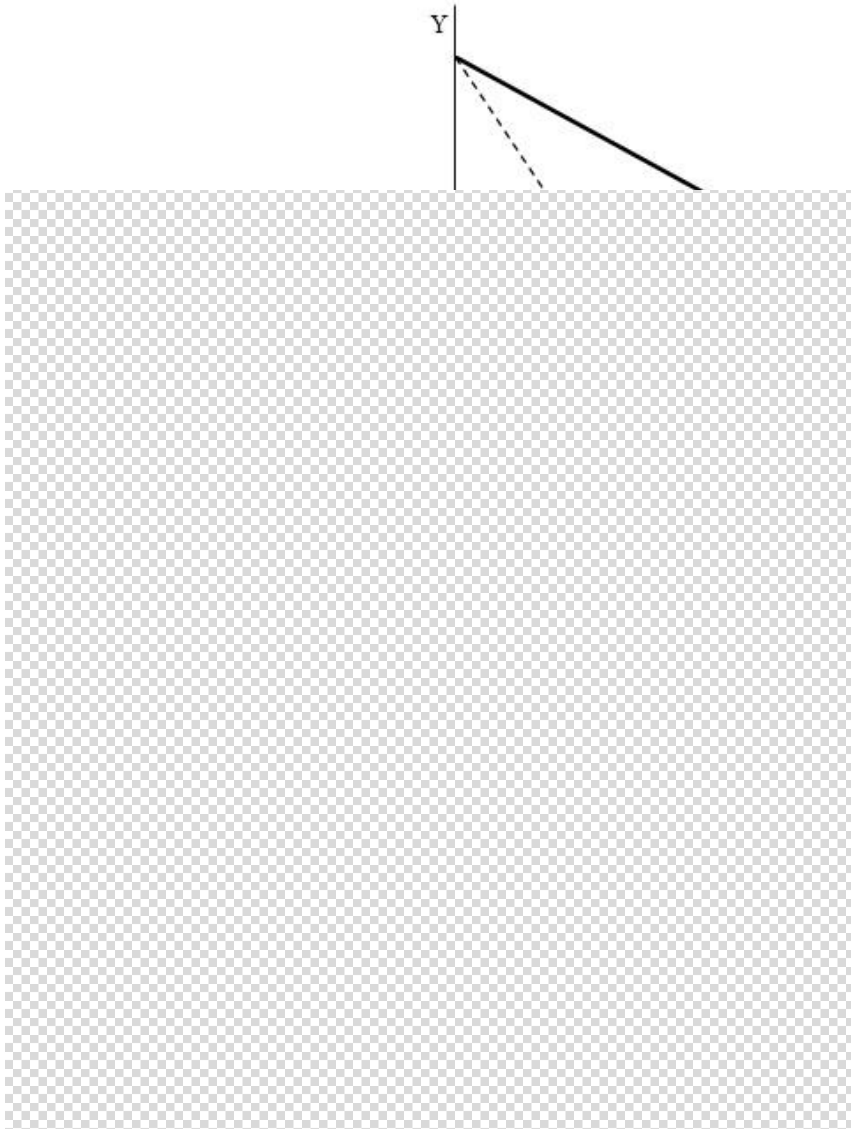


E. Perubahan Kurve dari Price Ratio

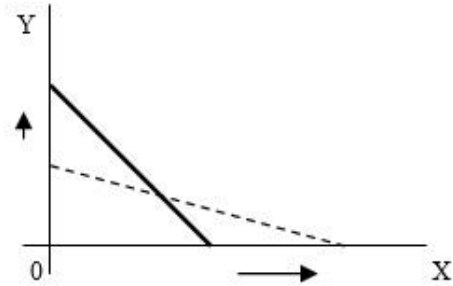
1. Karena Perubahan Harga dan Pendapatan Tetap
 - a. Kalau $P_x \downarrow$ sedang P_y tetap.



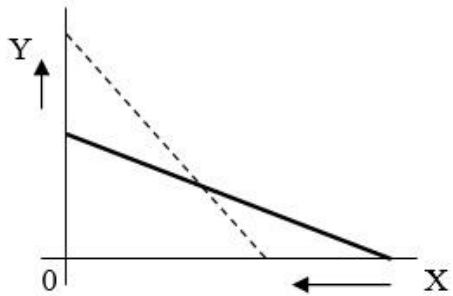
b. Kalau $P_x \uparrow$, sedang P_y tetap



e. Kalau $P_x \downarrow$ sedang P_y



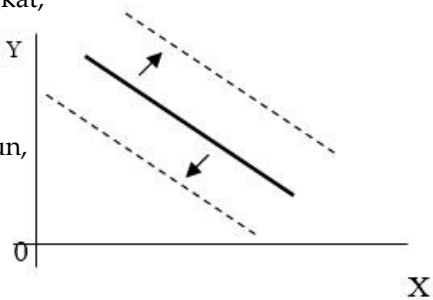
f. Kalau $P_y \downarrow$ sedang P_x



2. Karena Perubahan Pendapatan (Harga-harga tetap).

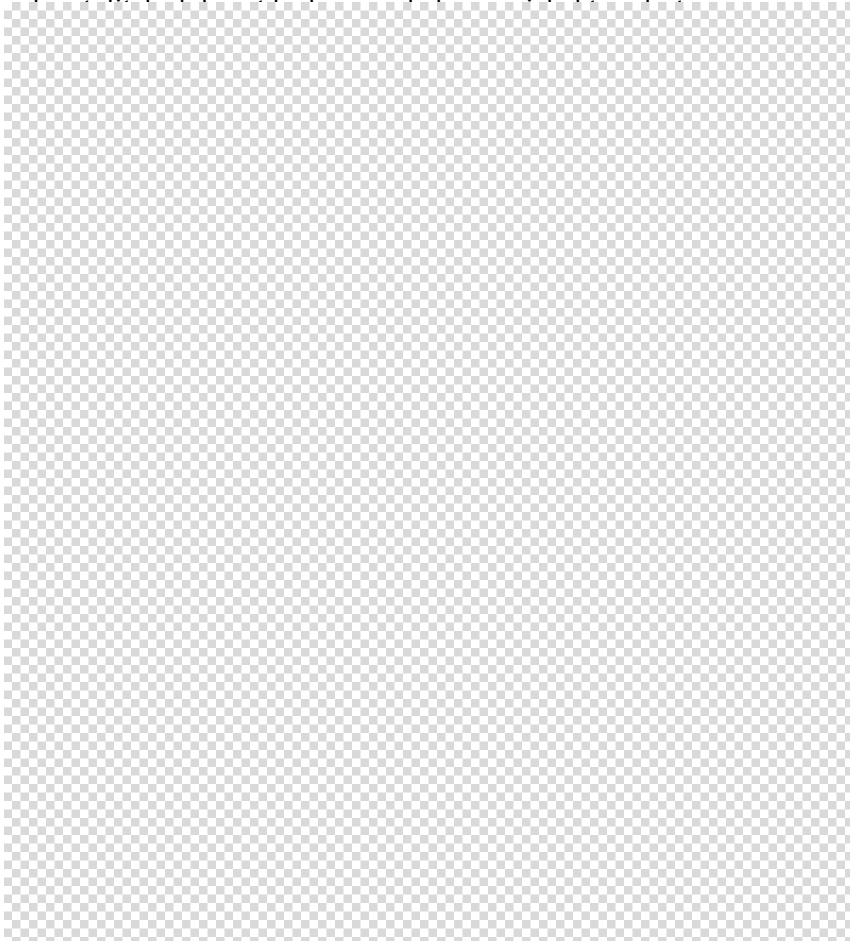
a. Kalau pendapatan meningkat,
Price Ratio bergeser ke Atas

b. Kalau Pendapatan menurun,
Price ratio bergeser ke Bawah.



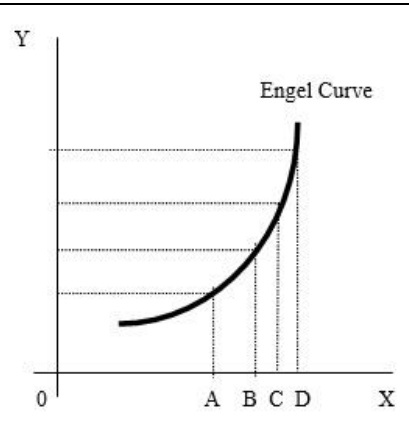
F. Perubahan Consumer's Equilibrium

Kita sudah mengetahui bahwa *consumer's equilibrium* terletak pada titik antara *price ratio* dengan *indifference curve*. Bilamana *price ratio* berubah titik singgungpun akan mengalami perubahan, sehingga *consumer's equilibrium* berubah juga. Sedangkan perubahan *price ratio* timbul karena adanya perubahan pendapatan (*income*) atau harga-harga barang, maka analisis perubahan *consumer's equilibrium* pun



b. Engel Curve

Kalau titik-titik *equilibrium* pada gambar di atas, kita lukiskan seperti pada gambar di samping, di mana pada sumbu vertikal kita gambarkan tingkat pendapatan (*income*) dan sumbu horizontal adalah jumlah barang X , maka kita dapatkan suatu **Engel Curve** yaitu suatu kurve yang menunjukkan besarnya konsumsi barang X pada berbagai tingkat pendapatan (*income*).

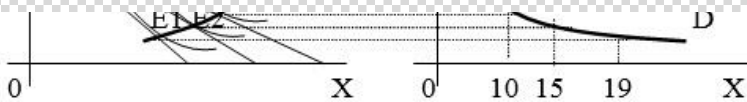
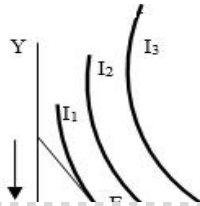


2. Karena Perubahan Harga

a. Harga kedua barang berubah (P_x turun, P_y naik)

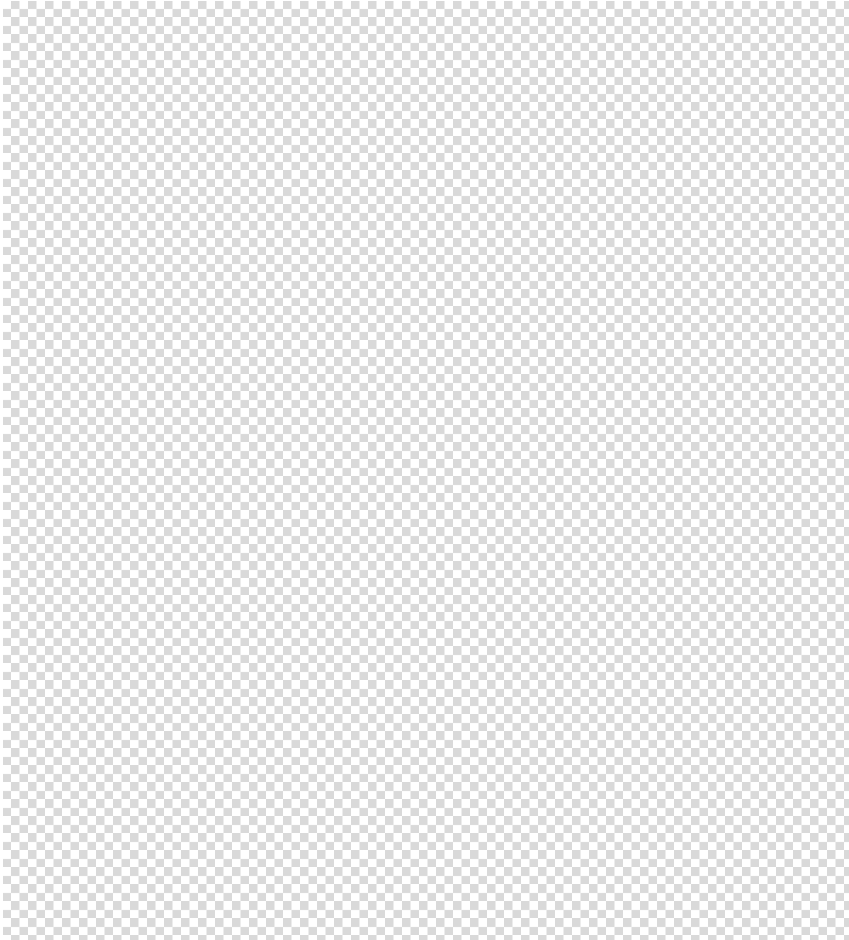
Turunnya P_x dan naiknya P_y adalah sedemikian rupa sehingga timbul *Compensating Variation in Income* yaitu kenaikan *real income* karena turunnya P_x hanya cukup untuk mengimbangi turunnya *real income* karena naiknya P_y . Dengan perubahan harga di atas agar kepuasan tetap sama konsumen harus membeli lebih sedikit barang yang harganya relatif lebih mahal dan membeli lebih banyak barang yang harganya relatif lebih murah. Pengaruh ini disebut *Substitution Effect*.

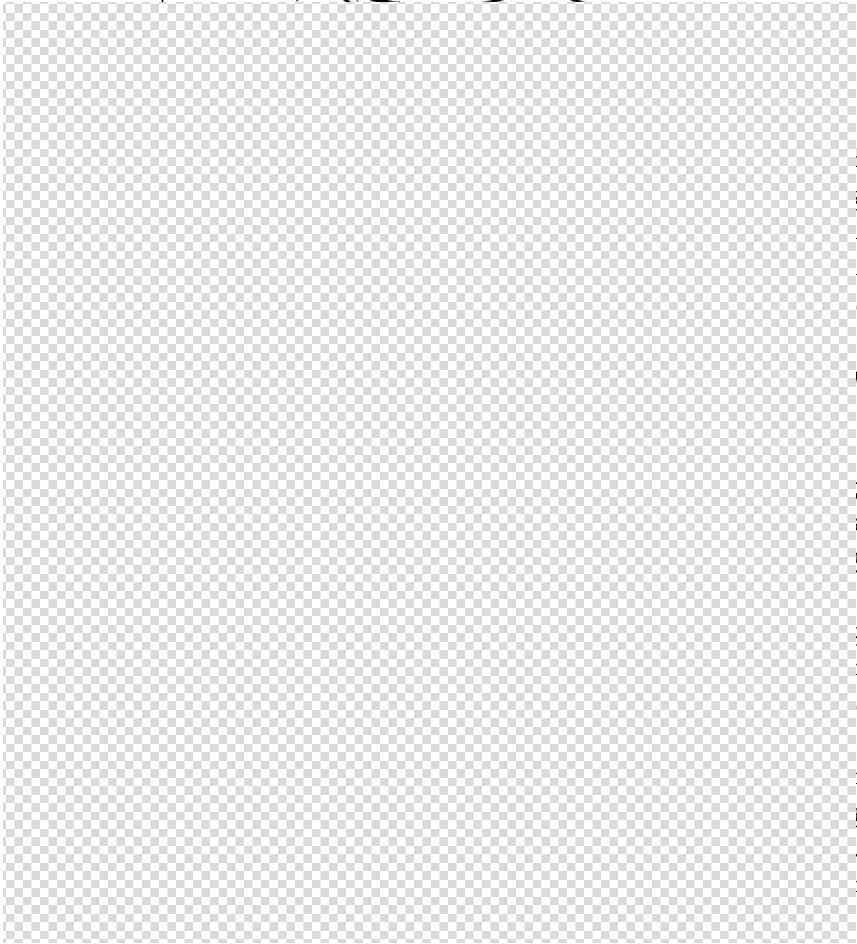
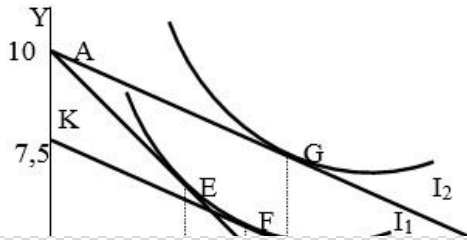
Pada gambar di samping, dengan price ratio asal, consumer's equilibrium tertelat dititik E. Dengan perubahan harga-harga maka price ratio bergeser dan tertelat equilibrium tertelat



Kalau jumlah barang X yang dibeli berdasar titik-titik *equilibrium* tadi, dapat kita dapatkan gambar *Demand Curve* jika sumbu horizontal menunjukkan jumlah barang X dan sumbu vertikal menunjukkan besarnya harga barang X.

Untuk melihat *price effect* karena penurunan P_x di atas melalui *substitution effect* dan *income effect* dalam di lihat pada gambar selanjutnya :





Untuk *normal* atau *superior goods*, dengan turunnya harga, dari segi *substitution effect* Qd nya meningkat begitu juga dari segi *Income effect*

(Qd keduanya meningkat). Jadi ΔQ_d selalu bergerak bertentangan dengan harga.

Untuk *Inferior goods* yaitu barang-barang yang ΔQ_d nya bergerak bertentangan dengan harga berarti *Income Effect* nya adalah negatif, (misalnya Raskin). Dengan demikian kalau terjadi penurunan harga, dari segi *Substitution effect* Qd nya selalu meningkat, dari segi *Income effect* Qd nya menurun, sehingga ada kemungkinan secara keseluruhan Qd nya menurun bilamana *Income Effect* nya > *Substitution Effect*.

G. Komplementaritas dan Substitutabilitas

Berdasarkan *Income* dan *Substitution Effect* di atas, turunnya harga barang menyebabkan kenaikan Qd. Sekarang timbul pertanyaan, bagaimana pengaruhnya terhadap barang lain. Jawabnya ini tergantung pada hubungan antara kedua barang dimaksud yaitu dari segi komplementaritas dan substitutabilitas.

Suatu barang dikatakan substitusi (*substitute goods*) bila ia dapat mengganti barang lain, misalnya teh dan kopi, dan dikatakan komplemen (*complementary goods*) bila *demandnya* mengikuti *demand* barang lain, misalnya selai dengan roti, tinta dengan pen.

Sekarang misalkan ada dua macam barang x dan y. Dengan turunnya P_x bagaimana pengaruhnya terhadap Q_{dy} dengan melalui *substitution* dan *income effect* ?

Jika $P_x \downarrow$ (berarti $Q_{dx} \uparrow$) maka pengaruhnya terhadap Q_{dy} sebagai berikut :

Dari segi *substitution effect* dalam hal y merupakan komplemen untuk x maka $Q_{dy} \uparrow$, kalau y merupakan substitusi bagi x maka $Q_{dy} \downarrow$, sedangkan dari segi *income effect* $Q_{dy} \uparrow$, sehingga terdapat 4 kemungkinan bila P_x menurun yaitu :

1. X dan Y merupakan barang komplementer erat. Dari segi *Substitution Effect* atau *Income Effect* $Q_{dy} \uparrow$, jadi secara keseluruhan $Q_{dy} \uparrow$.
2. X dan Y merupakan barang komplementer kurang erat. Dari segi *substitution effect* atau *income effect* $Q_{dy} \uparrow$, tapi secara keseluruhan kenaikan Q_{dy} lebih kecil daripada nomor 1. Seandainya Y adalah *inferior goods* berarti ditinjau dari segi *income effect* $Q_{dy} \downarrow$ sehingga ada kemungkinan Q_{dy} secara keseluruhan menjadi turun.
3. X dan Y merupakan barang substitusi kurang erat. Dari segi *substitution effect* dan *income effect* $Q_{dy} \downarrow$ dan dari segi *income effect* $Q_{dy} \uparrow$. Jadi secara keseluruhan $Q_{dy} \uparrow \downarrow$. Seandainya Y adalah *inferior goods* $Q_{dy} \downarrow$, sehingga secara keseluruhan Q_{dy} akan menurun.
4. X dan Y merupakan barang substitusi erat. Baik dari segi *Substitution effect* atau *income effect* $Q_{dy} \downarrow$, sehingga secara keseluruhan Q_{dy} akan menurun.

Dari seluruh uraian dalam *Marginal Utility Analysis* dan *Indifference Curve Analysis* teruji bahwa *Demand Curve* menurun dari kiri atas ke kanan bawah. Walaupun demikian ada tiga hal di mana sifat *Demand Curve* yang menurun ini tidak berlaku.

1. Kasus spekulasi, kalau orang mengira harga akan naik terus maka kenaikan harga akan diikuti dengan pembelian barang lebih banyak. (Kurvenya meningkat).
2. Kasus barang-barang prestise, makin tinggi harga barang makin tinggi kepuasan yang dimiliki karena unsur prestise, misalnya permata. (kurvenya meningkat).
3. Kasus Giffen, ini berlaku untuk *inferior goods* di mana *income effect*-nya (yang selalu negatif) lebih besar daripada *substitution effect* (yang selalu positif) sehingga dengan turunnya harga diikuti dengan penurunan jumlah barang yang dibeli (Q_d).

Tidak setiap *inferior goods* termasuk dalam kasus Giffen ini, tetapi setiap barang yang termasuk kasus Giffen, pasti merupakan *inferior*

goods. Jadi untuk *inferior goods* yang tidak termasuk Giffen, jelas hukum permintaan masih berlaku).

H. Consumer's Surplus

Bagi seorang konsumen yang mengkonsumsi sejumlah barang tertentu akan mengeluarkan sejumlah uang tertentu untuk membelinya. Apabila kita lihat secara cermat, maka dengan berdasarkan teori *Utility* dan *Indifference* ini, sebenarnya seorang konsumen tersebut mendapat kelebihan kepuasan di atas kepuasan yang diterimanya.

Misalnya seorang konsumen akan membeli pepaya di pasar dan bersedia membayar Rp 5.000, bila di pasar hanya satu pepaya, ternyata setelah sampai di pasar harganya Rp 3.000, maka dia merasa lebih murah Rp 2.000. Perasaan lebih murah atau perasaan untung inilah yang dinamakan kelebihan kepuasan atau *Consumer's surplus*. Jadi besarnya *consumer's surplus* sama dengan selisih antara harga kesediaan konsumen membayar dengan harga kenyataan yang berlaku.

Sesuai dengan hukum permintaan, seorang konsumen akan membeli barang semakin banyak bila harganya semakin turun. Sebaliknya dia mempunyai kesediaan membayar yang semakin turun bila jumlah barang di pasar semakin banyak. Kemungkinan-kemungkinan terjadi harga kesediaan dan harga yang benar-benar terjadi inilah akan dapat dilihat besarnya *consumer's surplus* perunit maupun *consumer's surplus* secara total. Kedua hal ini dapat dilihat dalam Tabel berikut :

Tabel
Consumer's Surplus Bagi Konsumen
Dalam Pembelian Jeruk

Qd Pepaya	P Kesediaan	C.S Perunit	C.S Total
1	1000	-	400
2	900	-	700
3	800	-	900
4	700	-	1000
5	600	-	1000
6	500	-	-
7	400	-	-
8	300	-	-
9	200	-	-
10	100	-	-

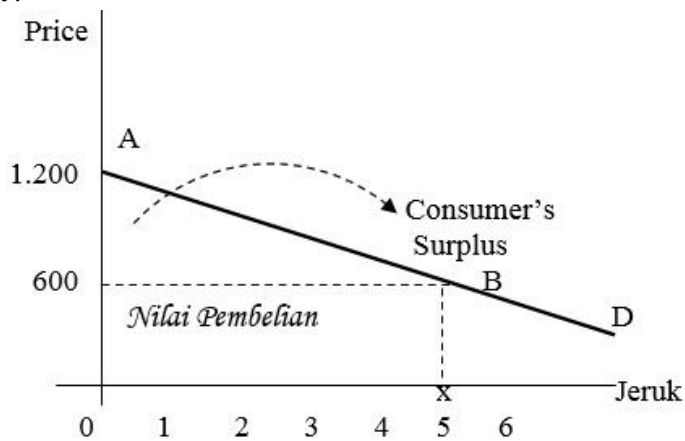
Tabel di atas ini menunjukkan bahwa pada saat tersedia Jeruk satu buah dia bersedia membayar Rp 1.000, kemudian apabila di pasar ada dua buah Jeruk dia bersedia membayar Rp 900, dan seterusnya. Misalnya harga yang terjadi di pasar ternyata Rp 600, maka konsumen tersebut akan membeli 5 buah, karena Jeruk yang ke 5 ini konsumen bersedia membayar Rp 600, untuk Jeruk yang ke 6, ke 7, dan seterusnya tidak akan dibelinya, sebab harga pasar lebih tinggi daripada harga yang bersedia bagi konsumen untuk membayarnya.

Pada saat pembelian 5 buah ini dapatlah diketahui besarnya *consumer's surplus* bagi masing-masing Jeruk yang dibelinya dan ini dapat dilihat pada kolom 3. Misalnya Jeruk yang ke 2, dia bersedia membayar Rp 900, sedangkan harga pasar sebesar Rp 600.

Apabila Jeruk yang ke 2 ini dibeli maka si konsumen akan mendapat kelebihan kepuasan / *consumer's surplus* sebesar Rp 300. Untuk Jeruk yang pertama sampai ke 5, harga-harga kesediaan konsumen lebih besar daripada harga pasar, maka si konsumen akan

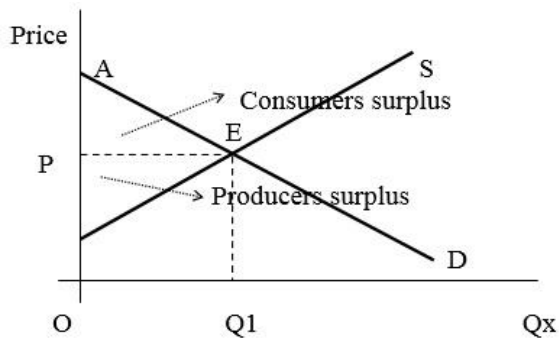
mendapat *consumer's surplus* untuk setiap barang yang dibeli. Si konsumen akan menghentikan pembeliannya apabila harga pasar yang terjadi sudah lebih besar daripada harga kesediaannya. Karena dia mulai tidak mendapatkan *consumer's surplus*. Misalnya mulai pembelian yang ke 6, ke 7, dan seterusnya.

Pada kolom 4 ditunjukkan besarnya *consumer's surplus* pada pembelian 5 buah Jeruk sebesar Rp 1.000,. Berdasarkan Tabel; di atas, *consumer's surplus* dapat juga digambarkan secara grafik sebagai berikut :



Gambar ini menunjukkan bahwa nilai guna total pada saat pembelian 5 buah Jeruk ditunjukkan oleh kotak tarpesium OABX. Untuk mendapatkan Jeruk 5 buah tersebut si pembeli harus mengeluarkan uang untuk membayar sebesar harga perunit dikalikan jumlah pembeliannya yaitu sebesar Rp 600, dikalikan 5 = Rp 3.000,. Jadi selisih *total utility* dengan nilai uang untuk pembelian ini sebesar Rp 1.000, pada saat pembelian 5 buah yang ditunjukkan pada kolom 4 itu dinamakan *consumer's surplus* yang diterima pembeli. Di sini ditunjukkan oleh segitiga ABP.

Selanjutnya gambar berikut menunjukkan *consumer's surplus* dan *producer's surplus*.



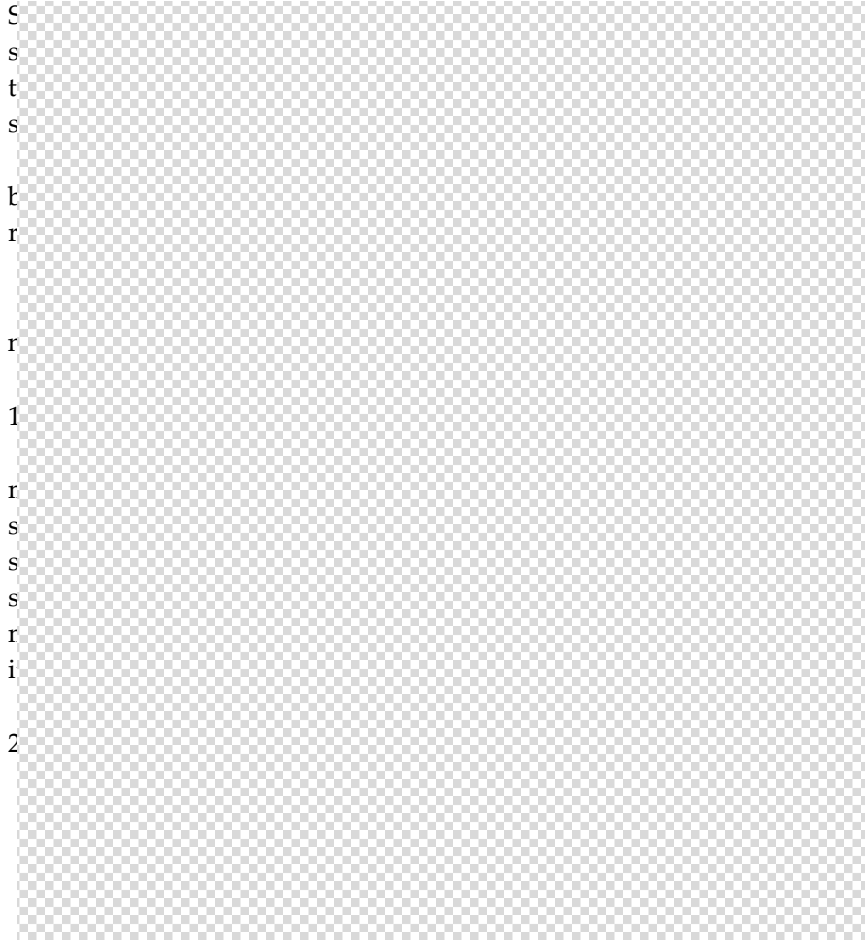
yang mampu dicapai oleh konsumen dengan menggunakan anggaran belanja atau *income* mereka pada berbagai tingkat harga barang tersebut. Harga optimal adalah harga yang sebenarnya harus dibayar konsumen, yaitu titik-titik pada kurve permintaan. Apabila harga yang benar-benar dibayar konsumen lebih rendah dari harga yang sebenarnya harus dibayar konsumen, maka secara riil mendapat keuntungan. Keuntungan ini yang disebut *Consumer's surplus*. Harga keseimbangan / harga pasar adalah harga yang harus dibayar semua konsumen. Kemungkinan konsumen yang lebih kaya mampu membayar lebih tinggi daripada harga pasar. Jadi selisih antara harga optimal dengan harga yang riil atau benar-benar dibayar konsumen merupakan bagian dari surplus tersebut. Besarnya bagian-bagian surplus ini dapat dihitung dengan jalan perbedaan harga-harga tersebut dikalikan jumlah pembelian masing-masing. Jika pembelian para konsumen tersebut dijumlahkan secara integral, maka dapat diperoleh surplus konsumen sebesar segitiga AEP1. Identik dengan *consumer's surplus* yaitu *Producer's surplus*.

Perlu diketahui bahwa besarnya *Producer's surplus* dapat dicari dengan cara yang sama dengan *consumer's surplus*. Secara integral besarnya ini dapat dicari dengan cara identik, dan dengan menggunakan integral batasan dapat ditemukan *Producer's surplus* sebesar segitiga BEP1. Perlu diingat pula bahwa di sini kita belum membicarakan perilaku produsen dan berlaku sebagai penjual, maka *Producer's surplus* hanya dijelaskan secara singkat saja.

I. Paradoks Nilai

Barang vital biasanya merupakan barang yang sangat berguna, oleh karena itu harganya mahal. Hal ini akan diakui oleh semua orang, tetapi di dunia ini kadang-kadang terjadi hal-hal yang sebaliknya.

Kenyataan yang aneh ini sering kita temui. Barang yang sangat berguna bagi kebutuhan kita harganya yang seharusnya lebih mahal, tetapi malahan sangat murah, misalnya, air, garam, dan lain-lain.



setiap orang ingin memilikinya setelah mereka memenuhi kebutuhan pokoknya seperti air dan garam.

Inilah sebabnya harga emas, intan, dan berlian, harganya tetap tinggi karena nilai guna marginal dan indefferens (pilihan –pilihan kepuasan) konsumen lah yang menyebabkan tinggi rendahnya harga dari suatu barang.

BAB VIII

TEORI PRODUKSI

Sebenarnya perlu kita ketahui bahwa teori produksi merupakan bagian dari Teori Perusahaan (*Theory of the Firm*) yang meliputi; Penawaran (*Supply*) dan keseimbangan pasar (*Market equilibrium theory*), Teori produksi itu sendiri (*Theory of production*), Teori biaya (*Theory of cost*), Teori Penerimaan atau Penghasilan (*Theory of revenue*), Teori tentang laba (*Theory of profit*), Teori keseimbangan pasar pada berbagai bentuk persaingan (*Market equilibrium theory on several form competition*). Bab ini hanya membahas tentang teori produksi dan teori lainnya dalam bab selanjutnya.

Kalau kita mempersoalkan produksi dengan sendirinya berkaitan dengan ongkos barang-barang yang dihasilkan, sebab ongkos merupakan nilai dari seluruh faktor-faktor produksi (*input*) yang dinyatakan dalam uang yang dipergunakan dalam proses produksi. Dalam mencapai keuntungan yang maksimal - pengusaha berusaha untuk menekan ongkos produksi serendah-rendahnya atau mencapai *Least Cost Combination* yaitu kombinasi berbagai *input* yang memberikan manfaat atau keuntungan yang maksimal. Hubungan antara *output* dengan (tingkat kombinasi) input disebut *Production Function (Production Coefficient)*

Input terbagi dua macam. Pertama yang bersifat tetap (*fixed input*), kedua yang bersifat berubah-ubah (*variable input*). Kombinasi input yang digunakan ada 3 kemungkinan :

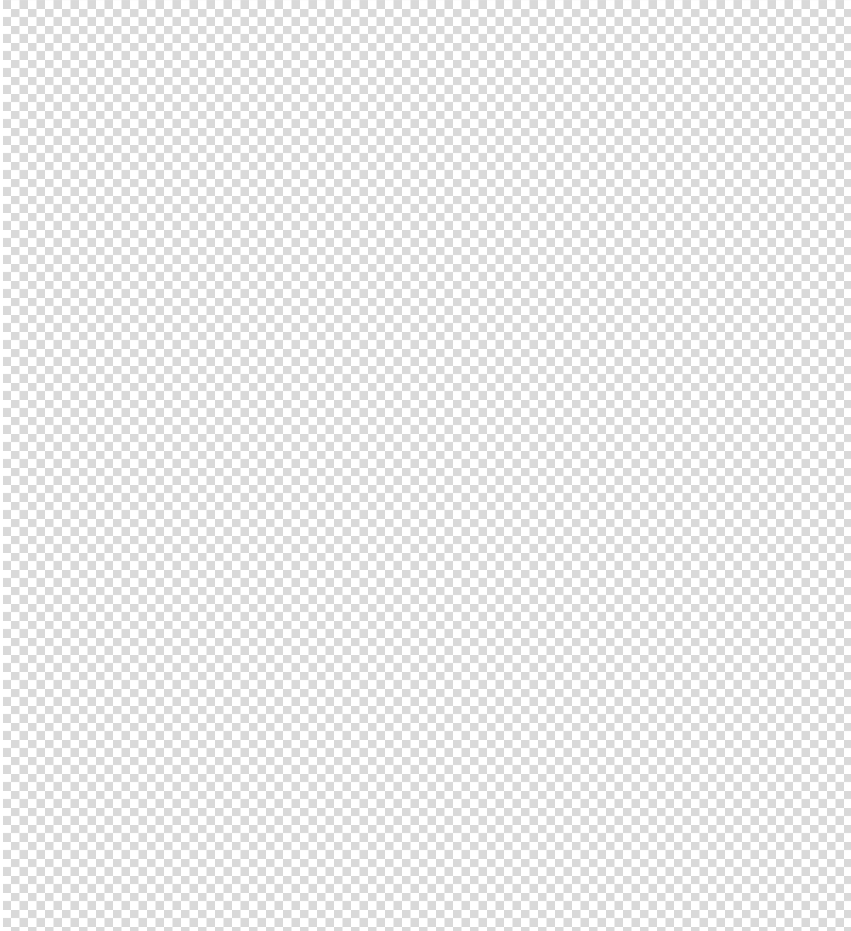
1. *Fixed + Fixed.*
2. *Fixed + Variable.*

Ini berarti ada sebagian *input* yang berubah kalau tingkat produksinya berubah. Proses produksi yang

menggunakan *fixed* dan *variable input* disebut *Short Run Production*.

3. *Variable + Variable*

Ini berarti semua *input* yang digunakan tidak ada yang tetap (*fixed*), tapi berubah-ubah, d.k.l. *input* yang tadinya bersifat *fixed* ikut berubah menjadi *variable input*



Asumsi dalam *Law of Diminishing Return*

1. Teknik produksi tetap,
2. Harus ada *input* yang bersifat tetap.
3. Ada kemungkinan untuk merubah kombinasi *input*.

Contoh :

Perkembangan *output* dari penggunaan sebidang tanah (*fixed input*) secara intensif dengan jalan menambah tenaga kerja atau *labor* (*variable input*) diperlihatkan oleh tabel dibawah :

Tabel
Perkembangan *Output* Dari Sebidang Tanah

Land	Labor	TP	AP _L	MP
1	0	0	0	..
1	1	2	2	2
1	2	5	2 1/2	3
1	3	9	3	4
1	4	12	3	3
1	5	14	2 4/5	2
1	6	15	2 1/2	1
1	7	15	2 1/7	0
1	8	14	1 3/4	-1
1	9	12	1 1/3	-2

L = Labor sebagai *variable input*.

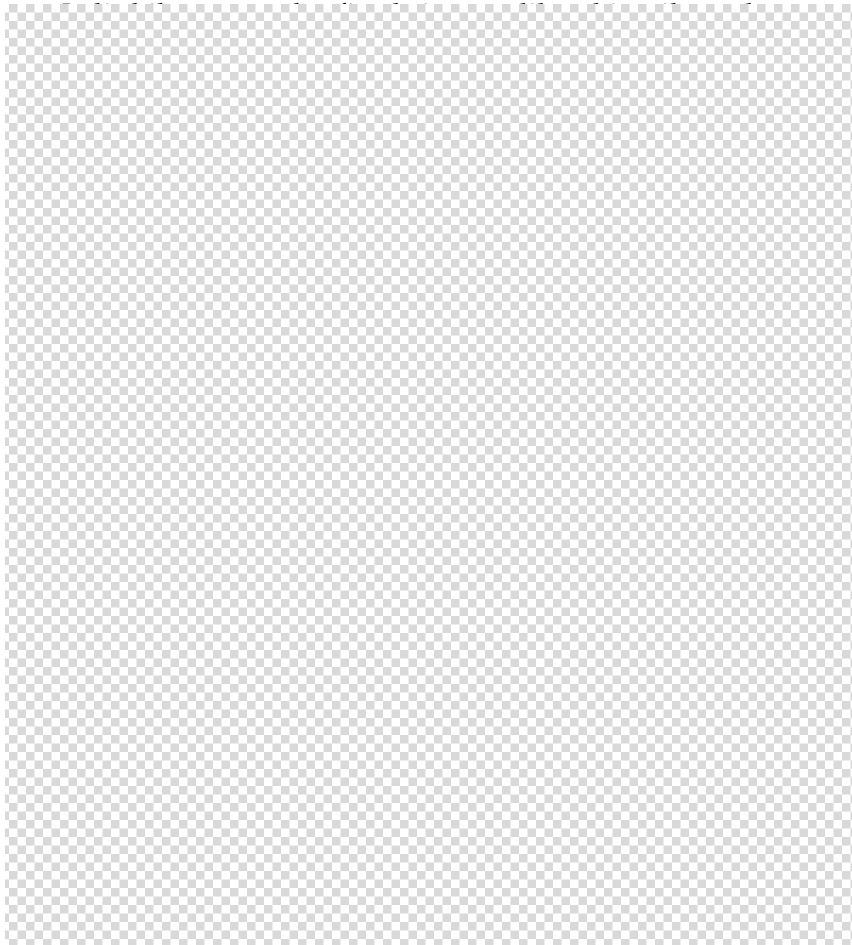
TP adalah *Total Product* (*Total Physical Product*) yaitu jumlah produksi total yang dihasilkan oleh sejumlah *variable input* tertentu

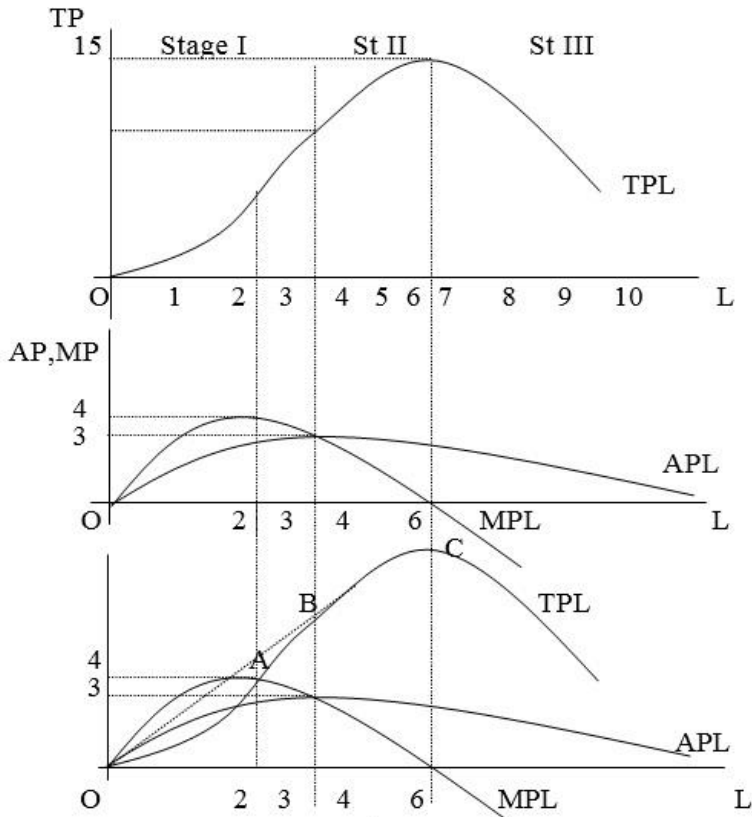
AP adalah *Average Product* (*Average Physical Product*) yaitu hasil rata-rata perunit *variable input* pada berbagai penggunaan *input* tersebut. Dalam hal ini,

$$APL = \frac{TP}{L} = \frac{\text{Output}}{\text{Variable Input}}$$

MP adalah *Marginal Product (Marginal Physical Product)* yaitu tambahan dari *total product (TP)* sebagai kenaikan penggunaan satu unit variable input. Dalam hal ini :

$$\text{MPL} = \frac{\Delta \text{TP}}{\Delta \text{L}} = \frac{\text{Output}}{\text{Variable Input}}$$



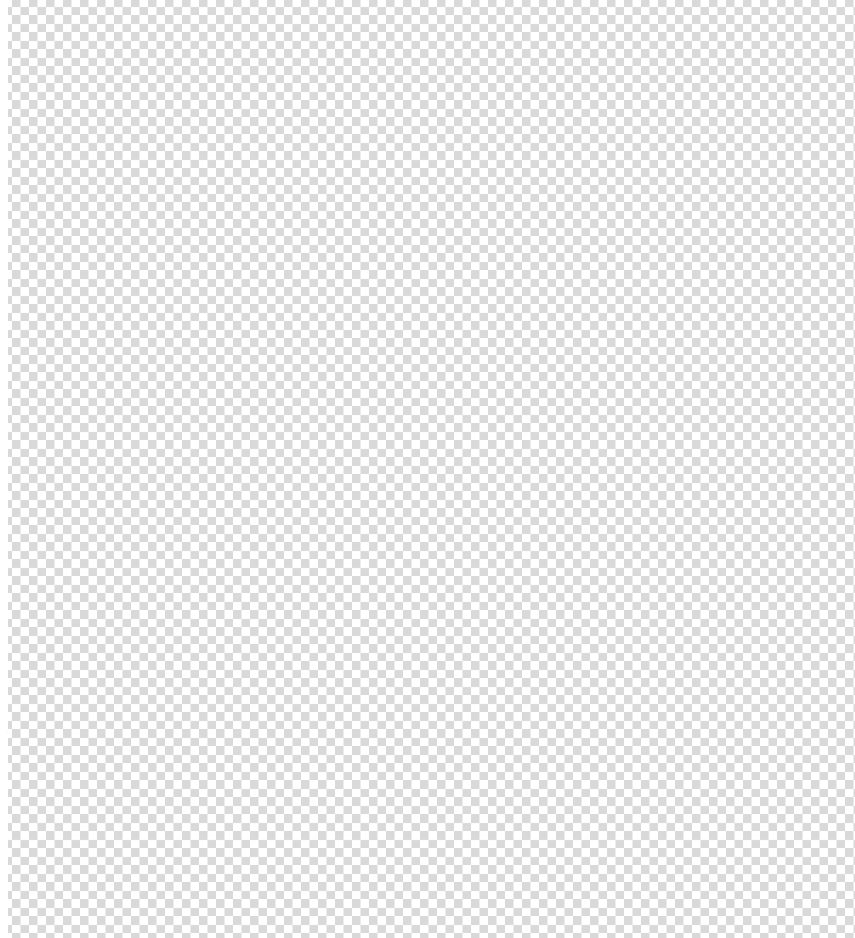


Beberapa ketentuan (dalil) berdasar gambar tersebut :

1. Penggunaan *labor* sampai tingkat dimana TP cekung keatas yaitu dari 0 - A, maka AP dan MP meningkat.
2. Penggunaan *labor* dimana TP cembung yaitu ABC maka MP menurun ,
3. Penggunaan *labor* yang menghasilkan TP yang menurun, MP negatif (mulai titik C).
4. Penggunaan *labor* dimana garis lurus yang dibuat dari titik *origin* (O) menyinggung kurve TP, MP = AP, dan AP berada dalam posisi maksimum.

Ringkasnya :

1. Selama AP meningkat maka $MP > AP$
2. Selama AP menurun maka $MP < AP$



berikut :

1. Kombinasi yang dipakai terletak pada titik dimulainya tingkat II (titik B) bila tanah itu bebas dan tenaga kerja harus dibayar (mempunyai harga),

2. Kombinasi yang dipakai terletak pada titik berakhirnya tingkat II (titik C) bila tenaga kerja bebas dan tanah harus dibayar (berharga),

Dengan demikian maka bilamana :

1. Harga tenaga kerja relatif semakin rendah dibanding harga tanah, kombinasi yang digunakan semakin mendekati titik B dan sebaliknya.
2. Harga tanah relatif semakin rendah dibanding harga tenaga kerja, kombinasi yang digunakan semakin mendekati titik C.

(*Law of Diminishing Return* disebut juga *Law of Diminishing Marginal Physical Return*).

B. Least Cost Combination.

Masalah bagaimana seorang pengusaha menentukan kombinasi *input* yang memberikan keuntungan yang maksimal atau manfaat tertinggi merupakan masalah *Least Cost Combination*.

Contoh seorang produsen menggunakan *input* A dan B dimana MPP masing-masing terlihat seperti pada tabel berikut, harga *input* A Rp 2 perunit dan *input* B Rp 1, perunit sedangkan uang yang tersedia untuk *input* tersebut adalah Rp 26, maka *Least Cost Combination* bagi produsen tadi adalah sebagai berikut. Ia akan mencari *output* (*Total Product*) yang tertinggi dengan jalan mengalokasikan pengeluarannya sedemikian rupa sehingga :

$$\frac{\text{MPP}_A}{\text{Price}_A} = \frac{\text{MPP}_B}{\text{Price}_B}$$

(*producer's equilibrium* disini penentuannya identik caranya dengan *consumer's equilibrium* pada *Marginal Utility Analysis* dalam uraian pada bab di muka).

Least Cost Combination tercapai pada penggunaan 8 satuan input A dan 10 satuan input B.

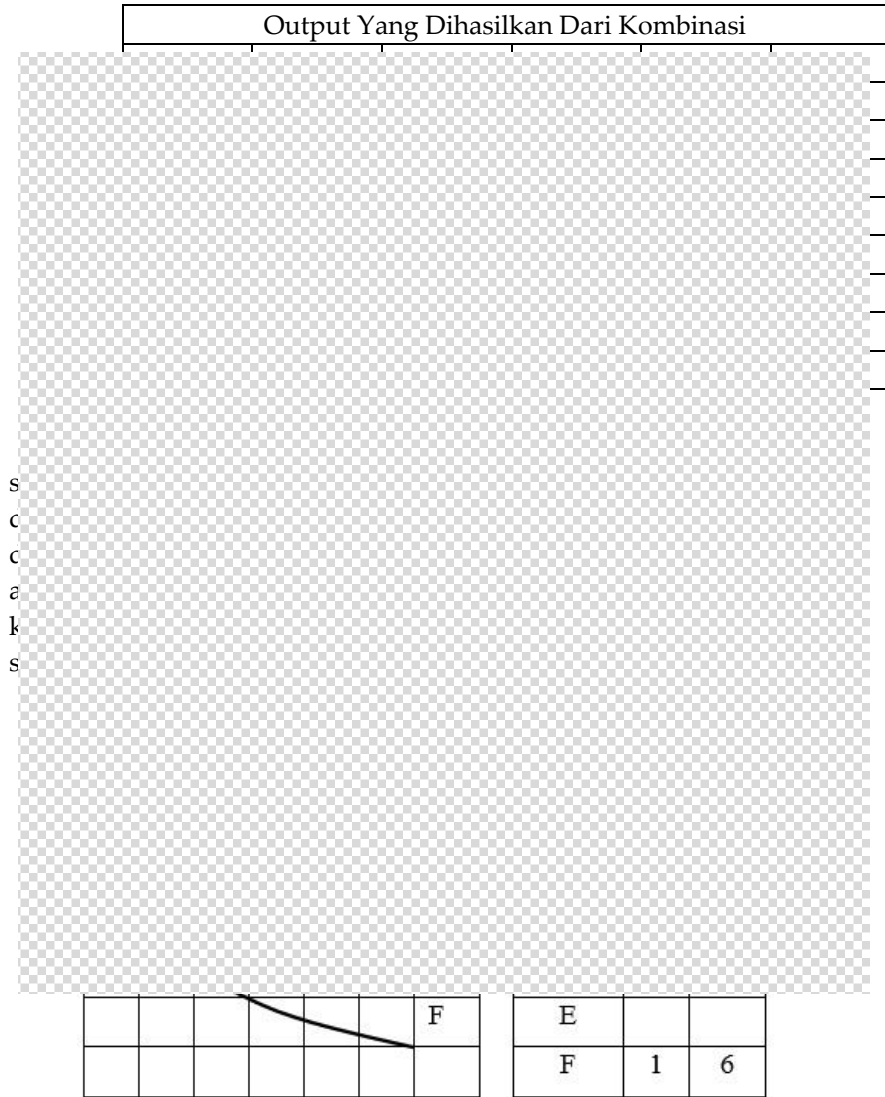
Tabel
Least Cost Combination

Jumlah Unit Input A	MPP A	Jumlah Unit Input B	MPP B
5	10	7	6
6	9	8	5
7	8	9	4
8	6	10	3
9	3	11	1
10	0	12	0

C. Long Run Production

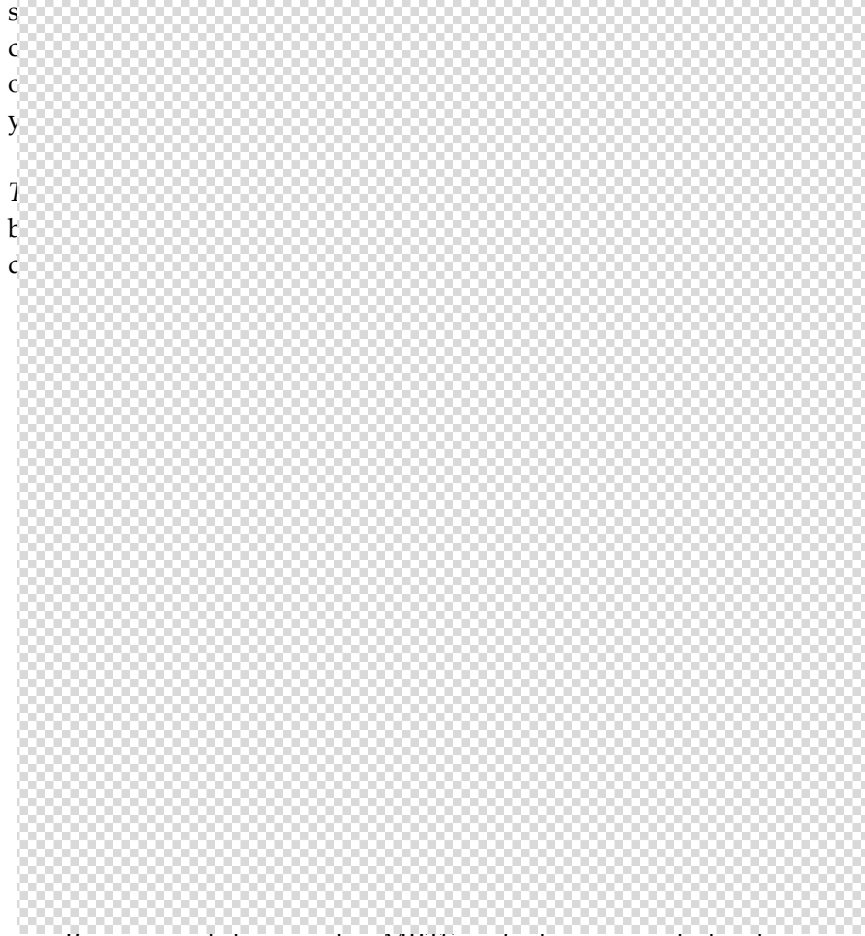
Keadaan ini kita, jumpai bilamana dalam proses produksi semua faktor produksi (input) yang digunakan bersifat *variable*. Contoh dibawah adalah kombinasi *labor* dan *capital* yang menghasilkan berbagai tingkat *output*

Tabel
Output Dari Kombinasi Labor dan Capital



Isoquant curve disebut juga *Isoproduct curve* atau *production indifference curve*.

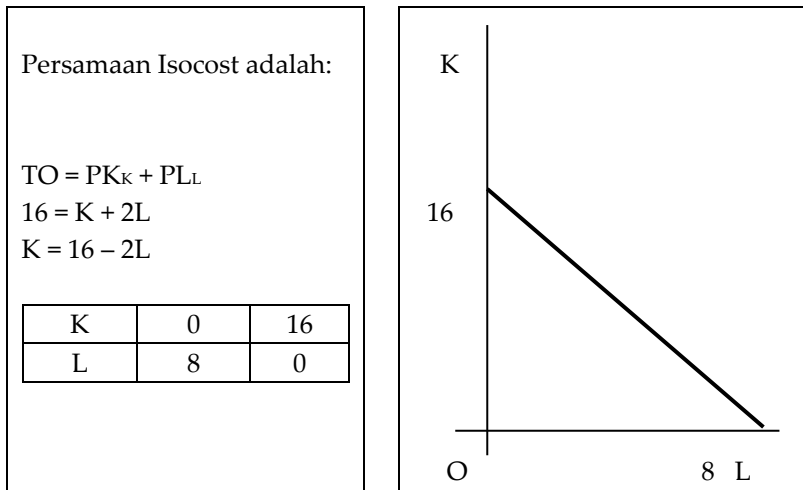
Isoquant memiliki sifat-sifat yang serupa dengan *indifference curve*



Biasanya untuk mengukur MRTS suatu kurve yang bukan berupa garis seperti dilakukan dengan membuat garis lurus yang menyinggung kurve tersebut pada titik yang ingin diukur (*slope* dari kurve). Pada dasarnya pengukuran MRTS secara analogis sama dengan *Marginal Rate of Substitution* pada teori perilaku konsumen, tapi terminologinya terbalik.

Production Indifference Curve (Isoquant) sendiri belum dapat memberikan jawaban pada titik mana produsen akan memproduksi. Persoalan ini hanya dapat dijawab kalau kita memiliki **ISOCOST**. *Isocost* adalah suatu skedul yang menunjukkan berbagai kombinasi dua macam input yang bias dibeli dengan sejumlah uang (*Total Outlay*) yang sama.

Contoh : *Total Outlay* berjumlah Rp 16, sedang harga input misalnya Kapital Rp 1, perunit dan Labor Rp 2, perunit. Berdasarkan data tersebut dapat dibuatkan *Isocost Curve* seperti pada gambar berikut :



Ingat persamaan garis lurus $Y = a - bX$, *slope* nya adalah $-b$. Dalam persamaan di atas *slope* nya adalah harga *labor* dibagi dengan harga kapital : $- PL / PK = - 2 / 1 = - 2$.

Selanjutnya *producer's equilibrium* ditentukan oleh titik singgung antara *Isocost* dengan *Isoquant* yang tertinggi, dengan kata lain ia dapat memperoleh output maksimal dengan total pengeluaran (*Total Outlay*) pada titik tersebut.

Teori Ekonomi Mikro

Pada gambar berikut menunjukkan *producer's equilibrium* terletak pada titik E. Pada titik ini slope dari pada *Isoquant* (MRTS KL) persis sama dengan *slope Isocost* ($-PL / PK$). Kombinasi *input* yang digunakan adalah 8 K dan 4 L, sedangkan *output* yang dihasilkan sebesar 150.

Oleh karena $MRTS_{KL} = MP_L / MP_K$, maka *producer's equilibrium* dapat dituliskan sebagai berikut :

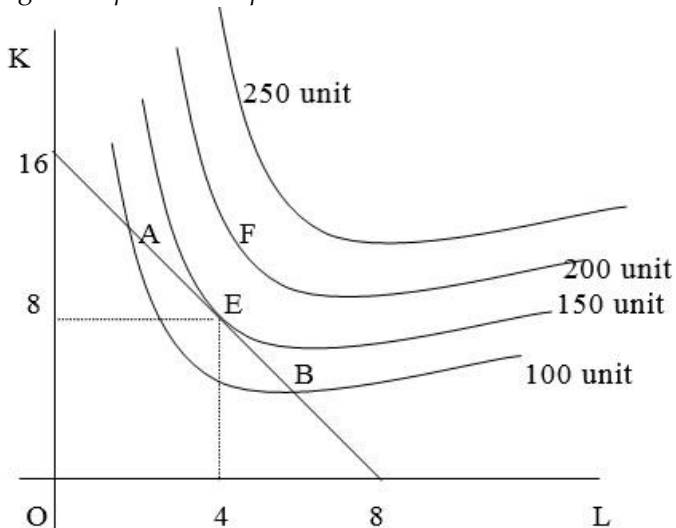
$$MP_L / MP_K = - PL / PK$$

Atau

$$MP_L / PL = - MP_K / PK$$

Cara mencari *equilibrium* di sini tidak berbeda dengan mencari *equilibrium* dalam teori perilaku konsumen di bagian terdahulu.

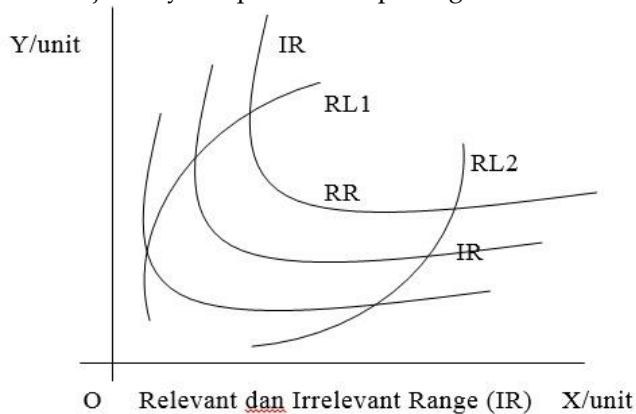
Contoh gambar *producer's equilibrium*



D. Relevant Range

Relevant range yaitu daerah yang memungkinkan bagi produsen untuk memproduksi dengan kombinasi dua input di beberapa tingkat *Isoquant*. Jadi apabila produsen masih memproduksi di luar *relevant range* (daerah relevan) maka titik produksi itu terletak di daerah yang tidak relevan (*Irrelevant Range*). Garis batas yang membatasi antara daerah yang relevan dan daerah yang tidak relevan dinamakan *Ridge Line*.

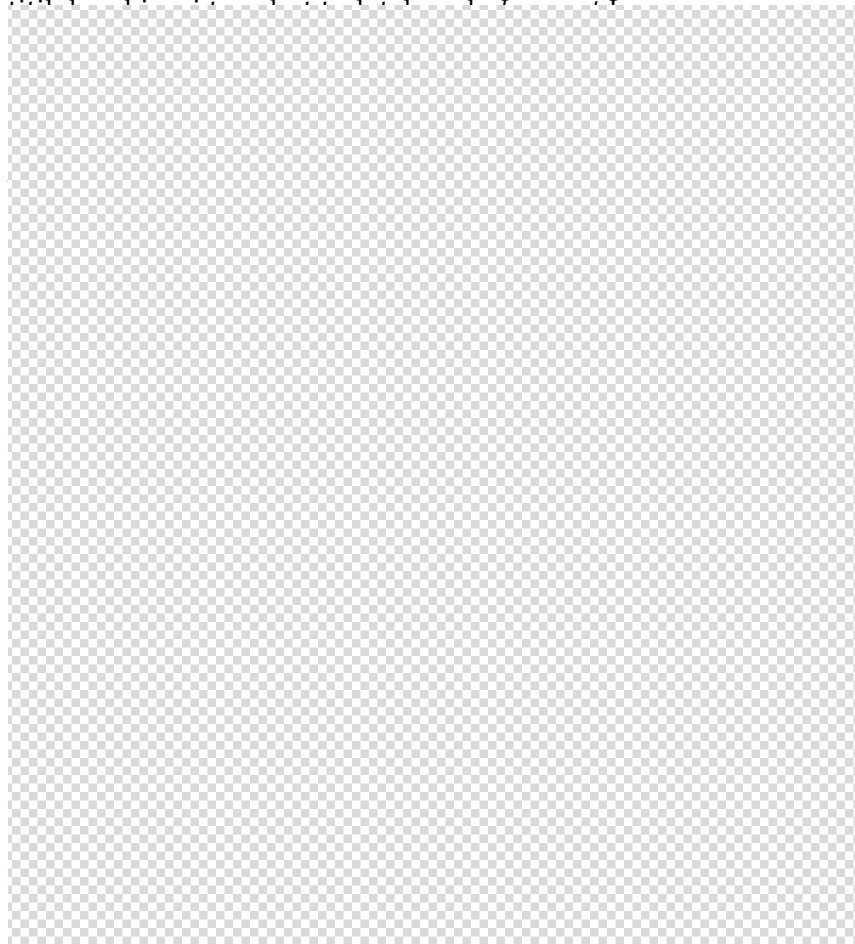
Ada dua macam *ridge line* yaitu : *ridge line* atas dan *ridge line* bawah. Untuk jelasnya dapat dilihat pada gambar berikut.



Keterangan :

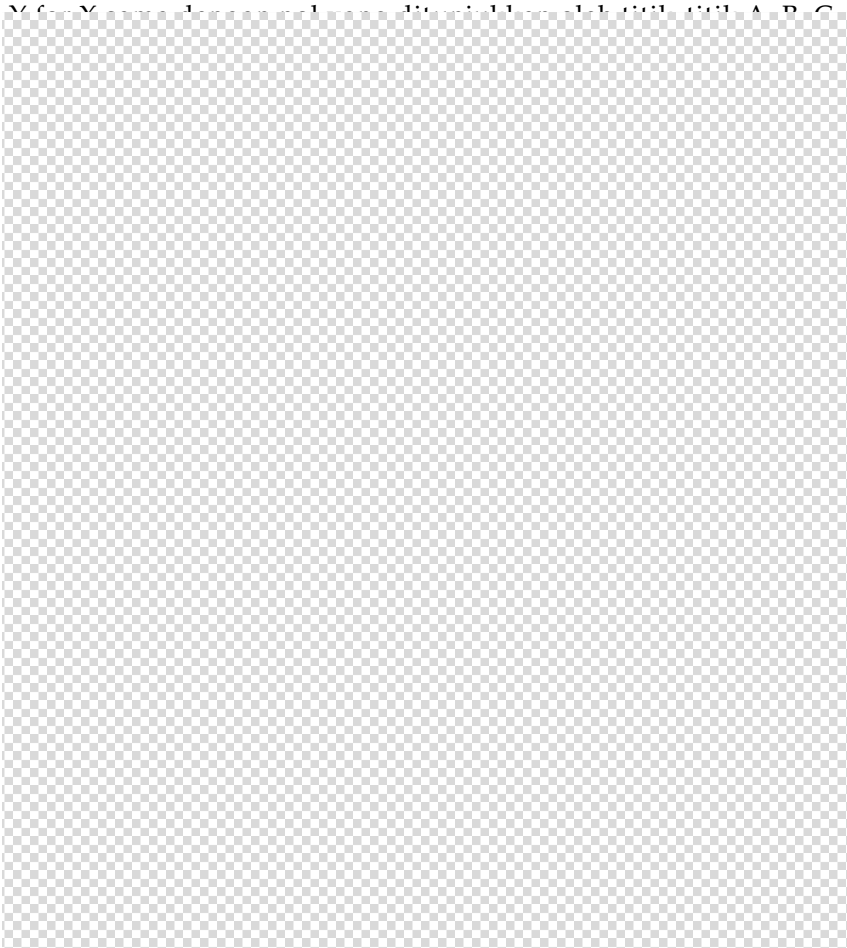
X adalah *input variable*, misalnya tenaga kerja dan Y juga *input variable*, misalnya mesin ; I_1, I_2, I_3 , dan I_4 adalah beberapa *Isoquant* yang merupakan *Isoquant Map*, yang menunjukkan bahwa jumlah produksi yang secara berturut-turut semakin tinggi, dan ini digambarkan oleh *Isoquant* yang terletak di sebelah kanan atas. Berarti I_2 jumlah produksinya lebih tinggi dari pada I_1 , demikian seterusnya. Apabila dilihat I_3 berarti bahwa sejumlah tertentu produk yang dihasilkan, misalnya 400 unit dapat dihasilkan dengan menggunakan beberapa kemungkinan kombinasi input X dan Y.

Jadi produsen untuk menghasilkan 400 unit tersebut dapat dihasilkan dengan menggunakan OX_1 unit ditambah OY_2 unit atau dapat menggunakan OX_2 unit ditambah OY_1 unit, atau dengan menggunakan kombinasi lain dari X dan Y, di mana titik-



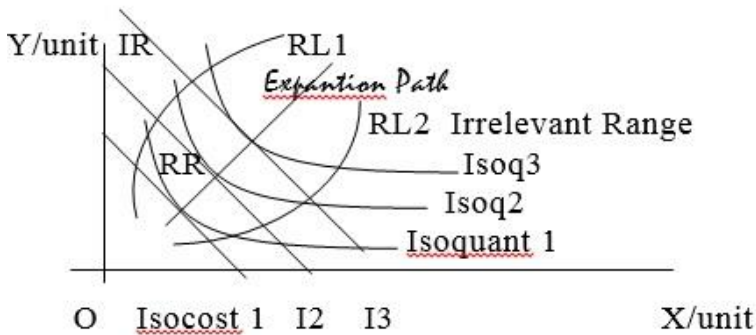
mengakibatkan *isoquant* juga berubah ke kanan atas atau kiri bawah, maka dengan jalan pikiran yang sama dengan proses terjadinya titik R sehingga mnghasilkan titik-titik MRTS of X for L diberbagai tingkat *Isoquant* yaitu terjadi titik-titik P, Q, dan S,

dan seterusnya, akan terbentuklah suatu garis yang disebut *Ridge line*. Demikian juga halnya bahwa dengan terjadinya perubahan *Isoquant* tersebut terjadilah titik-titik yang mempunyai MRTS of



produsen yang mempunyai uang yang akan digunakan untuk ongkos produksi yang semakin lama semakin besar dan ingin memperluas produksinya, maka agar diperoleh ongkos yang paling kecil dia harus mengkombinasikan penggunaan input-input X dan Y pada titik-titik garis *expantion path*.

Keterangan ini akan lebih jelas dengan memperhatikan gambar berikut :



X dan Y adalah *input-input* variabel yang dibeli oleh produsen. Garis (T_1 / P_x) (T_1 / P_y) adalah *Isocost* pertama sebesar T_1 , maka *Isoquant* yang tertinggi adalah I_1 dengan menggunakan *input* X sebesar OX_1 , maka titik A adalah titik LCC. Titik K adalah titik yang mempunyai MPP dari X dan Y sama dengan nol. Titik P adalah titik yang mempunyai MPP dari Y dan X sama dengan nol.

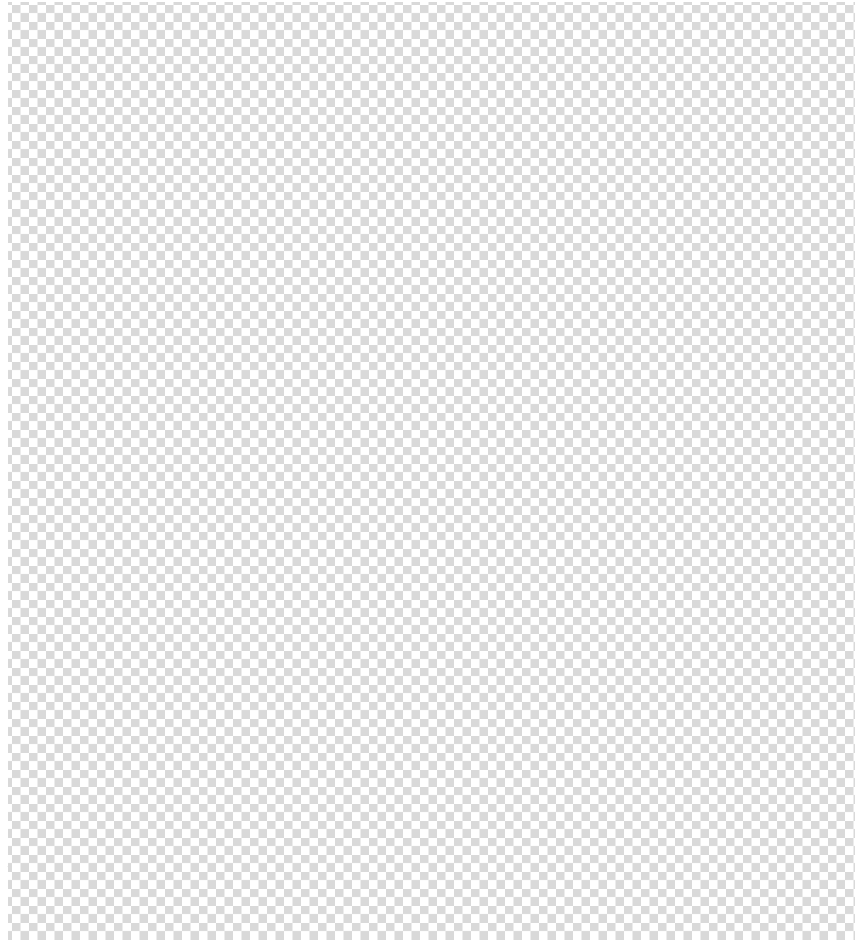
Apabila terjadi kenaikan ongkos, ini ditunjukkan oleh bergesernya garis *Isocost* ke kanan atas, dan digambarkan oleh berubahnya T_1 ke T_2 , dan ke T_3 , maka dengan penjelasan yang sama seperti pada T_1 , dapat diperleh titik-titik (Q dan R), (L dan M), (B dan C). Jadi KLM dan seterusnya adalah *ridge line* pertama dan titik PQR dan seterusnya adalah *ridge line* kedua. Kemudian garis yang terdiri dari titik-titik ABC dan seterusnya inilah yang dinamakan *Expansion Path*.

F. Fungsi Produksi

Fungsi produksi adalah suatu fungsi yang menunjukkan hubungan antara tingkat kombinasi penggunaan *input* dengan

tingkat *output*. Dalam ilmu ekonomi dinyatakan bahwa fungsi produksi merupakan landasan teknis bagi suatu proses produksi.

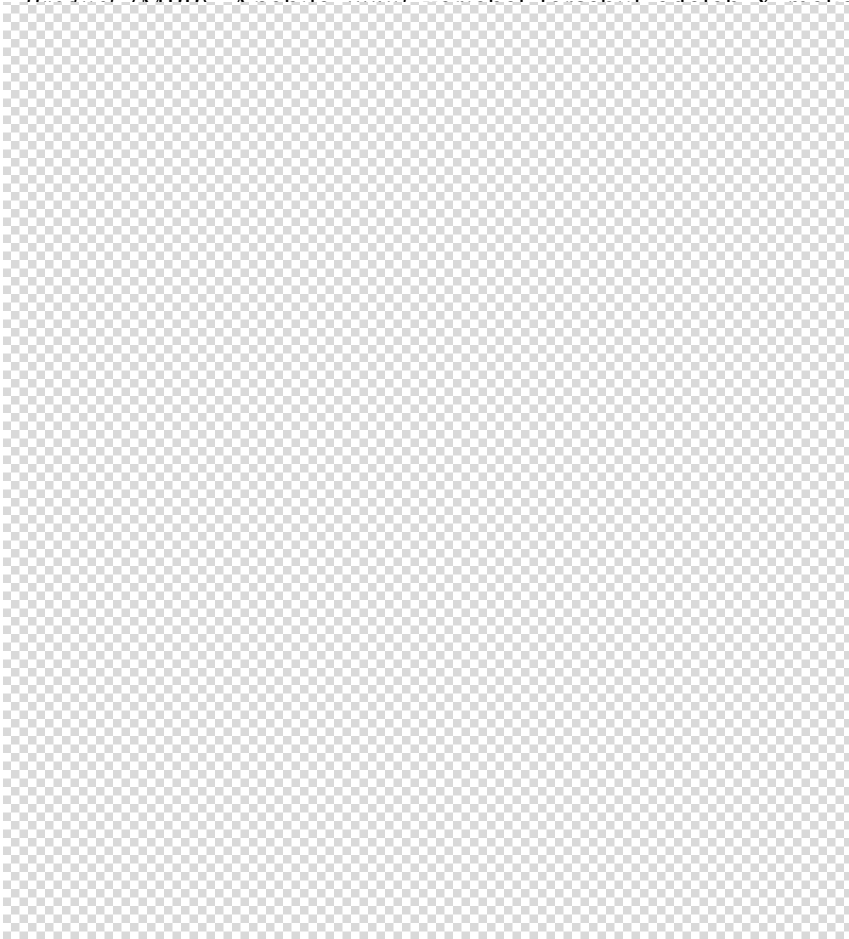
Yang dimaksud dengan kombinasi penggunaan *input* adalah penggunaan dari beberapa faktor produksi untuk menghasilkan suatu barang tertentu. Secara matematik dapat ditulis sebagai berikut :



Seorang *input* lain dianggap tetap, maka tambahan *output* yang dihasilkan dari setiap tambahan satu unit *input* tersebut mula-

mula meningkat, dan setelah mencapai maksimum akan menurun.

Tambahan *output* yang dihasilkan karena adanya tambahan satu unit *input* variabel tersebut dinamakan *Marginal Physical Product (MPP)*. Apabila *input* variabel tersebut adalah *X* dan



menunjukkan hubungan antara tambahan *output* yang disebabkan adanya tambahan *input* variabel yang digunakan.

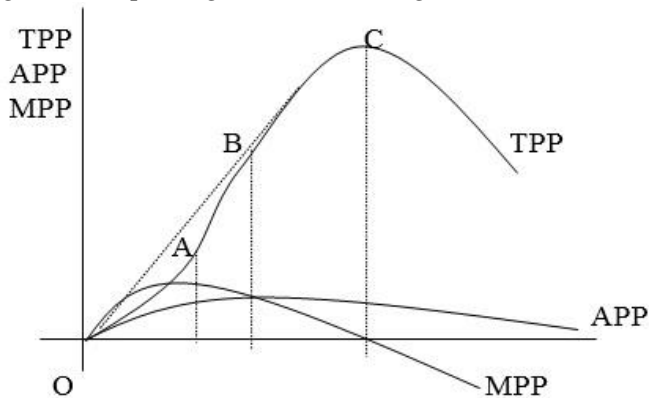
Apabila variabel *input* yang digunakan adalah X dan *input-input* lain dianggap tetap, maka dapat diformulasikan sebagai berikut :

$$TPP_x = APP_x \cdot X$$

$$MPP_x = \frac{TPP_x}{X}$$

$$MPP_x = \frac{\Delta TPP_x}{X}$$

Hubungan ini dapat digambarkan sebagai berikut :



G. Beberapa Fungsi Produksi Umum

Pada bagian ini kita uraikan empat macam fungsi produksi yang umum, yang memiliki pengembalian skala yang konstan. Setiap tipe dibedakan menurut elastisitas substitusinya, yaitu $\sigma = \sim$, $\sigma = 0$, $\sigma = 1$, dan $\sigma =$ setiap bilangan positif konstan.

Kasus 1; $\sigma = \sim$

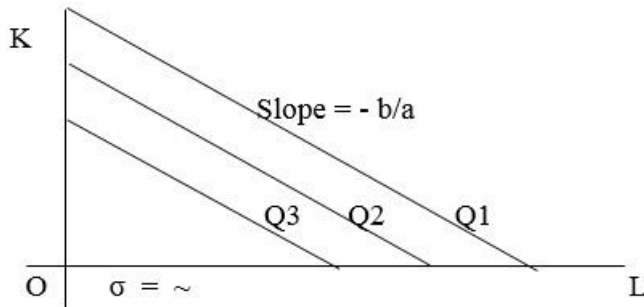
Anggap fungsi diketahui dalam bentuk :

$$Q = f(K, L) = aK + bL$$

Dengan mudah dapat ditunjukkan bahwa fungsi produksi di atas mengeksebisikan pengambilan skala yang konstan. Untuk setiap $m > 0$.

$$F(mK, mL) = amK + bmL = m(aK + bL) = mf(K, L)$$

Semua *Isoquant* untuk fungsi produksi ini berbentuk garis lurus yang paralel dengan *slope* $-b/a$. Lihat gambar berikut :



Karena disepanjang setiap *Isoquant* yang berbentuk garis lurus ini RLS nya konstan, maka penyebut persamaan di bawah sama dengan nol. Dengan demikian $\sigma = \sim$

Persamaan yang dimaksud adalah formula Elastisitas Substitusi sebagai berikut :

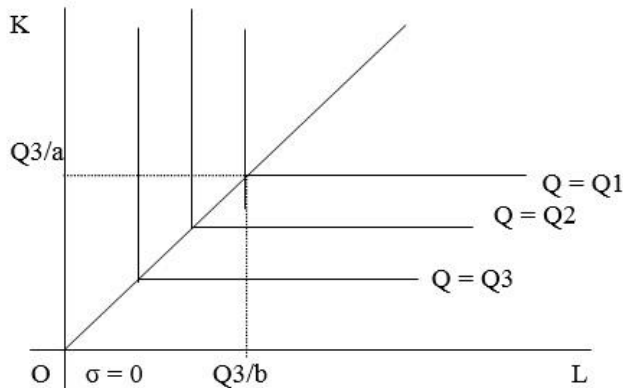
$$\sigma = \frac{\text{Persentase perubahan dalam } (K / L)}{\text{Persentase perubahan dalam RLS}}$$

$$\sigma = \frac{\Delta K / L}{\Delta RLS} \cdot \frac{RLS}{K/L}$$

Untuk fungsi produksi $Q = f(K, L)$, elastisitas substitusi (σ) mengukur perubahan proporsional yang terjadi dalam ratio K/L relatif terhadap perubahan proporsional yang terjadi dalam RLS di sepanjang sebuah Isoquant.

Kasus 2 ; $\sigma = 0$

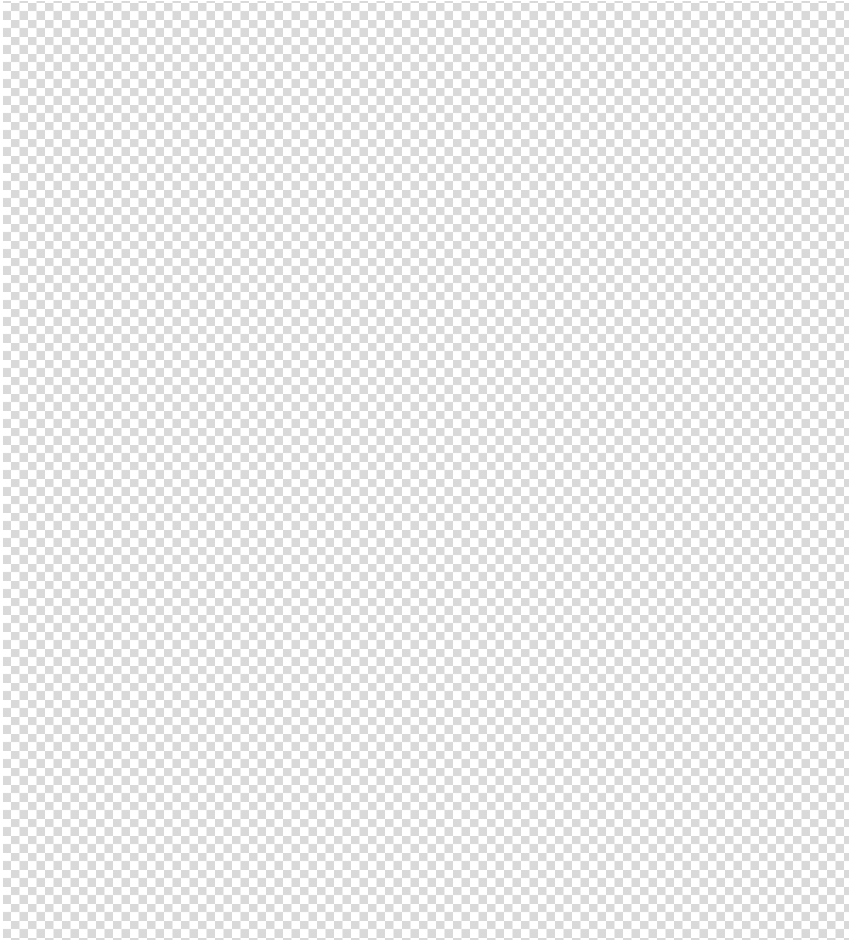
Fungsi produksi yang mempunyai elastisitas substitusi $\sigma = 0$ ini sering disebut dengan fungsi produksi yang mempunyai proporsi input yang tetap (*fixed proportions production function*). Dalam hal ini Kapital dan Tenaga Kerja atau *Labor* (L) selalu digunakan dalam suatu proporsi yang tetap. *Isoquant* untuk fungsi produksi ini berbentuk huruf "L", yang dapat dilihat pada gambar berikut :



Perusahaan yang memiliki fungsi produksi seperti ini akan selalu beroperasi disebelah sudut *Isoquant*, di mana pada sudut ini ratio K/L tetap sebesar b/a . Di luar ini perusahaan akan berjalan tidak efisien,

sebab *output* yang sama dapat dihasilkan dengan menggunakan *input* yang lebih sedikit (yaitu dengan bergerak ke sebelah sudut / *vertex Isoquant* tersebut). Karena K/L konstan, dari definisi elastisitas substitusi mudah ditunjukkan bahwa $\sigma = 0$.

Bentuk fungsi produksi yang mempunyai proporsi *input* yang *fixed* ini secara matematis adalah :



kerja untuk setiap mesin pemotong rumput atau traktor tidak ada manfaatnya.

Kasus 3 ; $\sigma = 1$

Fungsi produksi yang memiliki $\sigma = 1$ ini terkenal dengan fungsi produksi **Cobb Douglas** (*Cobb-Douglas Production Function*). Bentuk fungsi ini merupakan bentuk tengah antara kedua kasus terdahulu. Fungsi produksi ini dinamakan fungsi produksi **Cobb-Douglas** karena pertama kali dikemukakan oleh **C.W.Cobb** dan **P.H.Douglas**.

Bentuk matematis fungsi produksi **Cobb-Douglas** ini adalah sebagai berikut :

$$Q = f (K, L) = AK^\alpha L^\beta$$

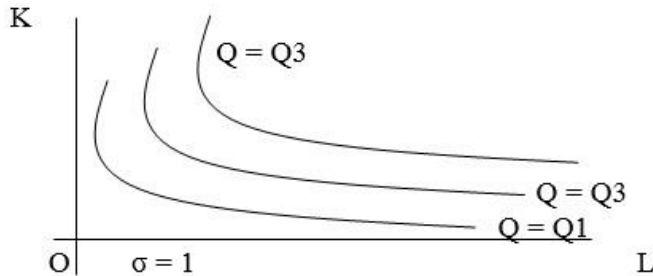
Di mana A , α , β semuanya positif konstan. Untuk $\alpha + \beta = 1$, maka fungsi **Cobb-Douglas** ini mengeksibisikan pengembalian skala yang konstan.

$$f (mK, mL) = A (mK)^\alpha (mL)^\beta = A m^{\alpha+\beta} K^\alpha L^\beta$$

$$f (mK, mL) = mA K^\alpha mL^\beta = mf (K, L)$$

Jika $\alpha + \beta > 1$, fungsi ini mengeksibisikan pngembalian skala yang meningkat (*increasing return to scale*), sedang untuk $\alpha + \beta < 1$, mengeksibisikan pengmbalian skala yang menurun (*decreasing return to scale*), dan untuk $\alpha + \beta = 1$, mengeksibisikan skala yang konstan (*constant return to scale*).

Fungsi **Cobb-Douglas** ini dapat dilihat pada gambar sebagai berikut :



Dari gambar di atas terlihat bahwa fungsi produksi **Cobb-Douglas** ini adalah lengkung atau tidak lurus (*non linear*). Keadaan ini dapat *dilinear*kan dengan jalan merubah persamaan matematisnya dengan logaritma normal (\ln) yakni sebagai berikut :

$$\ln Q = \ln A + \alpha \ln K + \beta \ln L$$

Di mana α dan β juga merupakan elastisitas *output* Kapital (E_{QK}) dan elatisitas *output* Labor (E_{QL}).

Fungsi produksi Cobb-Douglas ini sangat populer dalam penelitian empiris, karena kedua parameter α dan β ini dapat diestimasi dari data aktual. Apalagi estimasi α dan β dapat digunakan untuk mengukur pengembalian terhadap skala (*returns to scale*), yaitu dengan mengamati penjumlahan $\alpha + \beta$.

Kasus 4 ; $\sigma =$ Bilangan Positif Konstan

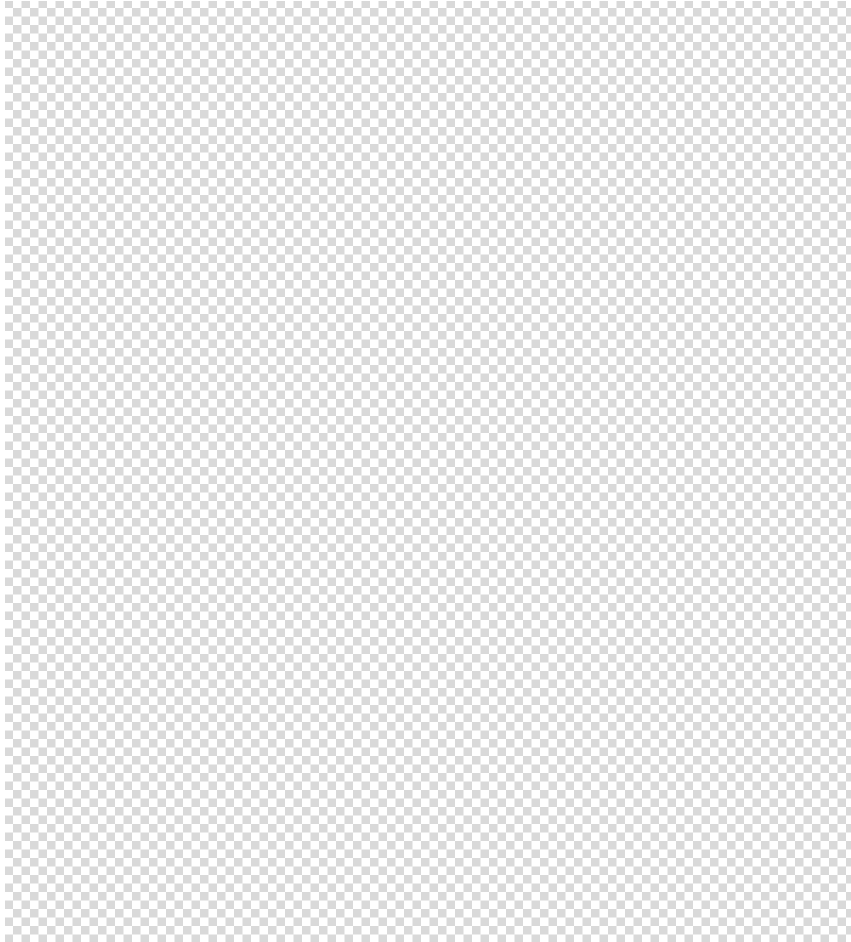
Walaupun kasus $\sigma = \sim$, $\sigma = 0$, dan $\sigma = 1$, perlu diketahui, tetapi adakalanya lebih baik membiarkan nilai σ tetap apa adanya, yaitu sebuah bilangan yang positif konstan.

Fungsi produksi yang memiliki nilai σ konstan ini sering disebut dengan fungsi produksi CES (*Constant Elasticity of Substitution*). Fungsi produksi CES ini pertama kali dikembangkan oleh *Arrow, Chenery, Minhas*, dan *Solow*.

Bentuk matematis dari fungsi produksi CES ini sebagai berikut :

$$Q = \gamma [\delta K^{-\rho} + (1 - \delta)L^{-\rho}]^{-1/\rho}$$

$$\gamma > 0; 0 \leq \delta \leq 1, \text{ dan } \rho \geq -1$$



Tabel di bawah dapat memperlihatkan bahwa fungsi produksi di atas menunjukkan skala yang konstan, karena *input* (K dan L) dan *output* naik dengan proporsi yang sama.

Tabel
 Nilai-Nilai $Q = 10 \sqrt{K L}$ Untuk Setiap Peningkatan
 Yang Proporsional dari K dan L

K	L	$Q = 10 \sqrt{K L}$
1	1	10
2	2	20
3	3	30
4	4	40
5	5	50
6	6	60
7	7	70
8	8	80
9	9	90
10	10	100

Map Isoquant untuk fungsi produksi ini dapat dibuat dengan menetapkan suatu nilai yang konstan untuk Q , sebagai contoh,

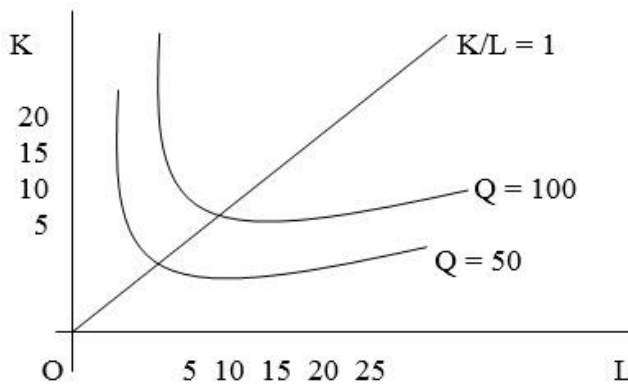
Jika $Q = 50$, maka :

$$\begin{aligned} Q &= 10 \sqrt{K L} \\ 50 &= 10 \sqrt{K L} \text{ atau} \\ 5 &= \sqrt{K L}, \text{ atau} \\ 25 &= K L. \end{aligned}$$

Begitu juga jika $Q = 100$, maka :

$$\begin{aligned} Q &= 10 \sqrt{K L} \\ 100 &= 10 \sqrt{K L}, \text{ atau} \\ 10 &= \sqrt{K L}, \text{ atau} \\ 100 &= K L. \end{aligned}$$

Dengan demikian *Isoquant-isoquant* dari fungsi produksi di atas berbentuk hiperbola empat persegi panjang, seperti terlihat pada gambar berikut :



Kedua *isoquant* dari gambar tersebut diambil langsung dari persamaan di atas yaitu kombinasi K dan L yang menghasilkan *output* (Q) = 50 dan 100 unit. RLS disepanjang *isoquant* tersebut dapat dicari yaitu :

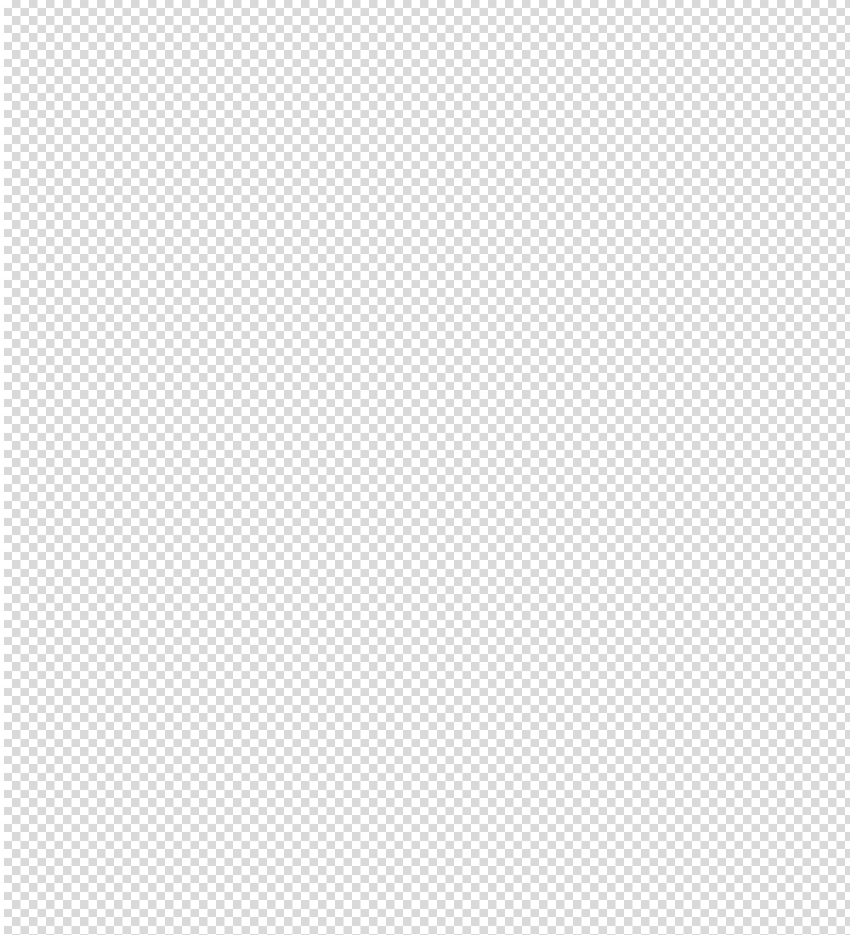
$RLS_{KL} = \frac{\partial Q / \partial L}{\partial Q / \partial K} = \frac{5 \sqrt{K/L}}{5 \sqrt{L/K}} = \frac{K}{L}$
--

Dari persamaan di atas jelas bahwa RLS akan berkurang jika *ratio* K/L berkurang, dan bahwa RLS tersebut tidak tergantung besarnya pada skala produksi (sebab jika K dan L digandakan *ratio* K/L akan tetap). Gambar di atas mengilustrasikan kenyataan yang kedua ini untuk kasus di mana $K/L = 1$.

BAB IX TEORI BIAYA

A. Pengertian Biaya

Biaya atau *Cost* dalam pengertian ilmu ekonomi adalah semua beban atau pengorbanan yang harus dibayar produsen untuk



tersebut telah melakukan prinsip ekonomi dengan melakukan pengeluaran yang seharusnya (biaya) sebesar Rp 9.800,-.

Namun jika Ibu tersebut membuat Kue XYZ dengan menambah dari resep (*standart*) yang ada misalnya telur menjadi 4 butir, maka pengeluaran si Ibu menjadi Rp 11.300,-. Selisih harga sebutir telur (Rp 1.500) tersebut dinamakan *pemborosan* meskipun dengan berbagai alasan yang menunjang. Pemborosan ini disebabkan si Ibu membuat Kue tidak berdasarkan pengeluaran seharusnya menurut resep.

Demikian pula jika si Ibu mengurangi biaya pembuatan kue XYZ tersebut dengan jalan mengurangi resep berupa sebutir telur menjadi hanya dua butir telur saja, berarti pengeluarannya hanya sebesar Rp 8.300,-. Pengurangan biaya tidak sesuai *standart* (resep) ini, maka si Ibu dinamakan seorang yang pelit (engken dalam bahasa Banjar, atau bengkok dalam bahasa Padang).

Biaya ini dapat digolongkan dalam berbagai keperluan seperti ;

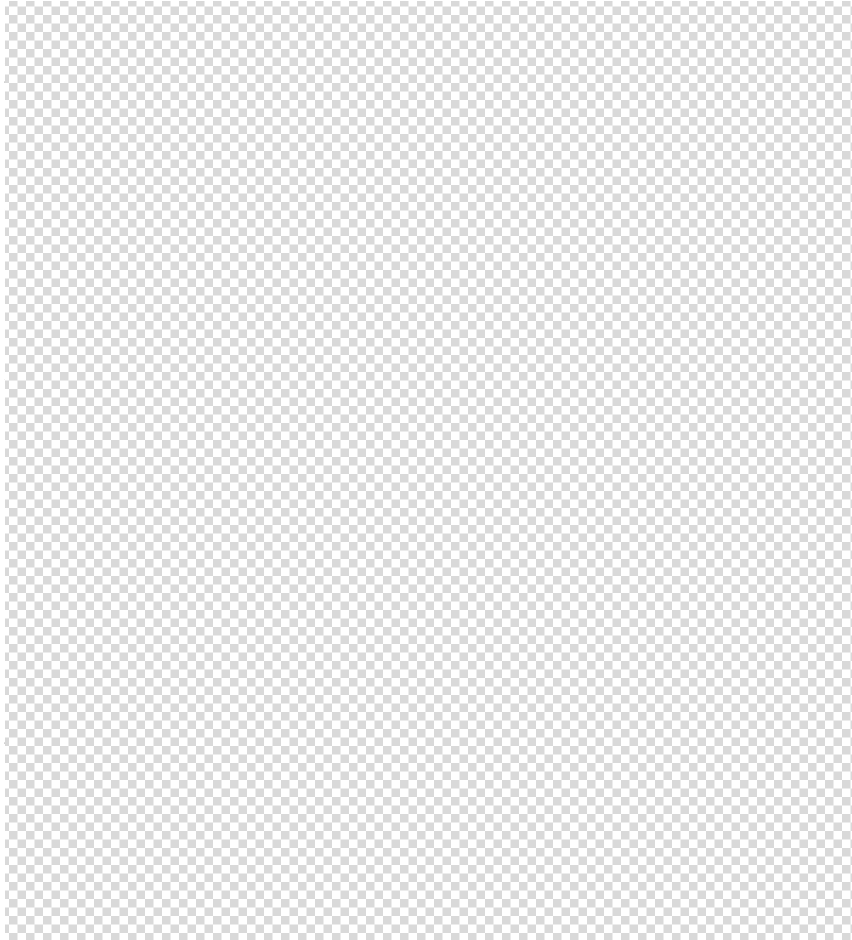
1. **Biaya Berdasarkan Fungsi-fungsi Pokoknya**, yakni;
 - a. Berupa Biaya Produksi (*Cost of Production*) atau disingkat BP. Yang meliputi;
 - 1) Biaya bahan Mentah dan Penolong (*Raw Material Cost*).
 - 2) Biaya Tenaga kerja langsung (*Direct Labor Cost*).
 - 3) Biaya Pabrikasi Tidak Langsung (*Factory Overhead Cost*).
 - b. Berupa Harga Pokok Produksi (*Cost of Goods Manufacture*) yang meliputi ; Biaya produksi ditambah Barang setengah jadi (*Work in Process*) di awal proses produksi dan dikurangi barang setengah jadi di akhir proses produksi.
 - c. Berupa Harga Pokok Penjualan (*Cost of Goods Sold*) yang meliputi ; Harga pokok produksi yang ditambah barang jadi (*Finish Goods*) di awal proses produksi (persediaan digudang) dan dikurangi barang jadi di akhir proses produksi,
 - d. Pendapatan Sebelum bunga (*Interest*) dan Pajak (*Tax*) atau *Earning Before Interest & Taxes* (EBIT) yang meliputi; Harga pokok penjualan dikurangi Biaya Komersial (*Commercial Cost*) yang terdiri dari Biaya Administrasi dan Umum

(*General & Administrative Cost*) serta Biaya Pemasaran (*Marketing Cost*).

- e. Berupa Total Biaya (*Total Cost*) yang meliputi; EBIT di kurangi Biaya Bunga dan Biaya Pajak.

2. Biaya Berdasarkan Tingkah Laku Biaya.

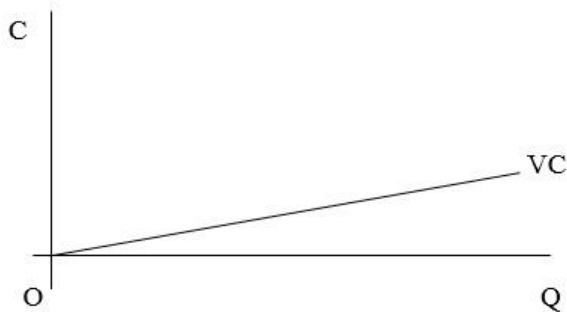
Biaya ini meliputi; Biaya Tetap (*Fixed Cost*), Biaya Variabel (*Variable Cost*) dan Biaya Semi Variabel (*Semi Variable Cost*).





2. Total Variable Cost (TVC).

TVC adalah biaya variabel total yang merupakan biaya-biaya yang besarnya mengalami perubahan kalau outputnya berubah, misalnya biaya bahan mentah, upah langsung, dll. [(*Variable factor*) (*Price*)]. TVC seringkali cukup ditulis VC saja. VC dapat digambarkan sebagai berikut :



3. Total Cost (TC)

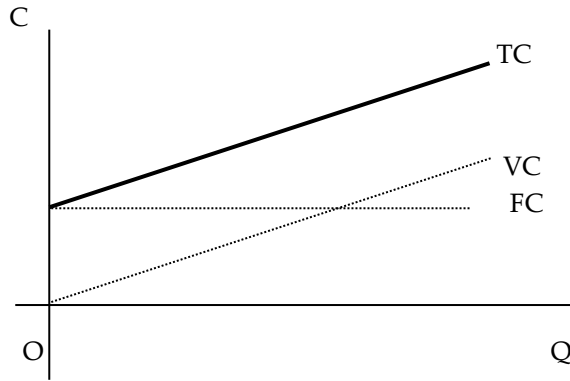
TC merupakan penjumlahan dari seluruh biaya tetap dan biaya variabel.

$$TC = TFC + TVC$$

Atau

$$TC = FC + VC$$

TC dapat digambarkan sebagai berikut :



4. Average Fixed Cost (AFC)

AFC merupakan biaya tetap yang dibebankan pada setiap unit output (Q). Secara sederhana diformulasikan sebagai berikut :

$$\text{AFC} = \text{TFC} : Q$$

Atau

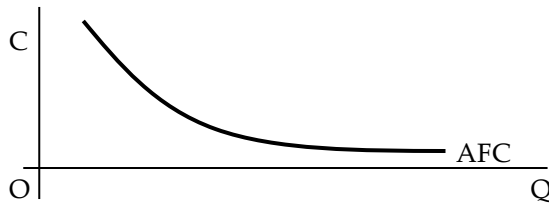
$$\text{AFC} = \text{TFC} / Q$$

AFC akan menurun jika terdapat kenaikan jumlah output. Mula-mula AFC turun dengan cepat kemudian penurunannya berkurang. Lihat Tabel di bawah.

Tabel
AFC Pada Sejumlah Output.

Output (Q)	TFC	AFC = TFC / Q
0	90.000	-
1	90.000	90.000
2	90.000	45.000
3	90.000	30.000
4	90.000	22.500
5	90.000	18.000
6	90.000	15.000
7	90.000	12.857
Dst.		

AFC dapat digambarkan sebagai berikut :



5. Average Variabel Cost (AVC)

AVC merupakan semua biaya selain AFC yang dibebankan pada setiap unit output (Q).

$$AVC = TVC : Q$$

Atau

$$AVC = TVC / Q$$

AVC mula-mula akan menurun sampai batas tertentu dan kemudian meningkat lagi. Dalam harga dari faktor produksi (input) tidak berubah, maka kelakuan AVC tergantung pada *Average Product* dari input sebagai berikut :

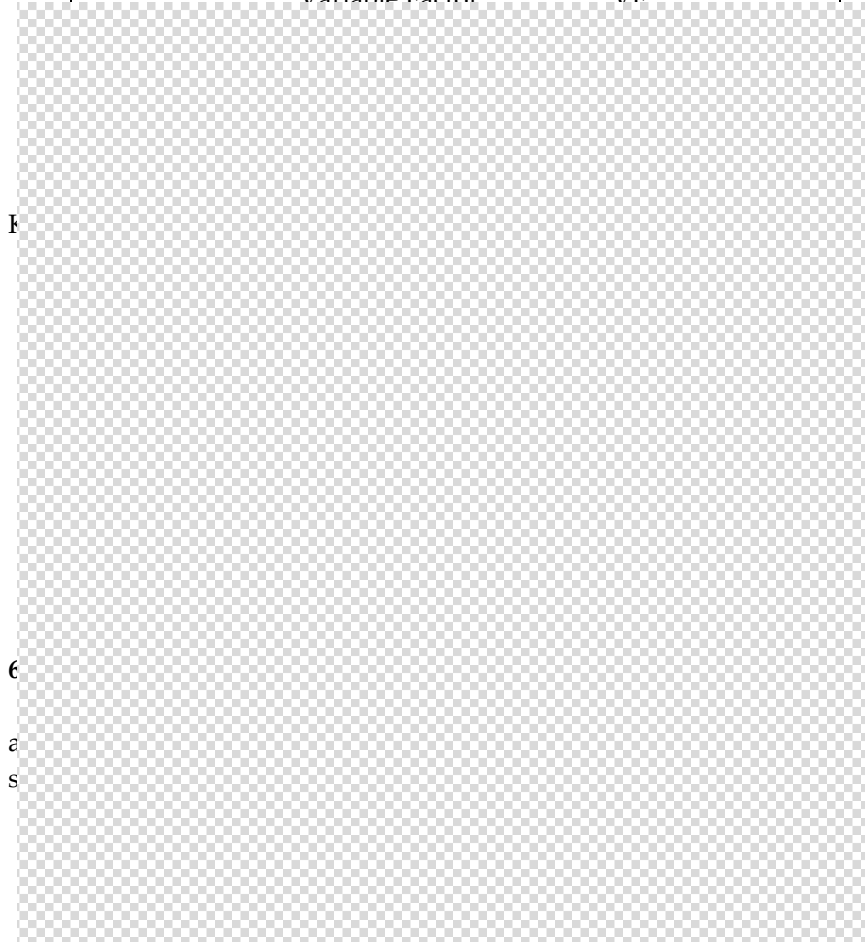
$$AVC = \frac{TVC}{Output} = \frac{\text{(Jumlah Variable Factor)}(\text{Price of VF})}{Output}$$

$$AVC = \frac{\text{Jumlah Variable Factor}}{Output} (\text{Price of VF})$$

$$AVC = \frac{VF}{Output} (PVF)$$

Dalam teori produksi kita tahu bahwa :

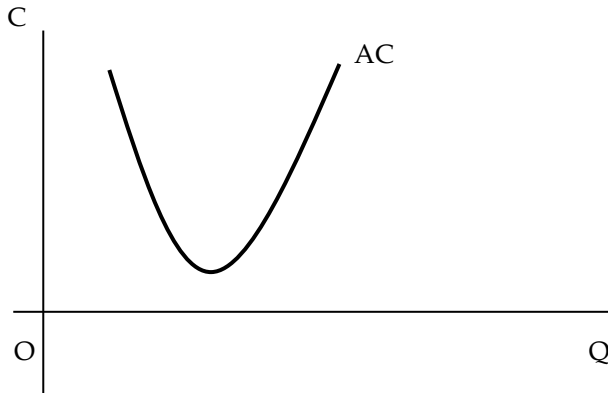
$$AVC = \frac{\text{Total Product}}{\text{Variable Factor}} = \frac{\text{Output}}{VF}$$



Dengan demikian $TC = (AC) (Q)$

$$Q = TC / AC$$

Kalau output meningkat AFC dan AVC menurun, maka AC akan turun. Cepat lambatnya penurunan AC tergantung peranan *Fixed Input* dan *Variable Input* yang digunakan dalam proses produksi, di mana makin besar penurunan AFC makin cepat penurunan AC kalau output meningkat. Kalau AVC konstan atau tidak menurun waktu output diperbesar, AC tetap akan turun karena AFC menurun dan penurunan AC ini semakin mengecil karena turunnya AFC juga mengecil (ingat sifat AFC) dan selanjutnya kalau sudah tercapai *optimum capacity* nya pada waktu peningkatan output, walaupun AVC menurun, AC akan meningkat karena AFC akan meningkat bahkan lebih besar dari pada penurunan AVC. Jadi bentuk kurve dari pada AC adalah seperti huuf U. Lihat gambar berikut :



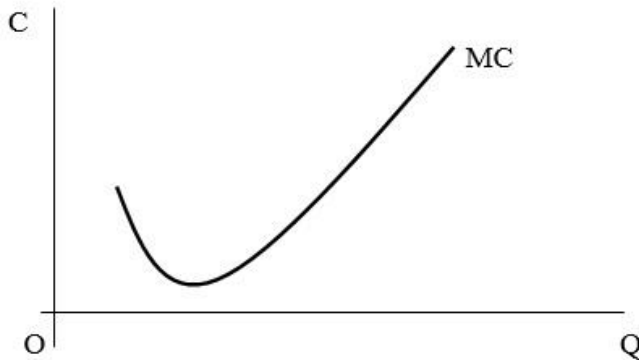
7. Marginal Cost (MC)

MC adalah kenaikan TC karena bertambahnya output satu unit atau dalam arti luas, perubahan TC karena adanya perubahan output. Karena $TC = TFC + TVC$, sedang TFC tidak berubah kalau output berubah, ini berarti perubahan TC di atas adalah perubahan TVC saja.

$MC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q} = \frac{\Delta TFC + \Delta TVC}{\Delta Q}$
Sedang $\Delta TFC = 0$, maka

$MC = \frac{\Delta AVC}{\Delta Q}$
Selanjutnya kita tahu bahwa :
TVC = (Variable Factor) (Price of VF)
$\Delta TVC = (\Delta VF) (PVF)$, maka :
$MC = \frac{(\Delta VF)(PVF)}{\Delta \text{Output}} = \frac{\Delta VF}{\Delta Q} (PVF)$
$\Delta VF / \Delta Q$ adalah kebalikan Marginal Product, maka :
$MC = \frac{1}{MP} \quad PVF = \frac{1}{MP}$
$MC = \frac{\text{Price of Variable Input}}{\text{Marginal Product}}$

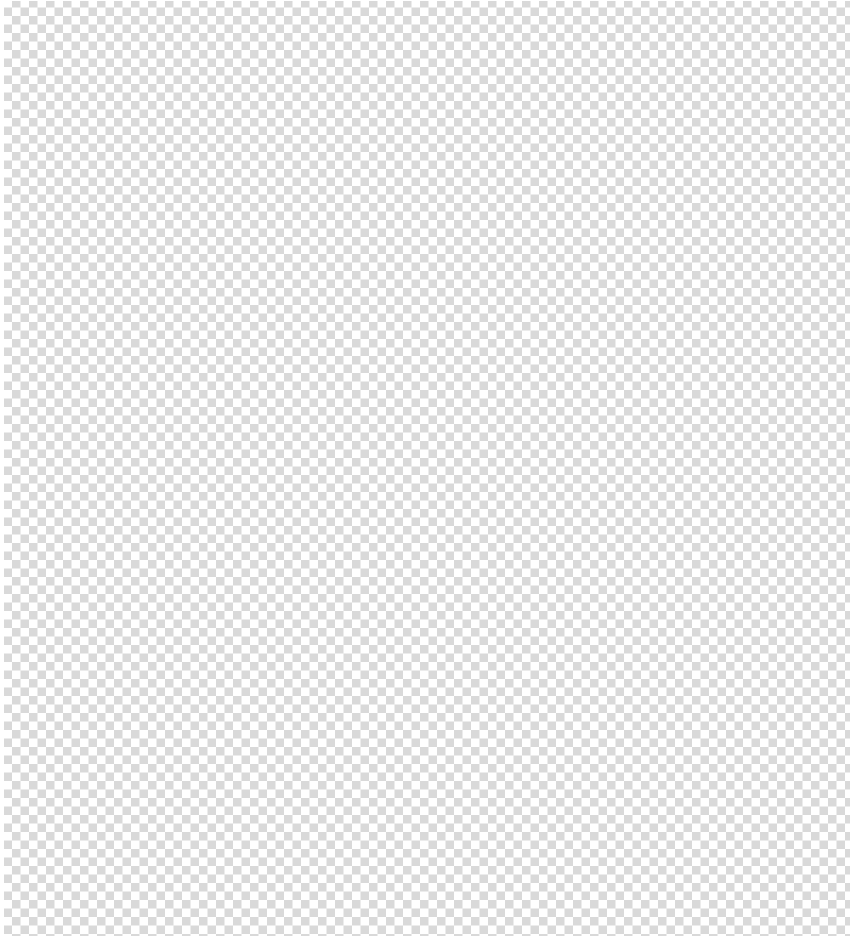
Marginal Cost atau MC dapat dilihat seperti gambar di halaman berikut :



8. Semi Variable Cost (SVC)

Semi Variable Cost (SVC) atau Biaya Semi Variabel merupakan biaya yang dikeluarkan secara keeluruhannya berubah-ubah sesuai

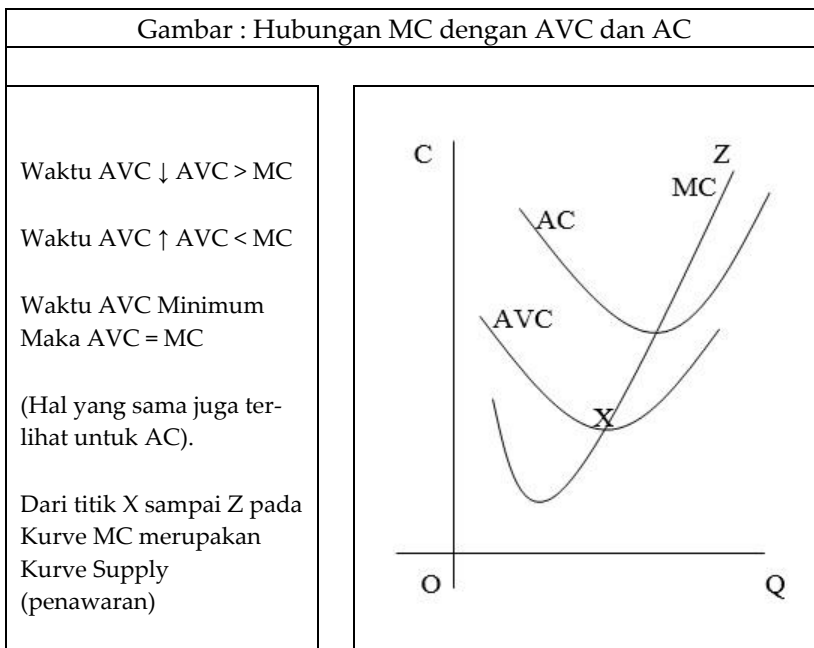
dengan besar kecilnya volume produksi atau output (Q) pada suatu periode tertentu (misalnya satu bulan atau satu putaran proses produksi), namun didalamnya ada termuat biaya tetap yang tidak terpengaruh besar kecilnya volume produksi.



Return, artinya AP sampai pada tingkat tertentu akan menurun, dengan demikian kenaikan *Variable Cost* selanjutnya akan lebih besar daripada kenaikan output sehingga AVC pun meningkat.

Bilamana $AP = MP$, berarti AVC berpotongan ($=$) MC . Kita sudah tahu bahwa AP berada pada titik maksimum bila $AP = MP$, sedang dari rumus AP di atas dapat dilihat bahwa AP akan maksimum bila AVC paling kecil, dengan demikian maka bila $AP = MP$ pada saat itulah MC akan memotong AVC pada titik terendah ($MC = AVC$).

Secara geometris, dapat pula dihitung bahwa MC memotong AC pada titik terendah, sehingga dari kedua hubungan tersebut dapat dibuat gambarnya sebagai berikut :



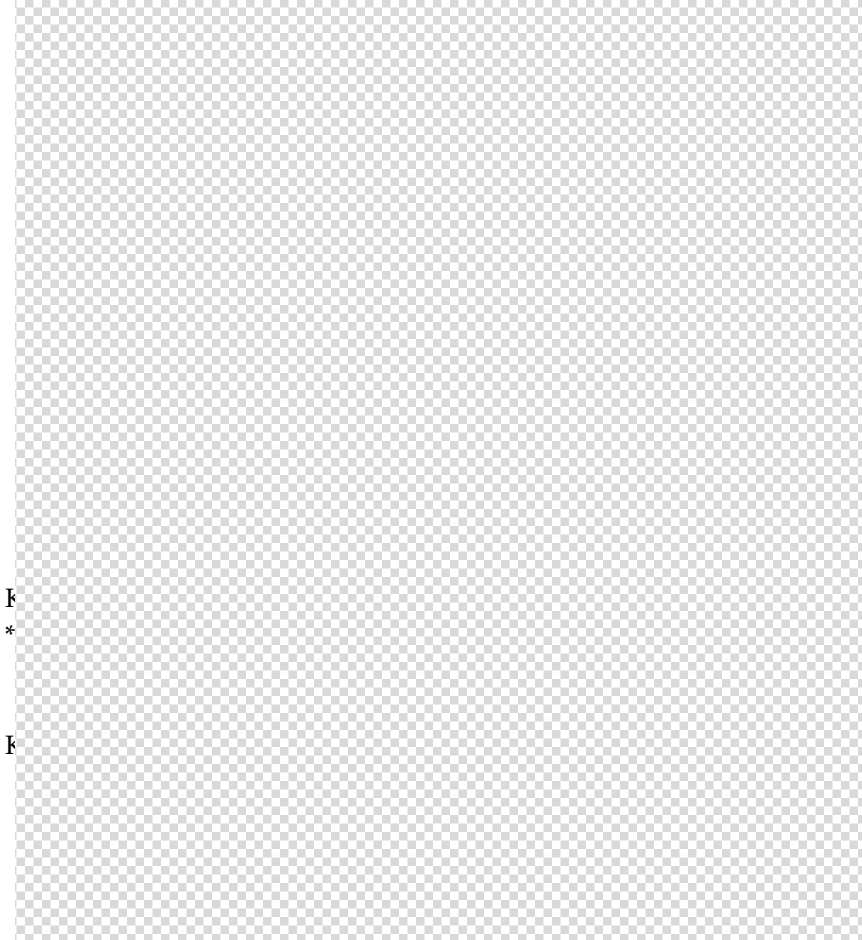
D. Analisis Kurve Biaya

Untuk keperluan tersebut marilah kita umpamakan sebuah perusahaan dalam menjalankan proses produksinya telah menyusun perkiraan-perkiraan biayanya dan menyusunnya ke dalam sebuah Tabel sebagai berikut.

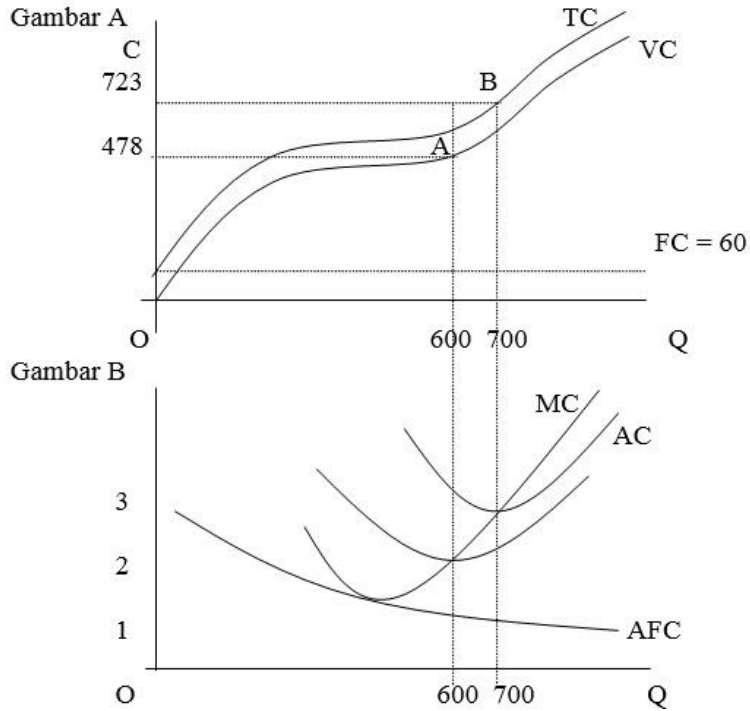
Tabel

Perhitungan Berbagai Macam Biaya

Q*	VC*	FC*	TC	AFC	AVC	AC	MC
0	0	60	60	-	-	-	-



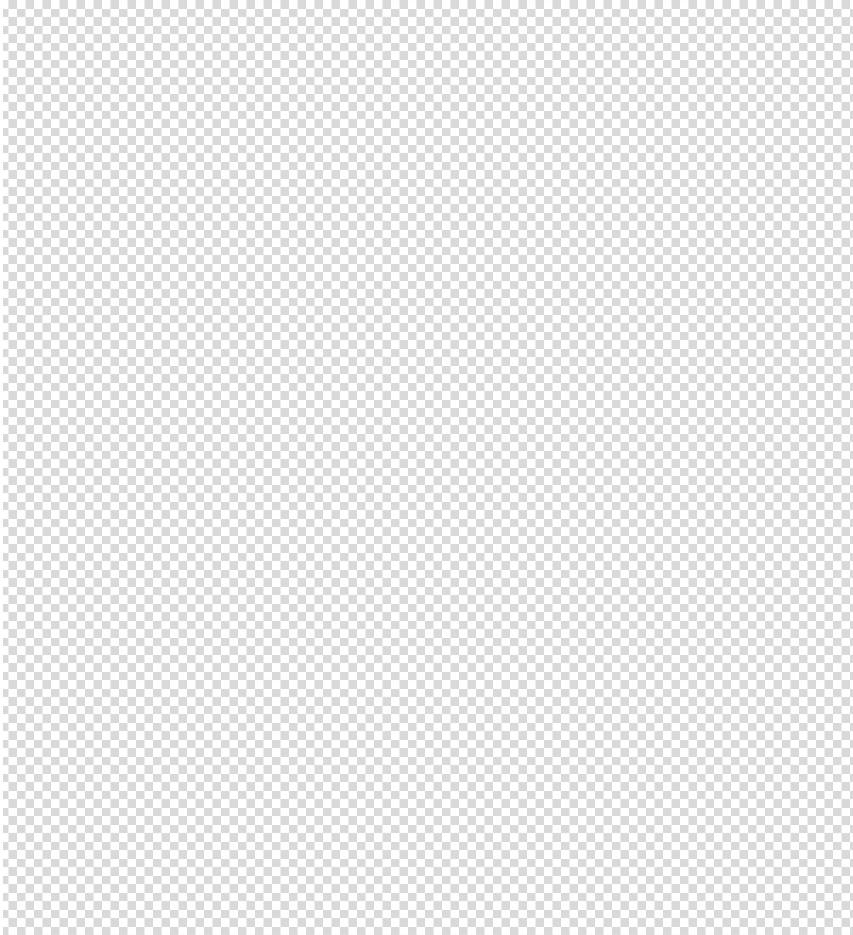
K
*
K



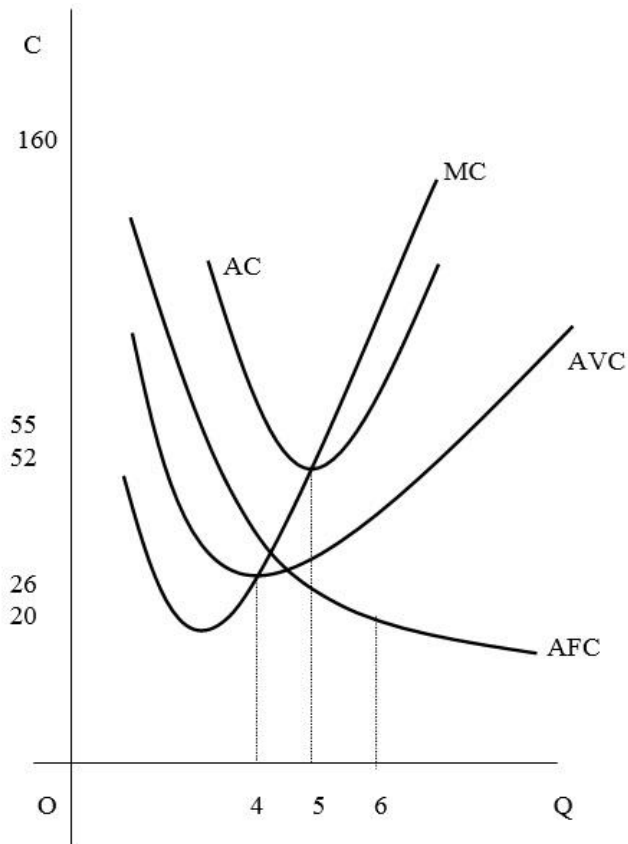
Pada Gambar A terdapat tiga buah kurve masing-masing FC, VC, dan AC. Melalui titik origin O kita buat dua buah garis pertolongan masing-masing garis A yang akan menyinggung Kurve VC di titik A_1 , pada titik persinggungan ini VC akan mencapai biaya yang minimum. Garis perpotongan A_2 akan menyinggung kurve TC pada titik C, hal ini mengandung arti bahwa pada titik B tersebut TC adalah minimum.

Pada gambar B, pertama-tama pada saat kita menggambarkan kurve AFC ternyata kurve nya kini tidak lagi mendatar sejajar sumbu horizontal, tapi justru cenderung makin menurun, alasannya tentu saja cukup masuk akal, karena AFC ini makin lama akan dibagi oleh output yang bilangannya makin besar.

Kurve AVC, seperti pernah dikemukakan bentuknya mirip huruf U, perhatikan sekarang bahwa AVC terendah berada dititik C, tentu saja ini akan sama dengan titik A di atas pada titik C ini merupakan



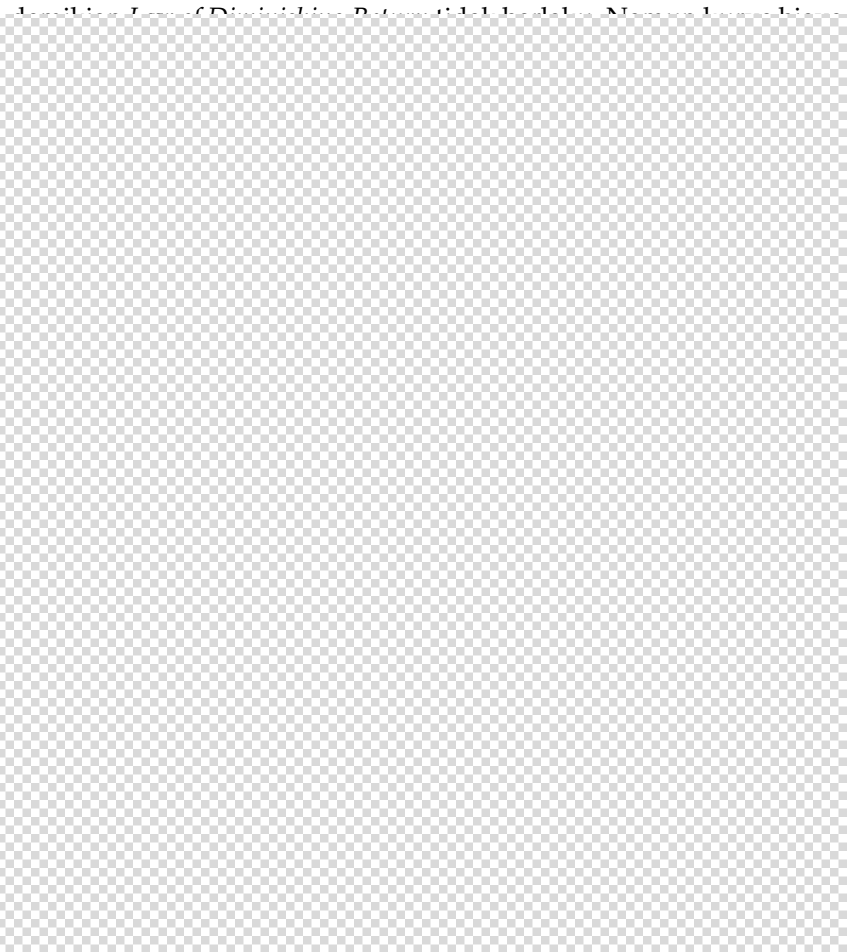
Gambar : Biaya-Biaya atau Cost.



E. Return To Scale

Biaya-biaya yang diuraikan sebelumnya merupakan *Short Run Cost*, karena input yang digunakan ada yang tetap dan ada yang variabel, dengan kata lain proses produksinya adalah *Short Run Production*. Dalam proses tersebut kita temui *Law of Diminishing Return*, dan kurve AVC maupun AC yang berbentuk mirip huruf U.

Dalam *Long Run Production*, produsen dianggap memiliki cukup waktu untuk memperluas kapasitas produksinya sehingga input yang sifatnya tetap berubah menjadi variabel (misalnya menambah instalasi mesin), dengan kata lain, semua inputnya adalah variabel. Dengan

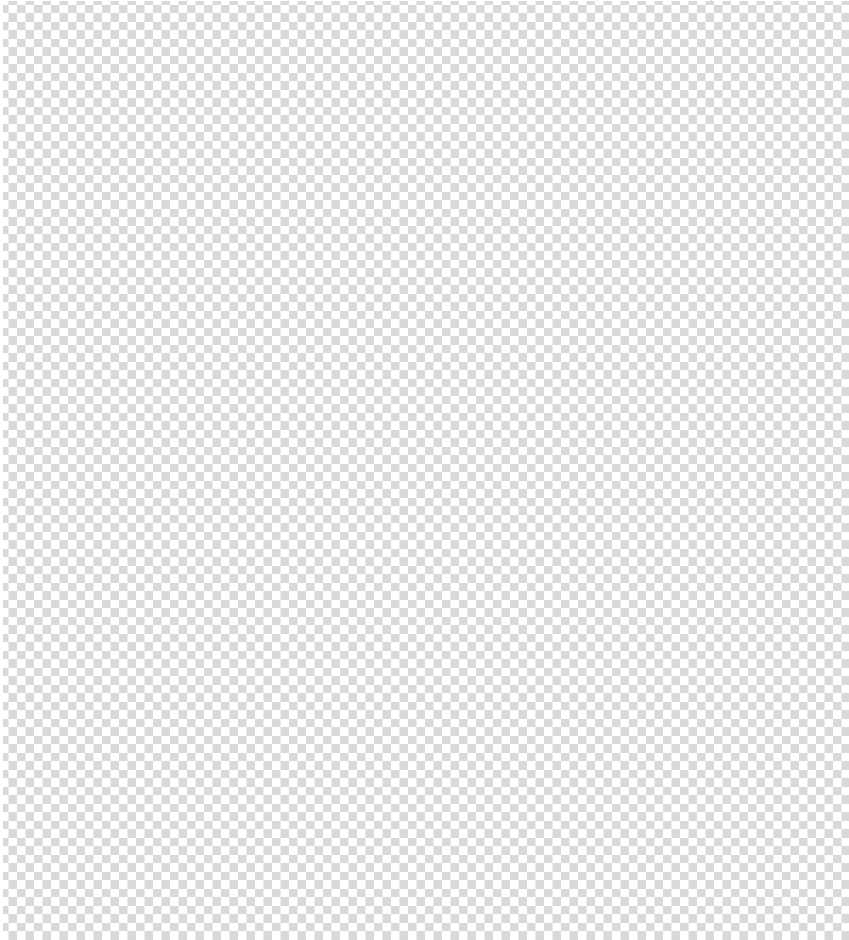


Average Cost mula-mula menurun.

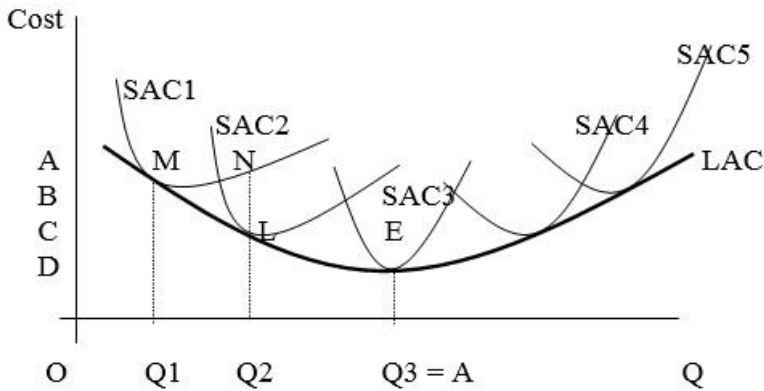
Cepat lambatnya tahap ini berakhir tergantung input yang digunakan. Bilamana peralatan modal yang digunakan sedikit seperti sebidang tanah, maka tahap *Increasing Return To Scale* ini cepat berakhir,

sebaliknya kalau kita banyak menggunakan peralatan modal yang lazimnya tidak dapat digunakan secara kecil-kecilan, maka tahap tersebut dapat bertahan lama.

2. Constant Return To Scale



Kurve *Long Run Average Cost* (LAC) bersinggungan dengan *Short Run Average Cost* (SAC) masing-masing pada satu titik. Lihat gambar berikut :



Dari gambar di atas terlihat bahwa LAC membatasi bagian luar dari kurve-kurve SAC, dengan kata lain merupakan amplop bagi kurve-kurve SAC, sehingga LAC disebut sebagai *Envelope Curve*. Ia disebut juga *Planning Curve* karena kurve tersebut dipakai untuk kebijaksanaan perencanaan perusahaan dalam jangka panjang.

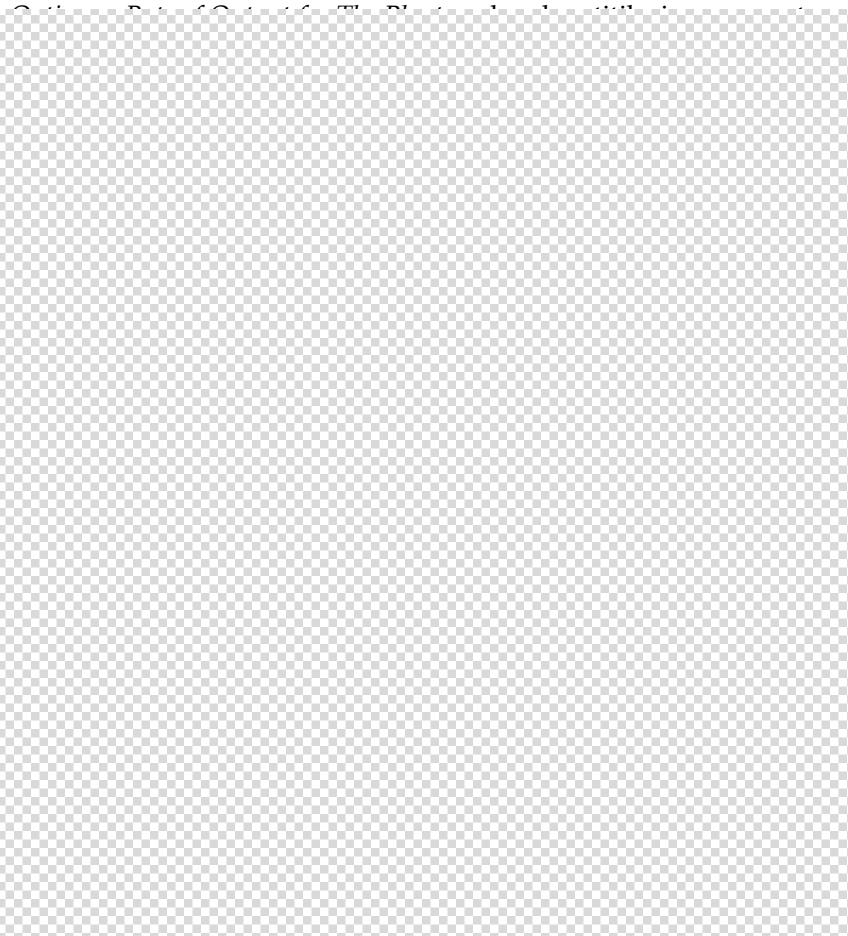
SAC menggambarkan AC pada kapasitas tertentu, sedangkan LAC menggambarkan AC karena perluasan kapasitas (skala). Dalam *Long Run* karena semua input adalah variabel, maka LAC berarti sama dengan LAVC.

Kurve LAVC hanya sekali menyinggung titik minimum salah satu SAC.

Selanjutnya berdasarkan gambar di atas, bahwa kapasitas pertama (SAC₁) untuk output sebesar OQ_1 , biaya perunit adalah sebesar OA . Di sini pengusaha memilih SAC₁, tapi pada output OQ_2 ia tidak lagi memilih SAC₁ meskipun SAC₁ mencapai posisi minimum (AC nya sebesar OB atau Q_2N). Hal ini disebabkan bila ia memperbesar kapasitas produksinya (skalanya) ia dapat memiliki SAC₂ dimana ia menghasilkan output sebesar OQ_2 tersebut hanya dengan biaya OD atau Q_2L , dan AC ini lebih rendah dari pada AC dengan skala terdahulu.

Demikianlah proses tersebut di atas berjalan terus sampai di mana LAC menyinggung salah satu SAC pada titik minimumnya. Dalam hal ini ialah SAC₃.

Titik-titik minimum pada masing-masing SAC disebut dengan



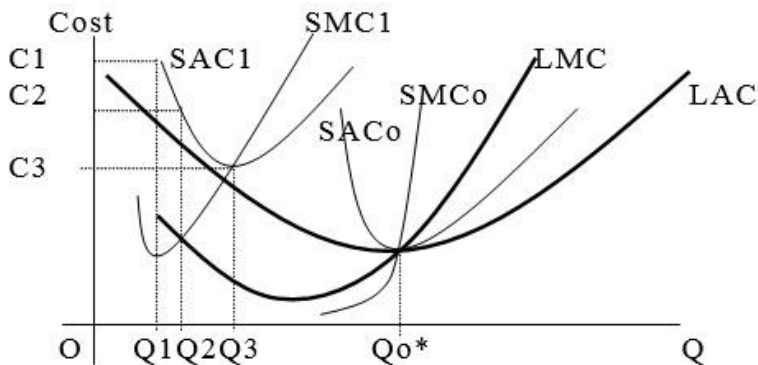
untuk mencapai *Economies of Scale*, setelah itu ia berusaha untuk mempertahankan tingkat outputnya. Jarak OA atau OQ₃ bagi perusahaan tersebut merupakan ukuran *optimum*.

G. Keuntungan Karena Besarnya Perusahaan

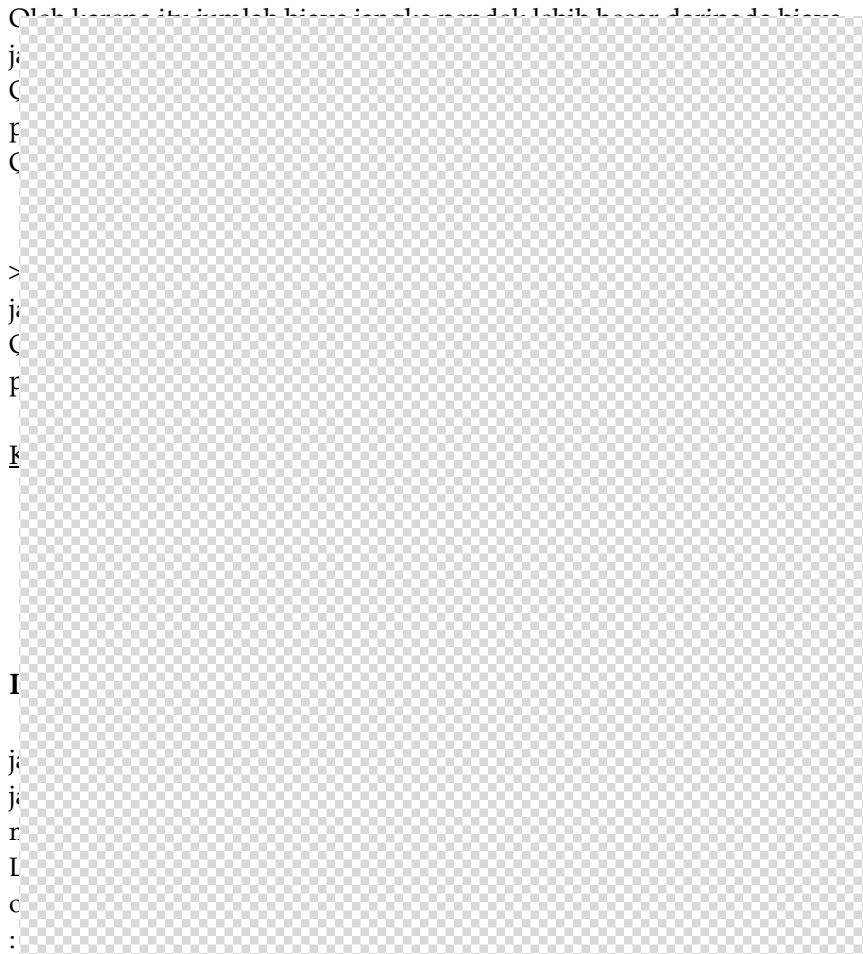
1. Rendahnya biaya total rata-rata jangka panjang (LAC).
2. Perusahaan besar mampu mempekerjakan spesialis-spesialis ahli, baik sebagai pkerja tetap atau tidak, promosi untuk mempengaruhi massa, tenaga psikolog yang dapat memberikan saran mengenai jenis barang yang diproduksi, bagaimana kemasannya, dan sebagainya.
3. Perusahaan besar mampu mngefisienkan administrasinya melalui perangkat teknologi, seperti komputer.
4. Perusahaan besar mampu untuk mengadakan test seleksi bagi calon-calon karyawannya, sehingga didapatkan karyawan-karyawan yang bermutu (*The right man on the right place and on the right time*).
5. Perusahaan besar dapat mengadakan program latihan dan penataran bagi karyawan dan pimpinannya, dengan demikian mereka dapat mengikuti perkembangan teknik dan teknologi yang mutakhir, sehingga tercapai efisiensi dan produktivitas.

H. Hubungan SMC dan LMC

Suatu perusahaan telah menentukan produksinya yang dianggap sudah tepat dimana $SAC = LAC$, misalnya pada saat produksi Q^* , maka pada saat itu besarnya $SMC = LMC$. Hal ini dapat dilihat pada gambar berikut :



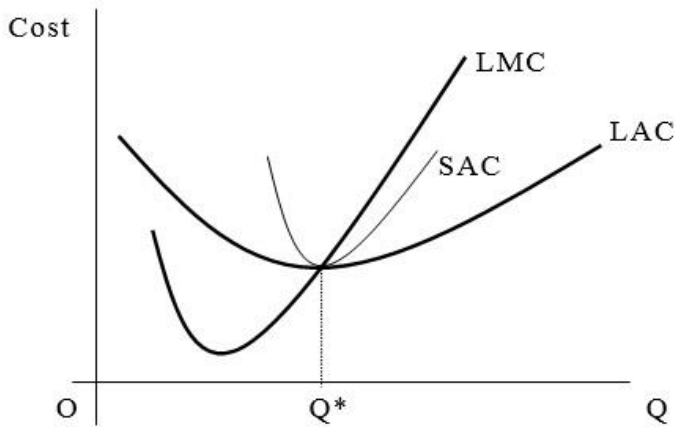
Masalah yang paling penting di sini adalah apakah pada saat produksi sebesar Q^* besarnya $SMC = LMC$. Apabila produksi pada saat Q_1 maka C_1 lebih besar dari C_2 atau SAC_1 lebih besar daripada LAC_1 .



$LAC = LMC = SAC = SMC$

Produksi lebih kecil dari pada Q^* menunjukkan bahwa skala perusahaan masih efisien dan tingkat produksi belum optimum. Produksi lebih besar dari pada Q^* menunjukkan bahwa skala perusahaan tidak efisien dan tingkat produksi lebih dari *optimum*.

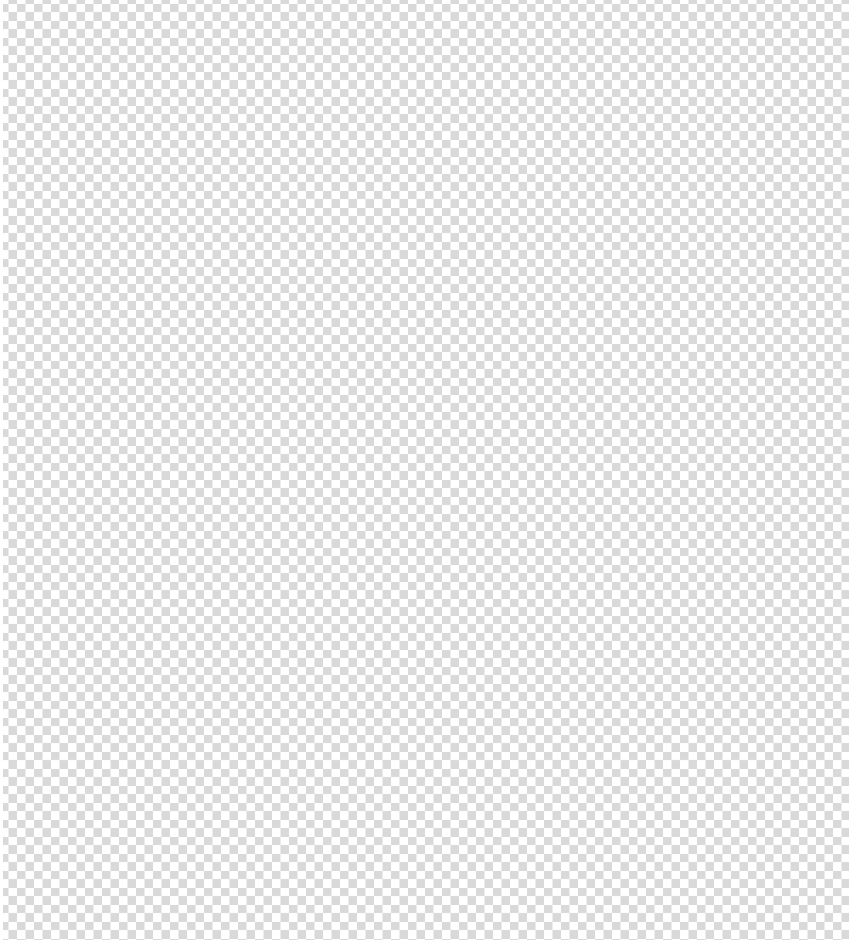
Jadi dalam jangka panjang produksi pada Q^* menunjukkan bahwa skala perusahaan adalah paling efisien dan tingkat produksi adalah *optimum*. Lihat gambar berikut tentang grafik produksi yang *optimum*.



BAB X

TEORI REVENUE

Revenue (Penerimaan) yang kita maksudkan di sini adalah penerimaan produsen berupa uang dari hasil penjualan outputnya. Ada beberapa konsep penerimaan yang penting untuk keperluan analisis kita yaitu :



A. Kasus kurve permintaan yang menurun.

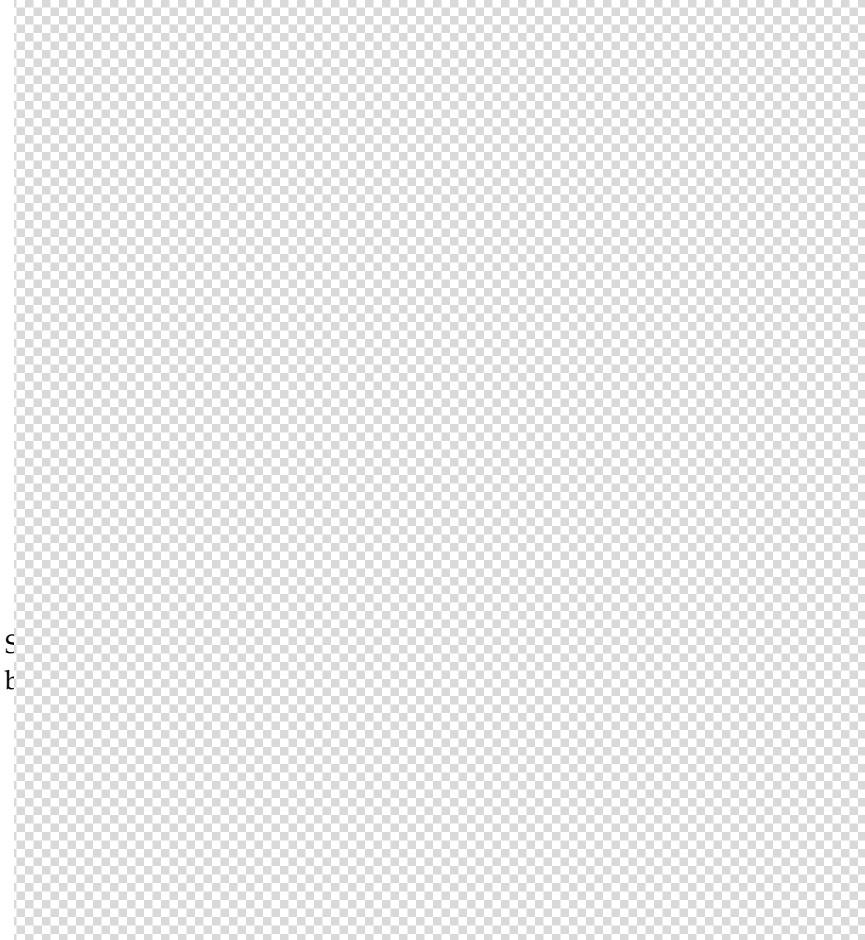
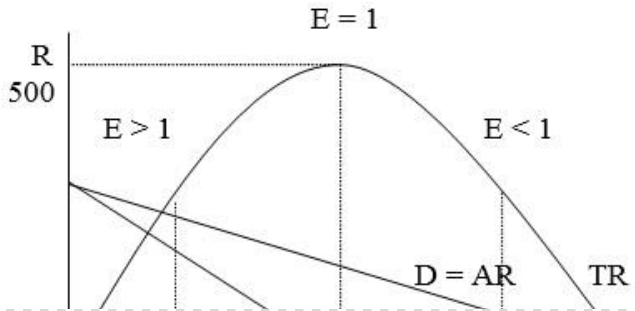
Biasanya timbul pada bentuk pasar persaingan tidak sempurna. Marilah kita anggap bahwa kurve permintaan yang dihadapi produsen adalah cenderung menurun, artinya bahwa ia bisa menjual lebih banyak outputnya dengan jalan menurunkan harga jual.

Untuk lebih jelasnya lihat Tabel berikut :

Tabel
Hubungan Antara TR, AR, Dan MR

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

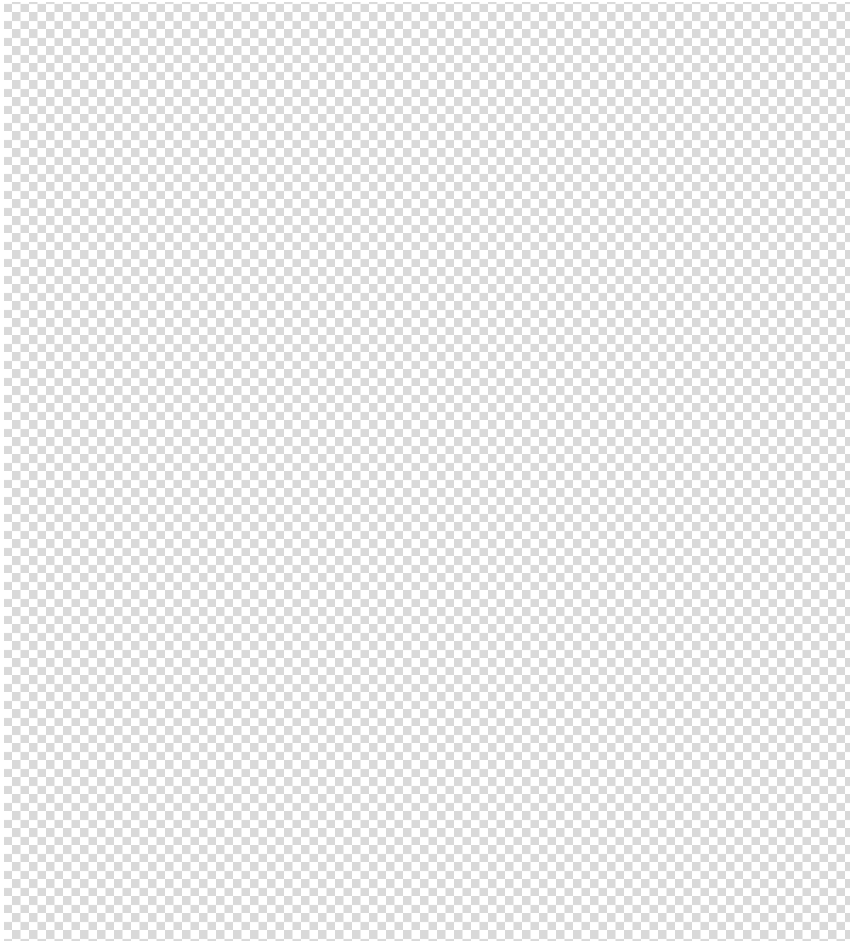
Angka-angka seperti tertera dalam Tabel di atas secara langsung kita gambarkan kurvenya di halaman berikut :



S
b

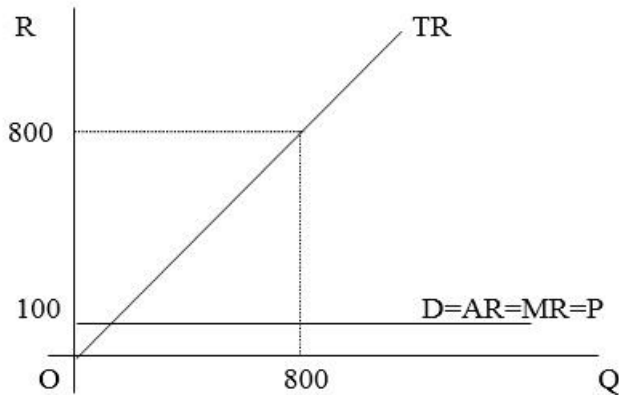
- 3) TR menurun pada daerah di mana kurve permintaan mempunyai elastisitas harga yang lebih kecil dari 1.
- 4) TR meningkat selama MR positif, TR mencapai maksimum bila $MR = 0$, dan TR menurun bila MR negatif.

B. Kasus kurve permintaan yang horizontal.



Selanjutnya dapat digambarkan di halaman berikut :

Gambar : Hubungan TR, AR, dan MR.



Dari gambar tersebut kita ketahui bahwa :

- 1) Kurve TR merupakan garis lurus yang meningkat (menaik), tanpa terlihat adanya posisi maksimum. Ini terjadi karena produsen tidak dapat mengatur harga, jadi harga hanya tergantung pada harga pasar atau harga cenderung tetap. Produsen sebagai *price taker*.
- 2) Kurve MR, P, AR dan Permintaan (*Demand*) atau D semuanya berimpit menjadi satu yang berupa garis lurus sejajar dengan sumbu horizontal, dan tidak akan pernah menjadi negatif.

BAB XI

TEORI RUGI LABA

Setelah kita mengetahui teori tentang *Revenue* (Penerimaan) dan *Cost* (biaya), maka dapat diuraikan lebih lanjut tentang teori rugi (*loss*) atau laba atau untung (*profit*). Selisih penerimaan dengan biaya dapat menghasilkan laba atau menderita rugi. Jika selisih penerimaan dengan biaya hasilnya positif, maka perusahaan dikatakan memperoleh laba, dan jika hasilnya adalah negatif, maka perusahaan dikatakan menderita kerugian. Secara sederhana dapat disimpulkan ke dalam sebuah Tabel berikut.

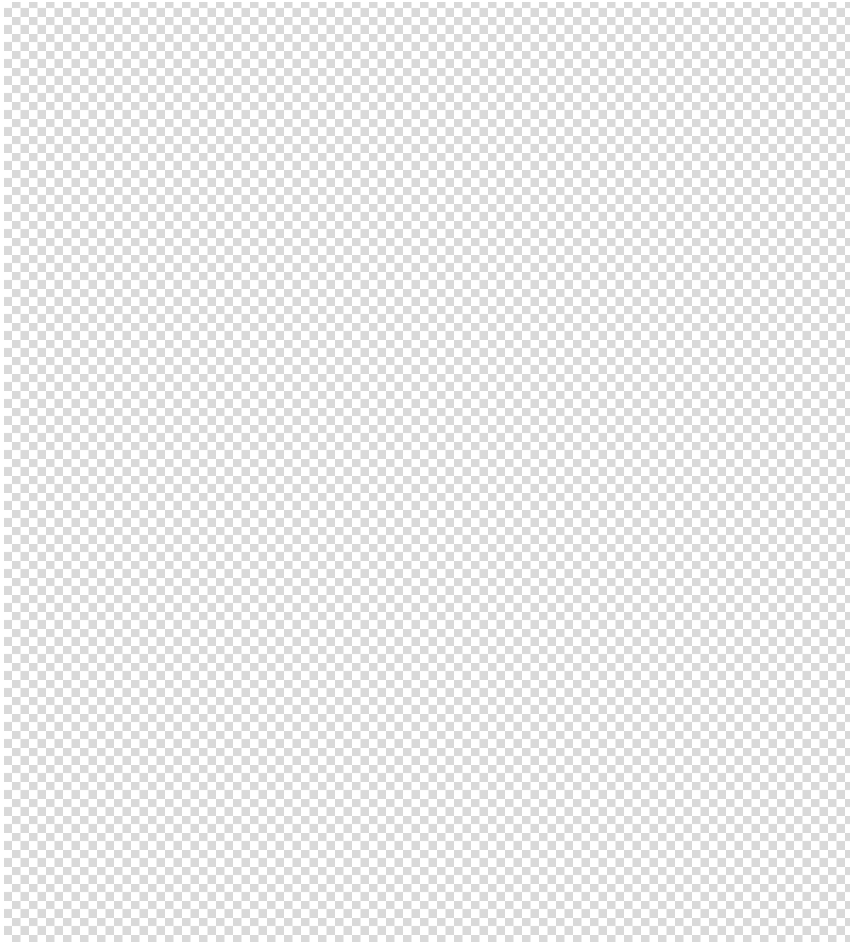
Tabel
Perhitungan Laba atau Rugi

Uraian	Hasil	Kesimpulan
Penerimaan - Biaya	+	Laba (profit)
Penerimaan - Biaya	-	Rugi (loss)
Total Revenue – Total Cost	+	Profit (Laba)
Total Revenue – Total Cost	-	Loss (Rugi)

Selanjutnya dalam membahas keuntungan (laba) maksimum maupun kerugian minimum kita uraikan dalam dua kasus sebagai berikut :

1. Kasus kurve permintaan yang menurun.
2. Kasus kurve permintaan yang horizontal

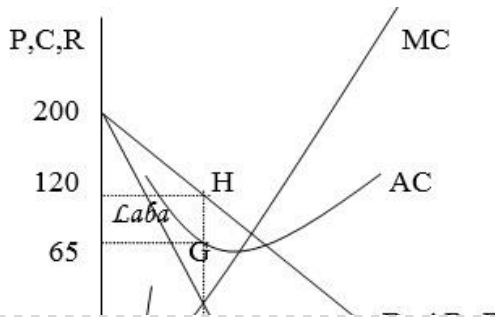
Meskipun demikian Produsen dianggap akan selalu memilih tingkat output (Q) dimana ia dapat memperoleh keuntungan total yang maksimum atau menderita kerugian yang minimum. Bila ia mencapai posisi ini (keuntungan maksimum atau kerugian minimum) maka produsen tersebut telah berada dalam keseimbangan (*equilibrium*).



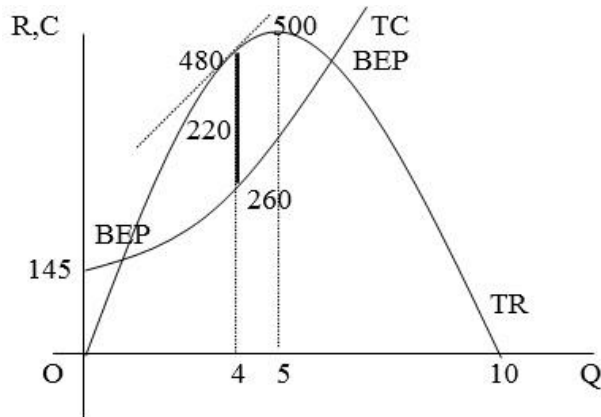
π = Laba (Rugi).

Berdasarkan data Tabel di atas, dapat diketahui bahwa Keuntungan maksimal berada pada posisi dimana $MC = MR$ yaitu pada saat output (Q) = 4 dan keuntungannya adalah 220.

Dari data di atas, secara sederhana dapat dibuatkan gambar grafiknya sebagai berikut :



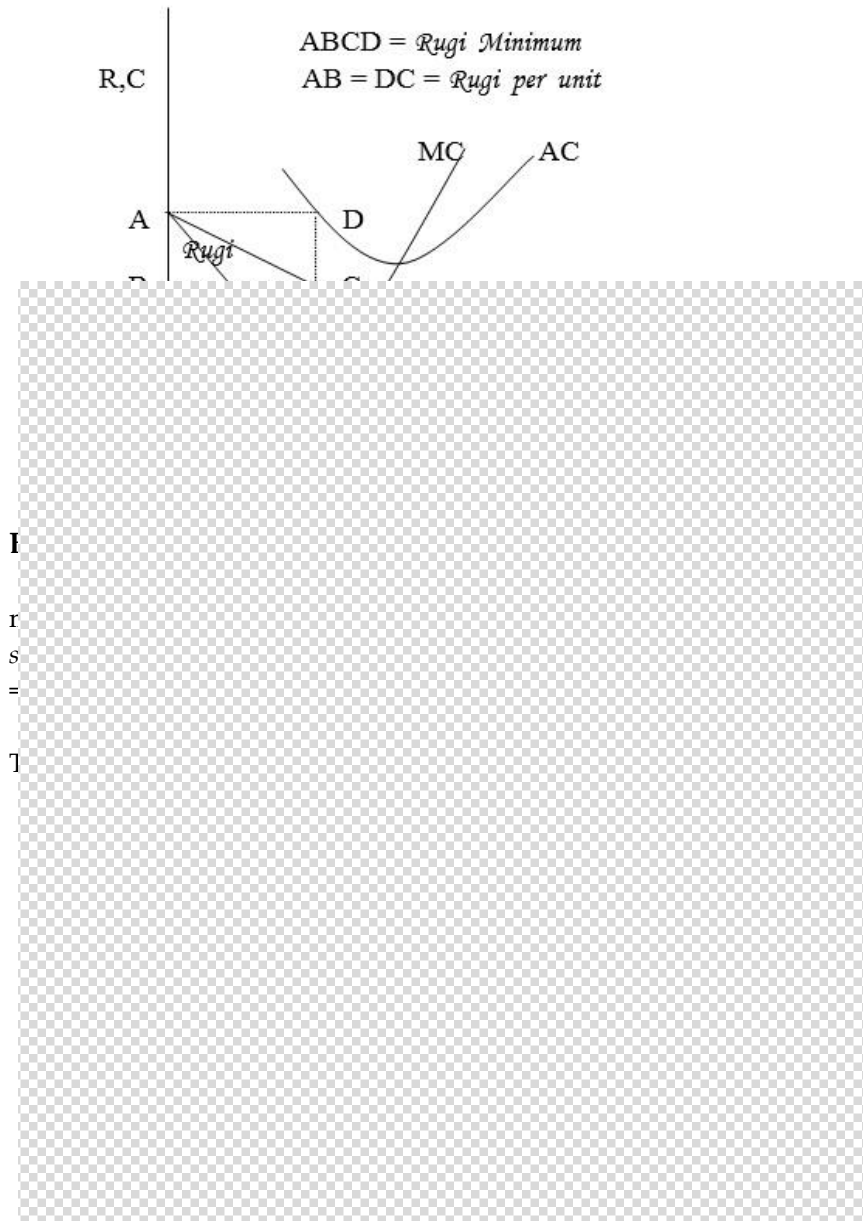
k
M
M
k
r
y
t
r
k
y
r



Beberapa hal yang perlu diperhatikan dari Tabel dan gambar di atas adalah :

1. Keuntungan total maksimum adalah jarak vertikal antara kurve TR dan TC adalah paling lebar, dimana *slope* garis singgung TR sama dengan *slope* dari garis singgung TC.
2. Slope garis singgung TR adalah $\Delta TR/\Delta Q$ atau = MR, dan *slope* garis singgung TC adalah $\Delta TC/\Delta Q$ atau = MC. Jadi posisi output yang menghasilkan keuntungan maksimum adalah di mana $MR = MC$ atau kurve MR berpotongan dengan kurve MC.
3. Posisi TR maksimum tidak berarti keuntungan maksimum, demikian pula posisi AC minimum tidaklah berarti posisi keuntungan yang maksimum.
4. Gambar grafik yang menunjukkan laba apabila $TR > TC$, atau $AR > AC$, dan sebaliknya gambar grafik menunjukkan kerugian apabila $TR < TC$, atau $AR < AC$.

Gambar yang menunjukkan posisi kerugian adalah sebagai berikut.

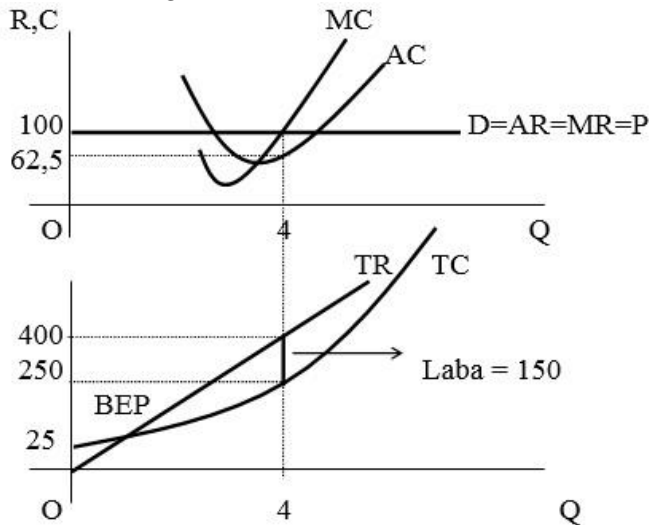


7	100	700	650	92,9	+50	100	160	
---	-----	-----	-----	------	-----	-----	-----	--

Keterangan : *Data Observasi (Fiktif).

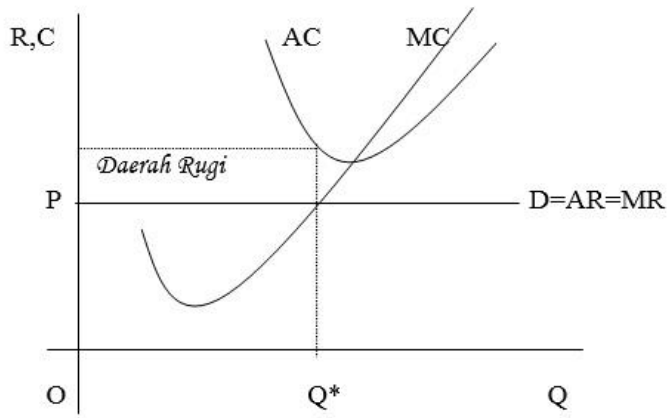
π = Laba (Rugi).

Dari data pada Tabel di atas, dapatlah digambarkan grafiknya secara sederhana sebagai berikut.

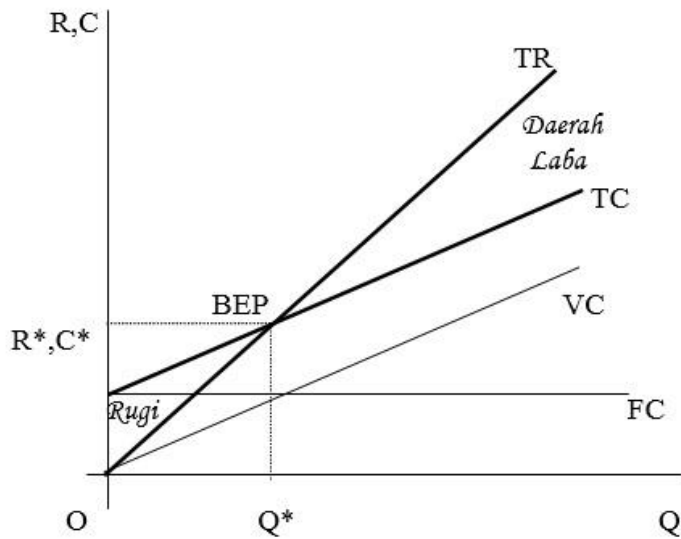


Untuk mencari posisi keseimbangan konsepnya sama dengan kasus sebelumnya, bahkan lebih mudah tampak dengan jelas dalam tabel dan grafik bahwa posisi kesimbangan terletak pada jumlah output (Q) = 4, harga =100, dan besarnya keuntungan maksimum adalah 150.

Selanjutnya dapat pula dicontohkan gambar (grafik) perusahaan dalam keadaan posisi menderita kerugian seperti tampak sebagai berikut :



Selanjutnya bentuk lain dari analisis tingkah laku biaya berupa pemisahan antara biaya tetap dengan biaya variabel, akan dapat diketahui gambaran grafik tentang suatu keadaan tidak laba dan atau tidak rugi. Untuk jelasnya dapat dilihat pada gambar seperti di halaman berikut.

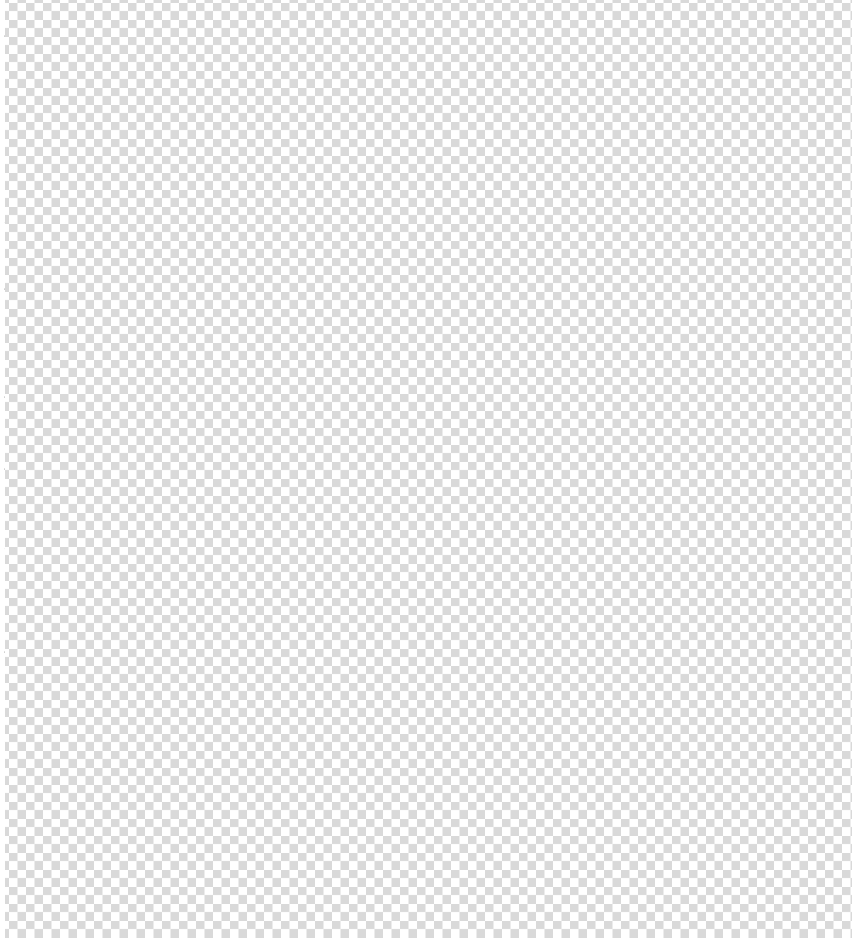


Dari Gambar tersebut di atas diketahui perpotongan antara TR dengan TC dinamakan titik impas atau *Break Even Point* (BEP).

BEP merupakan suatu keadaan dimana posisi perusahaan tidak memperoleh keuntungan ataupun tidak menderita kerugian atau Rugi maupun laba = 0, yang dinotasikan $\pi = 0$.

BAB XII TEORI PASAR PERSAINGAN

Pasar diartikan sebagai suatu pertemuan antara *Demand* dan



kesadaran bahwa politik harga yang akan dijalankannya akan mempengaruhi saingan-saingannya. Misalnya jika jumlah penjual sedemikian banyaknya, maka seorang penjual tidak dapat

mengharapkan politik harganya akan membawa reaksi yang hebat dari saingannya. Sebaliknya kalau jumlah penjual sedikit, penurunan harga dari seorang penjual cenderung menyebabkan para saingannya juga akan menurunkan harganya, sehingga hasil yang diharapkan dari penurunan harga tidak begitu menguntungkan.

3. Hubungan penjual (pembeli) yang satu dengan lainnya.

Hubungan antara penjual atau pembeli yang satu dengan penjual (pembeli) lainnya (*interdependency among sellers or buyers*), sering terlihat bahwa antara penjual terdapat perjanjian baik secara rahasia atau transparansi untuk tidak menjual suatu macam barang di bawah harga tertentu. Begitu pula antara pembeli bisa terdapat perjanjian untuk tidak membeli suatu macam barang diatas harga tertentu.

Berdasarkan ketiga unsur tersebut ditemukan dua bentuk pasar persaingan yang dilihat menurut pengaruh penjual (pembeli) terhadap penentuan harga :

1. Dimana *individual seller* atau *individual buyer* tidak dapat mempengaruhi harga (*price taker*). Pasarnya disebut *Pure Competition* (persaingan murni) atau *Perfect Competition* (persaingan sempurna).
2. Dimana *individual seller* atau *individual buyer* dapat mempengaruhi harga. Pasarnya disebut *Non Pure Competition* atau *Imperfect Competition*.

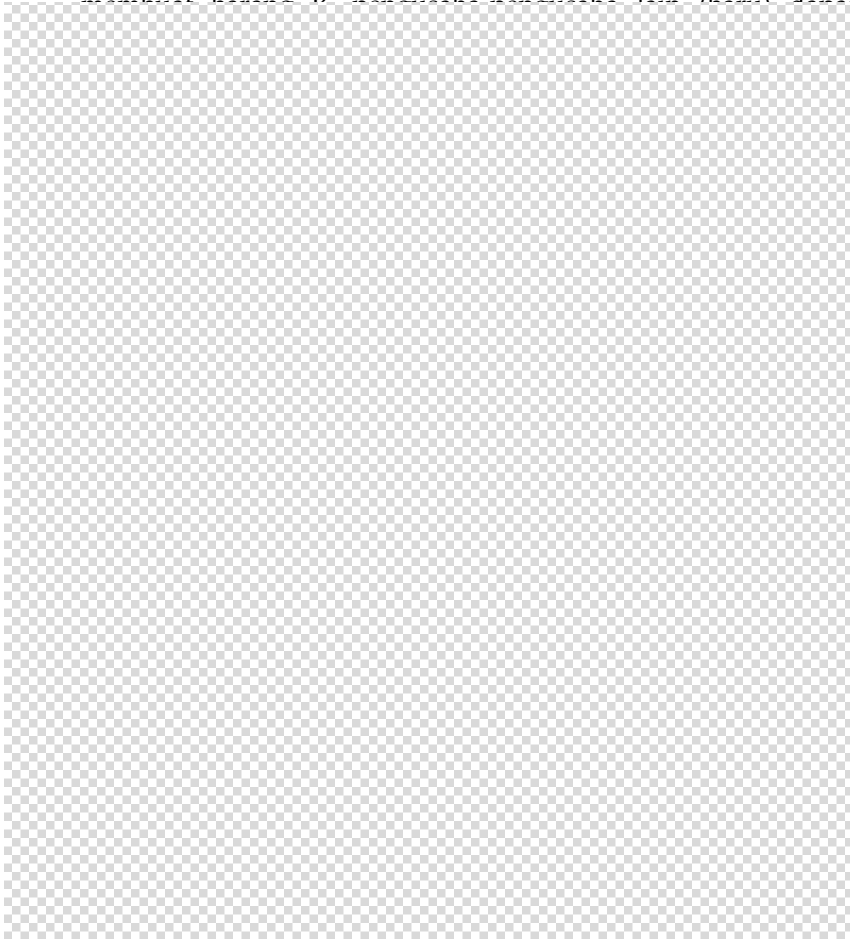
A. Pasar Persaingan Sempurna

Dalam pasar *pure competition* (*purely competitive market*) terdapat tiga karakteristik sebagai berikut :

1. Barang yang diperjual-belikan sejenis, artinya barang yang satu dapat menggantikan barang yang lain (substitusi) atau bersifat homogen (*homogeneous product*).
2. Terdapat banyak penjual (pembeli) dan porsi penawaran (pembelian) masing-masing hanya merupakan sebagian kecil

daripada yang ada di pasar. (*many sellers or many buyers with small portion respectively*).

3. Kebebasan bergerak dari faktor-faktor produksi (*perfect mobility of resources*). Misalnya faktor produksi yang digunakan untuk



3. Keputusan yang diambil oleh seorang produsen untuk mencapai keuntungan maksimum adalah berupa volume *output* yang harus ia jual (harga jual ditentukan oleh pasar).

B. Bekerjanya Pasar Persaingan Sempurna

Untuk menganalisis bekerjanya pasar persaingan sempurna, akan kita bedakan :

1. Keseimbangan produsen secara individual.
2. Keseimbangan pasar, yaitu posisi keseimbangan antara *supply* dan *demand* di pasar.

Seorang produsen akan berada dalam keseimbangan, bila keuntungan perusahaannya maksimum, sedangkan suatu pasar persaingan sempurna dikatakan mencapai posisi keseimbangan apabila :

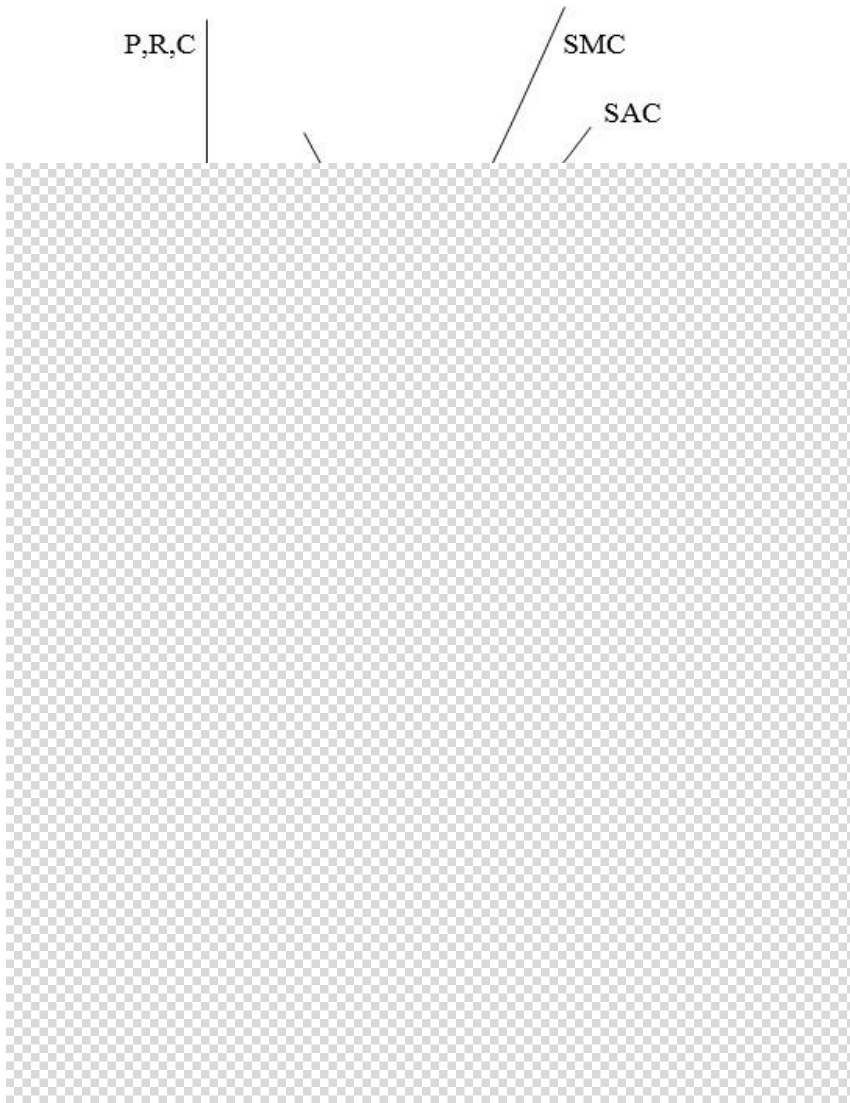
1. Semua perusahaan ada dalam posisi keseimbangan, dan
2. Jumlah total dari output-output perusahaan yang masing-masing berada dalam posisi keseimbangan tersebut sama dengan jumlah total yang dikehendaki para konsumen.

Analisis bekerjanya pasar ini dibedakan antara : analisis jangka pendek dan analisis jangka panjang.

1. Analisis Jangka Pendek

Yaitu di mana para produsen tidak dapat menambah kapasitas produksinya dan tidak mungkin produsen-produsen baru masuk dalam pasar atau dibangunnya pabrik-pabrik baru.

Keseimbangan perusahaan dalam jangka pendek terjadi bila keuntungan jangka pendek perusahaan adalah maksimum atau kerugiannya adalah minimum. Hal ini akan tercapai (keuntungan) apabila *Marginal Cost* jangka pendek = *Marginal Revenue* jangka pendek ($SMC = SMR$), kurve *SMR* bentuk pasar persaingan sempurna ini akan berupa garis lurus yang *horizontal*, ini merupakan konsekuensi dari harga merupakan datum. Lihat gambar berikut :



Yaitu dengan adanya perluasan ataupun tambahan produksi (pabrik-pabrik) baru, maka dengan sendirinya akan berakibat terhadap keuntungan produsen. Keuntungan masih akan dimiliki oleh produsen

apabila harga (dalam jangka pendek) melebihi biaya rata-rata jangka panjang (LAC). Atau

$$L / \text{unit} = P - LAC$$

Dengan masuknya pabrik-pabrik baru tentu jumlah barang yang ditawarkan akan bertambah dan harga pun akan turun. Turunnya harga ini apabila telah sama dengan LAC, tidak akan menambah atau memperluas kapasitas pabrik, sehingga kini timbul normal bagi pengusaha. Atau

$$\text{Laba normal apabila } P = LAC$$

Pada kondisi terdapatnya Laba normal ($P = LAC$) tidak akan ada lagi pengusaha masuk dalam pasar dan pendirian pabrik baru pun akan terhenti. Disinilah, baik pasar maupun perusahaan akan berada dalam keseimbangan.

C. Manfaat Pasar Persaingan Sempurna

Dengan adanya bentuk pasar persaingan sempurna (*perfect competition*) dapat memberikan manfaat antara lain :

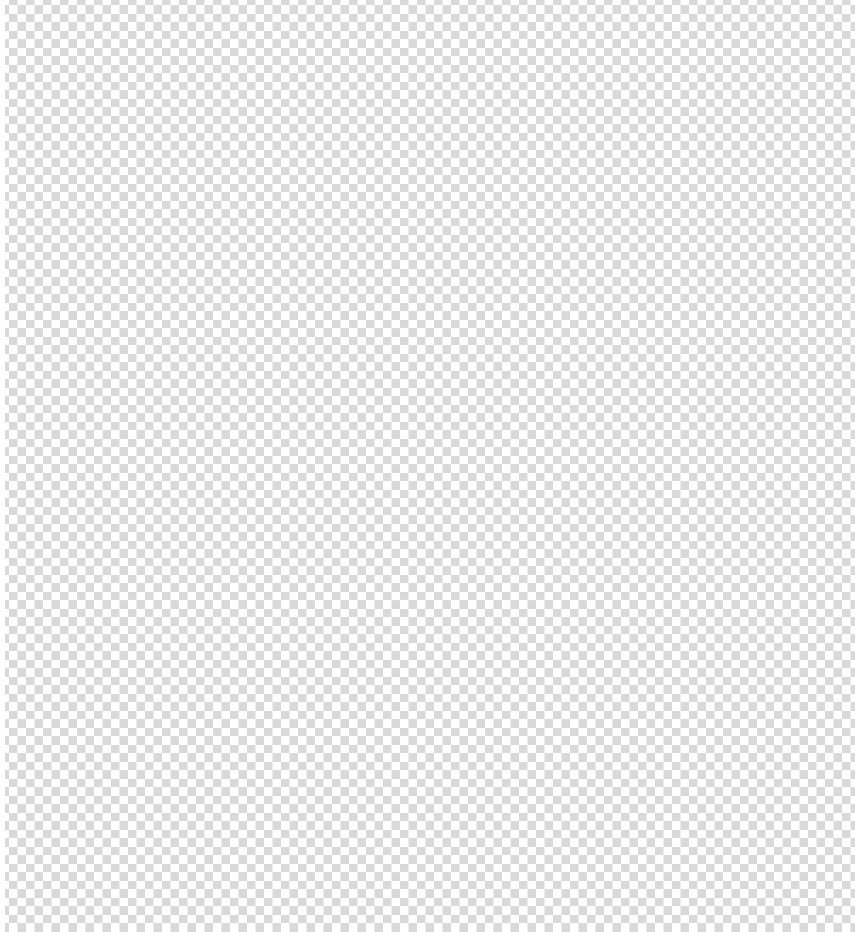
1. Kepuasan konsumen maksimum, karena alternatif untuk menentukan pilihannya secara bebas.
2. Keuntungan produsen juga maksimum.
3. Produksi barang kebutuhan konsumen biayanya dapat minimum.

D. Pasar Persaingan Tidak Sempurna

Dalam pasar *Non Pure Competition* (*Non purely Competitive Market*) ada beberapa bentuk pasar persaingan tidak sempurna yang tergantung tingkat pengaruh masing-masing penjual atau pembeli terhadap harga. Pasar persaingan tidak sempurna akan timbul apabila salah satu syarat dalam bentuk pasar persaingan sempurna tidak terpenuhi. Bentuk pasar persaingan tidak sempurna tersebut adalah :

E. Monopoly.

Yaitu suatu keadaan dimana pasar hanya ada satu kekuatan penawaran, sehingga ia dapat menjalankan politik harga dan menentukan berapa banyak jumlah barang yang harus dipasarkannya, atau suatu keadaan dimana penjualan (*supply*) suatu macam barang yang tidak mempunyai substitusi terdekat dikuasai oleh seorang



G. Akibat adanya *monopoly*

Dalam perekonomian akibat adanya *monopoly* dapat menimbulkan antara lain :

1. Ketidakadilan, karena perusahaan yang *monopoly* akan memperoleh keuntungan di atas keuntungan normal, sedangkan perusahaan-perusahaan lain hanya memperoleh keuntungan (laba) normal saja.
2. Dengan kekuasaannya, *monopoly* dapat menentukan besar kecilnya produksi (volume produksi).
3. Timbulnya unsur eksploitasi dari *monopoly* kepada :
 - a) Konsumen, dengan ditetapkannya harga di atas biaya produksi dari unit terakhir outputnya.
 - b) Pemilik faktor-faktor produksi, dengan dibayarnya faktor produksi, harga yang lebih rendah dari nilai pasar dari output yang dihasilkan.

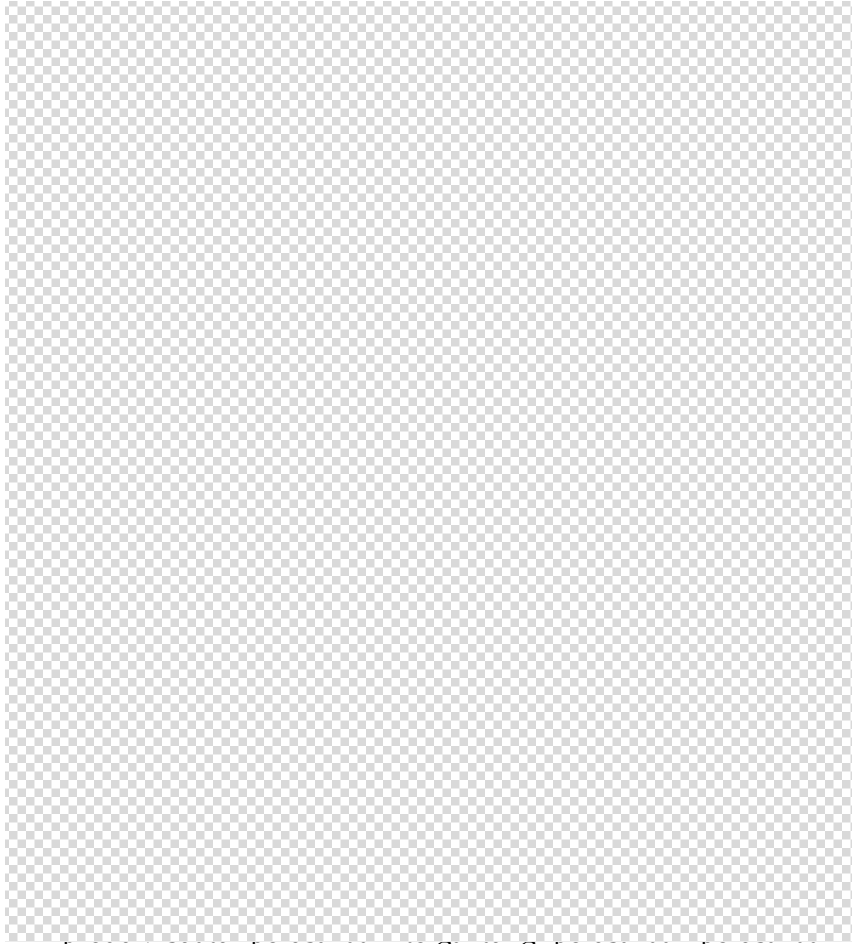
Untuk mencegah atau mengurangi efek negatif dari *monopoly* ditetapkan kebijaksanaan sebagai berikut :

1. Mencegah munculnya *monopoly* itu sendiri, misalnya dengan diberlakukannya Undang-Undang Persaingan Sehat.
2. Pemerintah mendirikan perusahaan sejenis lebih dari satu, sehingga muncul persaingan.
3. Membuka kemungkinan impor, sehingga ada persaingan.
4. Membatasi ruang gerak *monopoly*, misalnya dengan ditentukannya tingkat output dan penetapan harga maksimum atau Harga Eceran Tertinggi (HET).

H. Persaingan Monopolistic

Terdapat bila dalam suatu pasar ada banyak produsen, tetapi ada unsur-unsur differensiasi produk (perbedaan merk, pembungkus, berat, bentuk, dan lain-lain). Diantara produk-produk yang dihasilkan oleh masing-masing produsen, adanya differensiasi produk berarti adanya kemampuan produsen untuk mempengaruhi harga jual dari

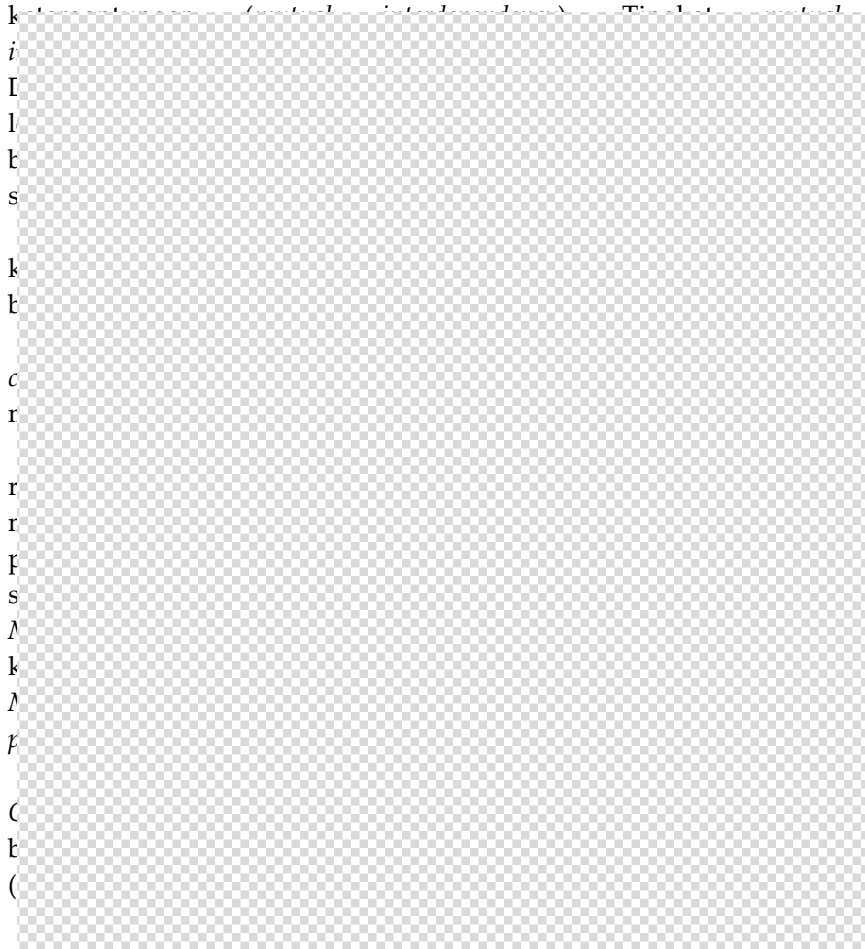
produknya. Tidak adanya homogenitas produk merupakan unsur pokok yang membedakan pasar persaingan monopolistic dan bukan aspek jumlah perusahaan yang ada dalam pasar, maupun aspek kebebasan perusahaan baru untuk masuk dalam pasar.



- lain.
- b. *Oligopoly* tanpa differensiasi. Dalam pasar persaingan *Oligopoly* ini terdapat dua macam karakteristik sebagai berikut :
- 1) Terdapat beberapa (sedikit) penjual (*several or few sellers*).

- 2) Barang yang diperjual-belikan dapat *homogenous* atau *differentiated*. Bila *homogenous product* disebut *pure oligopoly*, dan bila *differentiated product* disebut *differentiated monopoly*.

Jumlah perusahaan yang sedikit inilah yang menimbulkan



oien priaku produsen lain terutama menyangkut narga jual, oien karena itu dengan adanya ketergantungan ini akan mengakibatkan dua kemungkinan :

- 1) Adanya kecenderungan bagi para produsen *Oligopoly* untuk bekerjasama dalam penentuan harga.
- 2) Kecenderungan para produsen untuk bersaing tidak dalam persaingan harga, tapi dalam bentuk lain, seperti; kemasan (pembungkus), hadiah-hadiah, dan sebagainya.

Pengaruh adanya *oligopoly* hampir sama dengan pengaruh pada *monopoly*. Efek negatif dari oligopoly ini kurang lebih sebagai berikut :

- 1) Adanya keuntungan terlalu besar dari para produsen dalam jangka panjang.
- 2) Adanya ketidak-efisienan produksi dari para produsen.
- 3) Adanya eksploitasi terhadap konsumen dan buruh.
- 4) Ketegaran harga (sulit untuk turun) menunjang munculnya inflasi yang kronis.

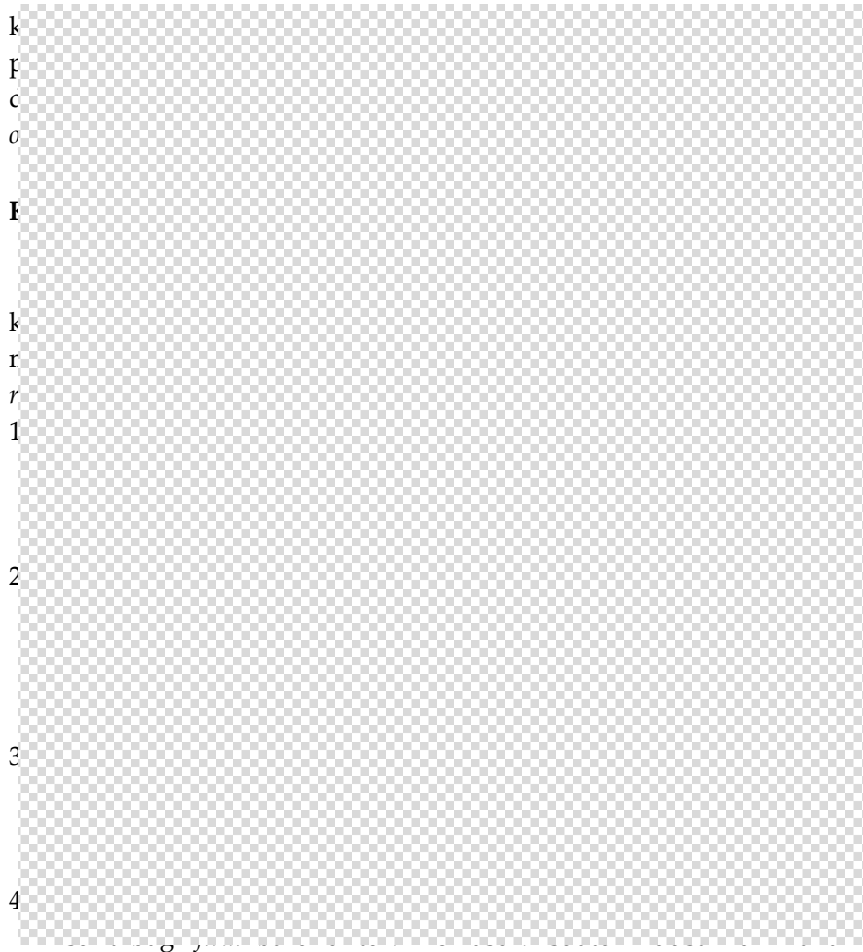
Untuk mengatasi akibat-akibat ini beberapa langkah yang dapat diambil antara lain :

- 1) Pemerintah harus menjaga agar kesulitan bagi perusahaan baru untuk masuk ke dalam pasar harus dihilangkan, sehingga timbul kondisi pasar persaingan sempurna.
- 2) Diadakannya Undang-Undang Persaingan Sehat [seperti di Amerika Serikat ada Undang-Undang Anti Trust (Kerjasama diantara produsen)].
- 3) Mencoba merombak struktur pasar (*market structure*) dengan menentukan batas maksimum dari ukuran suatu perusahaan dan melarang diadakannya *merger* (penggabungan) antara perusahaan-perusahaan yang ada.

Contoh bentuk pasar persaingan *Oligopoly* di Indonesia antara lain usaha dibidang otomotif seperti ; kendaraan bermotor roda dua, dan roda empat, serta usaha dibidang elektronika dan komputer.

J. Monopsonistic Market

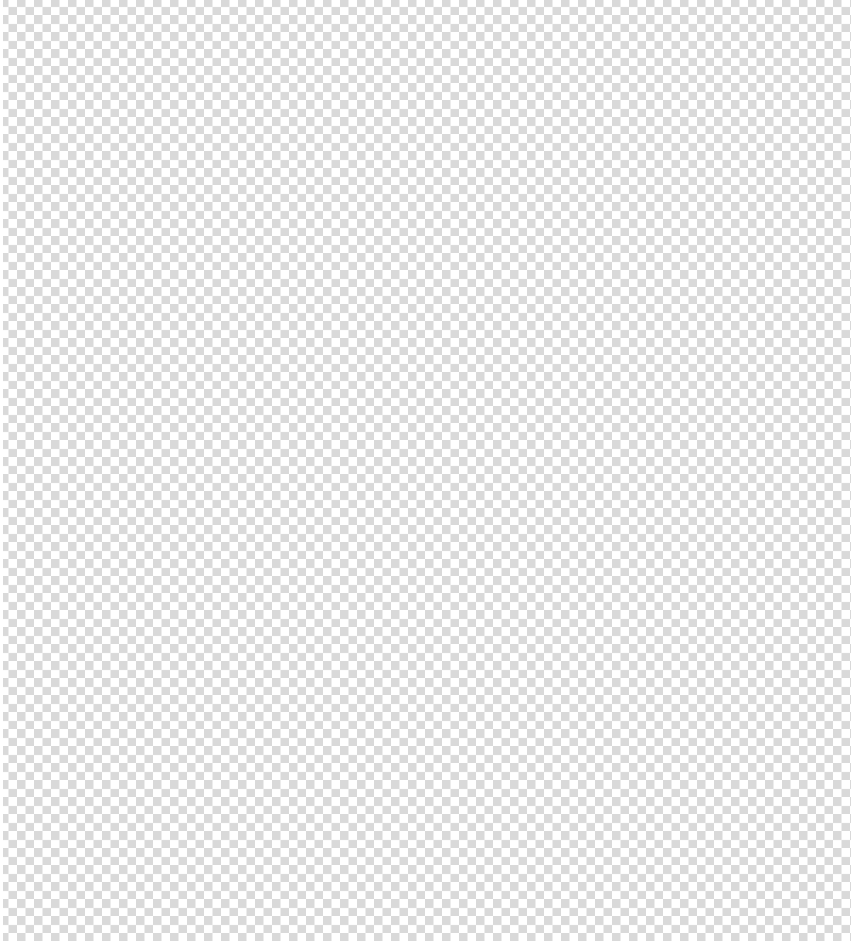
Dalam pasar ini ditandai adanya pengaruh *individual buyer* terhadap *price*. Ini timbul karena kecilnya jumlah pembeli (*buyers*) atau



terdapat *firm* yang sudah lama berdiri dan memiliki nama baik (reputasi).

5. Kesulitan mendapatkan distributor atau penyalur (*problems of obtaining distribution outlets*). Distributor-distributor (baik pedagang besar, kecil atau eceran) umumnya agak segan untuk melepaskan hubungan dengan *firm* yang lama dan mengadakan hubungan dengan *firm* yang baru.

6. Adanya restriksi resmi (*legal restrictions*). Peraturan-peraturan pemerintah sering menyebabkan sukarnya suatu industri dimasuki oleh firm-firm baru/lain. Restriksi disini dapat



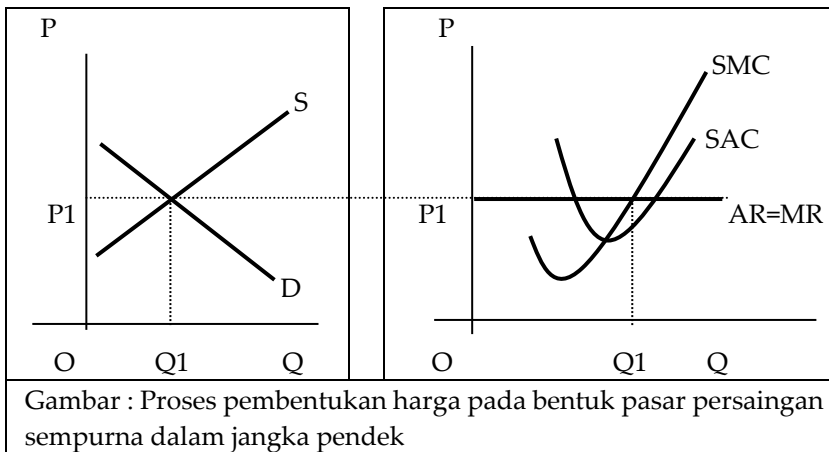
BAB XIII

TEORI PEMBENTUKAN HARGA

Proses pembentukan harga secara teoritis dapat diuraikan ke dalam dua bentuk pasar persaingan sebagai berikut :

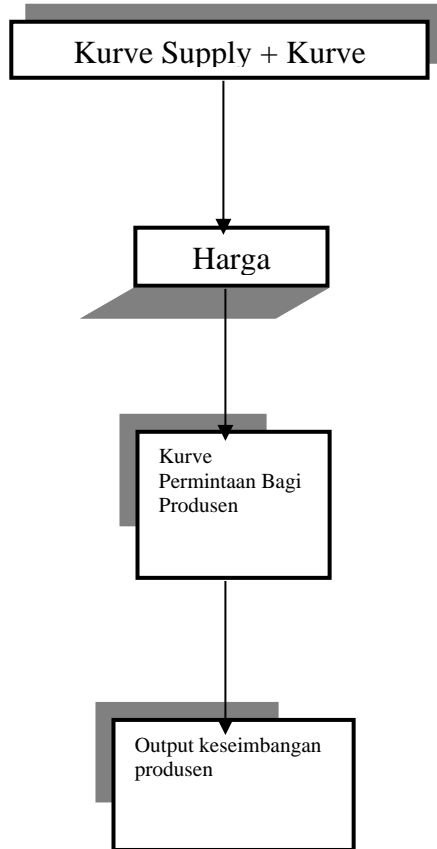
A. Pada Pasar Persaingan Sempurna

Proses pembentukan harga dalam bentuk pasar persaingan sempurna akan kita bahas melalui kurve jangka pendek sebagai berikut :

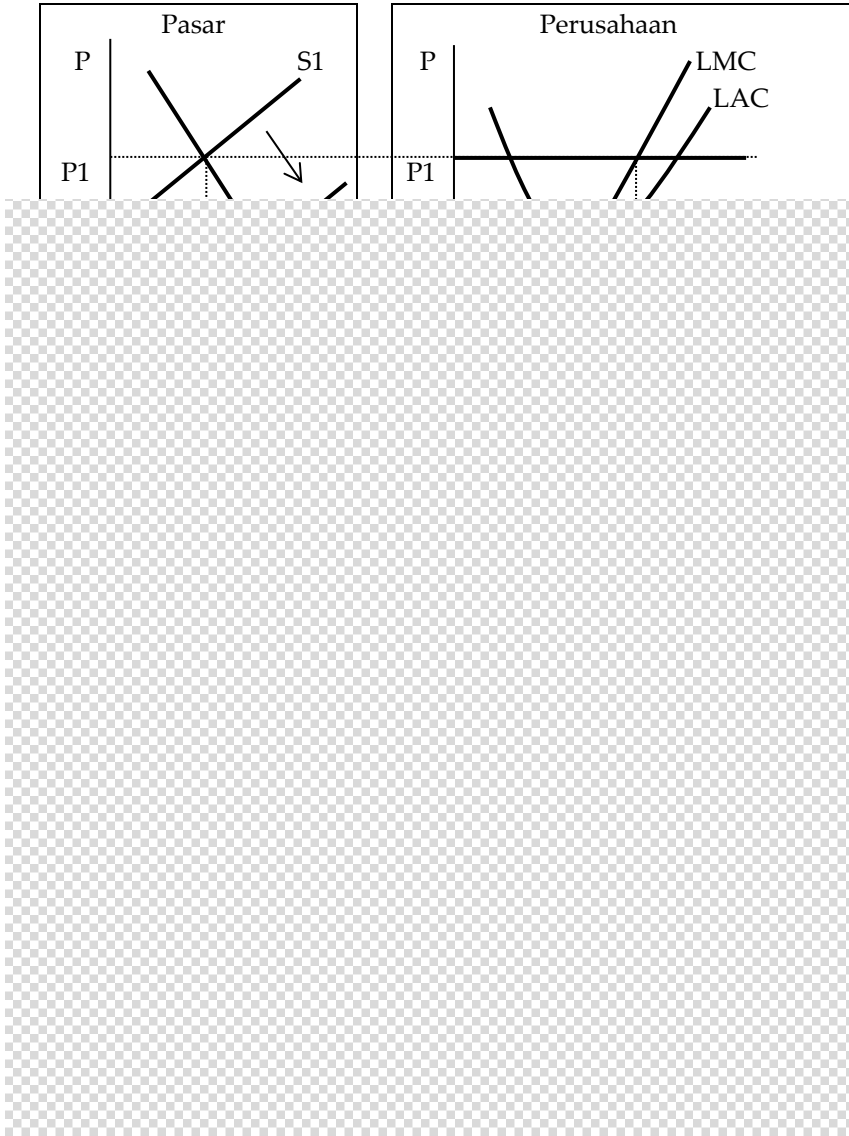


Keseimbangan pasar tercapai bila jumlah yang ditawarkan sama dengan jumlah yang diminta berupa kurve keseimbangan pasar (lihat gambar A), kemudian para produsen akan menyesuaikan tingkat outputnya dengan harga pasar yang berlaku, atau dapat pula kita ringkas sebagai berikut :

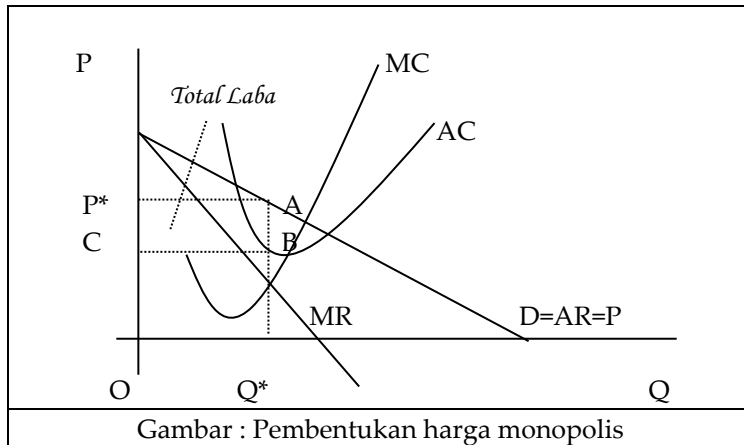
Bagan : Proses terbentuknya harga.



Sedangkan untuk keseimbangan jangka panjang akan berlangsung sebagai berikut :



bawah dan dia pun dapat mempengaruhi harga dengan mengatur jumlah outputnya. Perhatikan gambar berikut.



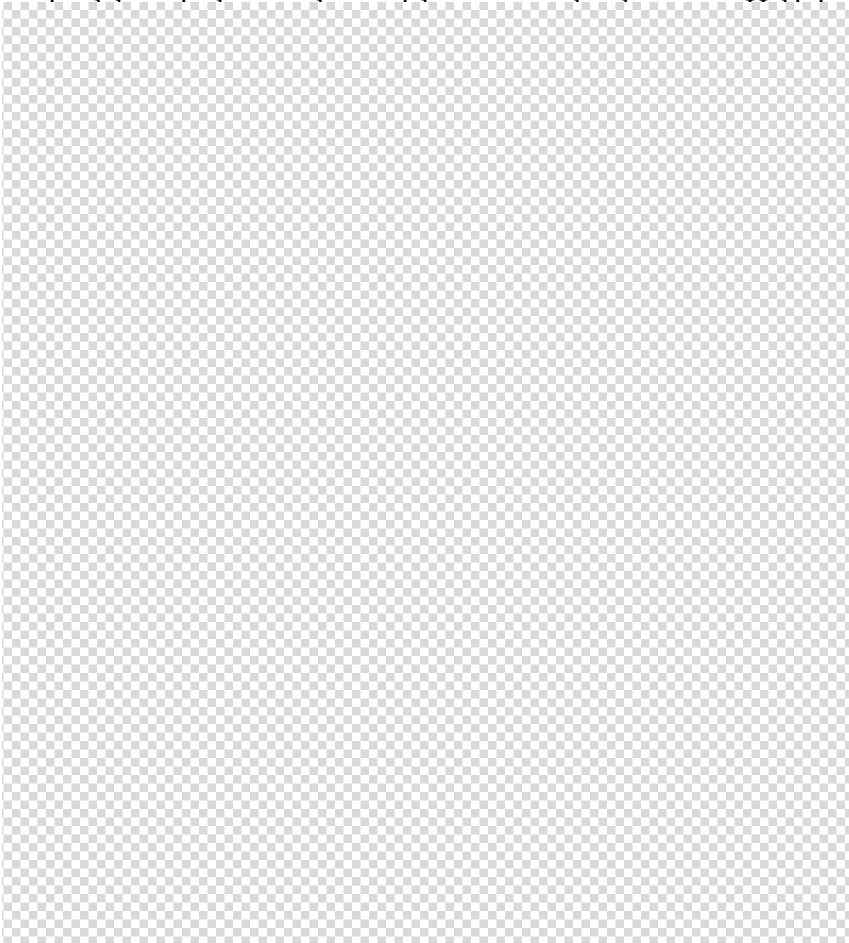
Keuntungan maksimum tercapai pada saat output sebesar OQ^* dan harga P^* , pada saat tersebut terjadi $MR = MC$ sehingga monopolis memperoleh keuntungan total sebesar bidang $CBAP^*$ (bidang berarsir). Keuntungan ini merupakan keuntungan baik jangka pendek maupun jangka panjang, sebab monopolis akan menganggap tidak akan ada perusahaan lain yang masuk ke dalam pasarnya.

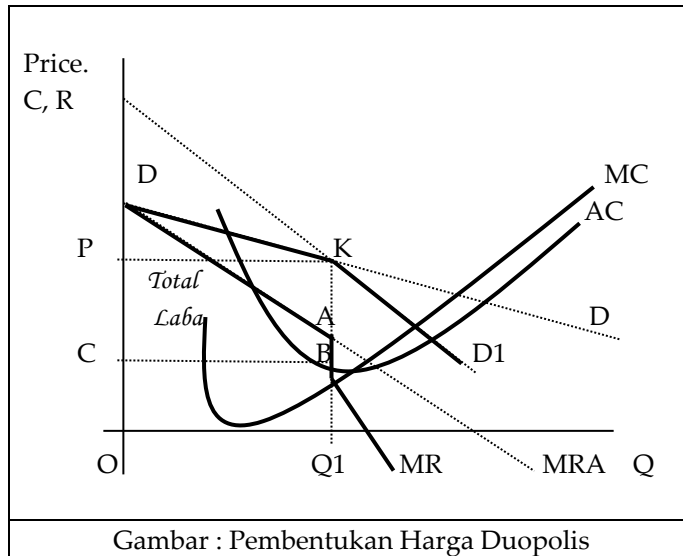
2. Oligopoly

Pasar *oligopoly* adalah pasar yang terdapat beberapa penjual dan masing-masing penjual dapat mempengaruhi harga pasar. Beberapa artinya lebih dari satu, misalnya; dua, tiga, sepuluh dan sebagainya. Apabila hanya terdapat dua penjual saja, dinamakan *Duopoly*.

Asumsi bahwa produsen oligopolis membeli input atau faktor-faktor produksi pasar persaingan sempurna. Sesuai dengan pengertiannya, diantara penjual yang satu dengan yang lain dapat saling mempengaruhinya. Jadi *independency* diantara masing-

masing penjual, merupakan hal yang sangat penting dalam penentuan output dan harga yang terjadi. Salah satu tipe keadaan yang ditimbulkannya adalah *Kinked Demand Curve* atau kurve permintaan yang patah. Seorang penjual dapat meningkatkan





Kurve D_1D_1 adalah kurve permintaan dari seorang pengusaha yang berada dalam kondisi Duopolis, sedangkan kurve DD adalah kurve permintaan dari pengusaha lain yang juga berada dalam kondisi Duopolis.

Apabila kedua kurve tersebut kita gabungkan akan menghasilkan kurve permintaan pasar Duopolis yaitu berupa garis DKD_1 (berupa garis patah atau bertekuk).

Kurve MRA adalah kurve hasilbatas dari Duopolis dengan kurve permintaan pasarnya DD_1 dan kurve MR adalah hasil batas dengan kurve permintaannya D_1D_1 sehingga kurve pasar MR nya menjadi garis $DABMR$.

Keseimbangan akan tercapai pada saat $MC = MR$ dan harga yang terjadi sebesar OP dan jumlah output yang dijual sebesar OQ_1 , keuntungan bagi Duopolis adalah sebesar hasil total (OP kali OQ_1) dikurangi biaya rata-rata (kurve AC) sehingga besarnya adalah bidang yang berarsir.

C. Campur Tangan Pemerintah

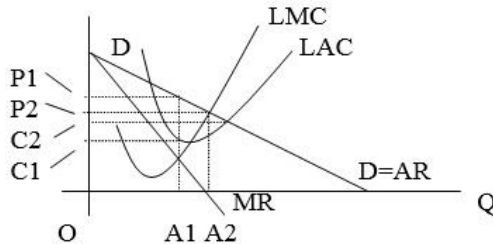
Pembahasan kita tentang campur tangan pemerintah dalam proses pembentukan harga akan dititik beratkan pada keadaan *monopoly*. Campur tangan pemerintah dianggap penting mengingat dengan adanya persaingan tidak sempurna ini membawa akibat buruk terhadap perekonomian.

Campur tangan pemerintah khususnya dalam pengendalian harga ini dilakukan dengan dua cara yaitu :

1. Metode pengendalian harga, misalnya pemerintah menetapkan harga maksimum (harga eceran tertinggi = HET).
2. Melalui penetapan pajak, misalnya pajak tetap perunit, sehingga merupakan biaya variabel bagi produsen dan juga melalui pajak yang merupakan biaya tetap.

1. Metode Pengendalian Harga

Proses bekerjanya harga akan tampak seperti gambar berikut.



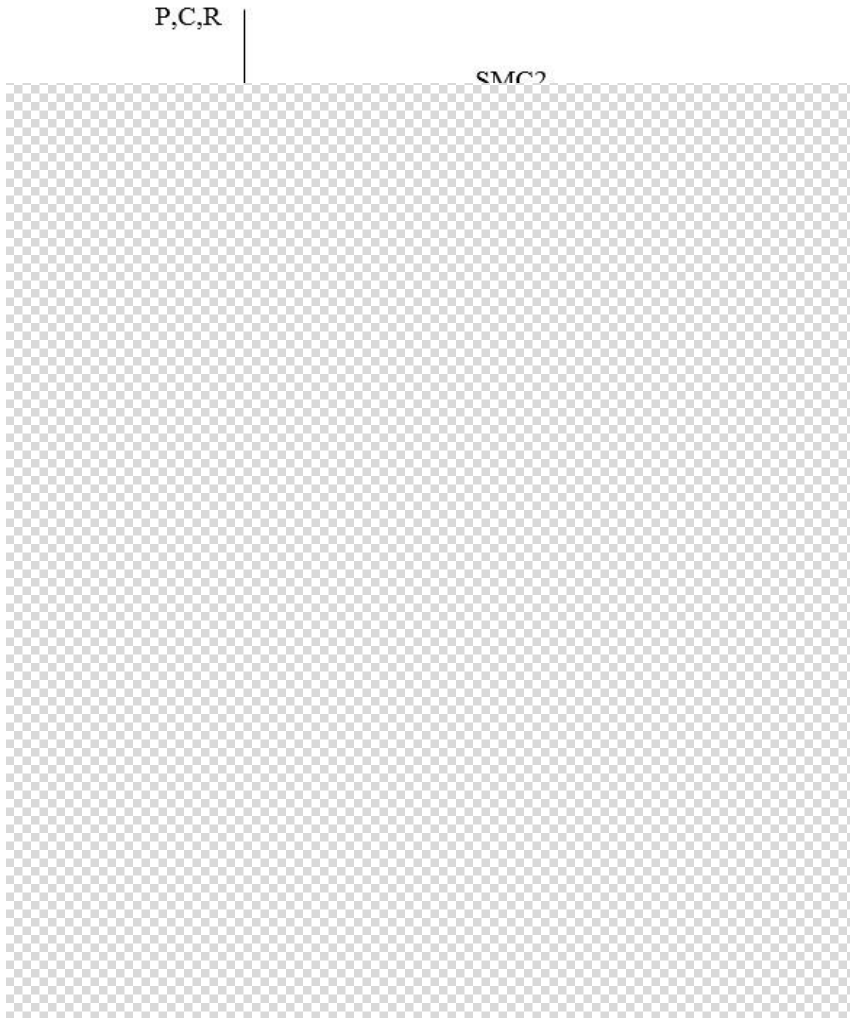
Sebelum adanya campur tangan pemerintah harga yang terjadi adalah setinggi OP_1 dan output sebesar OA_1 sehingga monopolis memperoleh keuntungan sebesar P_1C_1FG , kemudian pemerintah menetapkan harga maksimum sebesar OP_2 , ini akan mengakibatkan :

- 1) Harga lebih rendah dari harga monopolis,
- 2) Output monopolis bertambah menjadi OA_2 ,
- 3) Keuntungan monopolis turun menjadi C_2P_2 kali OA_2 .

2. Melalui Penetapan Pajak

1) Pajak tetap perunit.

Pajak ini merupakan biaya variabel bagi monopolis. Dengan adanya pajak ini maka kurve biaya variabel akan bertambah, sehingga kurve AC akan bergeser ke atas. Proses bekerjanya dapat dilihat pada gambar berikut.

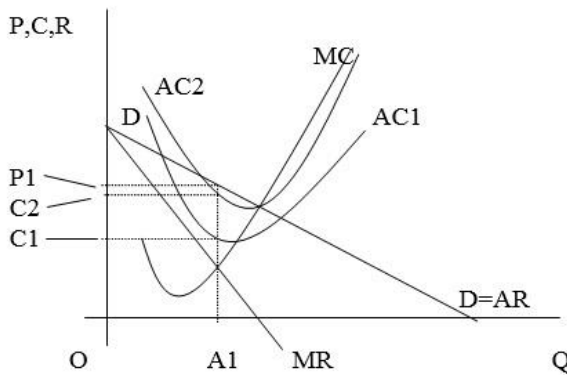


produsen membayar-nya sebesar pajak yang ditetapkan dikurangi P_1P_2 .

2) Pajak yang mirip biaya tetap.

Pajak ini misalnya uang lisensi. Dengan adanya pajak ini akan menggeser kurve biaya batas, sehingga baik harga maupun output akan tetap sama, sebelum dan sesudah pajak, tetapi keuntungan monopolis berkurang.

Proses bekerjanya lihat gambar berikut.



Keterangan :

Sebelum pajak output OA_1 dan harga OP_1 , sesudah pajak AC_1 bergeser ke AC_2 , akibatnya biaya naik dari OC_1 ke OC_2 sehingga dengan adanya pajak ini akan menyebabkan Output dan harga tetap, keuntungan monopolis menurun dari P_1C_1 kali OA_1 menjadi P_1C_2 kali OA_1

Kesimpulan :

Setelah mempelajari kedua metode di atas, maka dapatlah kita tarik beberapa kesimpulan dari adanya campur tangan pemerintah antara lain:

- 1) Metode pengendalian harga menghasilkan output yang bersaing murni dan laba yang diperoleh akan lebih rendah.

- 2) Metode pajak tidak menambah jumlah output, hanya menurunkan laba, dan khusus untuk pajak perunit justru menurunkan jumlah output.

Berdasarkan kesimpulan ini, maka metode yang dianggap baik bagi kepentingan masyarakat adalah pengendalian harga, karena output yang lebih banyak dan harga yang lebih rendah.

D. Keuntungan Maksimal Bagi Monopolis

Contoh :

1. Seorang pengusaha (monopolis) mempunyai fungsi permintaan pasar : $Q = +50 - 0,5 P$; atau $P = 100 - 2Q$, sedangkan fungsi biaya untuk masing-masing pabrik terdiri dari :

$$TC_1 = 15 + 5 Q_1$$

$$TC_2 = 3 + 0,2 Q_2^2$$

$$TC_3 = 10 + 0,5 Q_3^2$$

Ditanya :

- Berapa total output yang diproduksi agar monopolis tersebut mendapat keuntungan maksimum?
- Laba yang diperoleh ?

Jawab :

Keuntungan maksimum diperoleh apabila Slope TR = Slope TC atau $MR = MC$.

$$TR = P Q$$

$$TR = (100 - 2Q) Q$$

$$TR = 100 Q - 2 Q^2$$

$$MR = \partial TR / \partial Q$$

$$MR = 100 - 4 Q$$

$$MR = 100 - 4 (Q_1 + Q_2 + Q_3)$$

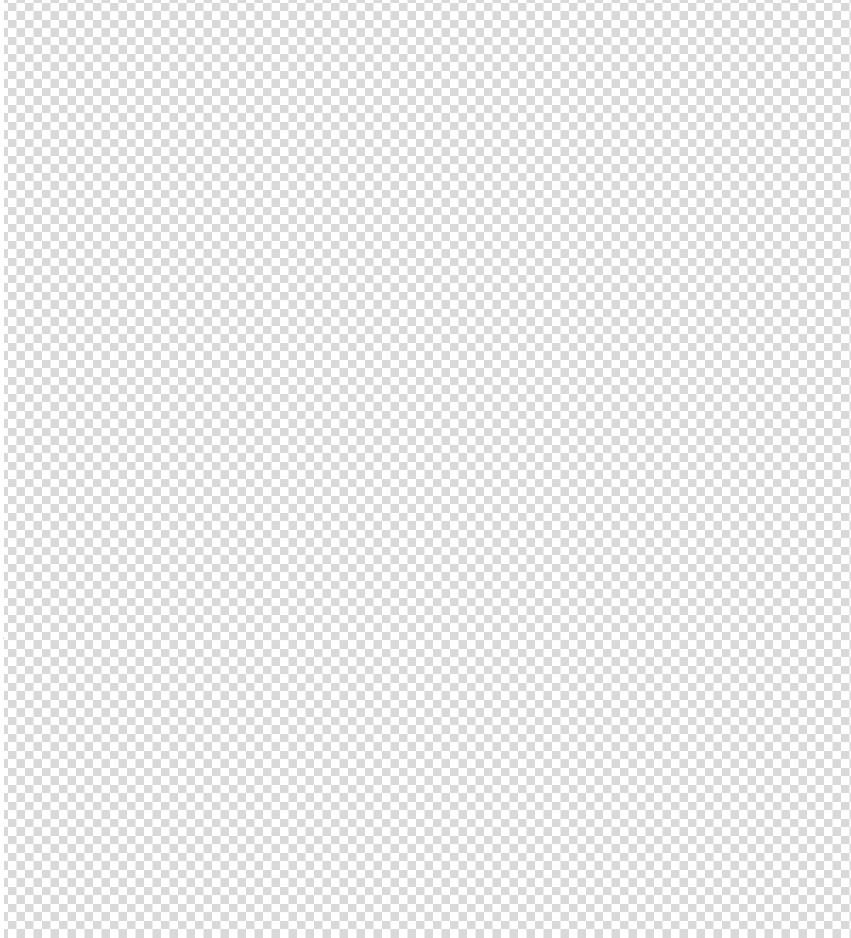
$$MC_1 = \partial TC_1 / \partial Q = 5$$

$$MC_2 = \partial TC_2 / \partial Q = 0,4 Q_2$$

$$MC_3 = \partial TC_3 / \partial Q = Q_3$$

$$MC_1 = MC_2 = MC_3$$

$$5 = 0,4 Q_2 = Q_3$$



$$TC = TC_1 + TC_2 + TC_3$$

$$TC = 46,25 + 34,25 + 22,5 = 103$$

Laba :

$$\pi = TR - TC = 1246,875 - 103 = 1143,875.$$

2. Seorang Monopolis mempunyai fungsi permintaan pasar :
 $3Q = +250 - P$, atau $P = 250 - 3Q$, sedangkan fungsi biaya untuk masing-masing pabrik sebagai berikut :

$$TC_1 = 25 + 10Q_1$$

$$TC_2 = 5 + 0,4Q_2^2$$

$$TC_3 = 35 + 0,5Q_3^2$$

Ditanya :

- a. Berapa total output yang diproduksi agar monopolis tersebut mendapat keuntungan maksimum?
- b. Laba yang diperoleh ?

Jawab :

Keuntungan maksimum diperoleh apabila Slope TR = Slope TC atau
 $MR = MC$.

$$TR = P Q$$

$$TR = (250 - 3Q) Q$$

$$TR = 250Q - 3Q^2$$

$$MR = \partial TR / \partial Q$$

$$MR = 250 - 6Q$$

$$MR = 250 - 6(Q_1 + Q_2 + Q_3)$$

$$MC_1 = \partial TC_1 / \partial Q = 10$$

$$MC_2 = \partial TC_2 / \partial Q = 0,8Q_2$$

$$MC_3 = \partial TC_3 / \partial Q = Q_3$$

$$MC_1 = MC_2 = MC_3$$

$$10 = 0,8 Q_2 = Q_3$$

$$Q_3 = 10$$

$$Q_2 = 10 / 0,8 = 12,5$$

$$\text{Untuk } Q_1: \text{ MR} = \text{MC} \longrightarrow \text{MR} = \text{MC}_1$$

$$\text{MR} = 250 - 6 (Q_1 + Q_2 + Q_3)$$

$$\text{MC}_1 = 10$$

$$250 - 6 (Q_1 + Q_2 + Q_3) = 10$$

$$250 - 6 (Q_1 + 12,5 + 10) = 10$$

$$250 - 6 (Q_1 + 22,5) = 10$$

$$250 - 6 Q_1 + 135 = 10$$

$$- 6 Q_1 = - 105$$

$$Q_1 = -105 / - 6 = 17,5$$

a. Total Output

$$\text{TP} = Q = Q_1 + Q_2 + Q_3 = 17,5 + 12,5 + 10 = 40$$

b. Laba yang diperoleh (π)

$$\text{TR} = 250 Q - 3 Q^2 = 250 (40) - 3 (40)^2 = 5200$$

$$\text{TC} = \text{TC}_1 + \text{TC}_2 + \text{TC}_3$$

$$\text{TC}_1 = 25 + 10 Q_1 = 25 + 10(17,5) = 200$$

$$\text{TC}_2 = 5 + 0,4 Q_2^2 = 5 + 0,4(12,5)^2 = 67,5$$

$$\text{TC}_3 = 35 + 0,5 Q_3^2 = 35 + 0,5(10)^2 = 85$$

$$\text{TC} = \text{TC}_1 + \text{TC}_2 + \text{TC}_3$$

$$\text{TC} = 200 + 67,5 + 85 = 352,5$$

Laba :

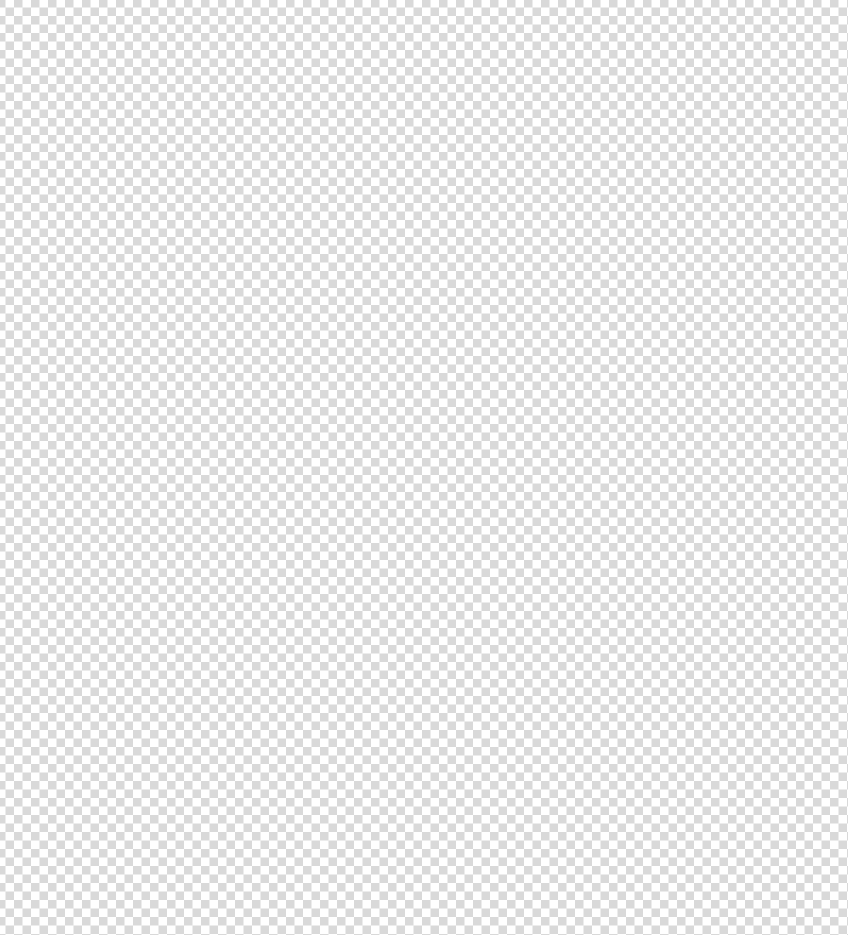
$$\pi = \text{TR} - \text{TC} = 5200 - 352,5 = 4847,5.$$

BAB XIV

KESEIMBANGAN PERUSAHAAN

A. Pengertian Keseimbangan

Perihal dalam keseimbangan perusahaan (*equilibrium of the firm*) merupakan masalah bagaimana produsen menentukan jumlah dan harga dari output yang dihasilkan sehingga tercapai keadaan yang



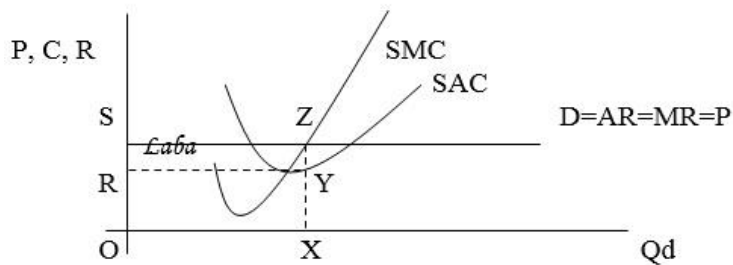
Selanjutnya akan dibahas keseimbangan dalam berbagai bentuk pasar persaingan yang sudah kita ketahui, baik dengan analisis jangka pendek maupun analisis jangka panjang.

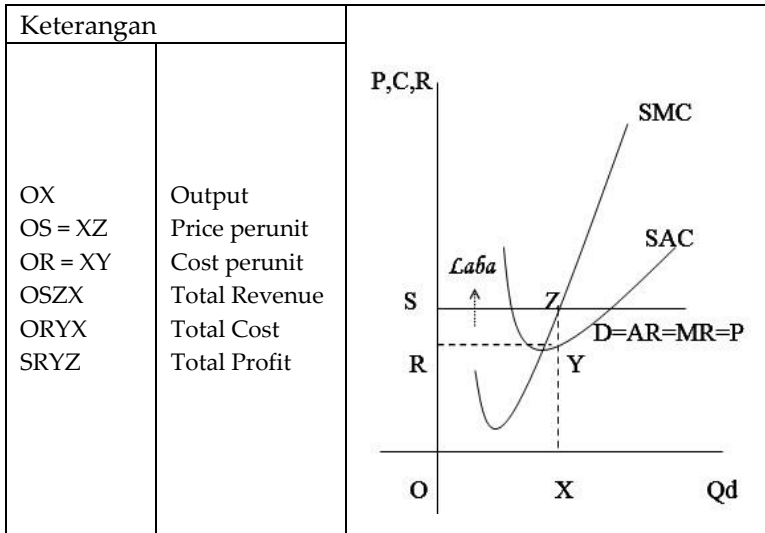
B. Perfect Competition

Kita sudah tahu bahwa dalam pasar perfect competition tidak ada pengusaha yang dapat mempengaruhi harga pasar, baik dengan memperbesar atau mengurangi output yang ditawarkan. Berapa saja jumlah output yang dijual di pasar akan habis terjual dengan harga yang berlaku pada saat itu. Keadaan di atas berarti bahwa Demand Curve seorang produsen adalah $AR = MR = P = D$. Jadi Demand curve merupakan garis lurus horizontal.

a. Keseimbangan Jangka Pendek

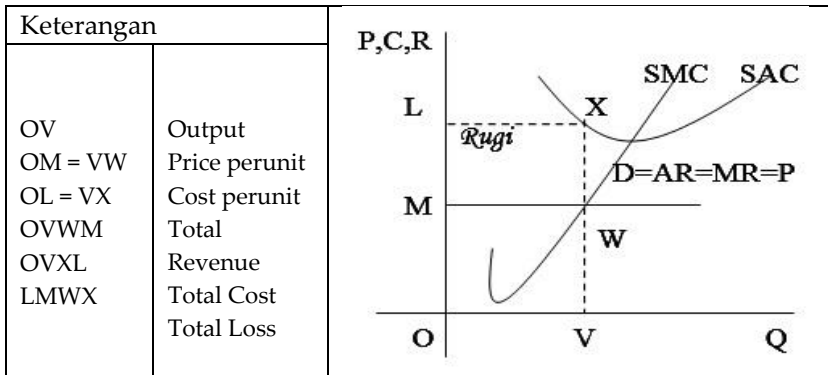
Keseimbangan jangka pendek tercapai pada saat $MC = MR$. Lihat gambar berikut.



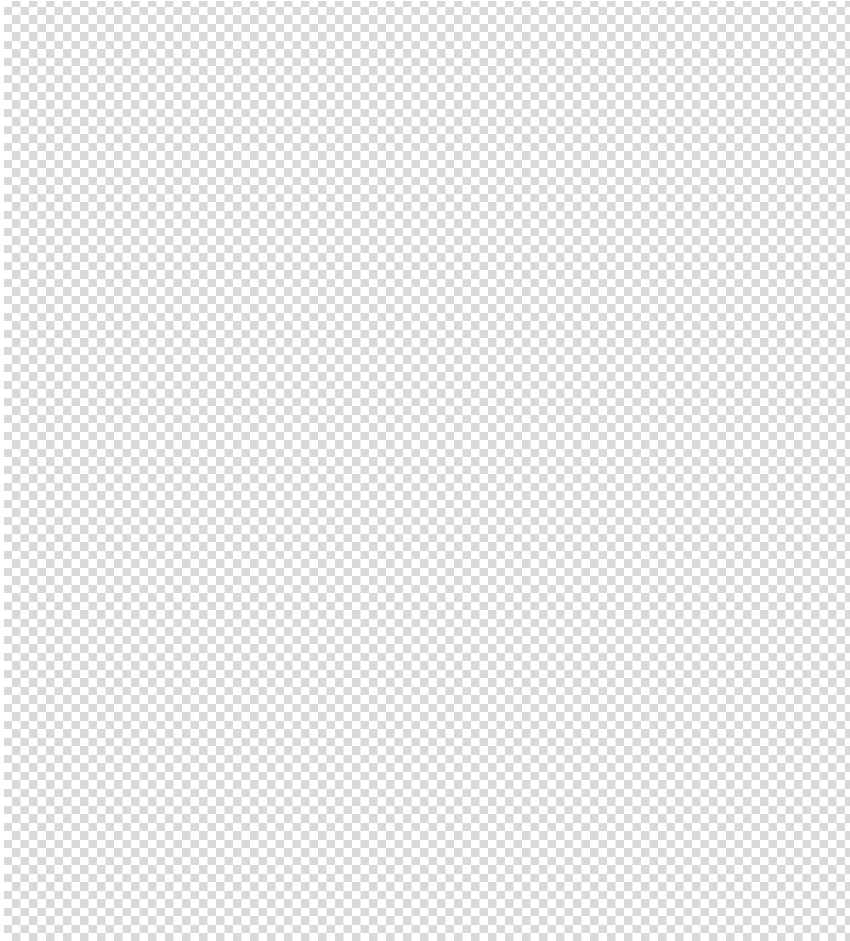


Output yang menghasilkan laba maksimal adalah sebesar OX, selain OX labanya berkurang.

Bilamana produsen berada dalam posisi rugi, seperti tampak pada gambar berikut :



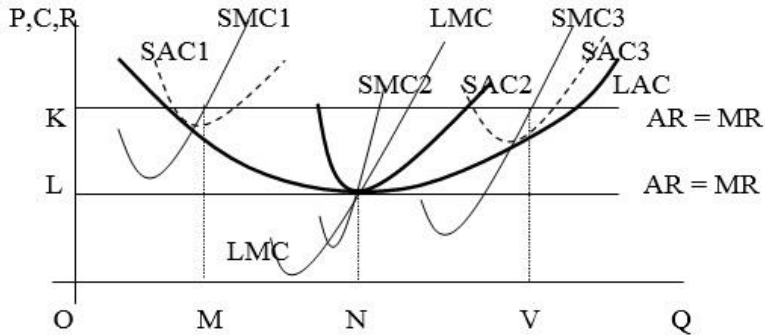
Dari gambar di atas, output yang dihasilkan sebesar OV . Rugi yang dialaminya adalah paling minimal. Dalam jangka pendek ini, walaupun ia mengalami kerugian si produsen masih mau memproduksi selama tingkat harga lebih tinggi dari pada AVC , (mengapa ?), hal ini produsen masih dapat membayar biaya tetap tunai-nya seperti biaya upah dan gaji, listrik, dan lain-lain.



terendah.

b. Keseimbangan Jangka Panjang.

Untuk menjelaskan posisi keseimbangan perusahaan dalam jangka panjang dapat dilihat kembali pada gambar berikut.



- Asumsi dalam Hal ini :
1. Harga input independent terhadap output
 2. Masing-masing produsen memiliki kurve biaya yang sama.

Pada gambar diketahui bahwa dalam jangka pendek seandainya *scale of plant* produsen adalah ditandai dengan SAC₁, maka tingkat output terbaik baginya (keseimbangan perusahaan) adalah sebesar OM ($P = SMC_1$). Dalam jangka panjang, seandainya produsen adalah satu-satunya pengusaha yang menyesuaikan *scale of plant*-nya, maka ia akan memilih *scale of plant* ketiga (SAC₃) dimana $MR = SMC = LMC$ pada output sebesar OV.

Namun jika semua produsen yang ada melakukan penyesuaian maka dilihat dari segi keseimbangan industri secara keseluruhan keadaannya tidaklah demikian. Jika semua produsen meluaskan *scale of plant*-nya atau masuknya produsen baru, berarti *total supply* yang ada di pasar akan bertambah dan sebagai konsekuensinya harga keseimbangan pun akan turun.

Selama tingkat harga (walaupun sudah turun) masih lebih tinggi daripada AC yang berarti masih terdapat *perfect economic profit* atau *excess profit*, selama itu pula terjadi penambahan *total supply*. Penyesuaian baru berhenti jika harga = $SMC = LMC = SAC = LAC$. Pada

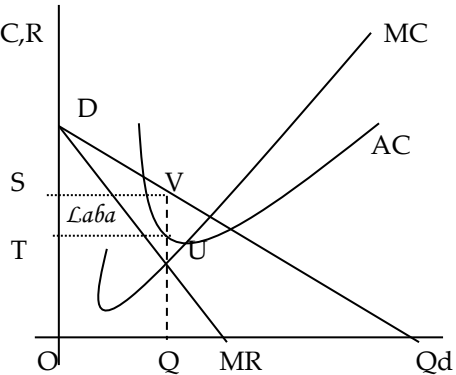
yang lebih besar hanya dapat dijual dengan harga yang lebih rendah. $D = AR = P$ tapi tidak sama dengan MR , karena MR terletak dibawah kurve AR . Keadaan ini asumsinya adalah harga *input independent* terhadap *output*.

a. Keseimbangan Jangka Pendek

Keseimbangan jangka pendek tercapai bila $MC = MR$. Lihat gambar berikut :

Keterangan

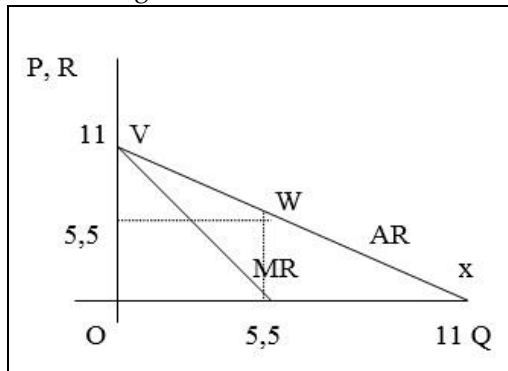
- OQ = Output P,C,R
 - OS (QV) = Price
 - OT (QU) = AC
 - OQVS = TR
 - OQUT = TC
 - LUVT = Profit
- Selain output OQ profit nya tidak maksimal



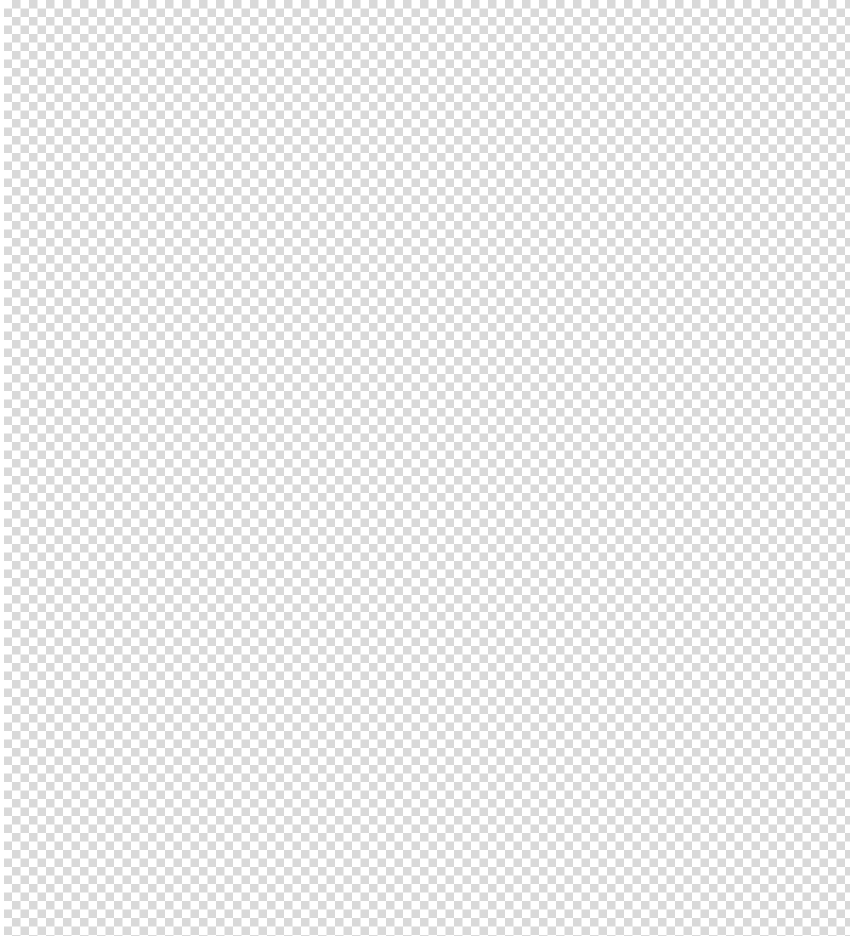
b. Keseimbangan dan Elastisitas.

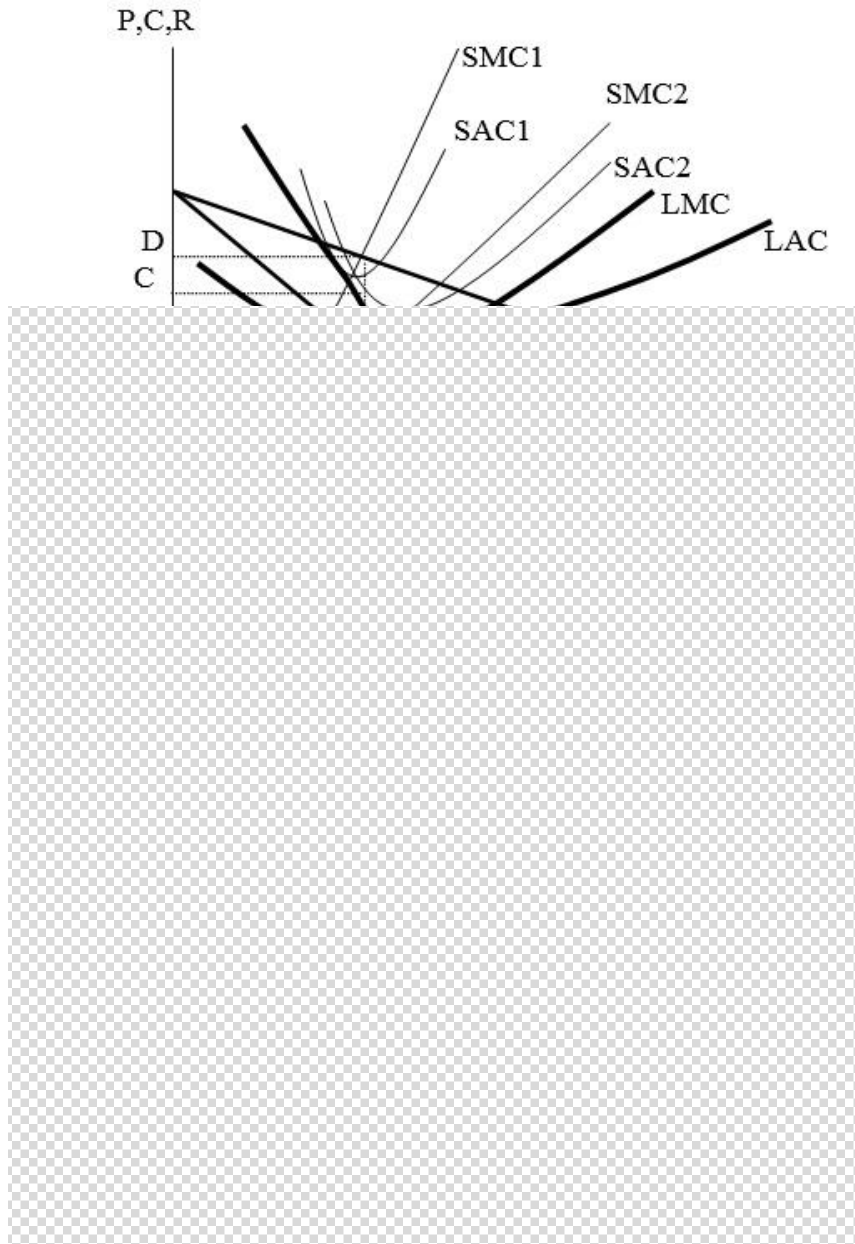
Dengan melihat hubungan antara MR, MC, dan elastisitas, pada bagian mana produsen monopolis akan memproduksi ? apakah dibagian kurve yang elastic, unitary elastic ataukah inelastic ? Untuk menjawab pertanyaan tersebut lihat gambar berikut.

Pada titik W besarnya $E = 1$ (unitary elastic)
 Di atas titik W yaitu VW adalah elastic, dan
 Di bawah titik W yaitu WX adalah inelastic



Jika biaya produksi ada ($\neq 0$) berarti $MC \neq 0$ (positif). MC yang positif hanya akan sama dengan atau berpotongan dengan MR yang positif, sedangkan pada bagian MR yang positif berarti *demand curve*-nya terletak dibagian yang *elastic* (garis VW), maka produsen hanya



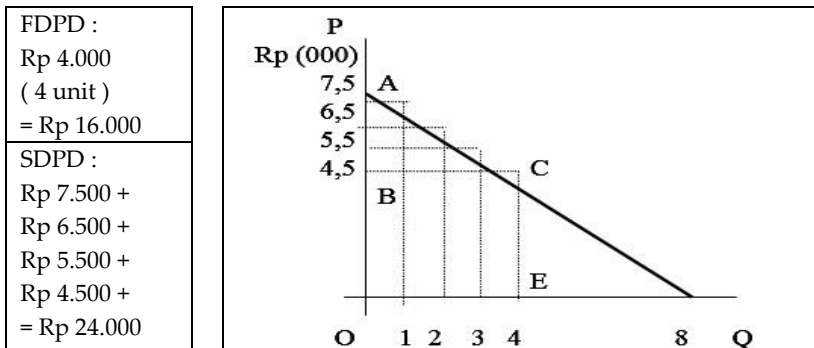


dengan *second degree price discrimination* produsen hanya berhasil mendapat sebagian saja dari *consumers surplus*.

Contoh :

Jika output sebesar 4 unit dijual dengan harga Rp4.000 perunit berarti $TR = Rp16.000$. Dengan *first degree price discrimination* unit pertama dijual Rp7.500, yang kedua Rp 6.500, yang ketiga Rp 5.500, dan yang keempat Rp 4.500. Maka TR-nya menjadi Rp 24.000. Seluruh *consumers surplus* yang terambil adalah $Rp\ 24.000 - Rp\ 16.000 = Rp\ 8.000$. Atau sama dengan setiga ABC.

Lihat gambar berikut.



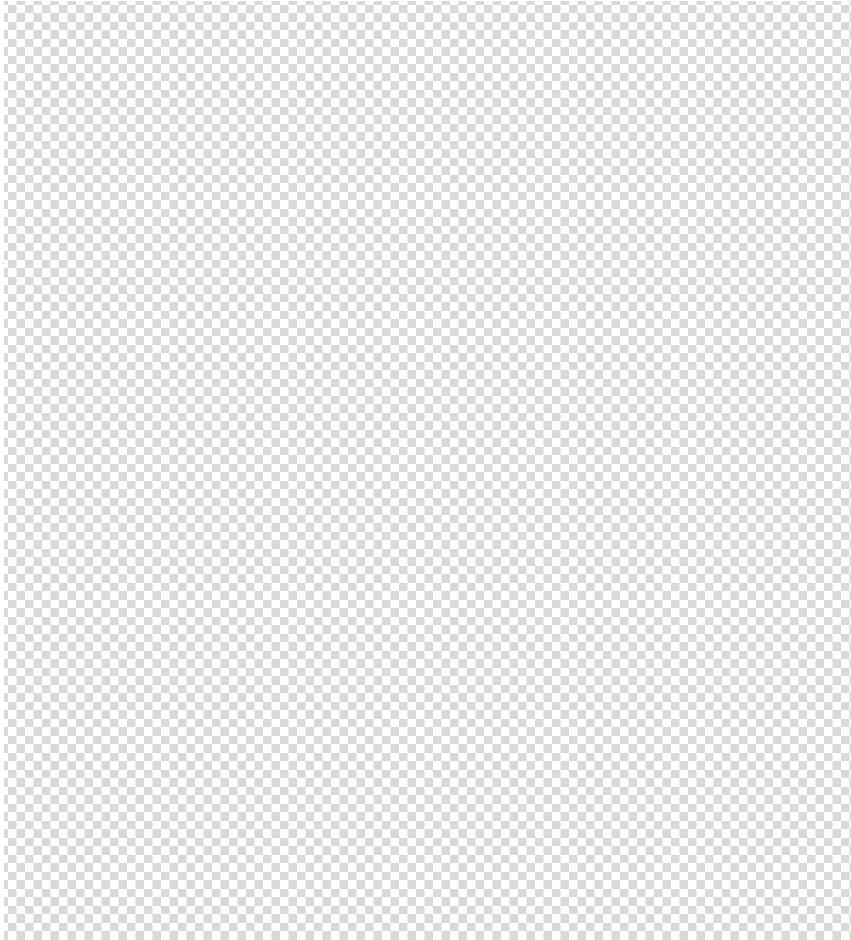
FDPD = *First Degree Price Discrimination* mengambil seluruh *consumers surplus*.

SDPD = *Second Degree Price Discrimination* berhasil mengambil sebagian dari *consumers surplus*.

FDPD sulit ditemukan karena sulit mengetahui secara pasti kemampuan maksimal konsumen untuk setiap unit output, sedangkan SDPD mudah ditemukan, misalnya untuk penggunaan telepon jarak

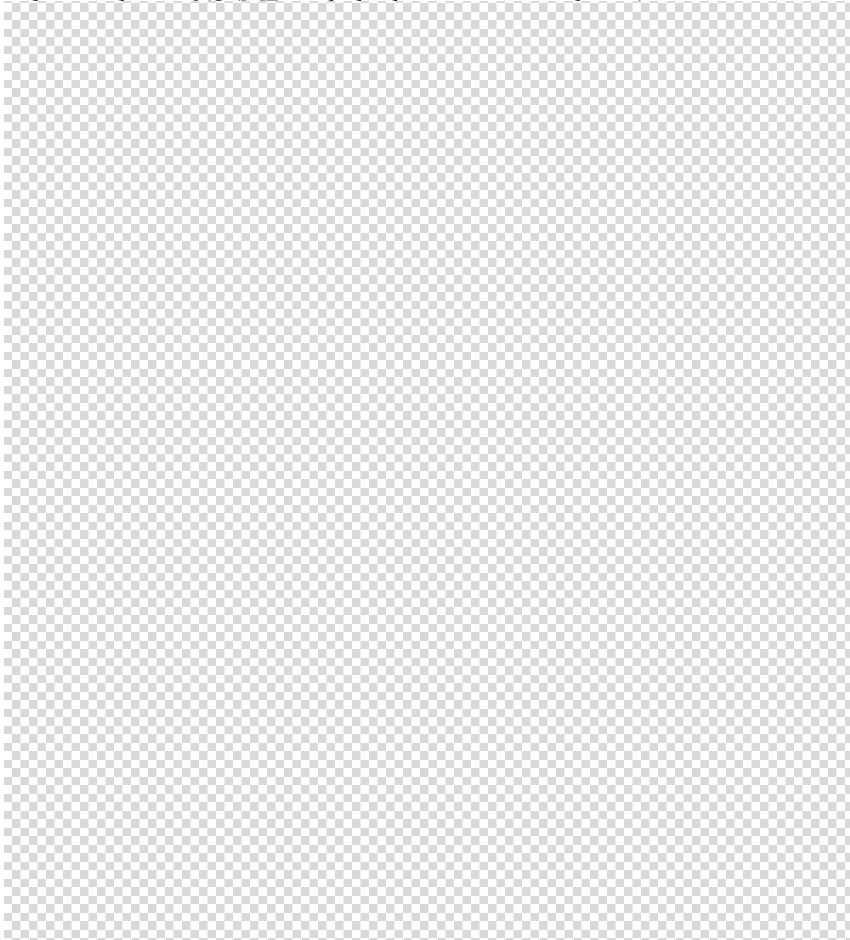
jauh, untuk tiga menit kedua dan seterusnya lebih murah tarifnya dari tiga menit pertama.

Untuk *Third Degree Price Discrimination* (TDPD) diperlukan dua syarat :



kedua MK-nya digabung kita dapatkan total MK dengan simbol \sum MK. Kita sudah mengetahui bahwa keseimbangan terletak pada saat $MC =$

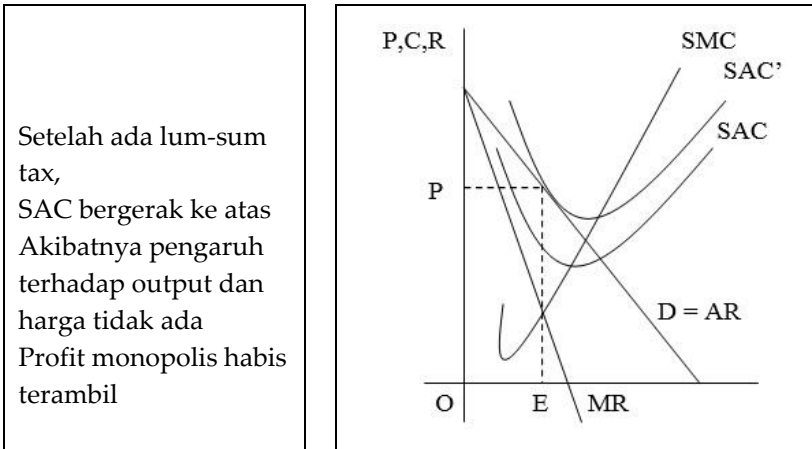
MR. Jadi output keseimbangan adalah sebesar OZ yang dialokasikan pada pasar I sebesar OX dengan harga XP, dan di pasar II sebesar XP



Tindakan yang diharapkan pada pemerintah terhadap *monopoly* :

1. Membebani Lum-Sum Tax,
2. Membebani perunit tax (pajak)
3. Penetapan harga (Price Control).

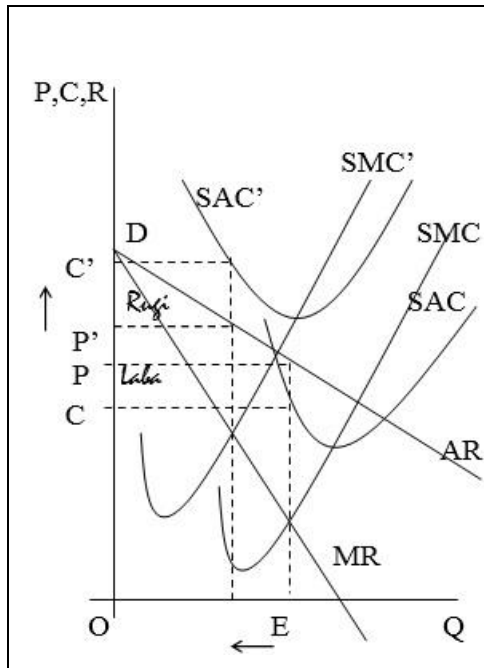
1. Membebani *Lum-Sum Tax* yakni pemerintah dapat mengambil pajak untuk mengurangi profit monopolis. Adanya *Lum-Sum Tax* akan menaikkan AC tetapi tidak menaikkan MC sebab pajak tersebut serupa dengan biaya tetap. Akibatnya tidak ada pengaruhnya sama sekali terhadap output dan harga. Lihat gambar berikut.



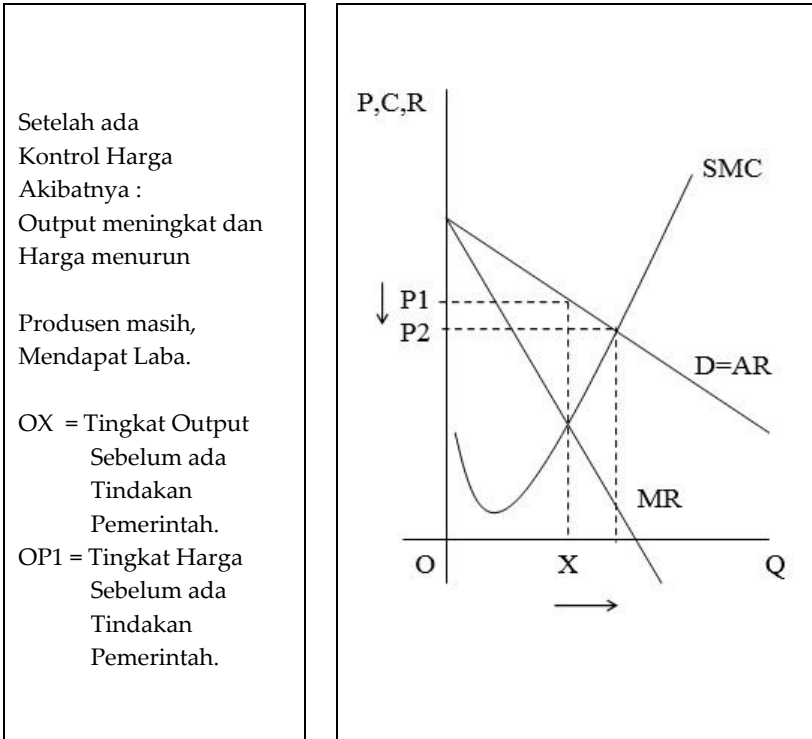
2. Membebani perunit tax (pajak). Pajak ini berhubungan dengan output. Jadi ia serupa dengan biaya variabel, dengan demikian adanya pajak ini berarti meningkatkan AC dan juga meningkatkan MC. Akibatnya output menurun dan harganya meningkat. Di sini dimisalkan kenaikan biaya (AC baru) masih lebih rendah dari harga, sehingga monopolis masih mendapatkan profit walaupun berkurang. Lihat gambar berikut.

Setelah ada Perunit Pajak
 SAC dan SMC bergeser
 Ke atas.
 Akibatnya :
 Output menurun dan
 Harga meningkat

Produsen rugi,
 Sebenarnya mungkin
 saja
 Profitnya masih ada
 Jika naiknya AC
 Lebih kecil.



3. Penetapan harga, maksudnya Pemerintah menetapkan harga seperti pada pasar *perfect competition* yaitu di mana $P = MC$. Besarnya harga tersebut adalah OP_2 . Akibatnya output meningkat dengan harga jual lebih rendah, tetapi si monopolis masih mendapatkan *profit*. Lihat gambar berikut.



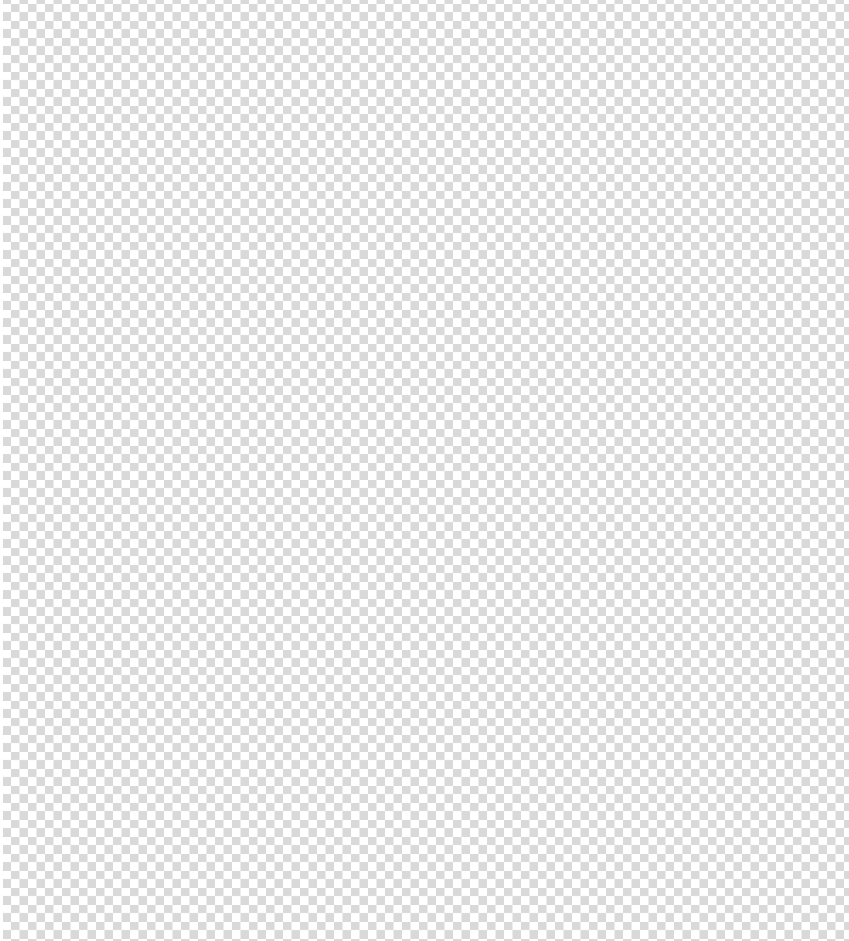
4. Monopolistic Competition

Pasar ini ditandai dengan banyaknya penjual akan produk yang merupakan substitusi erat satu sama lain tetapi memiliki diferensiasi.

Diferensiasi berarti produsen memiliki suatu *monopoly* akan penjualan produknya, tetapi karena banyaknya substitusi eratnnya maka tingkat *monopoly*-nya terbatas, dan ini berakibat *demand curve*-nya menjadi sangat elastis.

Dalam *monopolistic competition* karena masing-masing produsen menjual *differentiated product* maka kumpulan *differentiated product* tersebut tidaklah dinamakan industri, tetapi sering diganti dengan sebutan *product group*. Produk yang termasuk dalam pasar ini antara lain; sabun, rokok, obat, dan sebagainya.

Keseimbangan jangka pendek di sini tidak berbeda dengan pasar terdahulu yakni pada saat $MC = MR$.

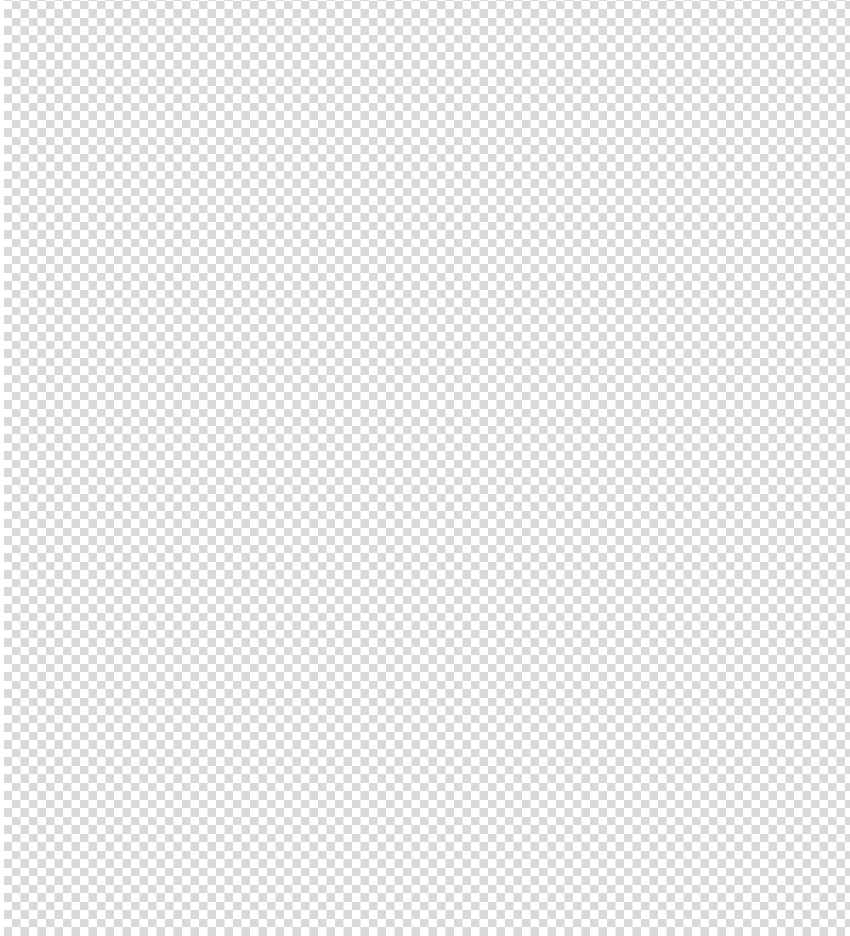


makin *in elastic demand curve*-nya dan makin besar selisih P diatas LAC minimum.

Pasar persaingan *monopolistic competition* nampaknya lebih banyak terdapat dalam kegiatan yang tidak banyak memerlukan peralatan

barang modal (*Capital*), misalnya seperti produk kerajinan tangan, pedagang eceran, tukang cukur, obat, sabun, dan lain-lain.

Keseimbangan jangka panjang di atas terjadi dengan asumsi adanya *easy entry* (kemudahan masuk) artinya produsen baru bisa keluar masuk dengan bebas. Jika ada *blocked entry* artinya masuknya produsen baru dibatasi, maka keseimbangan dalam jangka panjang



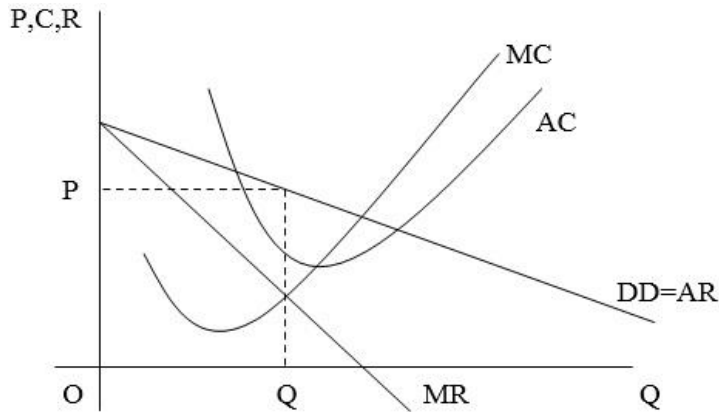
Di sini oleh para oligopolis penentuan mengenai harga, output, penjualan, dan distribusi keuntungan semuanya ditentukan secara

terpusat (*central*). Karena itu masalah keseimbangan perusahaan tidaklah berbeda dengan *monopoly*.

Asumsi :

- a) Produknya homogin
- b) Harga input independent terhadap output.
- c) Harga input tetap.

Lihat gambar berikut.



Untuk meminimalkan biaya, output dialokasikan sedemikian rupa para anggota sehingga MC masing-masing sama besar (dalam realita alokasi ini kadang-kadang tidak jalan karena faktor-faktor lain, terlebih lagi jika anggotanya banyak).

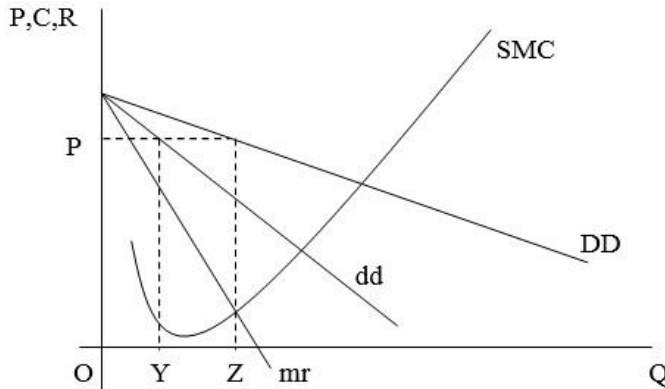
b. Market Sharing Cartel

Yang diatur oleh badan sentral di sini hanya satu yaitu pembagian pasar.

Asumsi :

- a) Hanya dua pengusaha (duopolis).
- b) Produknya homogin.
- c) SMC masing-masing identik.

Lihat gambar berikut.



Masalah keseimbangan tidak berbeda dengan pembahasan terdahulu yaitu $MC + MR$. Pada gambar Kurve DD adalah market demand, Firm I dan Firm II masing-masing mendapat separohnya yaitu dd , dengan mr sebagai *Marginal Revenue*-nya. Keseimbangan harganya adalah OP , sedangkan outputnya adalah OZ yang dibagi sama yaitu sebesar OY .

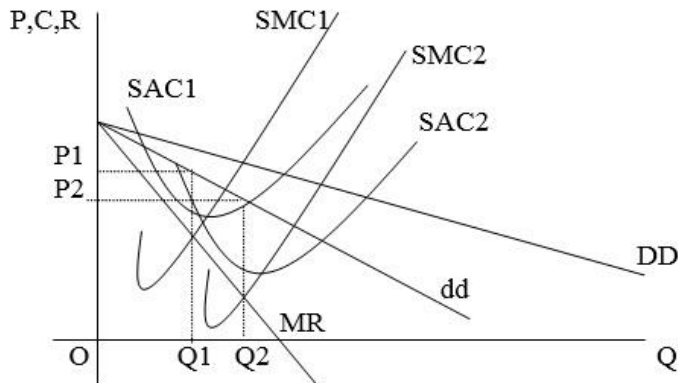
Dalam realita, di samping persetujuan bersama tersebut sulit dicapai, biaya produksi yang sama pun sulit ditemukan.

c. Price Leadership by The Low Cost Firm

Asumsi :

- a) Terdapat dua Firm saja.
- b) Produknya differentiated.
- c) Biaya produksi masing-masing Firm.

Lihat gambar.



Dengan perjanjian informal dibagi menjadi dua bagian yang sama sehingga dd mencerminkan *demand curve* masing-masing Firm.

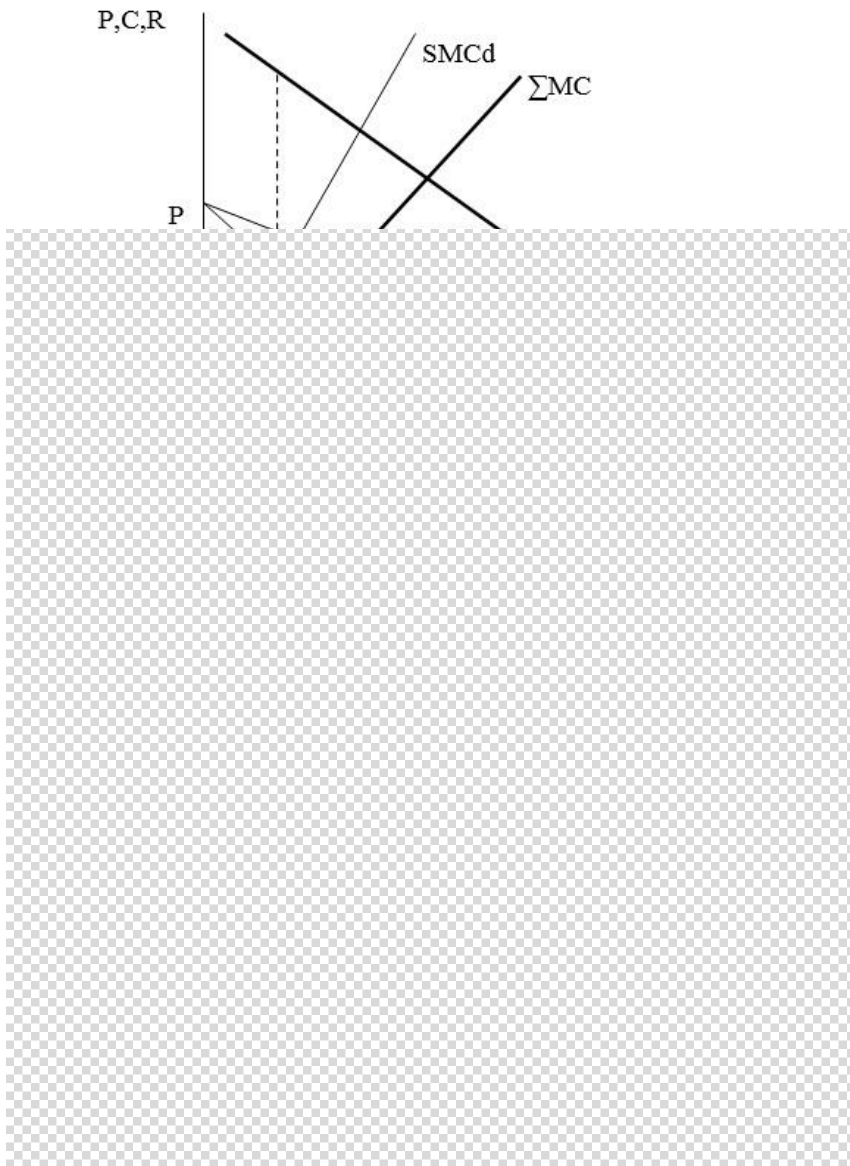
Karena ada perbedaan biaya Firm I (dengan SAC_1 dan SMC_1) menghasilkan output sebesar OQ_1 dengan harga OP_1 , sedang Firm II (dengan SAC_2 dan SMC_2) dapat menghasilkan output lebih banyak yaitu OQ_2 dengan harga lebih rendah yaitu OP_2 . Terpaksalah Firm I mengikuti harga yang ditentukan oleh Firm II. Dalam hal ini Firm II menjadi *Price Leader*.

d. Price Leadership by The Dominant Firm

Asumsi :

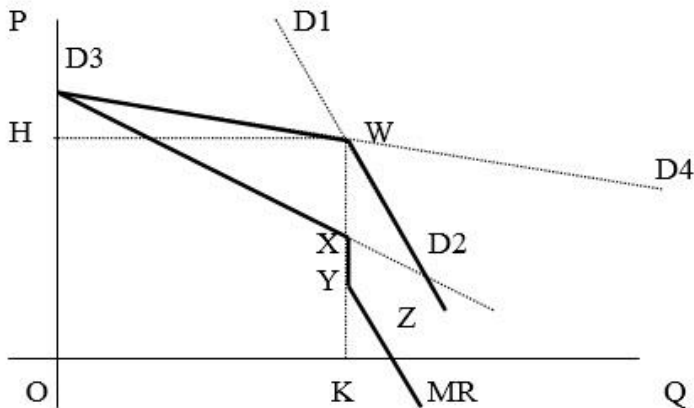
- Terdapat satu Firm besar yang dominan dan beberapa Firm kecil.
- Produknya homogin.

Lihat gambar.



sehingga kenaikan output yang terjual dari penurunan harga tersebut tidaklah besar.

Kinked demand tersebut dapat dilihat pada gambar berikut.



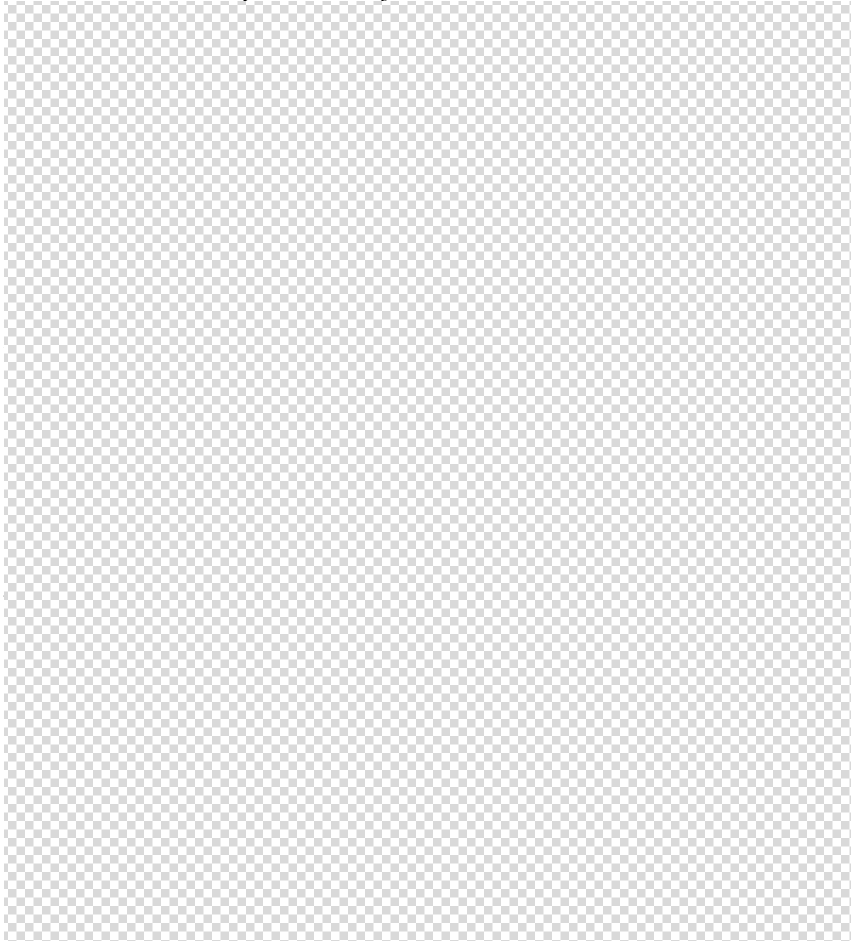
Kinked demand curve ditunjukkan oleh Kurve D_3D_2 . Seandainya penurunan harga tidak diikuti oleh oligopolis lainnya, maka kurvenya tentulah D_3D_4 .

Dengan D_3D_2 sebagai *demand curve*, maka MR nya adalah D_3XYZ . Output dengan laba maksimal adalah OK di mana $MC = MR$, harganya = OH.

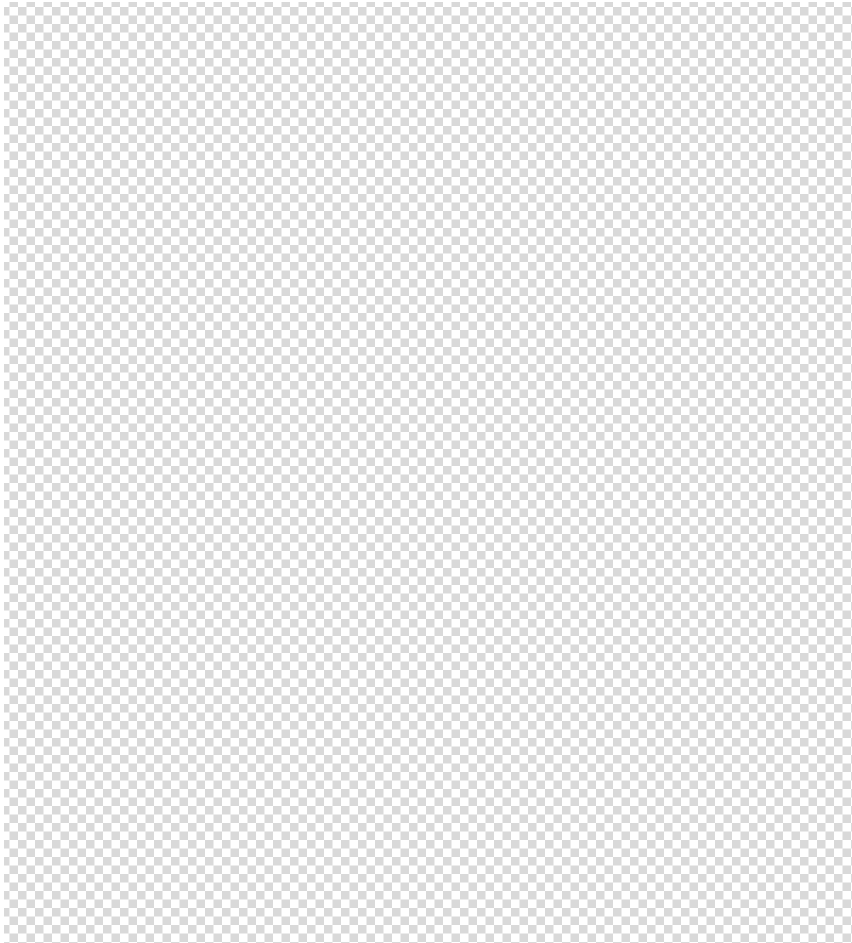
Seandainya biaya mengalami perubahan dalam batas-batas tertentu yaitu tidak melewati garis garis vertikal XY selama itu pula keseimbangan output tidak berubah, begitu juga harganya. Dengan demikian tidaklah ada kemungkinan bagi para oligopolis untuk merubah harga atau bersaing dalam harga, kecuali dalam hal non harga seperti; kualitas, desain, promosi, pelayanan (*service*) yang dilakukan.

Dari uraian tentang oligopoly di atas dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

- a) Para oligopolis tidak memproduksi atau menghasilkan produk dengan biaya terendah (LACnya tidak minimum).
- b) $P > LAC$ atau $P \neq LMC$ berarti terdapat *diseconomies of scale* atau *underallocation of the economy's resources*.



BAB XV
TEORI EKONOMI KOPERASI

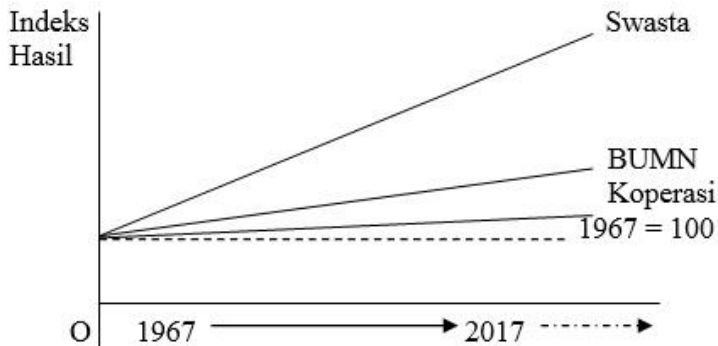


dalam usaha negara maupun usaha swasta. Jadi eksistensi dan esensi koperasi dalam kerangka ekonomi nasional di Indonesia sudah mantap, karena secara konstiotusional telah dijamin dalam UUD NRI 1945, secara operasional dijamin oleh GBHN dan visi misi para

pemimpin bangsa Indonesia baik Presiden, Gubernur, Bupati, dan Walikota.

Walaupun demikian, kadar kemampuan pengelolaan koperasi untuk bergerak paralel seperti yang diharapkan dalam kenyataan masih perlu ditingkatkan. Umumnya sorotan tersebut ditujukan pada daya tarik dan kontribusi koperasi dalam memobilisasi dan mendukung kegiatan ekonomi rakyat. Ambivalensi terhadap kemampuan koperasi dengan berbagai fenomenanya bermunculan sejalan dengan perkembangan sektor lain seperti BUMS dan BUMN yang telah lebih besar memberikan kontribusinya terhadap GNP Indonesia, sedangkan kontribusi Koperasi (BUMK) terhadap GNP Indonesia relatif masih kecil.

Menurut Jochen Ropke terdapat tiga pilar ekonomi Indonesia dalam hubungan dengan sumbangannya terhadap GNP yang diilustrasikannya ke dalam gambar berikut.



Dari gambar tersebut nampak bahwa swasta memberikan kontribusi terbesar pada GNP Indonesia, disusul oleh BUMN dan kemudian adalah Koperasi. Jadi posisi koperasi masih lemah dan harus terus dibenahi dan harus didukung dengan kebijaksanaan pemilihan struktur pasar yang tepat bagi perusahaan koperasi (*Cooperative Enterprise*), di samping itu kemampuan pengelola secara profesional juga sangat diperlukan, guna mampu memiliki keunggulan komperartif dan keunggulan kompetitif.

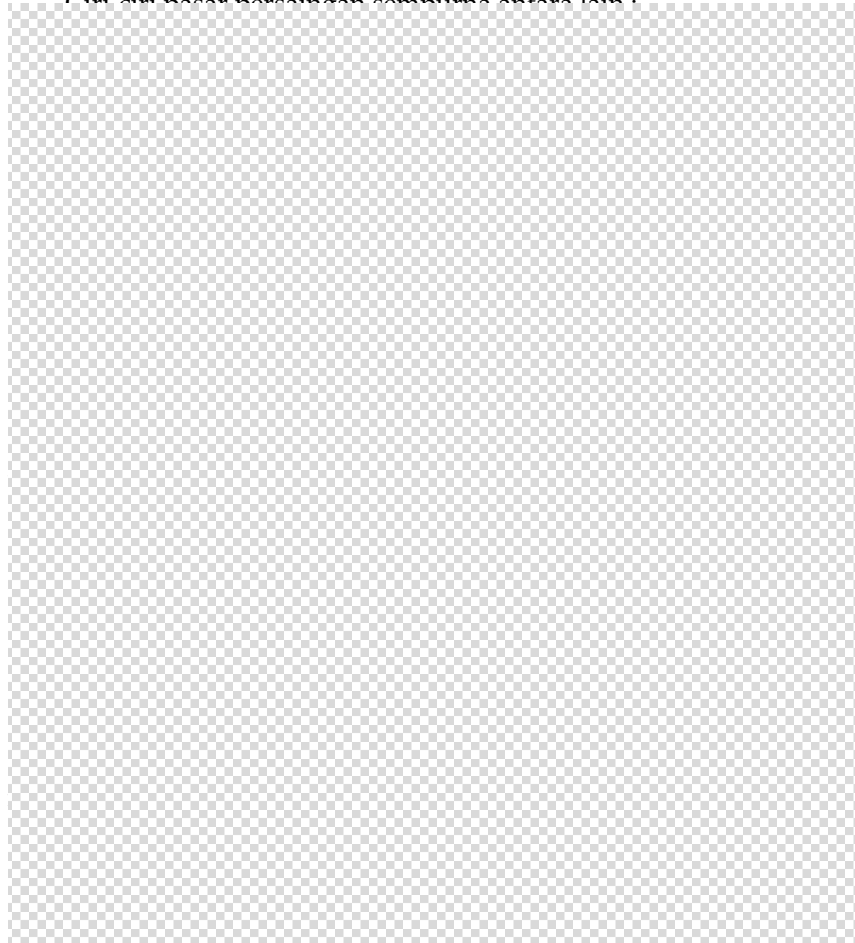
Seperti kita ketahui bahwa perkembangan koperasi dapat dipengaruhi oleh beberapa variabel intern yang antara lain : motivasi, struktur organisasi, dan kemampuan perofesional serta sikap

C. Pasar Persaingan Sempurna

Dalam menganalisis kemungkinan perkembangan koperasi pada lingkungan pasar ini, dapat di lihat dari teori harga. Dengan memanfaatkan teori harga akan dapat diketahui strategi harga macam

apakah atau ketetapan harga manakah yang harus diikuti oleh koperasi dalam melakukan transaksi-transaksi di pasar.

Ciri-ciri pasar persaingan sempurna antara lain :



Dalam menganalisis kemungkinan perkembangan koperasi pada lingkungan pasar ini, juga dapat dilihat dari teori. Dengan memanfaatkan teori harga akan dapat diketahui strategi harga macam apakah atau ketetapan harga manakah yang harus diikuti oleh koperasi dalam melakukan transaksi-transaksi di pasar.

Ciri-ciri bentuk pasar persaingan tidak sempurna antara lain :

1. Monopoli murni (*pure monopoly*), yakni bentuk pasar di mana terdapat hanya satu (*mono*) penjual (*one seller*) dan banyak pembeli (*many buyers*), sehingga harga cenderung tinggi, karena harga hanya ditentukan oleh penjual, sedangkan pembeli terpaksa mengikuti harga tersebut.
2. Persaingan monopoli (*monopolistic competition*) yang meliputi bentuk persaingan *oligopoly* dan *duopoly*.

Persaingan oligopoli yakni bentuk pasar di mana terdapat oligo (beberapa) penjual (*several sellers*) dan terdapat banyak pembeli (*many buyers*), sehingga harga dapat berubah-ubah, hal ini disebabkan adanya persaingan antara beberapa penjual tersebut.

Sedangkan persaingan duopoli (*duopolistic competition*) yakni bentuk pasar di mana hanya terdapat dua orang penjual (*two sellers*) dan terdapat banyak pembeli (*many buyers*), sehingga harga cenderung tinggi jika kedua penjual tersebut bersepakat membagi segmen pasar ataupun wilayah usaha masing-masing, dan lain-lain.

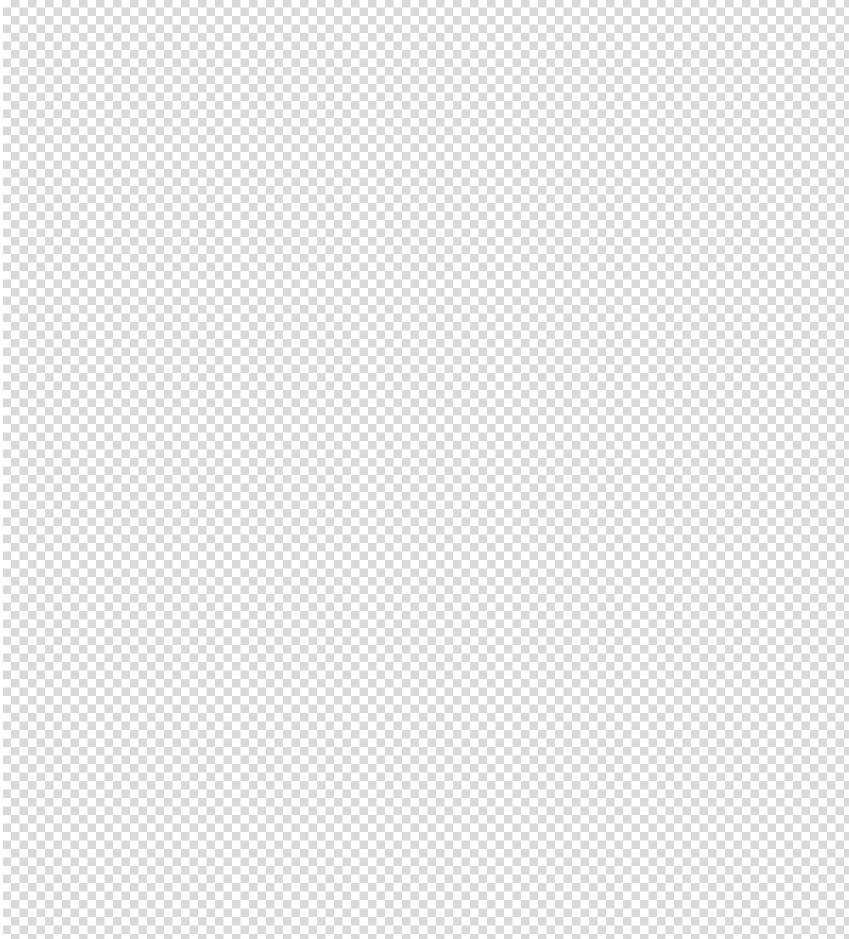
Berdasarkan pada uraian tersebut, dalam bentuk pasar persaingan oligopoli dan persaingan monopoli, maka harga jual produk bagi perusahaan koperasi adalah menetapkan harga jual produknya dengan jalan memilih alternatif harga pasar sebagai harga jual produknya. Dengan kata lain, koperasi menetapkan harga jual produknya dapat lebih rendah dari harga jual produk perusahaan non koperasi (koperasi merupakan *active price*).

Jika harga jual produknya lebih rendah atau sama dengan harga jual produk perusahaan non koperasi, maka para konsumennya dari unsur anggota akan selalu membeli produk perusahaan koperasi, dan bahkan para konsumen non koperasi akan cenderung dan sangat memungkinkan membeli produk-produk perusahaan koperasi.

E. Variabel Perkembangan Koperasi

Perkembangan koperasi merupakan tujuan yang diharapkan oleh para pengelola dan anggota koperasi yang bersangkutan.

Menurut Hanel (1989) ada 4 persyaratan umum yang diterima oleh teori ekonomi koperasi sebagai prasyarat keberhasilan perkembangan koperasi yang ada dan telah berhasil. Untuk itu koperasi harus :



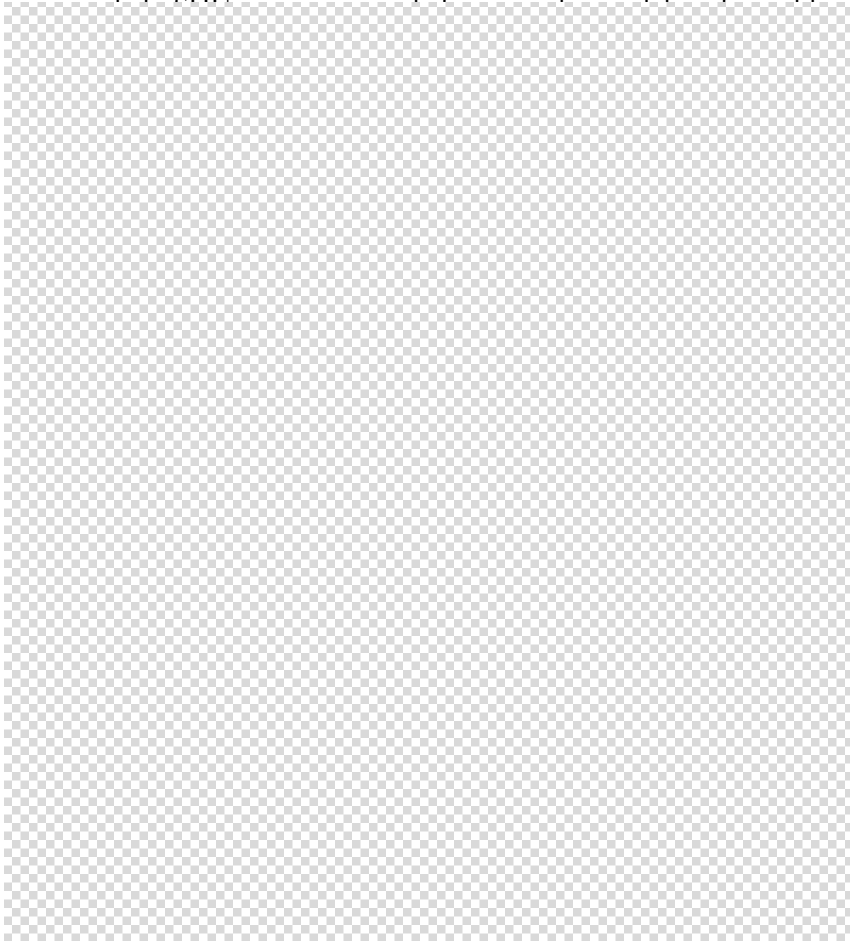
dapat dijadikan sebagai tolak ukur keberhasilan koperasi yaitu :

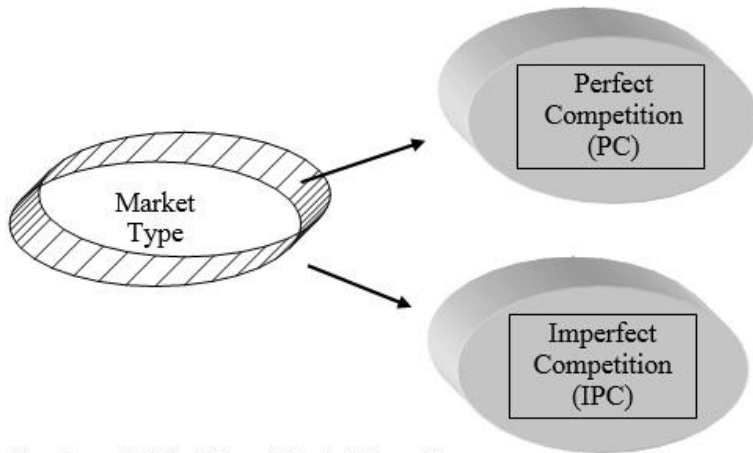
1. Efisiensi pengelolaan usaha, yaitu tingkat efisiensi yang berhubungan dengan pencapaian tujuan koperasi sebagai lembaga ekonomi yang dikelola berdasarkan prinsip ekonomi.
2. Efisiensi yang berkaitan dengan pembangunan, yaitu tingkat efisiensi yang berkaitan dengan pembangunan koperasi sebagai lembaga ekonomi.

F. Indikasi Perkembangan Koperasi

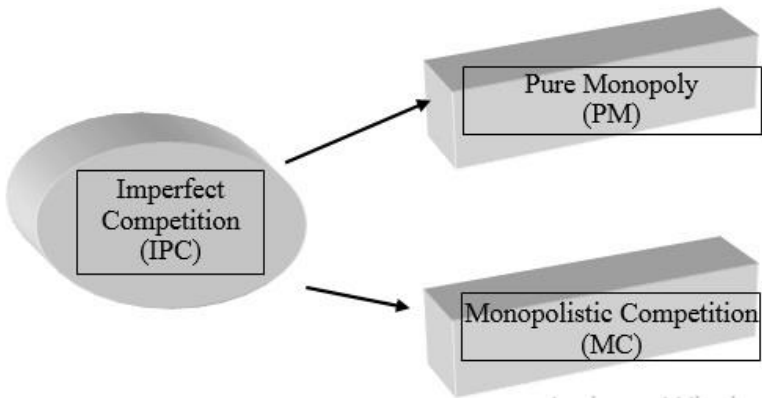
Berdasarkan uraian struktur pasar tersebut, teori harga sangat dominan dalam membedakan berbagai bentuk pasar persaingan. Demikian pula perkembangan koperasi tersebut sangat dominan pula

dipengaruhi oleh teori harga. Dengan menetapkan harga jual yang relatif rendah (dengan asumsi mutu produk sama), maka produk tersebut akan lebih laku terjual atau volume usaha meningkat. Selanjutnya dengan meningkatnya volume usaha, SHU koperasi relatif

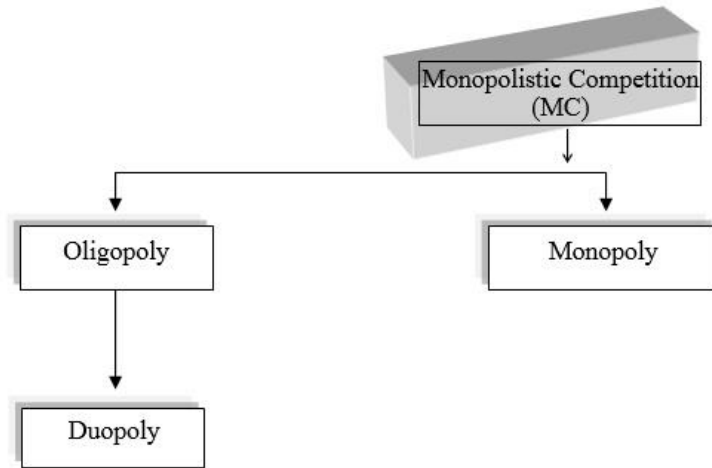




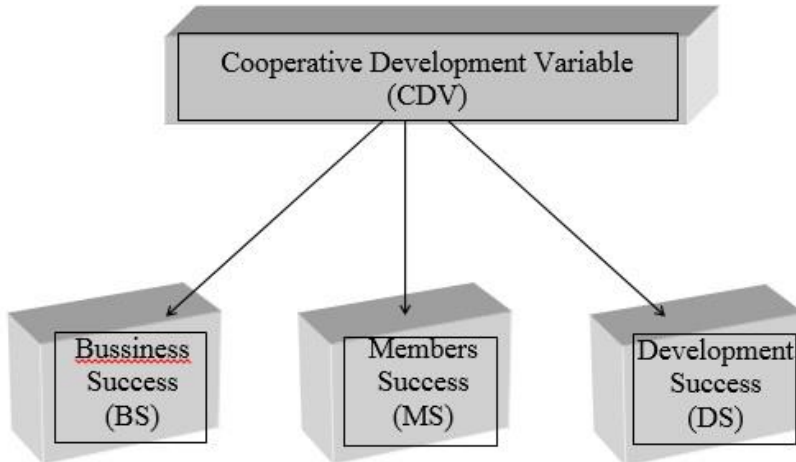
Gambar : Market Type (Bentuk Pasar)



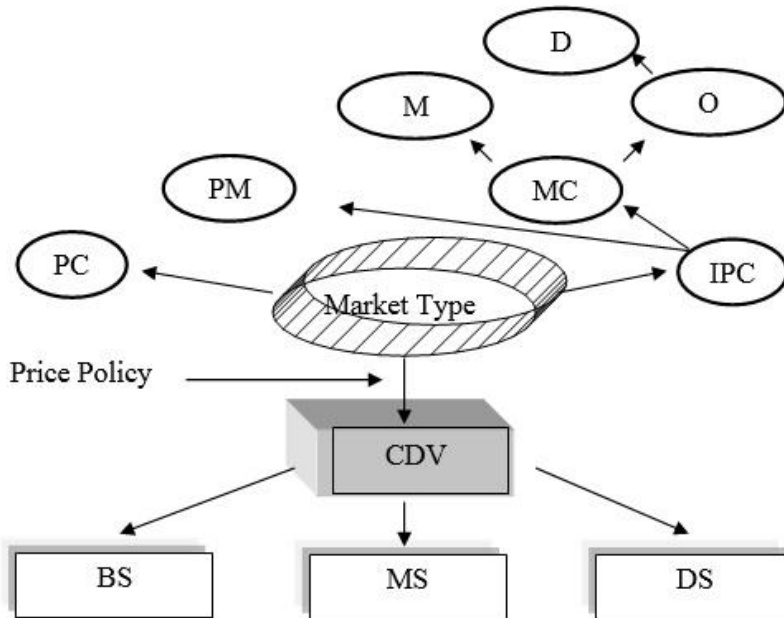
Gambar : Imperfect Competition



Gambar : Imperfect Competition
(Pasar Persaingan Tidak Sempurna)



Gambar : Variabel Perkembangan Koperasi.



Keterangan :

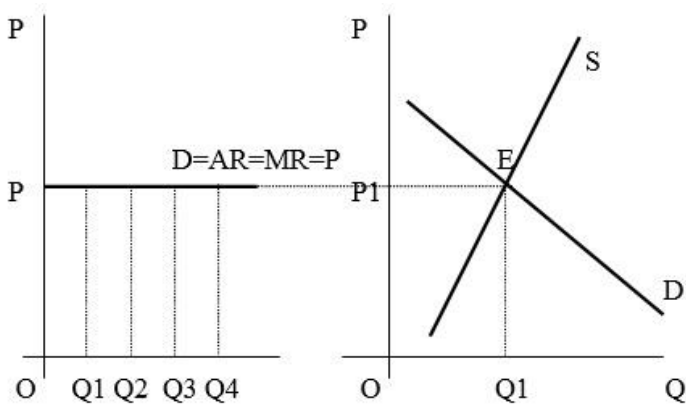
- D = Duopoly
- O = Oligopoly
- M = Monopoly
- PM = Pure Monopoly
- MC = Monopolistic Competition
- IPC = Imperfect Competition
- PC = Perfect Competition
- CDV = Cooperative Development Variabel
- BS = Bussiness Success
- MS = Members Success
- DS = Development Success

Gambar : Bentuk Pasar & Variabel Perkembangan Koperasi

G. Pembentukan Harga pada Koperasi (phPK)

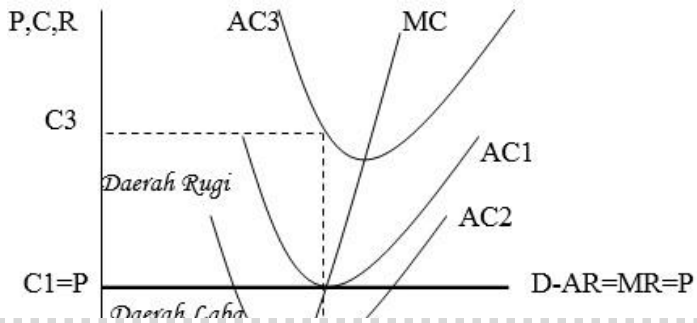
1. Pada Pasar Persaingan Sempurna

Salah satu ciri dari pasar persaingan sempurna harga cenderung relatif tetap. Harga pasar tersebut merupakan harga keseimbangan antara *demand* dan *supply*, juga sama dengan penerimaan perunit (AR) serta penerimaan marginal (MR). Untuk jelasnya lihat gambar berikut.



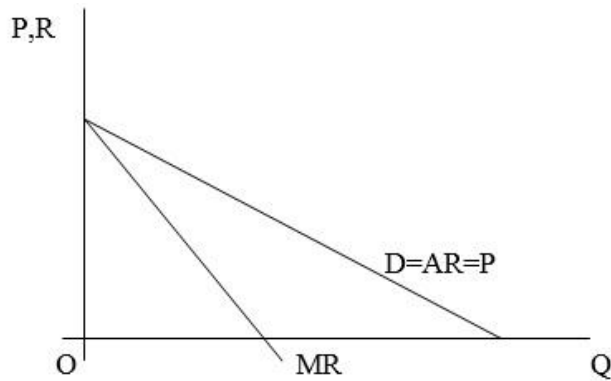
Karena harga (P_1) relatif tetap atau konstan dan ditentukan oleh pasar, maka koperasi menetapkan harga dengan mengambil harga pasar (*price taker*). Dengan kata lain bahwa koperasi tidak berfungsi (*functionless*) dalam menentukan harga sendiri. Sehingga koperasi jika ingin berkembang dalam bentuk pasar ini harus dapat mengimbangi perusahaan non koperasi antara lain dengan mengadakan efisiensi biaya agar harga pokok lebih rendah dan harga jual juga akan lebih rendah dari harga pasar tersebut. Salah satu cara untuk mengadakan efisiensi tersebut, maka pengelola koperasi tersebut harus profesional dan jika memungkinkan mengadakan inovasi.

Secara sederhana kondisi koperasi pada bentuk pasar persaingan sempurna dapat digambarkan sebagai berikut.



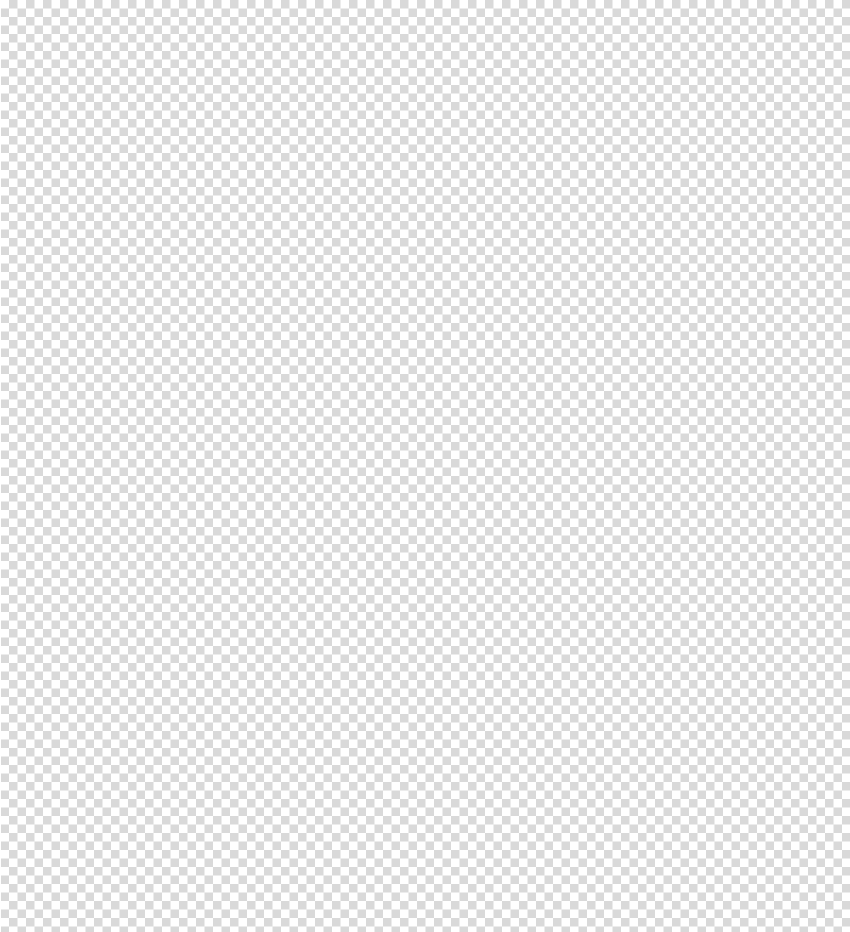
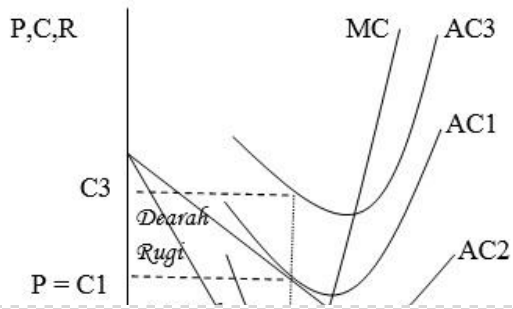
eh
si
ak
in

ga
in
ut
P



Dari gambar di atas, karena harga P_1 relatif berubah dan dapat ditentukan oleh perusahaan koperasi (*active price*), maka koperasi dalam menetapkan harga dapat memilih alternatif harga yang paling menguntungkan bagi perusahaan koperasi dan dapat memberikan promosi (kesejahteraan atau potongan harga) kepada anggota. Sehingga koperasi jika ingin berkembang dalam bentuk pasar ini harus dapat mengimbangi perusahaan non koperasi antara lain dengan mengadakan efisiensi dengan penghematan biaya agar harga jual lebih rendah dari harga pasar tersebut. Salah satu cara untuk mengadakan efisiensi tersebut, maka para pengelola koperasi harus profesional dan jika memungkinkan mengadakan inovasi.

Secara sederhana kondisi koperasi pada bentuk pasar persaingan tidak sempurna dapat digambarkan sebagai berikut.



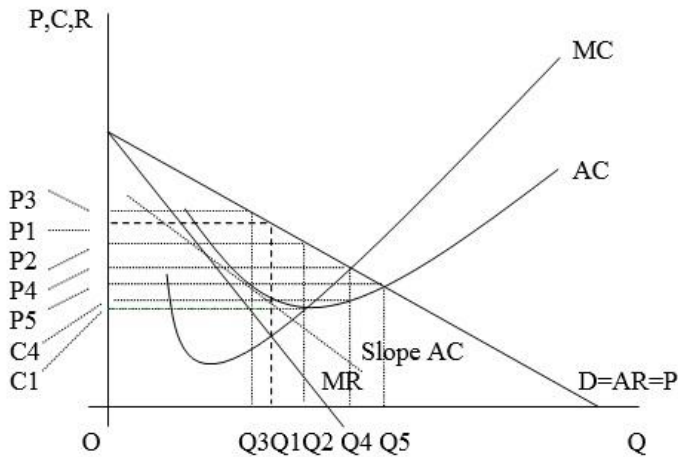
harga dimana penjualan terhadap *quantity* produk pada saat *marginal cost* sama dengan *marginal revenue* ($MC = MR$).

Pembentukan harga jual produk dengan tujuan *competitive equilibrium* adalah suatu tingkat harga di mana penjualan terhadap *quantity* pada saat $MC = AR$ atau *Average Revenue*.

Pembentukan harga jual produk dengan tujuan *dividend (patronage refund) maximization* adalah suatu tingkat harga di mana penjualan terhadap produk atau *quantity* pada saat *slope average cost* = *slope average revenue*.

I. Beberapa Alternatif Harga Pada Koperasi

Untuk menjelaskan beberapa alternatif harga pada perusahaan koperasi pada bentuk pasar persaingan tidak sempurna dapat di lihat pada gambar berikut.



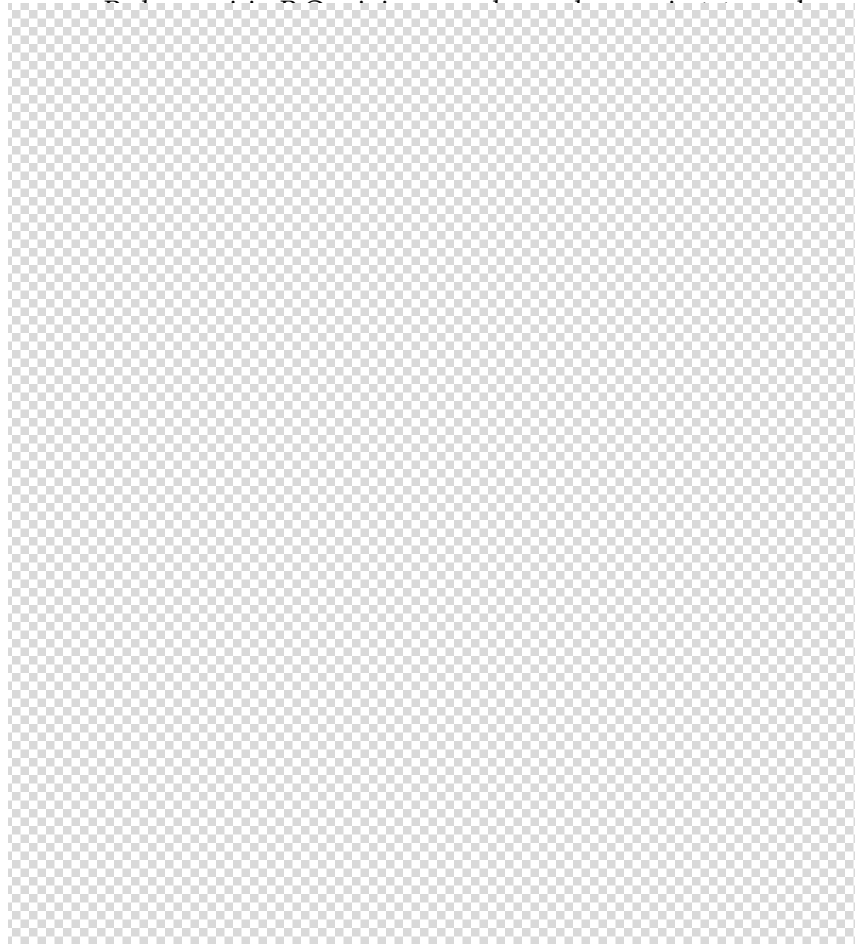
Dari gambar di atas, perusahaan koperasi dapat menetapkan harga jual produknya dengan memilih berbagai alternatif harga yakni P_1 , P_2 , P_3 , P_4 , atau P_5 .

Pada tingkat harga P_1 perusahaan koperasi akan memperoleh SHU maksimal tanpa memperhatikan harga untuk promosi anggota.

- $P_1 \Rightarrow$ $MC = MR$, dan $AR > AC$, maka koperasi memperoleh SHU maksimal dan penjualan produk sebesar Q_1 atau pada P_1Q_1 .
- $P_2 \Rightarrow$ $MC = AC$, dan $AR > AC$, maka koperasi memperoleh SHU. Pada harga P_2 , AC adalah minimum, dan penjualan produk sebesar Q_2 atau pada P_2Q_2 . Jika harga sebesar AC minimum ($P = AC$ minimum), maka anggota dapat membeli produk sebesar OQ_6 , tetapi koperasi hanya menyediakan produk sebesar OQ_2 .
- $P_3 \Rightarrow$ Slope $AC =$ slope AR , dan $AR > AC$, maka koperasi memperoleh SHU, dengan memaksimalkan devidend sebagai perlindungan pendanaan kembali (*devidend patronage refund maximization*), sehingga penjualan hanya sebesar Q_3 atau pada P_3Q_3 .
- $P_4 \Rightarrow$ $MC = AR$, dan $AR > AC$, maka koperasi memperoleh SHU dimana harga pada P_4 merupakan harga pada keseimbangan komopetitif dan penjualan produk sebesar Q_4 atau pada P_4Q_4 .
- $P_5 \Rightarrow$ $AC = AR = P$, maka koperasi tidak memperoleh SHU dan tidak menderita kerugian (break even). Pada harga P_5 koperasi mampu menjual produknya sebanyak Q_5 atau pada P_5Q_5 . OQ_5 merupakan output maksimumdari perusahaan koperasi.
 Harga pada P_5 tersebut (dimana $AC = AR$) merupakan harga yang seharusnya dilaksanakan sebagai suatu *service at cost*, karena koperasi merupakan *corporate identity* (anggota sebagai pemilik sekaligus sebagai pelanggan = *members is owners is as customers*). Sebaliknya pihak pengelola mungkin keberatan karena hanya menerima SHU normal saja.

Dari berbagai alternatif harga, maka yang memungkinkan koperasi relatif berkembang adalah dengan jalan memilih kebijaksanaan harga

jual pada tingkat P_1 , dan P_4 , karena koperasi akan memperoleh SHU. Dari kedua alternatif harga P_1 atau P_4 tersebut, harga yang paling ideal bagi perusahaan koperasi adalah harga pada tingkat P_4 dan jumlah barang yang dijual adalah Q_4 .



dan memberikan manfaat dalam kondisi bersaing dengan perusahaan-perusahaan lainnya.

Perkembangan ini dapat dilihat dalam Tabel mengenai berbagai derajat kemampuan koperasi memberikan keuntungan –keuntungan kepada anggotanya di dalam berbagai situasi struktur pasar sebagai berikut :

Tabel
Perkembangan Berbagai Derajat Kemampuan
Koperasi Dalam Situasi Berbagai
Struktur Pasar

LINGKUNGAN PASAR	PERSAINGAN SEMPURNA	PERSAINGAN TIDAK SEMPURNA	OLIGOPOLY	MONOPOLY
1. JANGKA PENDEK				
KEMAMPUAN = DARI PESAING	Koperasi tidak dapat untung	Koperasi Terdapat Keuntungan	Koperasi Terdapat keuntungan	Koperasi Terdapat keuntungan
KEMAMPUAN < DARI PESAING	Koperasi tidak Mampu bersaing	Koperasi Terdapat Keuntungan	Koperasi ada untung jika tak ada perang harga	Koperasi ada untung jika tidak ada jegal-jegalan
KEMAMPUAN > DARI PESAING	Koperasi Mendapat keuntungan via Inovasi	Koperasi Terdapat Keuntungan	Koperasi Terdapat keuntungan	Koperasi Terdapat keuntungan
2. JANGKA PANJANG	Ada Keuntungan hanya apa bila kemampuan Inovasi lebih tinggi dari pesaing.	Ada Keuntungan dalam hal terdapat preferensi khusus dan inovasi	Ada Keuntungan Sekalipun Memiliki Kemampuan yang sama atau lebih rendah dari para pesaing	Ada Keuntungan Sekalipun Memiliki Kemampuan yang sama atau lebih rendah dari para pesaing

DAFTAR PUSTAKA

- Bilas, Richard A., 1967. *Microeconomic Theory : A Graphical Analysis*, Newyork, Mc Graw Hill.
- Boediono, 1980., seri Sinopsis, *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*, BPFE, UGM, Yogyakarta.
- Henderson, James M. And Richard E. Quant, 1958, *Microeconomic Theory : A Mathematical Approach*, Newyork, Mc Graw Hill.
- Muhammad Adnan Hadjam, 1985, *Pengantar Ekonomi Mikro dan Soal-Soal Latihan*, BPFE UGM, Yogyakarta.
- Sigit Sardjono, 2009, *Pengantar Teori Ekonomi Mikro, Teori dan Soal*, Tiga N., Surabaya.
- Sudarso, 1992, *Pengantar Ekonomi Mikro*, PT Rineka Cipta, Jakarta.
- Sudarsono, 1983, *Pengantar Ekonomi Mikro*, Lembaga Penelitian, Pendidikan, dan Penerangan Ekonomi dan Sosial (LP3ES), Yogyakarta.
- Suryani, 1983, *Teori Ekonomi Mikro*, Bagian Penerbitan Fakultas Ekonomi Unlam, Banjarmasin.
- Walter Nicholson, 1991, *Teori Ekonomi Mikro I*, Edisi Revisi, Rajawali Pers, Jakarta.

BIODATA



Nama : Dr. Fanlia Prima Jaya, SE.. MM.
Tempat Ttl,. : Kertak Hanyar, 13 Oktober 1986.
Nama Isteri : Yuliana, SE.
Nama Anak : 1. Muhammad Hanz Aqrimna Bittaqwa
2. Muhammad Ken Akram.
SINTA ID : 6031260
SCOPUS ID : 57210472678

Pengalaman Pendidikan :

1. SDN Sei Miai 6 Banjarmasin Lulus Tahun 1995,
2. SMP Negeri 24 Banjarmasin Lulus Tahun 2001,
3. SMA Negeri 6 Banjarmasin Lulus Tahun 2004,
4. S1 Fakultas Ekonomi Uniska Banjarmasin Lulus Tahun 2008,
5. S2 pada STIE Pancasetia Banjarmasin Lulus tahun 2013.
6. S3 Program Doktor Ilmu Ekonomi UNTAG 1945 Surabaya, Lulus tahun 2017.

Pengalaman Pekerjaan :

1. Kepala Unit Penjaminan Mutu STIMI Banjarmasin sejak 2019
2. Kepala Pusat P2M STIMI Banjarmasin (2018-2019)
3. Komisaris PT. Hanken Sukses Jaya (2019)
4. Direktur Galeri Investasi STIMI Banjarmasin (2018)
5. Verificator SINTA Sejak Tahun 2018
6. Tenaga Pengajar pada STIMI Banjarmasin sejak tahun 2014 (DTY)
7. Tenaga Pengajar pada FE Uniska MAA B sejak tahun 2009 (DLB)

BIODATA



Nama : Fanlia Adiprimadana Sanjaya, SE. MM.
Tempat Ttl., : Kertak Hanyar, 4 September 1994.
Nama Istri : Rizki Amalia S.Kom, S.Pd.
Nama Anak : 1. -
 2. -
SINTA ID : -
SCOPUS ID : -

Pengalaman Pendidikan :

1. S1 Fakultas Ekonomi Uniska Banjarmasin Lulus Tahun 2012,
2. S2 Magister Manajemen Uniska Banjarmasin Lulus Tahun 2016

Pengalaman Pekerjaan :

1. Badan Amil Zakat Nasional Kota Banjarmasin 2016
2. Tenaga Pengajar pada FE Uniska MAA B sejak tahun 2019