



Universitas Dirgantara  
Marsekal Suryadarma  
**unsurya**



# MODUL EKONOMI MIKRO

---

Vera Sylvia Saragi Sitio,MP,MBA  
Fakultas Ekonomi

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kasih dan berkat-Nya sehingga buku pedoman perkuliahan Ekonomi Mikro ini dapat terselesaikan.

Modul ini diharapkan mampu menjelaskan tentang konsep teori ekonomi mikro, model dan fakta, membangun dan menguji teori ekonomi, tugas sistem ekonomi serta sistem harga serta memahami ekonomi mikro dalam rangka pelaksanaan kegiatan pembelajaran. Selain itu, diharapkan mahasiswa mampu mengidentifikasi fakta-fakta dalam membangun dan menguji teori ekonomi, serta tugas sistem ekonomi dan sistem pembentukan harga dalam ekonomi mikro.

Dengan penuh kesadaran, bahwa buku pedoman modul perkuliahan Ekonomi Mikro ini masih perlu disempurnakan lagi, sehingga saran dan kritik untuk penyajian serta isinya sangat diperlukan.

Akhir kata, saya ucapkan terimakasih kepada seluruh Staff Fakultas Ekonomi yang turut berpartisipasi dalam penulisan buku pedoman ini. Ucapan terimakasih juga kami sampaikan kepada seluruh pihak yang berpartisipasi sehingga penulisan modul ini dapat berjalan dengan lancar.

Jakarta, Februari 2020

Salam,

Vera Sylvia Saragi Sitio, MP, MBA

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	1
DAFTAR ISI .....	2
I. ILMU EKONOMI.....	3
II. KONSEP TEORI EKONOMI MIKRO.....	5
III. PERMINTAAN, PENAWARAN dan EKUILIBRIUM.....	8
IV. ELASTISITAS.....	15
V. TEORI PERILAKU KONSUMEN – PENDEKATAN KARDINAL.....	19
VI. TEORI PERILAKU KONSUMEN – PENDEKATAN ORDINAL .....	22
VII. TEORI PRODUKSI .....	29
VIII. TEORI BIAYA PRODUKSI .....	35
IX. PASAR PERSAINGAN SEMPURNA .....	40
X. PASAR MONOPOLI .....	46
XI. PASAR MONOPOLISTIK .....	51
XII. PASAR OLIGOPOLI .....	55
XIII. PASAR FAKTOR PRODUKSI .....	60
XIV. MAKSIMALISASI LABA.....	64
XV. TEORI EKONOMI KESEJAHTERAAN .....	72
XVI. KESEIMBANGAN ANTAR PASAR .....	81
DAFTAR PUSTAKA.....	91

## I. ILMU EKONOMI

### Kegiatan belajar 1 : Ilmu Ekonomi

#### a. Tujuan Pembelajaran 1 :

Setelah mempelajari bab ini mahasiswa di harapkan mampu :

1. Memahami pengertian ilmu ekonomi
2. Mengetahui persamaan dan perbedaan ekonomi mikro dan makro
3. Mengetahui sumberdaya dan keterbatasannya
4. Mampu melakukan pilihan

#### b. Uraian Pembelajaran 1

**Pengertian Ilmu Ekonomi**, adalah ilmu yang mempelajari upaya-upaya manusia untuk memenuhi kebutuhannya yang tidak terbatas dengan sumber daya yang terbatas.

#### **Ekonomi mikro dan Ekonomi makro,**

*Persamaan* : kedua-duanya mempelajari bagaimana manusia berusaha untuk memenuhi kebutuhannya yang sangat banyak dan bervariasi dengan sumber daya yang terbatas .

*Perbedaan* : **Mikro**, memfokuskan pembahasannya pada perilaku individual dari perilaku ekonomi. **Makro**, memfokuskan pembahasannya pada gejala-gejala perekonomian secara keseluruhan, secara totalitas atau gejala umumnya.

#### **Sumberdaya dan keterbatasannya,**

*Sumber daya yang produktif* adalah sumber daya yang dapat di manfaatkan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi dan atau untuk memproduksi barang dan jasa. Empat sumber daya produktif yaitu : (1) tenaga kerja; (2) tanah dan sumber daya alam lainnya; (3) barang modal , serta (4) pengusaha

**Melakukan Pilihan,** dalam memaksimalkan kemakmuran dan kepuasan perlu dilakukan pengambilan keputusan untuk menetapkan satu pilihan dari berbagai kemungkinan pilihan yang ada.

#### **SOAL LATIHAN**

1. Jelaskan apa yang di maksud dengan ilmu ekonomi
2. Terangkan sifat-sifat penting dari suatu teori ekonomi. Apakah yang di maksudkan dengan *ceteris paribus*? Mengapa ia perlu digunakan?
3. Dari segi pendekatan dalam analisisnya, terangkan perbedaan anatara teori mikroekonomi dan teori makroekonomi secara ringkas. Terangkan pola dan ruang lingkup analisis kedua teori tersebut!
4. Sebutkan dan jelaskan jenis-jenis sumber daya ekonomi!
5. Jelaskan bahwa keberadaan sumber daya terbatas dan bagaimana cara yang harus di lakukan oleh pelaku ekonomi, agar sumber daya yang terbatas tersebut memberikan manfaat secara maksimal
6. Jelaskan mengapa pelaku ekonomi harus mengembangkan dan melakukan pilihan sebelum mengambil suatu keputusan!

## II. KONSEP TEORI EKONOMI MIKRO

### Kegiatan belajar 2 : Konsep Teori Ekonomi Mikro

#### a. Tujuan Kegiatan Pembelajaran 2

Setelah mempelajari bagian ini, saudara diharapkan dapat:

- Memahami konsep teori ekonomi Mikro
- Mengidentifikasi relevansi dan manfaat ekonomi mikro bagi pengguna sebagai alternatif menyelesaikan masalah-masalah ekonomi
- Memahami model dan fakta, membangun dan menguji teori ekonomi, tugas sistem ekonomi serta sistem harga.

#### b. Uraian Materi Belajar 2

Kegiatan ekonomi timbul karena adanya kebutuhan manusia. Pada umumnya kebutuhan manusia mempunyai sifat yang *tidak terbatas*. Artinya, begitu satu macam kebutuhan terpuaskan akan timbul *macam* kebutuhan lain. Jadi, kebutuhan manusia yang tidak terbatas tersebut merupakan penggerak aktivitas ekonomi. Dalam ilmu ekonomi “*kepuasan yang tidak terbatas*” ini dipandang sebagai “*anggapan kerja = working hypothesis*”). Mikroekonomi berkepentingan untuk mempelajari kegiatan ekonomi dari sudut individu sebagai unit ekonomi yaitu konsumen, pemilik faktor produksi dan perusahaan. Semua unit individu itu adalah pengambil keputusan yang bertujuan untuk memenuhi tujuannya dengan menggunakan sumberdaya.

#### Membentuk Model dan peranan Model.

Model dibentuk melalui penyederhanaan untuk menggambarkan dunia nyata yang rumit. Dengan menggunakan model ekonomi, ekonom menyatakan teori-teori sedemikian rupa sehingga mudah diterima akal dan dimengerti. Tujuan utama pembuatan model adalah untuk menganalisis dan memprediksi. Menganalisis berarti menjelaskan perilaku dari unit ekonomi. Misalnya menjelaskan perilaku produsen, konsumen, pasar dan sebagainya. Prediksi merupakan kemungkinan peramalan dari efek perubahan yang banyak mempengaruhi ekonomi. Contoh Model permintaan:  $Y = f(x_1, x_2, x_3)$

dimana  $Y$  adalah jumlah permintaan,  $x_1$  = harga,  $x_2$  = pendapatan dan  $x_3$  adalah harga barang lain.

### **Membangun dan Menguji Teori Ekonomi**

Pada prinsipnya setiap teori berpangkal tolak dari perumusan proposisi atau kondisi yang dianggap sebagai sesuatu hal yang sudah ditentukan atau sebagaimana adanya tanpa memerlukan penyelidikan lebih lanjut. Hal ini disebut dengan postulai atau premis dalam membangun suatu teori. Misalnya dalam mempelajari teori mengenai perilaku dari konsumen. Dalam hal ini digunakan postulasi bahwa konsumen berperilaku rasional yaitu konsumen berkeinginan memperoleh kepuasan sebesar mungkin dalam membelanjakan pendapatannya. Tahap pertama dalam konstruksi suatu teori adalah spesifikasi dan definisi postulasi tersebut. Tahap berikutnya adalah mengisolasi peubah-peubah yang kita analisis itu dari peubah lain yang tidak ikut serta dianalisis. Oleh karena itu suatu model harus dibangun sedemikian rupa sehingga variabel-variabel yang tidak relevan dan tidak penting dapat diabaikan dan sebaliknya mampu menyertakan variabel-variabel yang relevan.

### **Ekonomi positif dan Normatif**

- Ekonomi positif berusaha menetapkan bagaimana sumberdaya *pada kenyataannya* dialokasikan dalam sebuah perekonomian.
- Ekonomi normatif menetapkan bagaimana sumberdaya *seharusnya* dialokasikan dalam perekonomian.
- Ekonomi positif berkenaan dengan upaya memahami mengenai “*what is*”, sedangkan ekonomi normatif berusaha memahami mengenai “*what ought to be*”. Sebagai contoh, perusahaan-perusahaan harus memaksimalkan keuntungan.

### **Masalah Pokok dalam Setiap Perekonomian dan Peranan Mekanisme Harga**

Problema ekonomi dasar adalah bagaimana mengalokasikan sumber-sumber ekonomi yang terbatas jumlahnya untuk menghasilkan barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan masyarakat. Ada 3 problema ekonomi pokok yaitu:

- a. WHAT : Apa yang harus diproduksi dan dalam jumlah berapa
- b. HOW: bagaimana sumber-sumber ekonomi yang tersedia harus dipergunakan untuk memproduksi barang-barang tersebut
- c. FOR WHOM: untuk siapa barang-barang tersebut diproduksi

Pada masyarakat modern pemecahan permasalahan ekonomi terutama dengan mengandalkan pada mekanisme harga dipasar. Mekanisme harga merupakan proses yang berjalan atas dasar gaya tarik menarik antara konsumen-konsumen dan produsen yang bertemu dipasar. Hasil netto dari kekuatan tarik menarik tersebut adalah terjadinya harga untuk setiap barang (di pasar barang) dan harga setiap faktor produksi(dipasar faktor produksi). Pada suatu waktu harga suatu barang mungkin naik karena gaya tarik konsumen lebih kuat (permintaan atas barang semakin besar). Dan berlaku sebaliknya. Hal ini disebut gerak.gerak harga setiap barang dan setiap faktor produksi bisa memecahkan ketiga masalah ekonomi pokok dari suatu masyarakat.

### **SOAL LATIHAN**

1. Jelaskan sifat-sifat penting dari suatu teori ekonomi. Buatlah suatu teori mengenai kegiatan ekonomi yang sering anda lihat. Nyatakan sifat-sifat penting dari teori anda tersebut.
2. Buatlah Model dari kegiatan ekonomi yang anda buat tersebut
3. Buatlah grafik dari model yang anda buat dan intepretasikan.
4. Apakah yang dimaksud dengan pernyataan positif dan normative. Beri contoh masing pernyataan
5. Jelaskan bagaimana mekanisme harga bisa memecahkan tiga masalah ekonomi pokok suatu masyarakat.
6. Jelaskan apakah masing-masing kegiatan pemerintah berikut di gerakkan oleh niat untuk memperbaiki tingkat pemerataan atau efisiensi. Jika yang mau di capai adalah peningkatan efisiensi, kegagalan pasar apa saja yang telah terjadi?
  - a. Regulasi harga-harga TV kabel
  - b. Pembagian kupon makanan pada pengemis
  - c. Penetapan larangan merokok di tempat umum.
  - d. Pembangunan MRT

### III. PERMINTAAN, PENAWARAN dan EKUILIBRIUM

#### Kegiatan belajar 3 : Permintaan, Penawaran dan Ekuilibrium

##### a. Tujuan Kegiatan Pembelajaran 3

**Tujuan Umum** : Mahasiswa mampu memahami teori permintaan dan penawaran dalam aplikasi ilmu ekonomi

**Tujuan Khusus** :  
1. Memahami pengertian permintaan dan penawaran  
2. Memahami faktor-faktor yang mempengaruhi perubahan permintaan dan penawaran  
3. Mampu menjelaskan pengaruh-pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan dan penawaran dalam kurva

##### b. Uraian Pembelajaran 3

**Permintaan** adalah jumlah alternatif dari komoditi yang diminta per periode waktu, pada berbagai harga alternatif.

**Penawaran** adalah jumlah alternatif barang yang ditawarkan oleh produsen per periode waktu tertentu, pada berbagai tingkat alternatif harga.

##### **Faktor-Faktor yang mempengaruhi permintaan :**

- a. *Harga Barang/Jasa* , apabila harga suatu barang atau jasa naik maka permintaan terhadap barang/ jasa tersebut akan turun dan sebaliknya.
- b. *Pendapatan*, Bila pendapatan pembeli atau konsumen meningkat maka permintaan terhadap barang/jasa cenderung akan bertambah dan sebaliknya.
- c. *Intensitas Kebutuhan*, Bila kebutuhan akan barang atau jasa bersifat mendesak maka permintaan akan barang atau jasa tersebut akan meningkat dan sebaliknya
- d. *Selera*, bila selera konsumen pada suatu barang/jasa sedang naik, permintaan terhadap barang/jasa tersebut akan meningkat.
- e. *Jumlah Penduduk*, semakin banyak jumlah penduduk, maka permintaan akan bertambah.
- f. *Perkiraan Terhadap Harga pada Masa yang akan datang*, bila diperkirakan harga akan naik pada masa yang akan datang maka konsumen akan cepat-cepat

menambah permintaannya sebelum harga betul-betul menjadi naik dan sebaliknya.

- g. *Harga Barang lain*, terdiri dari 2 yaitu barang substitusi dan barang komplementer : (1) barang substitusi, bila harga barang substitusi turun, maka permintaan terhadap barang yang digantikan akan turun, karena orang akan beralih membeli barang substitusi. (2) barang komplementer, bensin adalah barang komplementer bagi sepeda motor. Bila harga bensin naik maka permintaan terhadap sepeda motor akan turun. Begitu juga sebaliknya, jika harga bensin turun maka permintaan terhadap sepeda motor akan naik.
- h. *Promosi*, bila promosi terhadap suatu barang atau jasa dilakukan secara gencar dan menarik maka permintaan terhadap barang/ jasa akan meningkat dan sebaliknya.

#### **Faktor-Faktor yang mempengaruhi penawaran :**

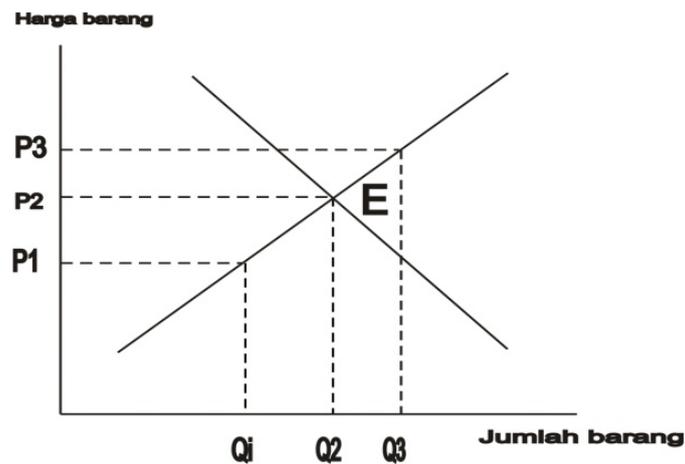
- a. *Harga Barang itu Sendiri*, apabila harga barang yang ditawarkan mengalami kenaikan, maka jumlah barang yang ditawarkan juga akan meningkat dan sebaliknya.
- b. *Jumlah Penjual/ produsen*, jika jumlah produsen suatu barang tertentu tinggi, maka jumlah penawaran terhadap barang tersebut akan tinggi.
- c. *Bencana Alam*, jika terjadi bencana alam pada suatu daerah penghasil suatu produk. Maka dipastikan bahwa jumlah produksi barang tersebut akan menurun dan mempengaruhi tingkat penawarannya.
- d. *Harga barang lain*, Apabila harga suatu barang meningkat maka penawaran terhadap barang pengganti akan mengalami peningkatan. Karena penjual akan menawarkan barang pengganti sebagai alternatif barang utama yang mengalami kenaikan.
- e. *Biaya Produksi*, Apabila biaya-biaya produksi meningkat, maka harga barang-barang yang diproduksi akan tinggi. Akibatnya produsen akan menawarkan barang produksinya dalam jumlah yang sedikit.
- f. *Kemajuan Teknologi*, Kemajuan teknologi sangat berpengaruh terhadap besar kecilnya barang yang ditawarkan. Kemajuan teknologi menimbulkan 2

efek yaitu produksi dapat ditambahkan sehingga penawaran meningkat dan biaya produksi semakin murah sehingga keuntungan bertambah.

- g. *Pajak*, Jika pajak suatu barang tinggi maka permintaan akan berkurang sehingga penawaran akan berkurang.
- h. *Perkiraan harga di masa depan*, Jika perusahaan memperkirakan harga barang dan jasa naik, sedangkan penghasilan masyarakat tetap. Maka perusahaan akan meburunkan jumlah barang dan jasa yang ditawarkan.

### Keseimbangan

Keseimbangan harga di pasar tercapai apabila  $Q_d = Q_s$  atau  $P_d = P_s$ , Jadi keseimbangan harga merupakan kesepakatan-kesepakatan antara produsen dan konsumen dipasar. Ekuilibrium kurva supply dan demand yang terjadi di pasar dapat digambarkan sebagai berikut :



Equilibrium terjadi bila jumlah komoditi yang diminta dalam pasar per unit waktu sama dengan jumlah komoditi yang ditawarkan selama periode yang sama. Secara geometris equilibrium terjadi pada perpotongan antara kurva permintaan pasar dan kurva penawaran pasar (seperti pada kurva di atas).

Dalam kurva supply dan demand terdapat 2 macam perubahan posisi titik yaitu *movement along* (*bergerak sepanjang kurva*) yang dipengaruhi oleh faktor harga barang itu sendiri dan *shifting along* (*pergeseran*) yang dipengaruhi oleh faktor selain harga.

### **Fungsi Permintaan dan Penawaran:**

**Fungsi Permintaan** adalah persamaan yang menunjukkan hubungan antara jumlah suatu barang yang diminta dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Bentuk umum fungsi permintaan dengan dua variabel adalah sebagai berikut:

$$Q_d = a - bP_d \quad \text{atau} \quad P_d = -1/b (-a + Q_d)$$

dimana :

a dan b = adalah konstanta, dimana b harus bernilai negatif

b =  $\Delta Q_d / \Delta P_d$

$P_d$  = adalah harga barang per unit yang diminta

$Q_d$  = adalah banyaknya unit barang yang diminta

Syarat,  $P \geq 0$ ,  $Q \geq 0$ , serta  $dP_d / dQ \leq 0$

**Fungsi penawaran** adalah persamaan yang menunjukkan hubungan harga barang di pasar dengan jumlah barang yang ditawarkan oleh produsen.

Bentuk umum dari fungsi penawaran linear adalah sebagai berikut:

$$Q_s = a + bP_s$$

dimana :

a dan b = adalah konstanta, dimana b harus bernilai positif

b =  $\Delta Q_s / \Delta P_s$

$P_s$  = adalah harga barang per unit yang ditawarkan

$Q_s$  = adalah banyaknya unit barang yang ditawarkan

$P_s \geq 0$ ,  $Q_s \geq 0$ , serta  $dP_s / dQ_s \geq 0$

Persamaan dalam menentukan fungsi permintaan dan penawaran:

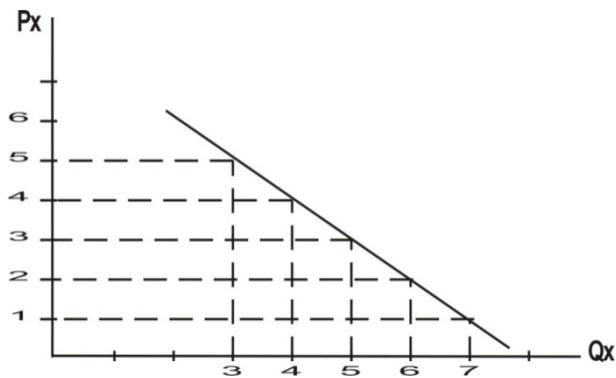
$$\frac{P - P_1}{P_2 - P_1} = \frac{Q - Q_1}{Q_2 - Q_1}$$

**Contoh soal 1 :**

Diketahui fungsi permintaan untuk komoditi X adalah  $Q_{d_x} = 8 - P_x$ . Dengan mensubstitusikan berbagai alternatif harga , bagaimana kurva permintaan yang terbentuk ?

**Jawab :**

<b><math>P_x</math></b>	5	4	3	2	1	0
<b><math>Q_{d_x}</math></b>	3	4	5	6	7	8



**Contoh soal 2:**

Terdapat 10.000 individu yang identik dengan pasar komoditi X, masing-masing dengan fungsi permintaan  $Q_{d_x}=12-2p$  dan terdapat juga 1000 produsen komoditi X yang identik, masing-masing dengan fungsi penawaran  $Q_{s_x}= 20 P_x$ . Carilah fungsi permintaan pasar dan penawaran pasar untuk komoditi X dan secara matematis carilah harga equilibrium dan jumlah equilibriumnya.

**Jawab:**

a.  $Q_{Dx} = 10.000 (12P-2P_x)$  ceteris paribus  
 $= 120.000-20.000P_x$  Ceteris Paribus

$Q_{Sx} = 1000 (20P_x)$  ceteris paribus  
 $= 20.000 P_x$  ceteris paribus

b.  $QD_x = QS_x$

$$120.000 - 20.000P_x = 20.000 P_x$$

$$120.000 = 40.000P_x$$

$$P_x = 3 \text{ (harga equilibrium)}$$

$$QD_x = 120.000 - 20.000(3) \text{ atau } QS_x = 20.000 (3)$$

$$QD_x = 60.000 \text{ (unit X) atau } QS_x = 60.000 \text{ (Unit X)}$$

### LATIHAN

1. Diketahui fungsi permintaan  $Qd_x = 12 - 2P_x$  ( $P_x$  diukur dalam dollar), carilah (a) skedul permintaan, (b) kurva permintaan yang terbentuk, (c) berapa jumlah maksimum komoditi X yang diminta per periode waktu oleh konsumen ?
2. Diketahui fungsi permintaan  $Qd_x = 12 - 2P_x$  dan fungsi penawaran  $Qs = 20 P_x$ . Maka carilah (a) fungsi permintaan dan fungsi penawaran untuk komoditi X jika di pasar terdapat 10.000 individu, (b) carilah harga dan jumlah komoditas pada kondisi ekuilibrium di pasar serta gambarkan pula kurvanya ?
3. Pada saat harga buku Rp 10000 per lusin permintaan akan buku tersebut sebanyak 10 lusin, dan ketika harga buku turun menjadi Rp 8000 per lusin permintaannya menjadi 16 lusin. Carilah fungsi permintaannya!
4. Pada saat harga Rp 40 per unit, jumlah penawarannya 10 unit. Dan ketika harga Rp 60 per unit, jumlah penawarannya 20 unit. Tentukan fungsi penawarannya!
5. Fungsi penawaran pasar tepung terigu adalah  $2P = 20 + Q$ , sedang fungsi permintaan pasar tepung terigu adalah  $P = 30 - 1,5Q$ . P adalah harga per kilogram tepung terigu dalam rupiah. Q adalah jumlah tepung terigu yang diminta dan ditawarkan per satuan waktu dalam kilogram. Berapa harga per kilogram dan jumlah yang terjual pada saat pasar dalam keadaan keseimbangan?

6. Tabel berikut menunjukkan dua schedule penawaran individu atas komoditi X:

Px (\$)	6	5	4	3	2	1
Q <sub>Sx</sub>	42	40	36	30	20	0
Q <sub>Sx</sub>	22	20	16	10	0	0

Pertanyaan:

- Gambarlah titik-titik dari kedua skedul penawaran pada rangkaian sumbu yang sama dan gambarkanlah kedua kurva penawaran tersebut?
- Apa yang akan terjadi bila harga X naik dari \$3 menjadi \$5 sebelum adanya pergeseran penawaran?
- Berapa jumlah komoditi X akan ditempatkan produsen dipasar pada harga\$3sebelum dan sesudah kurva penawaran bergeser ke atas?
- Apa yang terjadi bila saat penawaran produsen atas barang X menurun, harga X naik dari \$3 menjadi \$5?

## IV. ELASTISITAS

### Kegiatan belajar 4: Elastisitas

#### a. Tujuan Kegiatan Pembelajaran 4

**Tujuan Umum** : Mahasiswa mampu memahami tentang konsep elastisitas permintaan dan penawaran

**Tujuan Khusus** : 1. Dapat memahami konsep dasar elastisitas  
2. Menjelaskan hubungan harga dengan permintaan dan penawaran  
3. Memahami elastisitas permintaan dan penawaran

#### b. Uraian Pembelajaran 4

*Elastisitas atau elasticity* adalah presentase perubahan variabel yang tidak bebas sebagai akibat perubahan variabel yang bebas.

*Elastisitas Permintaan* adalah pengaruh perubahan harga terhadap besar kecilnya jumlah barang yang diminta atau tingkat kepekaan perubahan jumlah barang yang diminta terhadap perubahan harga barang. Besar kecilnya perubahan tersebut dinyatakan dalam koefisien elastisitas atau angka elastisitas yang disingkat E, yang dinyatakan dengan rumus berikut ini:

$$E_d = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P}{Q} \text{ atau } E_d = \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta P}$$

Keterangan:

$\Delta Q$  = perubahan jumlah permintaan

$\Delta P$  = perubahan harga barang

$P$  = harga mula-mula

$Q$  = jumlah permintaan mula-mula

$E_d$  = elastisitas permintaan

#### Elastisitas permintaan terbagi 3:

1. *Elastisitas Harga itu sendiri*, derajat kepekaan/ respon jumlah permintaan akibat perubahan harga barang tersebut atau dengan kata lain merupakan perbandingan daripada persentase perubahan jumlah barang yang diminta dengan persentase perubahan pada harga di pasar, sesuai dengan hukum permintaan, dimana jika harga naik, maka kuantitas barang turun dan sebaliknya.

2. *Elastisitas harga silang*, untuk mengukur besarnya kepekaan permintaan suatu barang jika harga barang lain yang berubah, yaitu harga barang yang ada kaitannya dengan barang tersebut yang berupa barang komplementer dan dapat berupa barang substitusi.

$$E_{xy} = \frac{\Delta Q_x}{\Delta P_y} \times \frac{P_y}{Q_x}$$

3. *Elastisitas pendapatan*, untuk mengukur perubahan jumlah barang yang diminta akibat dari adanya perubahan pendapatan.

$$E_I = \frac{\Delta Q}{\Delta I} \times \frac{I}{Q}$$

**Elastisitas penawaran**, pengaruh perubahan harga terhadap besar kecilnya jumlah barang yang ditawarkan atau tingkat kepekaan perubahan jumlah barang yang ditawarkan terhadap perubahan harga barang. Besar kecilnya koefisien elastisitas penawaran dapat dihitung dapat dengan rumus sebagai berikut :

$$E_s = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P}{Q} \text{ atau } E_d = \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta P}$$

Keterangan:

$\Delta Q$  = perubahan jumlah permintaan

$\Delta P$  = perubahan harga barang

$P$  = harga mula-mula

$Q$  = jumlah permintaan mula-mula

$E_s$  = elastisitas permintaan

**Contoh soal :**

Komoditi	Sebelum		Sesudah	
	Harga	Jumlah	Harga	Jumlah
Kopi (Y)	40	50	60	30
Teh (X)	20	40	20	50

Komoditi	Sebelum		Sesudah	
	Harga	Jumlah	Harga	Jumlah
Lemon (Z)	10	20	20	15
Teh (X)	20	40	20	35

Dari tabel di atas hitunglah elastisitas silang dari permintaan antara teh (X) dan kopi (Y) dan antara teh (X) dan lemon (Z)???

**Jawab :**

$$\varepsilon_{xy} = \frac{\Delta Q_x}{\Delta P_y} \cdot \frac{P_y}{P_x} = \left(\frac{10}{20}\right) \cdot \left(\frac{40}{40}\right) = 0,5$$

$$\varepsilon_{xy} = \frac{\Delta Q_x}{\Delta P_y} \cdot \frac{P_y}{P_x} = \left(\frac{-5}{10}\right) \cdot \left(\frac{10}{40}\right) = -0,125$$

Karena elastisitas X terhadap Y bernilai positif maka teh dan kopi merupakan barang substitusi, sedangkan elastisitas X terhadap Z bernilai negatif maka teh dan lemon merupakan barang komplementer.

• **Koefisien elastisitas permintaan dan penawaran dibedakan menjadi :**

Jenis Elastisitas	Keterangan	Nilai Koefisien	Contoh barang
Elastis	Presentase perubahan jumlah yang diminta/ ditawarkan lebih besar daripada persentase perubahan harga	$E_d > 1$	Kebutuhan lux atau mewah
Inelastis	Presentase perubaha jumlah yang diminta/ditawarkan lebih kecil daripada persentase perubahan harga	$E_d < 1$	Kebutuhan primer/ pokok
Elastis Uniter	Persentase perubahan jumlah yang diminta/ ditawarkan sama dengan persentase perubahan harga	$E_d = 1$	Kebutuhan sekunder
Elastis Sempurna	Tidak ada perubahan harga , jumlah yang diminta/ ditawarkan berubah	$E_d = \infty$	Kebutuhan duni (gandum, minyak)
Inelastis Sempurna	Tidak ada perubahan jumlah yang diminta/ ditawarkan , berapapun perubahan harga	$E_d = 0$	Kebutuhan tanah, air minum

## SOAL LATIHAN

1. Telah dilakukan survey terhadap permintaan suatu barang di pasar dan mendapatkan data sbb:

Titik	$P_x$	$Qd_x$
A	6,10	32.180
B	5,70	41.230

Dari tabel di atas carilah (a) elastisitas harga permintaan untuk komoditi X dari titik A ke B, (b) dari titik B ke A, (c) di antara titik A dan B ?

2. Pada saat harga Rp. 5.000,00 per unit, jumlah barang yang ditawarkan 20 unit. Kemudian harga turun menjadi Rp. 4.500,00 per unit dan jumlah barang yang ditawarkan menjadi 10 unit. berdasarkan data tersebut besarnya koefisien elastisitas penawarannya!
3. Pada saat pendapatan perbulannya sebesar Rp 1.000.000, Anton membeli sate sebanyak 4 kali sebulan. Tahun berikutnya ada kenaikan pendapatan perbulan menjadi Rp 1.500.000 dan Anton membeli sate sebanyak 10 kali sebulan. Berapakah elastisitas pendapatannya?
4. disional, harga jeruk lokal mengalami kenaikan dari Rp6.000,00 menjadi Rp7.000,00 per kilogram. Kenaikan harga mengakibatkan permintaan jeruk lokal turun dari 700 kg menjadi 650 kg. perhitungan koefisien elastisitasnya!
5. Harga mobil rata-rata naik dari Rp. 100 juta menjadi Rp. 120 juta, sedangkan permintaan sepeda motor mengalami peningkatan dari 120 unit menjadi 180 unit. Berapa nilai elastisitas silang antara mobil dengan sepeda motor dan bagaimana hubungan kedua barang !

## V. TEORI PERILAKU KONSUMEN – PENDEKATAN KARDINAL

### Kegiatan belajar 5: Teori Perilaku Konsumen Pendekatan Kardinal

#### a. Tujuan Kegiatan Pembelajaran 5

**Tujuan Umum** : Mahasiswa mampu memahami tentang konsep dasar teori permintaan konsumen

**Tujuan Khusus** :

1. Dapat memahami konsep dasar dalam permintaan konsumen yaitu utilitas, utilitas marginal, kurva indiferen, garis anggaran.
2. Menjelaskan hubungan antara jumlah dan manfaat dari barang yang dikonsumsi

#### b. Uraian Pembelajaran 5

**Perilaku konsumen** adalah sebuah proses yang dilakukan oleh seseorang atau suatu organisasi berupa kegiatan mencari, membeli, menggunakan, menikmati, mengevaluasi serta melepas produk yang telah mereka pakai atau nikmati (dikonsumsi) untuk melakukan kegiatan konsumsi memenuhi kebutuhannya.

Pendekatan Perilaku Konsumen

***Pendekatan Nilai Guna Kardinal***, suatu daya guna atau nilai guna yang bisa diukur dengan satuan uang atau utilitas, nilai guna tersebut memiliki tingkatan yang sesuai dengan subjek yang menilainya. Dalam pendekatan kardinal terdapat satu landasan hukum yaitu hukum Gossen.

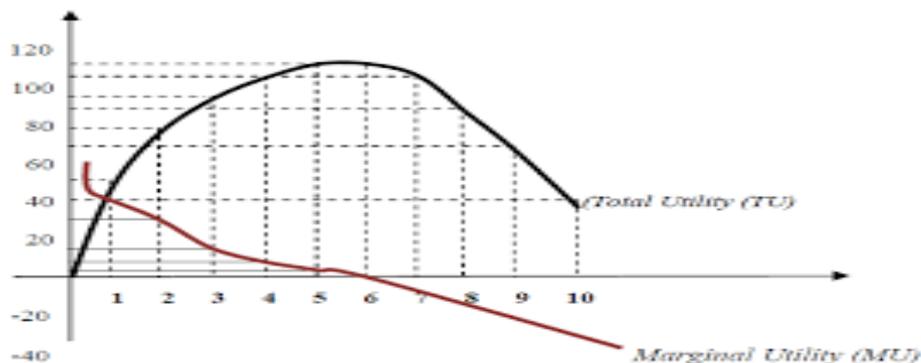
- Hukum Gossen I : menyatakan bahwasannya kepuasan konsumen akan menurun ketika kebutuhan mereka dipenuhi terus-menerus.
- Hukum Gossen II : menyatakan bahwasannya seorang konsumen akan terus menerus memenuhi kebutuhannya sampai mencapai intensitas yang sama. Maksud dari intensitas yang sama adalah rasio antara marginal utility dan harga

dari produk yang satu dengan rasio marginal utility dan harga produk yang lainnya.

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

Oleh karena itu pendekatan kardinal juga sering disebut dengan **pendekatan utilitas** (*utility approach*). Pendekatan ini beranggapan bahwa:

1. Tingkat utilitas total yang dicapai seorang konsumen merupakan fungsi dari kuantitas barang yang dikonsumsi. Artinya tingkat kepuasan total yang diperoleh konsumen dipengaruhi oleh jumlah berbagai barang yang dikonsumsi. Hal ini sesuai dengan hukum Gossen yang telah dijelaskan di depan bahwa tingkat kepuasan konsumen dipengaruhi oleh jumlah dan variasi barang yang dikonsumsi.
2. Konsumen akan berusaha untuk memaksimalkan kepuasannya sesuai dengan anggaran yang dimilikinya. Hal ini menunjukkan bahwa anggaran yang dimiliki konsumen merupakan faktor penentu bagi pencapaian tingkat kepuasannya. Artinya konsumen tidak akan mampu mencapai tingkat kepuasan yang setinggi-tingginya sesuai dengan yang diinginkan melainkan tergantung dari jumlah anggaran yang dimilikinya. Karena itu konsumen akan berusaha untuk mengalokasikan jumlah anggaran yang dimiliki tersebut untuk membeli berbagai jumlah barang yang mampu menghasilkan kepuasan yang maksimal.
3. Tingkat kepuasan konsumen dapat diukur secara kuantitatif.
4. Tambahan kepuasan dari setiap unit tambahan barang yang dikonsumsi akan menurun.



### Contoh soal Pendekatan Utilitas Kardinal

Perhatikan tabel berikut

$Q_y$	0	1	2	3	4	5	6	7
$TU_y$	0	4	14	20	24	26	26	24

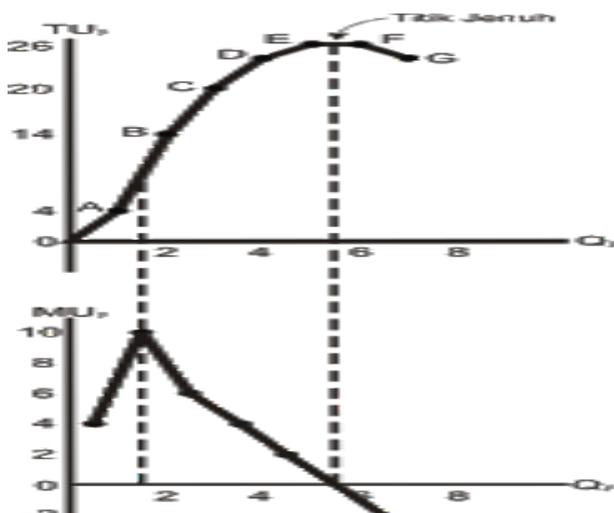
- Dari skedul  $TU_y$ , carilah skedul  $MU_y$  dan Gambarkan skedul  $TU_y$ , dan  $MU_y$  serta tunjukkan titik jenuhnya.
- Jelaskan bentuk kurva  $MU_y$  tersebut dalam arti kemiringan kurva  $TU_y$ .

Jawaban !

a.

$Q_y$	0	1	2	3	4	5	6	7
$TU_y$	0	4	14	20	24	26	26	24
$MU_y$	...	4	10	6	4	2	0	-2

- $MU_x$  dalam gambar di samping adalah sama dengan kemiringan rata-rata dari kurva  $TU_y$ . Misalnya, pergerakan dari 0 ke 1 unit Y yang dikonsumsi menyebabkan  $TU_x$  naik dari 0 menjadi 4 util. jadi, perubahan utilitas total akibat naiknya konsumsi Y sebesar 1 unit adalah 4 util. inilah  $MU_y$  dan sama dengan kemiringan bagian  $OA$  dari fungsi  $TU_x$  dalam gambar. Demikian pula, bila jumlah Y yang dikonsumsi per periode waktu naik dari 1 menjadi 2 unit, utilitas total naik dari 4 menjadi 14 util atau naik sebesar 10 util. jadi  $MU_y$  adalah 10 dan sama dengan kemiringan fungsi  $TU_y$  antara titik  $A$  dan titik  $B$ . kemudian antara titik  $E$  dan  $F$ ,  $TU$  berbentuk horizontal. Jadi kemiringannya, atau  $MU_y$  adalah 0. Ke sebelah kanan dari titik  $F$ ,  $TU_y$  mempunyai kemiringan negatif sehingga  $MU_y$  juga negatif.



## VI. TEORI PERILAKU KONSUMEN – PENDEKATAN ORDINAL

### Kegiatan belajar 6: Teori Perilaku Konsumen Pendekatan Ordinal

#### a. Tujuan Kegiatan Pembelajaran 6

**Tujuan Umum** : Mahasiswa mampu memahami tentang konsep dasar teori permintaan konsumen

**Tujuan Khusus** :

1. Dapat memahami konsep dasar dalam permintaan konsumen yaitu utilitas, utilitas marjinal, kurva indifferen, garis anggaran.
2. Memahami keseimbangan konsumen dengan kurva indifferen dan garis kendala anggaran.
3. Memahami kurva konsumsi-pendapatan dan kurva engel

#### b. Uraian Pembelajaran 6

**Perilaku konsumen** adalah sebuah proses yang dilakukan oleh seseorang atau suatu organisasi berupa kegiatan mencari, membeli, menggunakan, menikmati, mengevaluasi serta melepas produk yang telah mereka pakai atau nikmati (dikonsumsi) untuk melakukan kegiatan konsumsi memenuhi kebutuhannya.

**Pendekatan Nilai Guna Ordinal**, semakin banyak produk yang dikonsumsi maka semakin besar kepuasan yang didapat oleh konsumen. Dalam menganalisa tingkat kepuasan pendekatan ini menggunakan kurva indifferen yang menunjukkan kombinasi atau campuran antar konsumsi dua macam produk yang memberikan tingkat kepuasan yang sama dan garis anggaran yang menunjukkan kombinasi antara dua macam barang yang berbeda yang bisa dibeli oleh konsumen dengan pendapatan yang terbatas.

**Kurva indifferen** menunjukkan berbagai kombinasi dari komoditi X dan komoditi Y yang menghasilkan utilitas atau kepuasan yang sama kepada konsumen.

**Sifat kurva indifferen :**

- 1) Mempunyai kemiringan negatif
- 2) Cembung terhadap titik nol
- 3) Tidak saling berpotongan
- 4) Turun dari kiri atas ke kanan bawah untuk kombinasi anatar X dan Y

**Garis kendala anggaran**, memperlihatkan semua kombinasi yang berlainan dari dua komoditi yang dapat dibeli seorang konsumen, dengan batasan pendapatannya yang berbentuk uang dan harga-harga dari kedua komoditi. Syarat untuk mencapai kepuasan maksimum adalah persinggungan garis anggaran dengan kurva indifferen ( $BL = IC$ ).

Bila ada hanya ada 2 barang ayng dkonsumsi maka secara matematis persamaan garis anggaran dapat ditulis sebagai berikut:

$$P_x Q_x + P_y Q_y = I$$

Dimana :

$P_x$  = harga barang X

$P_y$  = harga barang Y

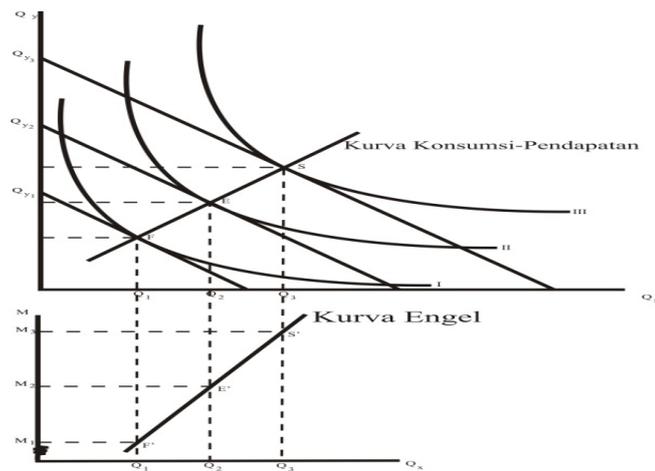
$Q_x$  = jumlah barang X

$Q_y$  = jumalah barang Y

$I$  = pendapatan konsumen

Dengan mengubah pendapatan konsumen yang berbentuk uang, sedangkan selera dan harga-harga X dan Y dipertahankan, maka akan diperoleh kurva konsumsi-pendapatan dan kurva engel.

*Kurva konsumsi pendapatan (ICC)* adalah tempat titik-titik ekuilibrium konsumen dihasilkan bila hanya pendapatan konsumen yang berubah-ubah. *Kurva engel* memperlihatkan jumlah komoditi yang ingin dibeli konsumen per periode waktu pada berbagai tingkat pendapatan totalnya.

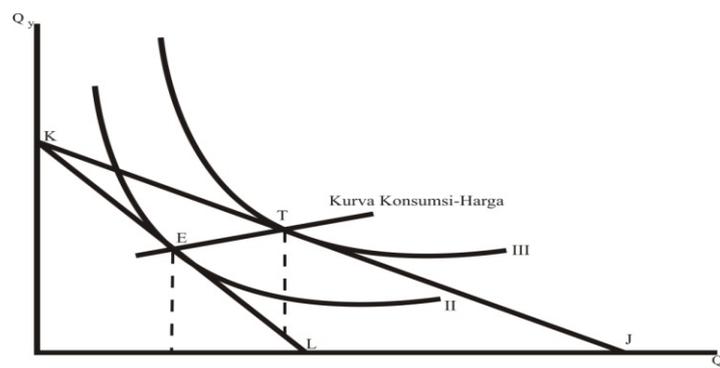


Gambar 2.1 Kurva Konsumsi-Pendapatan (ICC)

- Dengan mengubah harga X, sedangkan harga Y, selera konsumen dan pendapatan dipertahankan konstan, kita dapat memperoleh kurva konsumsi-harga dan kurva permintaan konsumen untuk komoditi X.

*Kurva konsumsi harga (PCC)* untuk komoditi X adalah tempat titik-titik ekuilibrium konsumen dihasilkan apabila hanya harga X yang berubah-ubah. Kurva permintaan konsumen untuk komoditi X menunjukkan jumlah X yang akan dibeli konsumen pada berbagai harga X, ceteris paribus

Gambar 2.2 Kurva Konsumsi-Harga (PCC)



**Perbedaan Pendekatan Kardinal dan Ordinal**

	<b>Kardinal</b>	<b>Ordinal</b>
Pendekatan	Kuantitatif	Kualitatif
Realistis	Lebih Realistis	Kurang Realistis

Pengukuran	Util	Rangking
Analisis	Marginal Utility	Kurva Indifferen
Dipromosikan oleh	Ekonomi Klasik	Neo-Klasik Ekonom Modern
Pengertian	Kepuasan konsumen dari konsumsi barang atau jasa yang dapat dinyatakan secara numerik	Kepuasan konsumen dari konsumsi barang atau jasa yang tidak dapat dinyatakan numerik

**Contoh soal :**

Jika diketahui bahwa seorang konsumen dari dua macam barang ( X dan Y ) memiliki fungsi utilitas sebagai berikut :

$$U = 10x - 0,5x^2 + 24y - 0,5y^2$$

Dalam melakukan pengkonsumsian barang tersebut, konsumen dibatasi oleh besarnya pendapatan yang ia miliki yaitu sebesar \$ 44. sedangkan harga barang X sebesar \$ 2 dan harga barang Y sebesar \$ 6 per unitnya. Berapakah jumlah barang X dan Y yang harus dibeli untuk mencapai kepuasan yang maksimum ?

**Jawab :**

$$U = 10x - 0,5x^2 + 24y - 0,5y^2$$

$$U_x = 10x - 0,5x^2$$

$$Mu_x = 10 - x$$

$$U_y = 24y - 0,5y^2$$

$$Mu_y = 24 - y$$

$$\frac{Mu_x}{P_x} = \frac{Mu_y}{P_y}$$

$$\frac{10 - x}{2} = \frac{24 - y}{6} \quad x = 4$$

$$(10 - x) / 2 = (24 - y) / 6$$

$$60 - 6x = 48 - 2y$$

$$3x - y = 6 \dots \dots \dots (1)$$

$$(Px) x + (Py) y = 44$$

$$2x + 6y = 44$$

$$x + 3y = 22 \dots \dots \dots (2)$$

$$\begin{array}{r} (2)(1) \\ x + 3y = 22 \\ 3x - y = 6 \\ \hline 10y = 60 \\ y = 6 \\ x + 3y = 22 \end{array}$$

## SOAL LATIHAN

1. Dari skedul  $TU_y$  dalam tabel dibawah :

- Carilah skedul  $MU_y$  ,dan
- Gambarkan skedul  $Tu_y$  dan  $Mu_y$  serta tunjukkan titik jenuhnya.

$Q_y$	0	1	2	3	4	5	6	7
$TU_y$	0	4	14	20	24	26	26	24

2. Kepuasan total (TU) yang diperoleh konsumen dari mengkonsumsi barang X ditunjukkan oleh persamaan  $TU = 10X - X^2$ . tentukan jumlah barang X yang dikonsumsi agar diperoleh kepuasan total maksimum.

3. Seorang konsumen mengkonsumsi dua macam barang, yaitu barang X dan barang Y. Harga barang X per unit ( $P_x$ ) adalah Rp. 2 dan harga barang Y per unit ( $P_y$ ) adalah Rp. 1. Anggaran yang tersedia untuk membeli kedua macam barang tersebut adalah Rp. 12. Tingkat kepuasan marjinal (MU) dalam mengkonsumsi sejumlah barang X dan barang Y dapat dilihat pada table berikut:

Jumlah barang X	1	2	3	4	5	6	7	8
$MU_x$	16	14	12	10	8	6	4	2
Jumlah barang Y	1	2	3	4	5	6	7	8
$MU_y$	11	10	9	8	7	6	5	4

Pertanyaan:

- Tentukan berapa banyak barang X dan jumlah barang Y yang harus dikonsumsi oleh konsumen tersebut agar dicapai kepuasan yang maksimum (kondisi keseimbangan konsumen).

- b. Jika harga barang X turun dari Rp. 2 menjadi Rp. 1, tentukan kondisi keseimbangan yang baru dan gambarkan kurva permintaan terhadap barang X.
4. Seorang konsumen mengkonsumsi dua macam barang, yaitu X dan Y. total kepuasan (TU) yang diperoleh dalam mengkonsumsi kedua macam barang tersebut ditunjukkan dalam persamaan;

$$TU = 10X + 24Y - 0,5X^2 - 0,5Y^2$$

TU adalah total kepuasan dalam mengkonsumsi barang X dan Y

X adalah jumlah barang X yang dikonsumsi

Y adalah jumlah barang Y yang dikonsumsi

Harga barang X diketahui Rp. 2 harga barang Y adalah Rp. 6 dan anggaran yang tersedia untuk membeli barang X dan barang Y adalah Rp. 44.

Pertanyaan:

- a. Tentukan berapa jumlah barang X dan jumlah barang Y yang harus dikonsumsi agar konsumen tersebut memperoleh kepuasan total (*total utility*) maksimum. Tentukan kepuasan total yang dapat diperoleh dari mengkonsumsi barang X dan barang Y.
- b. Jika harga barang X turun dari Rp. 2 menjadi Rp.1, tentukan jumlah barang X dan jumlah barang Y harus dikonsumsi agar diperoleh kepuasan total maksimum. Tentukan kepuasan total yang dapat diperoleh dari konsumsi barang X dan barang Y.
- c. Dengan berasumsi bahwa hubungan antara harga barang X dan jumlah barang X yang diminta adalah linear, tentukan persamaan kurva permintaan konsumen terhadap barang X. gambarkan kurva permintaan terhadap barang X.
5. Seorang yang tengah mempertimbangkan berapa besar pendapatannya untuk konsumsi dan untuk di tabung memiliki preferensi berikut : Utilitas sepanjang masa hidupnya bergantung pada tingkat konsumsi terendah dari dua masa hidupnya. Artinya :

**Utilitas = Minimum (konsumsi ketika muda, konsumsi ketika tua)**

- a. Gambarkan kurva-kurva indifferennya (petunjuk : ingat kembali bahwa kurva indifferen menunjukkan berbagai kemungkinan kombinasi konsumsi dalam dua masa hidup yang menghasilkan tingkat utilitas yang sama)
  - b. Gambarkan batasan anggarannya dan tunjukkan titik optimumnya.
  - c. Saat suku bunga naik, apakah ia akan menambahkan atau mengurangi tabungannya? Jelaskan jawaban Anda dengan menggunakan efek pendapatan dan efek substitusi.
6. Misalkan seorang konsumen ingin membeli mangga dan durian dan berturut-turut harganya adalah Rp 2000 dan Rp 400. Uang konsumen Tersebut berjumlah Rp 40000. Berdasarkan permisalan di atas jawablah pertanyaan berikut :
- a. Buatlah garis anggaran pengeluaran konsumen tersebut.
  - b. Apabila harga durian menurun menjadi Rp 2500, bagaimanakah perubahan yang terjadi ke atas garis anggaran pengeluaran?
  - c. Bagaimanakah perubahan yang terjadi ke atas garis anggaran pengeluaran apabila harga mangga dan durian menjadi separuh dari harga semula?
  - d. Misalkan uang konsumen tersebut bertambah menjadi Rp 60000 dan kemudian bertambah lagi menjadi Rp 80000. Apakah akibat dari perubahan ini ketas garis anggaran pengeluaran ?

## VII. TEORI PRODUKSI

### Kegiatan belajar 7: Teori Produksi

#### a. Tujuan Kegiatan Pembelajaran 7

**Tujuan Umum** : Mahasiswa mampu memahami tentang dasar-dasar teori ekonomi produksi

**Tujuan Khusus** :

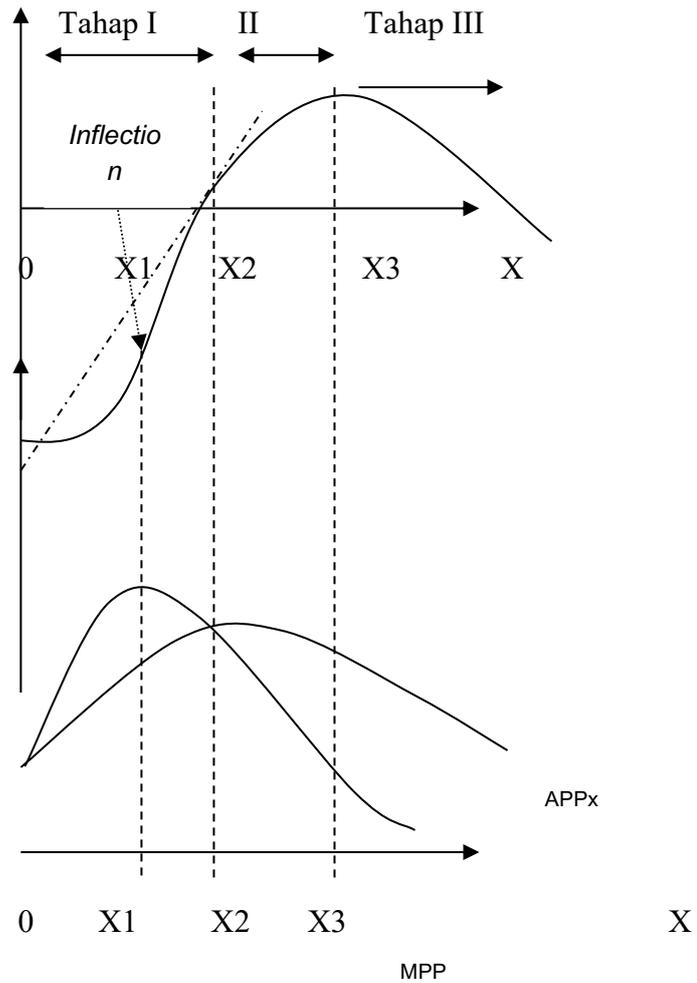
1. Memahami kurva fungsi produksi serta tahap-tahap produksi
2. Memahami mengenai fungsi produksi dengan satu input dan dua input
3. Memahami mengenai *The Law of Diminishing Return* (hukum tambahan produksi yang semakin menurun)
4. Memahami kurva isokuan dan isocost
5. Memahami konsep *return to scale*

#### b. Uraian Pembelajaran 7

Berdasarkan hubungannya dengan tingkat produksi, faktor produksi dibedakan menjadi faktor produksi tetap dan faktor produksi variabel.

#### Produksi dengan Satu Input Variabel

Ada tiga titik yang harus diidentifikasi dalam fungsi produksi yaitu *inflection point* (titik belok), titik singgung ‘garis sinar’ dengan TPP dan titik saat TPP maksimum. Dalam fungsi produksi tersebut dibagi dalam tiga tahap produksi.



Hubungan matematis penggunaan faktor produksi yang menghasilkan output maksimum disebut fungsi produksi

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

Dimana: Q = tingkat output

K = Barang Modal

L = Tenaga Kerja

### The Law of Diminishing Returns

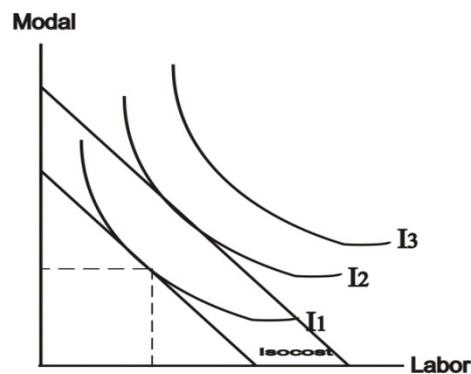
Hukum hasil lebih yang makin berkurang ini menunjukkan bila lebih banyak unit input yang digunakan per unit waktu dimana jumlah input lain tetap, produk marjinal dari input variabel itu menurun setelah melewati satu titik.

## Produksi dengan Dua Input Variabel (Isoquant)

Isoquant menunjukkan kombinasi yang berbeda dari dua input yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk memproduksi jumlah output tertentu.

## Kurva Biaya Sama (ISOCOST)

Isocost menunjukkan semua kombinasi berbeda dari tenaga kerja dan barang-barang modal yang dibeli perusahaan, dengan pengeluaran total dan harga-harga produksi yang tertentu.



## Return to scale

Return to scale merupakan tingkat pengembalian atas output yang terjadi ketika seluruh input ditingkatkan dalam proporsi sama. Konsep ini terbagi menjadi tiga yaitu increasing return to scale, constant return to scale dan decreasing return to scale.

### *Contoh soal :*

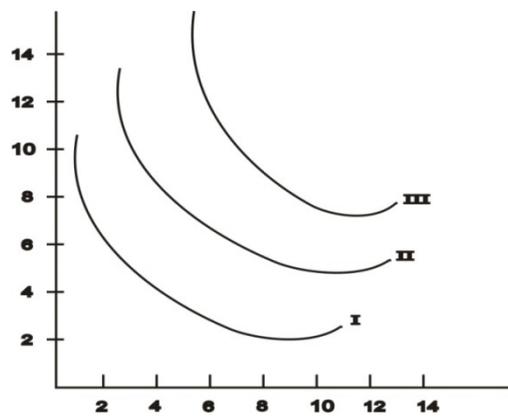
Tabel di bawah ini menunjukkan berbagai kombinasi input yang digunakan dalam perusahaan untuk menghasilkan output sebagai berikut :

Isokuan I		Isokuan II		Isokuan III	
L	K	L	K	L	K
2	11	4	13	6	15
1	8	3	10	5	12
2	5	4	7	6	9

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

Bagaimanakah kurva isokuan yang akan terbentuk???

**Jawab :**



## SOAL LATIHAN

1. i. Dalam teori ekonomi apakah tujuan setiap perusahaan? Apakah syarat yang harus dipenuhi untuk mencapai tujuan tersebut?  
ii. Terangkan perbedaan antara “Firma dan industri” dalam teori ekonomi.
2. Berkenaan dengan tahap produksi II, (a) Mengapa produsen beroperasi dalam tahap II, (b) Kombinasi faktor produksi apa (dalam tahap II) yang sesungguhnya akan dipakai oleh produsen, dan dimana produsen beroperasi jika  $P_{tenaga\ kerja}=0$  Jika  $P_{tanah}=0$ ? Jika  $P_{tenaga\ kerja} = P_{tanah}$  ?
3. Gambarkan 3 (tiga) jenis return to scale dan jelaskan secara singkat bagaimana masing-masing dapat terjadi?
4. Berkenaan dengan fungsi produksi dalam tabel 3.2 (a) Tunjukkan bahwa kita mempunyai hasil lebih yang naik, turun, atau konstan atas skala produksi. (b) Manakah dari antara titik-titik ini yang terletak pada isokuan yang sama? (c) Apakah hukum Diminishing Returns berlaku disini?

**Tabel 3.2**

3K	80	120	150
2K	70	100	120
1K	50	70	80
	1L	2L	3L

5. Dalam suatu perekonomian apabila faktor-faktor produksi sepenuhnya di gunakan, jumlah barang industri dan pertanian dapat di produksi oleh berbagai kombinasi faktor-faktor produksi tersebut adalah seperti yang di tunjukan dalam tabel di bawah ini
  - a. Lukiskan kurva kemungkinan produksi negara tersebut
  - b. Apakah yang berlaku apabila keinginan masyarakat untuk membeli barang adalah seperti di nyatakan di bawah ini ?

- i. 350 barang industri dan 250 barang pertanian
- ii. 450 barang industri dan 50 barang pertanian
- iii. 200 barang industri dan 300 barang pertanian

6. Dimisalkan suatu pertanian mempunyai sebidang tanah dan sejumlah alat-alat pertanian. Tanah dan peralatan pertanian tersebut dapat di tambah jumlahnya. Jumlah tenaga kerja dan tingkat produksi yang akan di dicapai pada setiap tenaga kerja yang di gunakan adalah seperti di tunjukkan dalam tabel di bawah ini:

<b>Jumlah pekerja (orang)</b>	<b>Total Produksi (unit)</b>
1	1
2	3
3	6
4	10
5	15
6	19
7	22
8	24

- a. Hitunglah produksi marginal dan produksi rata- rata. Pada tenaga kerja yang manakah produksi marginal mencapai maksimum? Produksi rata- rata mencapai maksimum?
- b. Lukiskan kurva produksi total, produksi marginal dna produksi rata- rata. Bedakan grafik fungsi produksi tersebut menjadi tiga tahap kegiatan produksi.

## VIII. TEORI BIAYA PRODUKSI

### Kegiatan belajar 8: Biaya Produksi

#### a. Tujuan Kegiatan Pembelajaran 8

**Tujuan Umum** : Mahasiswamampu memahami tentang dasar-dasar teori biaya produksi

**Tujuan Khusus** :

1. Memahami tentang biaya eksplisit, biaya implisit dan keuntungan ekonomis
2. Memahami *biaya total jangka pendek* beserta variabel – variabelnya
3. Memahami *biaya total jangka panjang* beserta variabel – variabelnya

Dalam biaya produksi ini titik beratnya adalah pada biaya-biaya produksi dari perusahaan atau apa-apa yang ada di balik kurva penawarannya.

- a. **Biaya eksplisit** atau *biaya langsung* adalah pengeluaran-pengeluaran nyata dari kas perusahaan untuk membeli atau menyewa jasa-jasa faktor-faktor produksi yang dibutuhkan.
- b. **Biaya implisit** adalah biaya produksi yang diperhitungkan dari faktor-faktor dimiliki sendiri oleh perusahaan dan dipakai dalam proses produksinya sendiri.

**Keuntungan ekonomis** diperoleh apabila pendapatan total yang diterima dari hasil penjualan keluarannya melebihi seluruh biaya – biaya eksplisit maupun implisit.

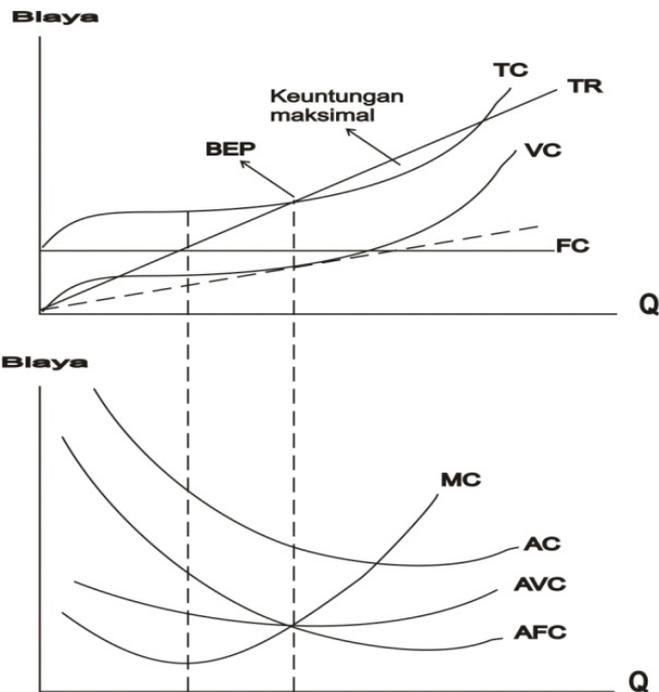
#### Tabel Rumus Perhitungan Biaya

Jenis Biaya	Rumus
Biaya Total (TC)	$TFC + TVC$
Biaya Marginal (MC)	$\Delta TC / \Delta Q$
Biaya Tetap Rata – Rata (AFC)	$TFC / Q$
Biaya berubah rata- rata (AVC)	$TVC / Q$
Biaya Total Rata- Rata (AC)	$TC / Q$

**Biaya Total Jangka Pendek ( Short Run Total Cost )**

#  $TC = TFC + TVC$   
 #  $AC = TC/Q = AVC + AFC$   
 $AVC = TVC/Q$   
 $AFC = TFC/Q$   
 #  $MC = \partial TC/\partial Q = \partial VC/\partial Q$

keterangan	TC = Biaya Total	AVC = Biaya Variabel Rata-rata
	MC = Biaya Marginal	AFC = Biaya Tetap Rata-rata
	TVC = Biaya Variabel Total	Q = Output
	TFC = Biaya Tetap Total	

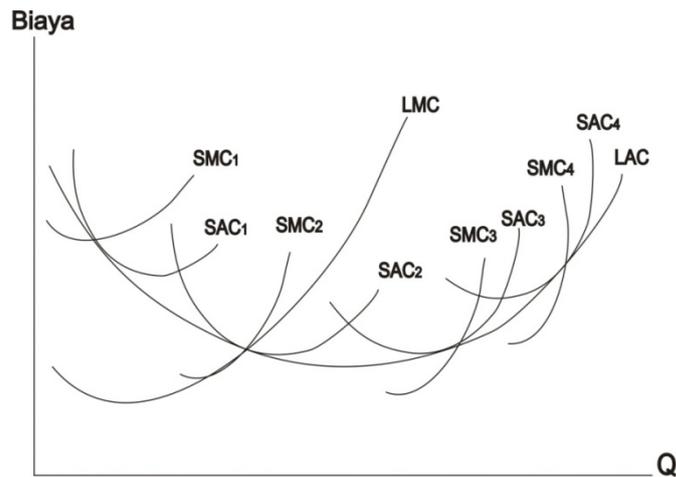


Kurva Biaya Total, Biaya Variabel, Biaya Tetap, dan Penerimaan

**Biaya produksi jangka panjang ( Long Run Production Cost )**, dalam jangka panjang semua biaya adalah variabel sehingga

#  $LTC = LVC$   
 #  $LAC = LTC/Q$   
 #  $LMC = \partial LTC/\partial Q$

Keterangan : L pada LTC, LVC dan LMC menunjukkan dimensi waktu



**Fungsi Biaya**, merupakan hubungan antara biaya dengan jumlah produksi yang dihasilkan, fungsi biaya dapat digambarkan ke dalam kurva dan kurva biaya menggambarkan titik-titik kemungkinan besarnya biaya di berbagai tingkat produksi.

- Rumus :

$$1. C = AC \times Q \text{ atau } C = FC + VC$$

$$2. FC = AFC \times Q$$

$$3. VC = AVC \times Q$$

- **Biaya Total**  $\rightarrow C = f(Q)$
- **Biaya Marginal** :  $MC \approx C' \approx f'(Q)$
- **Biaya total tak lain adalah Integral dari biaya marginal**
- $C = \int MC \, dQ = \int f'(Q) \, dQ$

## SOAL LATIHAN

1. Suatu perusahaan membayar \$ 200.000 untuk upah \$ 50.000 untuk bunga atas modal uang yang dipinjamkannya, dan \$ 70.000 untuk sewa tahunan bagi bangunan pabriknya. Jika pengusaha yang bersangkutan bekerja untuk orang lain sebagai manajer, maka akan diperolehnya setinggi-tingginya \$ 40.000 pertahun dan apabila dipinjamkan modal uang yang dimilikinya kepada orang lain untuk usaha di bidang yang mengandung risiko yang sama, maka akan diperolehnya setinggi-tingginya \$ 10.000 per tahun. Ia tidak memiliki tanah maupun bangunan, (a) Hitunglah keuntungan yang diperoleh pengusaha itu jika diterimanya \$ 400.000 dari penjualan keluaran yang dibuatnya selama tahun itu. (b) berapakah keuntungan pengusaha itu dari sudut pandang orang awam ? apakah yang menyebabkan perbedaan dalam hasilnya? (c) Apakah yang akan terjadi apabila jumlah seluruh pendapatan pengusaha itu adalah \$ 360.000?
2. Gambarkan kurva biaya marginal dan kurva biaya total rata-rata. Jelaskan mengapa kurva-kurva tersebut berbentuk demikian dan mengapa mereka saling berpotongan di titik tersebut?
3. Nimbus, INC, membuat sapu dan menjualnya dari pintu ke pintu. Berikut adalah hubungan jumlah pekerja dengan ouput Nimbus pada suatu hari :

Pekerja	Ouput	Produk Marginal	Biaya Total	Biaya Total Rata-Rata	Biaya Marginal
0	0				
1	20				
2	50				
3	90				
4	120				
5	140				
6	150				
7	155				

- a. Isilah kolom produk marginal. Pola apakah yang di lihat ? Bagaimana Anda menjelaskannya?
- b. Biaya seorang pekerja adalah \$100 per hari, dan perusahaan membayar biaya tetap sebesar \$200. Gunakan informasi ini untuk mengisi kolom biaya total.

- c. Isi Kolom biaya total rata-rata. Pola apakah yang dapat Anda lihat?
- d. Isilah kolom biaya marginal, pola apakah yang Anda lihat?
- e. Bandingkan kolom produk marginal dengan kolom biaya marginal. Jelaskan hubungannya.
- f. Bandingkan kolom biaya total rata-rata dengan kolom biaya marginal. Jelaskan hubungannya.

4. Toko jus Harry memiliki data biaya sebagai berikut :

Q (gelas)	Biaya Variabel (\$)	Biaya Total (\$)
0	0	30
1	10	40
2	25	55
3	45	75
4	70	100
5	100	130
6	135	165

- a. Hitung biaya variabel rata-rata, biaya total rata-rata, dan biaya marginal untuk setiap jumlah.
  - b. Gambarkan ketiga kurva tersebut. Apa hubungan antara kurva biaya marginal dan kurva biaya total rata-rata? Apa hubungan antara kurva biaya marginal dan kurva biaya variabel rata-rata? Jelaskan.
5. Banyak perusahaan seperti Toko Kue Bob, mengalami kenaikan produk marginal sebelum mengalami penurunan produk marginal. Hitunglah biaya masing-masing perusahaan tersebut dan gambarkan kurva masing-masing biaya. Tunjukkan hubungan dari masing-masing biaya tersebut!

Jumlah	TC	FC	VC	SFC	AVC	ATC	MC
0	2	2	0				
1	3	2	1				
2	3.8	2	1.8				
3	4.4	2	2.4				
4	4.8	2	2.8				
5	5.2	2	3.2				
6	5.8	2	3.8				
7	6.6	2	4.6				
8	7.6	2	5.6				
9	8.8	2	6.8				
10	10.2	2	8.2				
11	11.8	2	9.8				
12	13.6	2	11.6				
13	15.6	2	13.6				

## IX. PASAR PERSAINGAN SEMPURNA

### Kegiatan belajar 9: Pasar Persaingan Sempurna

#### a. Tujuan Kegiatan Pembelajaran 9

**Tujuan Umum** : Mahasiswa mampu memahami teori harga dan output yang terjadi di dalam pasar

**Tujuan Khusus** :

1. Memahami bentuk pasar persaingan sempurna, monopoli, persaingan monopolistik dan oligopoli
2. Memahami bentuk pasar persaingan sempurna, monopoli, persaingan monopolistik dan oligopoli
3. Memahami pembentukan harga pada pasar persaingan sempurna, monopoli, persaingan monopolistik dan oligopoli
4. Memahami perbedaan di antara bentuk-bentuk pasar

#### b. Uraian Pembelajaran 9

Pasar output adalah pertemuan antara permintaan output dan penawaran output. Pada sisi permintaan, pasar output mempunyai ciri-ciri yang sama, yaitu bahwa permintaan pasar adalah penjumlahan dari permintaan konsumen yang jumlahnya banyak sekali. Namun pada sisi penawarannya, jumlah penjual bervariasi dari jumlah yang sangat banyak sampai jumlah yang sedikit, bahkan hanya satu penjual. Berdasarkan jumlah penjual yang ada, struktur pasar output dibedakan menjadi empat, yaitu :

- 1). Pasar Persaingan Sempurna (*perfect competitive market*) : pasar dengan jumlah penjual sangat banyak.
- 2). Pasar Monopoli : pasar dengan hanya satu penjual.
- 3). Pasar Oligopoli : pasar dengan jumlah penjual sedikit.
- 4). Pasar Persaingan Monopolistik: pasar dengan banyak penjual tetapi produk-produknya heterogen, sehingga masing-masing penjual dapat mempengaruhi harga.

Ketiga pasar terakhir termasuk dalam pasar persaingan tidak sempurna (*imperfect competitive market*)

### **Pasar Persaingan Sempurna**

Suatu industri dikatakan bersaing sempurna (*perfectly competitive*) jika:

1. Terdiri dari sejumlah besar penjual yang independen dari suatu komoditi, masing-masing memiliki kekuatan yang terlalu kecil untuk mempengaruhi harga komoditi yang bersangkutan
2. Produk homogen (sejenis/identik), Pasar diartikan sebagai gabungan dari produsen yang memproduksi produk yang homogen/identik. Ini berarti bahwa antara produk dari produsen yang satu dengan produk dari produsen yang lain bersifat substitusi sempurna. Oleh karena itu, para pembeli tidak dapat membedakan produk- produk dari produsen yang berbeda.
3. Terdapat mobilitas yang sempurna dari sumber-sumber daya, sehingga perusahaan-perusahaan bisa masuk dan keluar ke dalam industri yang bersangkutan dalam jangka panjang tanpa harus menghadapi kesulitan, sehingga perusahaan yang bersaing secara sempurna adalah suatu pengikut harga (*price taker*) dan dapat menjual setiap jumlah komoditi dengan harga pasar yang berlaku.
4. Tidak ada regulasi pemerintah. Tidak ada intervensi pemerintah di dalam pasar ( seperti tarif, subsidi, pembatasan produksi, dan sebagainya). Struktur pasar di mana telah dipenuhi asumsi-asumsi di atas disebut pasar persaingan murni (*pure competition*).

### **Ekuilibrum Jangka Pendek**

Analisis jangka pendek (*short run*), yaitu di mana dianggap bahwa setiap produsen tidak bisa menambah kapasitas pabriknya dan tidak mungkin bagi produsen-produsen baru masuk ke dalam pasar. Sedangkan analisis jangka panjang (*long run*) adalah di mana dimungkinkan adanya baik perluasan kapasitas pabrik

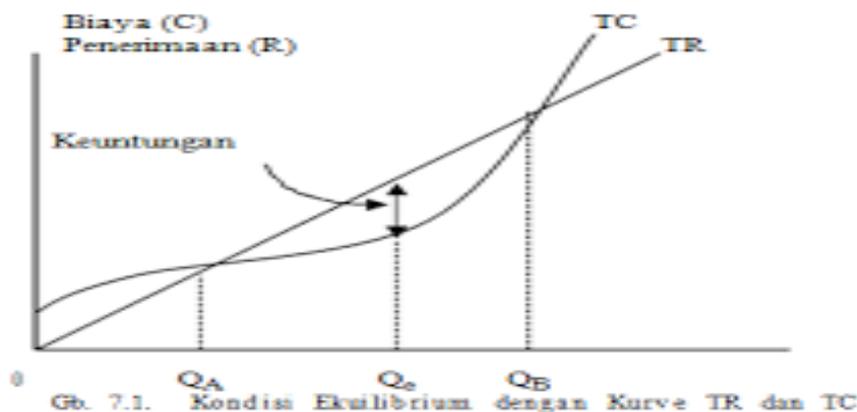
oleh perusahaan-perusahaan yang telah ada maupun pembangunan pabrik- pabrik baru oleh pengusaha-pengusaha baru yang masuk ke pasar.

Suatu perusahaan memaksimalkan jumlah keuntungan dalam jangka waktu pendek apabila perbedaan (positif) antara jumlah pendapatan (*total revenue*/TR) dan jumlah biayanya (*total cost*/TC) adalah yang paling besar, dimana :

$$TR = Pq \cdot Q \text{ dan } TC = Px \cdot X, \text{ sehingga:}$$

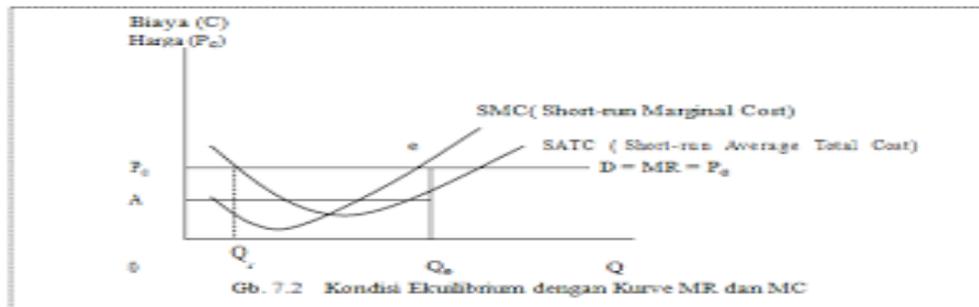
$$\pi = TR - TC$$

Di dalam Gb. 7.1 ditunjukkan posisi ekuilibrium perusahaan dengan menggunakan kurve TR dan TC dalam pasar persaingan sempurna. Kurve TR adalah suatu garis lurus melalui origin, menunjukkan bahwa harga output adalah konstan pada semua tingkat output. Produsen adalah price taker dan dapat menjual setiap outputnya pada harga pasar yang berlaku dengan TR naik proporsional dengan volume penjualannya. Slope kurve TR adalah marginal revenue (MR). MR ini konstan dan sama dengan harga pasar, karena semua unit output dijual pada harga yang sama.



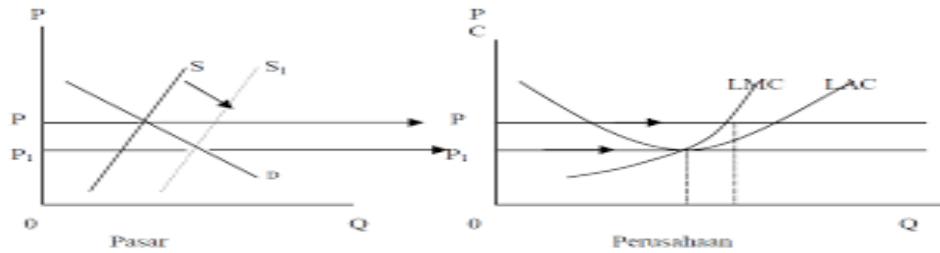
Dengan demikian,  $MR = AR = P_q$ . Perusahaan mencapai keuntungan maksimum pada penjualan output  $Q_e$ , di mana jarak vertikal antara kurva TR dan kurve TC paling lebar. Pada penjualan output di bawahnya atau di atasnya, total keuntungan tidak maksimum. Pada penjualan di bawah  $Q_A$  (disebelah kiri titik A) dan di atas  $Q_B$  (disebelah kanan titik B) perusahaan menderita kerugian.

Di dalam Gb. 7.2. ditunjukkan kurve-kurve marginal cost (MC), average cost (AC) dan kurve permintaannya (D ).



Pada pasar persaingan sempurna perusahaan akan menjual komoditinya dalam kuantitas sebarang menurut harga yang berlaku, sehingga keuntungan maksimal jangka pendek pada saat  $P = MR = MC$  (*MC naik*). Jika dalam perusahaan dalam industri yang bersaing sempurna bisa menciptakan keuntungan jangka pendek, maka dalam jangka panjang akan semakin banyak perusahaan yang memasuki bidang industri tersebut, keseimbangan jangka panjang perusahaan akan berproduksi dimana pada saat  $P = LAC$  yang terendah.

Adanya perluasan kapasitas produksi dan pendirian pabrik-pabrik baru tersebut akan menyebabkan bertambahnya volume output yang ditawarkan di pasar dan selanjutnya menyebabkan harga turun. Hal ini secara grafis, ditandai dengan bergesernya kurve penawaran pasar ke kanan dan turunnya harga. Bila harga turun sampai tingkat di mana  $P = LAC$ , maka tidak ada lagi insentif bagi perusahaan-perusahaan untuk menambah kapasitas produksi maupun perusahaan-perusahaan baru membangun pabrik-pabrik, karena pada saat ini tidak ada keuntungan lebih (excess profit). Yang ada hanya keuntungan normal, yaitu keuntungan yang sudah termasuk dihitung dalam LAC. Jadi, keuntungan normal diperoleh pada tingkat output di mana  $P = LAC$ . Dengan demikian pada kondisi di mana  $P = LAC$ , tidak ada lagi penambahan kapasitas produksi dan pendirian pabrik baru. Pada kondisi ini baik pasar maupun perusahaan akan berada dalam posisi ekuilibrium (lihat Gb. 7.8).



Gb. 7.8. Ekuilibrium pasar dan perusahaan jangka panjang

Proses: Mula-mula harga pasar ditentukan oleh ekuilibrium jangka pendek, perpotongan kurve S dan D, menghasilkan harga pasar P.--> Pada harga ini ada keuntungan lebih (excess profit) karena  $P > LAC$ . --> ada penambahan kapasitas produksi dan pendirian pabrik baru sehingga penawaran output di pasar naik, --> S bergeser kekanan menjadi  $S_1$ , --> harga menjadi turun ke  $P_1$ , -->  $P_1 = LAC$ , --> baik pasar maupun perusahaan dalam kondisi ekuilibrium jangka panjang.

Jika output dari industri menjadi bertambah karena perusahaan banyak memasuki industri dan semakin banyak faktor produksi diminta dalam jangka panjang, maka mungkin saja harga-harga dari faktor itu akan konstan, naik, dan turun

1. Kurva penawaran jangka panjang dari suatu industri dengan biaya konstan (*constan cost industri*) akan berbentuk horisontal.
2. Kurva penawaran jangka panjang dari suatu industri dengan biaya naik (*increasing cost industri*) akan semakin naik.
3. Kurva penawaran jangka panjang dari suatu industri dengan biaya turun (*decreasing cost industri*) akan menurun.

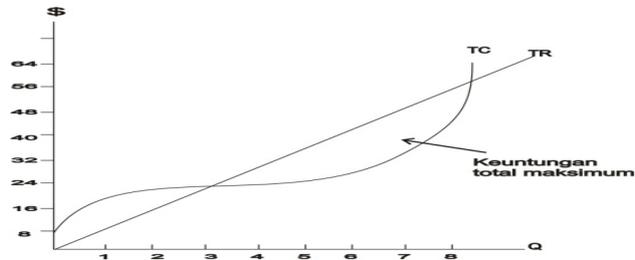
**Contoh soal :**

Jika TC jangka pendek dari suatu perusahaan untuk berbagai tingkat output adalah sebesar nilai-nilai dalam tabel dan  $P = \$ 8$  maka keuntungan maksimal perusahaan ?

<b>Q</b>	0	1	2	3	4	5	6	6,5	7	8
<b>TC</b>	8	20	23	24	25,40	28	32	35,10	40	64

**Jawab :**

Kita dapat memperoleh pendapatan total (TR) dengan cara mengalikan Q (kuantitas) dan P (harga). Keuntungan ( $\pi$ ) adalah selisih pendapatan total (TR) dengan biaya total (TC).



Q	P (\$)	TR (\$)	TC (\$)	$\pi$ (\$)
0	8	0	8	-8
1	8	8	20	-12
2	8	16	23	-7
3	8	24	24	0
4	8	32	25,40	6,60
5	8	40	28	12
6	8	48	32	16
6,5	8	52	35,10	16,90
7	8	56	40	16
8	8	64	64	0

Tingkat output yang memaksimalkan keuntungan bagi perusahaan dapat dilihat pada grafik. TR adalah garis positif melandai lurus pada titik asalnya karena P konstan pada \$ 8. Pada output  $< 8$   $TC > TR$  dan mengalami rugi. Pada output 3 dan 8,  $TR = TC$  dan perusahaan pada keadaan BEP. Dan di antara 3 dan 8 mengalami keuntungan, keuntungan maksimal pada output 6,5 dengan asumsi TR melebihi TC dengan jumlah \$ 16,90.

## X. PASAR MONOPOLI

### Kegiatan belajar 10 : Pasar Monopoli

#### a. Tujuan Kegiatan Pembelajaran 10

**Tujuan Umum** : Mahasiswa mampu memahami teori harga dan output yang terjadi di dalam pasar

**Tujuan Khusus** :

1. Memahami bentuk pasar persaingan sempurna, monopoli, persaingan monopolistik dan oligopoli
2. Memahami bentuk pasar persaingan sempurna, monopoli, persaingan monopolistik dan oligopoli
3. Memahami pembentukan harga pada pasar persaingan sempurna, monopoli, persaingan monopolistik dan oligopoli
4. Memahami perbedaan di antara bentuk-bentuk pasar

#### b. Uraian Pembelajaran 10

Pasar output adalah pertemuan antara permintaan output dan penawaran output. Pada sisi permintaan, pasar output mempunyai ciri-ciri yang sama, yaitu bahwa permintaan pasar adalah penjumlahan dari permintaan konsumen yang jumlahnya banyak sekali. Namun pada sisi penawarannya, jumlah penjual bervariasi dari jumlah yang sangat banyak sampai jumlah yang sedikit, bahkan hanya satu penjual. Berdasarkan jumlah penjual yang ada, struktur pasar output dibedakan menjadi empat, yaitu :

1. Pasar Persaingan Sempurna (*perfect competitive market*) : pasar dengan jumlah penjual sangat banyak.
2. Pasar Monopoli : pasar dengan hanya satu penjual.
3. Pasar Oligopoli : pasar dengan jumlah penjual sedikit.
4. Pasar Persaingan Monopolistik: pasar dengan banyak penjual tetapi produk-produknya heterogen, sehingga masing-masing penjual dapat mempengaruhi harga.

Ketiga pasar terakhir termasuk dalam pasar persaingan tidak sempurna (*imperfect competitive market*).

Pasar persaingan tidak sempurna terdiri dari beberapa macam struktur pasar seperti pasar monopoli (hanya ada satu penjual sebagai penentu harga), oligopoli, monopolistik, dan lainnya.

Struktur pasar yang bertentangan dengan pasar persaingan sempurna adalah monopoli. Monopoli adalah struktur pasar di mana hanya terdapat satu penjual, tidak ada substitusi produk yang mirip (*close substitute*), dan terdapat hambatan masuk (*barriers to entry*) ke pasar.

## **PASAR MONOPOLI**

Monopoli adalah struktur pasar di mana hanya terdapat satu penjual, tidak ada substitusi produk yang mirip (*close substitute*), dan terdapat hambatan masuk (*barriers to entry*) ke pasar.

Ciri-ciri pasar monopoli dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. *Hanya ada satu penjual.* Karena hanya ada satu penjual maka pembeli tidak mempunyai pilihan lain. Dalam hal ini pembeli hanya menerima syarat-syarat jual-beli yang ditentukan penjual.
2. *Tidak ada substitusi produk yang mirip.* Misalnya, aliran listrik. Aliran listrik tidak mempunyai pengganti dari barang lain. Ada barang pengganti tetapi sifatnya berbeda, misalnya, lampu minyak. Lampu minyak tidak dapat menggantikan fungsi aliran listrik untuk menyalakan TV, setrika, dan sebagainya.
3. *Terdapat hambatan masuk ke pasar.* Hambatan ini bisa berbentuk undang-undang, memerlukan teknologi yang canggih, dan memerlukan modal yang sangat besar.
4. *Sebagai penentu harga (price setter).* Dengan mengendalikan tingkat produksi dan volume produk yang ditawarkan perusahaan monopoli dapat menentukan harga yang dikehendaki.

Faktor-faktor yang menyebabkan timbulnya monopoli adalah :

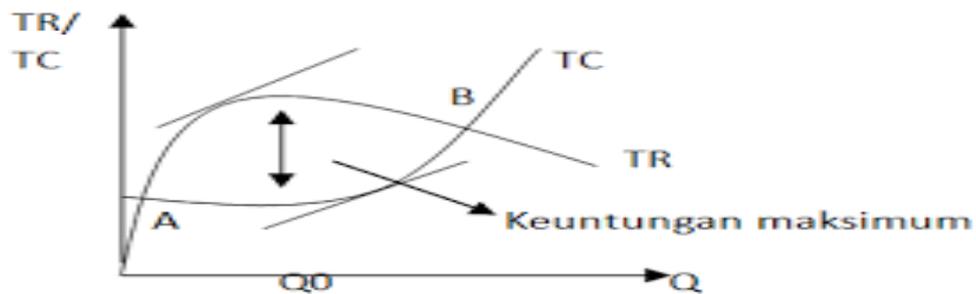
- a. *Memiliki bahan mentah strategis atau pengetahuan teknis produksi yang spesifik.* Perusahaan monopoli umumnya menguasai seluruh atau sebagian besar bahan mentah yang tersedia. Sebagai contoh, Pertamina.
- b. *Hak paten produk atau proses produksi.* Dengan pemberian hak paten akan melindungi perusahaan atau pihak-pihak pencipta suatu produk dari peniruan pihak-pihak lain.
- c. *Terdapat skala ekonomis.* Pada beberapa kegiatan ekonomi, dengan menggunakan teknologi modern, produksi yang efisien hanya dapat dilakukan apabila jumlah produksinya sangat besar dan meliputi hampir seluruh produksi yang diperlukan di dalam pasar. Ini berarti bahwa pada waktu perusahaan mencapai keadaan di mana biaya produksi minimum, jumlah produksi adalah hampir sama dengan jumlah permintaan riil di pasar. Dengan sifat skala ekonomis demikian, pada tingkat produksi yang sangat tinggi, perusahaan dapat menurunkan harga. Keadaan seperti ini mengakibatkan perusahaan baru tidak akan sanggup bersaing dengan perusahaan yang terlebih dahulu berkembang. Keadaan ini mewujudkan pasar monopoli. Perusahaan jasa umum, seperti perusahaan listrik, perusahaan air minum, perusahaan telepon, dan perusahaan kereta api adalah contoh-contoh industri yang memiliki sifat skala ekonomis seperti diterangkan di atas.
- d. *Pemberian Hak Monopoli oleh Pemerintah.* Melalui peraturan pemerintah, dapat diberikan kekuasaan monopoli kepada perusahaan-perusahaan atau lembaga-lembaga tertentu.

### **Keseimbangan atau Maksimisasi Keuntungan Monopol Jangka Pendek**

Analisis keuntungan dapat dilakukan melalui dua pendekatan, yaitu (1) pendekatan TR-TC, dan (2) pendekatan MR-MC.

## Pendekatan TR-TC

Dalam jangka pendek, pengusaha monopoli akan mencapai keuntungan maksimum jika ia memproduksi dan menjual pada tingkat output di mana perbedaan positif antara TR dan TC adalah paling besar. Atau ia meminimumkan kerugian jika perbedaan negatif antara TR dan TC paling kecil. Secara grafis, keuntungan maksimum pada perusahaan monopoli dapat ditunjukkan dalam gambar berikut.

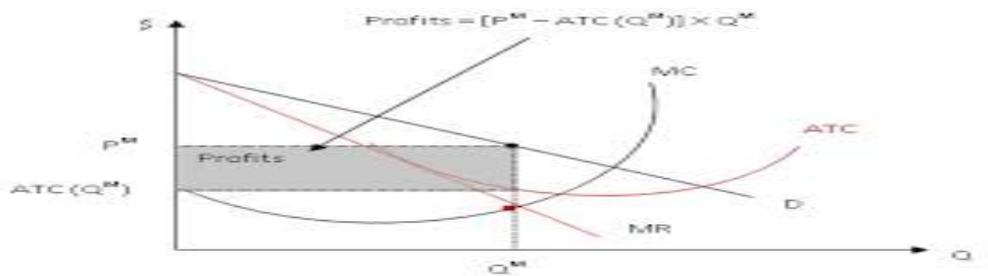


Keseimbangan jangka pendek menggunakan pendekatan total

Pada gambar terlihat bahwa disebelah kiri titik A dan disebelah kanan titik B, TC berada diatas TR, berarti biaya total melebihi nilai penjualan total sehingga perusahaan menderita kerugian. Dengan kata lain, keuntungan hanya diperoleh antara titik A dan titik B.

## Pendekatan MR-MC

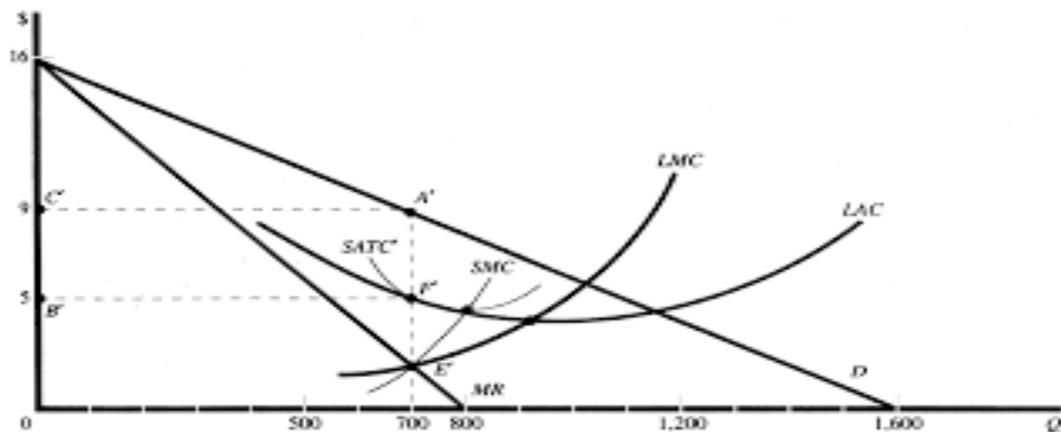
Sesuai dengan dalil keuntungan, bahwa keuntungan maksimum akan dicapai ketika pengusaha memproduksi dan menjual produknya pada tingkat dimana MR sama dengan MC



Dalam pasar monopoli harga ditentukan oleh satu penjual yang berkuasa dan keuntungan maksimum diperoleh saat  $MR = MC$

### Keseimbangan Dalam Jangka Panjang

Pada perusahaan bersaing dalam jangka panjang hanya memperoleh keuntungan normal, dimana harga produk sama dengan biaya total rata-rata minimum. Namun, pada perusahaan monopoli dalam jangka panjang masih dapat memperoleh keuntungan yang melebihi normal.



## XI. PASAR MONOPOLISTIK

### Kegiatan belajar 11: Pasar Monopolistik

#### a. Tujuan Kegiatan Pembelajaran 11

**Tujuan Umum** : Mahasiswa mampu memahami teori harga dan output yang terjadi di dalam pasar

**Tujuan Khusus** :

1. Memahami bentuk pasar persaingan sempurna, monopoli, persaingan monopolistik dan oligopoli
2. Memahami bentuk pasar persaingan sempurna, monopoli, persaingan monopolistik dan oligopoli
3. Memahami pembentukan harga pada pasar persaingan sempurna, monopoli, persaingan monopolistik dan oligopoli
4. Memahami perbedaan di antara bentuk-bentuk pasar

#### b. Uraian Pembelajaran 11

Pasar output adalah pertemuan antara permintaan output dan penawaran output. Pada sisi permintaan, pasar output mempunyai ciri-ciri yang sama, yaitu bahwa permintaan pasar adalah penjumlahan dari permintaan konsumen yang jumlahnya banyak sekali. Namun pada sisi penawarannya, jumlah penjual bervariasi dari jumlah yang sangat banyak sampai jumlah yang sedikit, bahkan hanya satu penjual. Berdasarkan jumlah penjual yang ada, struktur pasar output dibedakan menjadi empat, yaitu :

- 1). Pasar Persaingan Sempurna (*perfect competitive market*) : pasar dengan jumlah penjual sangat banyak.
- 2). Pasar Monopoli : pasar dengan hanya satu penjual.
- 3). Pasar Oligopoli : pasar dengan jumlah penjual sedikit.

4). Pasar Persaingan Monopolistik: pasar dengan banyak penjual tetapi produk-produknya heterogen, sehingga masing-masing penjual dapat mempengaruhi harga.

Ketiga pasar terakhir termasuk dalam pasar persaingan tidak sempurna (*imperfect competitive market*).

### **PASAR PERSAINGAN MONOPOLISTIK**

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

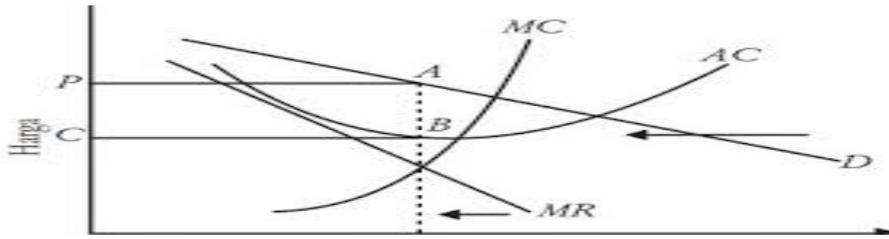
- 1) *Terdapat banyak penjual*. Terdapat banyak penjual tetapi tidak sebanyak pada pasar persaingan sempurna. Perusahaan-perusahaan dalam pasar persaingan monopolistik mempunyai ukuran yang relatif sama.
- 2) *Produknya tidak homogen ( berbeda corak)*. Produk perusahaan persaingan monopolistik berbeda coraknya dan secara fisik mudah untuk membedakan antara produk perusahaan yang satu dengan produk perusahaan lainnya. Sifat ini adalah sifat yang penting untuk membedakannya dengan sifat pada pasar persaingan sempurna. Perbedaan-perbedaan lain dapat berupa pembungkusannya, cara pembayaran dalam pembelian, pelayanan penjualan, dan sebagainya. Karena perbedaan corak tersebut maka produk perusahaan-perusahaan persaingan monopolistik tidak bersifat substitusi sempurna. Mereka hanya bersifat substitusi dekat (*close substitute*) . Perbedaan-perbedaan inilah yang menjadi sumber kekuatan monopoli dari perusahaan-perusahaan dalam pasar persaingan monopolistik.
- 3) *Perusahaan mempunyai sedikit kekuatan mempengaruhi harga*. Kekuatan mempengaruhi harga tidak sebesar pada pasar monopoli dan oligopoly.

Kekuatan mempengaruhi harga bersumber dari perbedaan corak produk. Perbedaan ini mengakibatkan para pembeli akan memilih. Pembeli dapat lebih menyukai produk suatu perusahaan tertentu dan kurang menyukai produk perusahaan lainnya. Sehingga jika suatu perusahaan menaikkan harga, ia masih dapat menarik pembeli walaupun tidak sebanyak sebelum kenaikan harga. Sebaliknya jika suatu perusahaan menurunkan harga, belum tentu diikuti oleh kenaikan permintaan produk yang dihasilkan.

- 4) *Masuk ke dalam industri/pasar relative mudah.* Masuk ke dalam pasar persaingan monopolistik tidak seberat masuk pasar monopoli dan oligopoly tetapi tidak semudah masuk pasar persaingan sempurna. Hal ini disebabkan , (1) modal yang diperlukan relatif besar dibandingkan dengan perusahaan pada pasar persaingan sempurna dan (2) harus menghasilkan produk yang berbeda dengan produk yang sudah ada di pasar.
- 5) *Persaingan promosi penjualan sangat aktif.* Dalam pasar persaingan monopolistik harga bukan penentu utama besarnya pasar. Suatu perusahaan mungkin menjual produknya dengan harga cukup tinggi tetapi masih dapat menarik banyak pelanggan.. Oleh karena itu untuk menarik para pelanggan, perusahaan harus aktif melakukan promosi, memperbaiki pelayanan, mengembangkan desain produk, meningkatkan mutu produk, dan sebagainya.

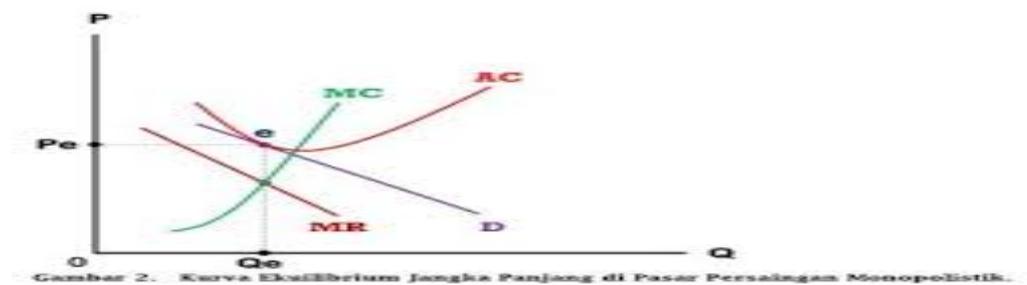
### **Keseimbangan Jangka Pendek**

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



### Keseimbangan Jangka Panjang

Akibatnya, setiap perusahaan akan menghadapi permintaan yang lebih sedikit pada berbagai tingkat harga. Ini berarti bahwa masuknya perusahaan-perusahaan baru mengakibatkan kurve permintaan dan tentunya juga kurve MR perusahaan persaingan monopolistik bergeser ke kiri. Masuknya perusahaan-perusahaan baru akan berlangsung terus sehingga perusahaan hanya menerima keuntungan normal. Jadi, dalam jangka panjang, perusahaan dalam pasar persaingan monopolistik hanya menerima keuntungan normal, seperti halnya perusahaan dalam pasar persaingan sempurna.



Gambar 2. Kurva Eksilibrium Jangka Panjang di Pasar Persaingan Monopolistik.

Gambar diatas menunjukkan bahwa  $P_e$  adalah sama dengan biaya total rata-rata (ATC) yang berarti perusahaan memperoleh keuntungan normal. Sifat perusahaan persaingan monopolistik ketika memperoleh keuntungan normal berbeda dengan sifat perusahaan persaingan sempurna yang juga ketika memperoleh keuntungan normal. Perbedaan tersebut adalah (1) harga jual produk dan biaya produksi pada perusahaan persaingan monopolistik lebih tinggi dibanding pada perusahaan persaingan sempurna, dan (2) kegiatan produksi pada perusahaan persaingan monopolistik belum mencapai tingkat optimal ( tingkat produksi dengan biaya per unit paling rendah).

## XII. PASAR OLIGOPOLI

### Kegiatan belajar 12: Pasar Oligopoli

#### a. Tujuan Kegiatan Pembelajaran 12

**Tujuan Umum** : Mahasiswa mampu memahami teori harga dan output yang terjadi di dalam pasar

**Tujuan Khusus** :

1. Memahami bentuk pasar persaingan sempurna, monopoli, persaingan monopolistik dan oligopoli
2. Memahami bentuk pasar persaingan sempurna, monopoli, persaingan monopolistik dan oligopoli
3. Memahami pembentukan harga pada pasar persaingan sempurna, monopoli, persaingan monopolistik dan oligopoli
4. Memahami perbedaan di antara bentuk-bentuk pasar

#### b. Uraian Pembelajaran 12

Pasar output adalah pertemuan antara permintaan output dan penawaran output. Pada sisi permintaan, pasar output mempunyai ciri-ciri yang sama, yaitu bahwa permintaan pasar adalah penjumlahan dari permintaan konsumen yang jumlahnya banyak sekali. Namun pada sisi penawarannya, jumlah penjual bervariasi dari jumlah yang sangat banyak sampai jumlah yang sedikit, bahkan hanya satu penjual. Berdasarkan jumlah penjual yang ada, struktur pasar output dibedakan menjadi empat, yaitu :

1. Pasar Persaingan Sempurna (*perfect competitive market*) : pasar dengan jumlah penjual sangat banyak.
2. Pasar Monopoli : pasar dengan hanya satu penjual.
3. Pasar Oligopoli : pasar dengan jumlah penjual sedikit.

4. Pasar Persaingan Monopolistik: pasar dengan banyak penjual tetapi produk-produknya heterogen, sehingga masing-masing penjual dapat mempengaruhi harga.

Ketiga pasar terakhir termasuk dalam pasar persaingan tidak sempurna (*imperfect competitive market*).

## **PASAR OLOGOPOLI**

Pasar oligopoli sama saja dengan pasar duopoli, hanya saja dalam pasar oligopoli jumlah perusahaan yang menguasai pasar lebih dari dua tetapi tidak banyak (oligos = sedikit) sehingga tindakan dari pengusaha yang satu akan mempengaruhi kebijakan dari pengusaha lainnya. Apabila produk yang dihasilkan oleh pengusaha oligopoli homogen maka pasar dinamakan oligopoli murni (*pure oligopoly*) dan apabila produk yang dihasilkan tidak homogen maka dinamakan oligopoli yang dibedakan (*differentiated oligopoly*).

Pada dasarnya terdapat dua teori pokok dalam analisis pasar oligopoli, yaitu :

1. Antara satu pengusaha dengan pengusaha lainnya di dalam melakukan kegiatan- atannya tidak terdapat suatu ikatan tertentu ( independent action).
2. Antara pengusaha-pengusaha yang ada dalam pasar oligopoli menjalin suatu ikatan (collusion) tertentu. Ikatan ini ada yang sempurna ( perfect collusion) dan ada yang tidak sempurna (imperfect collusion).

## SOAL LATIHAN

1. Selesaikan persamaan di bawah ini dan carilah berapa harga, jumlah barang dan keuntungan yang akan diperoleh produsen yang berada pada pasar persaingan sempurna :

$$P = 100 - 4Q$$

$$TC = 50 + 20Q$$

2. Dengan data yang tercantum pada tabel berikut, carilah AFC, AVC, AC dan MC kemudian gambarkan grafiknya.

Q	TFC	TVC	TC
0	\$ 100	\$ 0	\$ 100
1	100	100	200
2	100	150	250
3	100	250	350
4	100	400	500
5	100	600	600

3. Misalkan suatu perusahaan dalam persaingan sempurna mengeluarkan biaya-biaya (biaya tetap) sebanyak Rp 100.000. Biaya berubah total dan berbagai tingkat produksi adalah di seperti di tunjukkan dalam table berikut.

Jumlah Produksi	Jumlah Penjualan	Biaya Total
0	0	40
1	20	60
2	40	70
3	60	75
4	80	78
5	100	85
6	120	95

7	140	110
8	160	135
9	180	165
10	200	200

- c. Hitunglah biaya total, biaya rata-rata, biaya berubah rata-rata, dan biaya marginal.
  - d. Harga pasar barang tersebut adalah Rp 90000. Hitunglah hasil penjualan total pada berbagai tingkat produksi
  - e. Tunjukkan keseimbangan yang di capai perusahaan tersebut dengan grafik. Berapakah jumlah produksi yang di jualnya?
4. Apa sajakah ciri sebuah pasar kompetitif (Pasar Persaingan Sempurna)? Jenis minuman mana sajakah dari daftar berikut yang sesuai dengan cirri-ciri tersebut? Mengapa yang lain tidak sesuai?
- a. Air Keran
  - b. Air kemasan botol
  - c. Coca Cola
  - d. Bir
5. Dalam suatu perusahaan yang berada di pasar persaingan sempurna, hasil penjualan total dan biaya total pada berbagai tingkat produksi adalah seperti di tunjukkan dalam table di bawah ini (Nilai-nilai dalam ribuan rupiah). (Catatan: apabila produksi adalah nol, biaya total adalah Rp 40000 maka biaya tetap total adalah Rp 40000)
- a. Hitunglah biaya marginal dan hasil penjualan marginal. Berapakah harga barang tersebut?
  - b. Terangkan pada tingkat produksi yang mana perusahaan dapat beroperasi dengan menguntungkan. Tingkat produksi manakah yang terbaik? Mengapa? Hitung jumlah keuntungan yang di terima
  - c. Gambarkan keadaan keseimbangan perusahaan itu secara grafik.

6. Misalkan suatu industri penerbitan buku bersifat kompetitif dan mulai beroperasi pada keseimbangan jangka panjang.
  - a. Gambarkan diagram yang menggambarkan perusahaan umumnya pada industri itu
  - b. Hi-Tech Printing Company menemukan proses baru yang sangat mampu mengurangi biaya percetakan buku. Apa yang terjadi terhadap keuntungan Hi-Tech dan harga bukunya dalam jangka pendek apabila hak paten Hi-Tech mencegah perusahaan lain menggunakan teknologi baru tersebut?
  - c. Apa yang terjadi dalam jangka panjang jika hak patennya telah habis masa berlakunya dan perusahaan lain bebas menggunakan teknologi tersebut?
7. Buatlah , Membuat sebuah contoh hipotetis pasar oligopoli. Mendeskripsikan kenapa contoh tersebut dikategorikan sebagai pasar duopoli atau pasar oligopoli.
8. Membuat sebuah contoh hipotetis pasar persaingan monopolistik. Mendeskripsikan kenapa contoh tersebut dikategorikan sebagai pasar persaingan monopolistik.

### **XIII. PASAR FAKTOR PRODUKSI**

#### **Kegiatan belajar 13: Pasar Faktor Produksi**

##### **a. Tujuan Kegiatan Pembelajaran 13**

**Tujuan Umum** : Mahasiswa mampu memahami teori harga dan output yang terjadi di dalam pasar faktor produksi

**Tujuan Khusus** :

1. Memahami bentuk pasar faktor produksi
2. Keseimbangan pada pasar faktor produksi

##### **b. Uraian Pembelajaran 13**

#### **Pengertian Pasar faktor produksi**

Pasar barang produksi adalah pasar yang memperjual belikan atau menyediakan faktor produksi. Faktor produksi adalah semua hal yang dibutuhkan sebagai masukan (input) dalam proses produksi. Beberapa faktor produksi yang berguna bagi kelancaran proses produksi, seperti tembakau, beras, kopi, teh, minyak bumi, gula, tembaga, balai latihan kerja, mesin cetak, mesin tekstil, dan bursa efek. Pada pasar ini, para pemilik usaha (pengusaha) berperan sebagai pembeli, sedangkan penjualnya adalah pemilik faktor produksi. Berdasarkan pemilikan faktor produksi, pasar barang produksi dibedakan menjadi tiga macam, yaitu pasar faktor produksi alam, pasar faktor produksi tenaga kerja, dan pasar faktor produksi modal. Terdiri dari pasar sumber daya alam/ tanah, tenaga kerja, modal, dan kewirausahaan. Ciri – cirinya adalah:

- a. Berwujud kegiatan, tidak berwujud fisik.
- b. Permintaan dan penawaran dilakukan dalam jumlah besar.
- c. Jenis penawaran dan permintaan sesuai dengan produksi yang dihasilkan.
- d. Penawaran faktor produksi bisa berupa monopoli sementara permintaan bersifat kolektif.

### **Pasar faktor produksi alam (tanah)**

Pasar faktor produksi alam adalah kegiatan pertemuan antara calon penjual dan calon pembeli faktor produksi alam. Faktor produksi alam adalah kekayaan alam yang digunakan dalam proses produksi. Faktor produksi alam terdiri atas tanah, air, udara, hewan, tumbuhan, barang tambang, panas bumi, dan lain-lain. Faktor produksi alam meliputi permukaan dan semua yang terkandung didalamnya. Balas jasa yang diterima adalah sewa. Harga dan jumlah permintaan alam berbeda – beda karena perbedaan kesuburan, letak, dan banyaknya alam yang digunakan.

Permintaan tanah semakin lama semakin bertambah karena perkembangan industri begitu pesat. Masalahnya adalah persediaan tanah yang terbatas sementara permintaan selalu bertambah. Jadi, semakin tinggi permintaan semakin tinggi harga atau sewa tanah, dan sebaliknya. Karakteristik tanah yang tidak ada pada faktor produksi lain adalah :

- a. Jumlah yang tersedia tetap
- b. Tidak dapat dipindahkan ke tempat lain
- c. Tidak ada biaya produksi tanah

Pasar ini berupa pasar abstrak, barang yang diperdagangkan tidak berada di tempat. Mereka bertemu hanya untuk mengadakan perjanjian jual beli. Misalnya pasar tembakau di Bremen (Jerman), pasar kopi di Sao Paulo (Brasil), dan pasar karet di New York (Amerika Serikat). Jumlah tanah adalah tetap atau penawarannya tetap, maka kurva penawaran tanah bersifat inelastis sempurna (berbentuk garis lurus), sedangkan permintaan akan tanah terus bertambah, sehingga harga tanah akan semakin meningkat.

### **Pasar faktor produksi tenaga kerja**

Pasar tenaga kerja merupakan aktivitas dari pelaku yang tujuannya mempertemukan para pencari kerja dengan pengguna tenaga kerja. Sifat pasar tenaga kerja ditentukan oleh para pelaku tersebut. Pelaku – pelaku dalam pasar tenaga kerja antara lain penjual tenaga kerja, pembeli tenaga kerja, dan pengelola

atau penyelenggara bursa. Jasa tenaga kerja sebagai pelaksana dalam kegiatan produksi tidak dapat digantikan posisinya secara total. Walau sebagian tenaga kerja saat ini mulai digantikan peranannya oleh mesin, namun mesin pun masih memerlukan manusia (jasa tenaga kerja) untuk mengoperasikannya. Tenaga kerja membutuhkan pengetahuan dan keterampilan agar ia memiliki skill dan kemampuan sesuai yang dibutuhkan dunia kerja untuk berperan dalam kegiatan produksi. Jasa tenaga kerja diberikan kepada para pengusaha yang membutuhkan tenaga kerja dan dengan memberi imbalan upah atau gaji. Upah atau gaji adalah jasa tenaga kerja yang dapat dihitung berdasarkan jam kerja ataupun unit hasil yang dikerjakan. Pasar tenaga kerja terjadi apabila pemilik perusahaan menggunakan jasa tenaga kerja dan terjadi perjanjian-perjanjian kerja antara pemilik perusahaan, tenaga kerja, dan serikat kerja. Misalnya bursa tenaga kerja.

### **Permintaan Tenaga Kerja**

Permintaan tenaga kerja berkaitan dengan jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan oleh perusahaan tertentu. Permintaan tenaga kerja datang dari rumah tangga produksi. Banyak sedikitnya permintaan tenaga kerja dipengaruhi oleh perubahan tingkat upah dan perubahan faktor – faktor lain yang memengaruhi permintaan tenaga kerja antara lain sebagai berikut.

#### **1. Perubahan Tingkat Upah**

Perubahan tingkat upah mempengaruhi tinggi rendahnya biaya produksi perusahaan. Jika tingkat upah mengalami kenaikan, maka biaya produksi juga akan meningkat, perusahaan akan mengurangi jumlah produksi yang mengakibatkan berkurangnya tenaga kerja yang dibutuhkan. Penurunan jumlah tenaga kerja sebagai akibat dari turunnya skala produksi disebut efek skala produksi. Jika tingkat upah naik dan barang modal tetap maka pengusaha menggunakan mesin sehingga pengguna tenaga kerja akan menurun. Pengurangan tenaga kerja yang dibutuhkan karena adanya penambahan penggunaan mesin disebut efek substitusi tenaga kerja.

**Penentuan upah dalam pasar persaingan:**

1. Pasar persaingan sempurna, tenaga kerja maupun perusahaan tidak mempunyai persatuan.
2. Pasar monopsoni, dimana satu perusahaan merupakan pembeli tunggal dari jasa tenaga kerja yang ditawarkan.
3. Pasar monopoli, dimana pekerja bersatu dalam suatu persatuan atau serikat pekerja dalam menawarkan tenaga kerja.
4. Pasar monopoli bilateral, perusahaan adalah pembeli tunggal jasa tenaga kerja, dan tenaga kerja secara bersama menawarkan tenaga kerja.

**Penentuan upah di pasar monopoli dan monopoli bilateral:**

1. Menuntut upah yang lebih tinggi dari yang dicapai pada ekuilibrium permintaan dan penawaran.
2. Membatasi penawaran tenaga kerja
3. Menjalankan usaha-usaha yang bertujuan menaikkan permintaan tenaga kerja

**Faktor yang menimbulkan perbedaan upah:**

1. Perbedaan jenis pekerjaan.
2. Perbedaan kemampuan, keahlian dan pendidikan.
3. Pertimbangan bukan keuangan dalam memilih pekerjaan.
4. Ketidak-sempurnaan dalam mobilitas tenaga kerja.

## XIV. MAKSIMALISASI LABA

### Kegiatan belajar 14: Maksimalisasi Laba

#### a. Tujuan Kegiatan Pembelajaran 14

**Tujuan Umum** : Mahasiswa mampu menjelaskan tujuan dan sasaran perusahaan serta menghitung maksimalisasi laba

**Tujuan Khusus** :

1. Memahami tujuan perusahaan
2. Memahami maksimalisasi laba
3. Memahami penawaran jangka pendek oleh perusahaan dalam penetapan harga

#### b. Uraian Pembelajaran 14

**Penerimaan (Revenue) Penerimaan** adalah penerimaan produsen dari hasil penjualan outputnya. Terdapat tiga konsep penting tentang revenue yang perlu diperhatikan untuk analisis perilaku produsen. (1) Total Revenue (TR), yaitu total penerimaan produsen dari hasil penjualan outputnya. Jadi,  $TR = P_q Q$ , dimana  $P_q$  = harga output per unit;  $Q$  = jumlah output. (2) Average Revenue (AR), yaitu penerimaan produsen per unit output yang dijual.

$$AR = \frac{TR}{Q} = \frac{P_q Q}{Q} = P_q$$

Jadi, AR adalah harga jual output per unit

**Marginal Revenue (MR)**, kenaikan TR yang disebabkan oleh tambahan penjualan satu unit output.

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

Hubungan antara TR, AR, dan MR dapat digambarkan dengan dua kasus dan secara matematis di bawah ini :

1.  $TR = X \cdot P_x$

$$MR = \frac{dTR}{dx} = f^1(X) = P_x$$

2.  $TC = g(X)$   
 $MC = \frac{dTR}{dx} = g^1(X)$
3.  $\Pi = TR - TC = f(X) - g(X)$

Dimana :

TR = penerimaan total  
 TC = biaya total  
 X = output  
 Px = harga output konstan  
 MR = Penerimaan marginal  
 MC = Biaya marginal  
 $\Pi$  = keuntungan

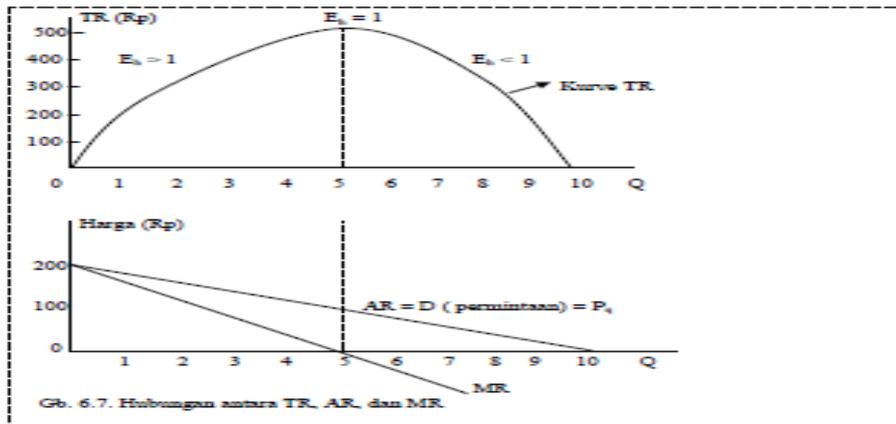
### Kasus I : Kasus Untuk Kurva Permintaan Menurun

Anggap kurve permintaan yang dihadapi produsen bersifat menurun, yang berarti bahwa produsen bisa menjual lebih banyak output hanya dengan menurunkan harga. Kondisi ini terjadi pada pasar monopoli. Berikut ini disajikan contoh hubungan antara TR, AR, dan MR

Hubungan TR,AR, dan MR pada Kasus I

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

Angka-angka dalam tabel tersebut dapat digambarkan sebagai berikut



Sifat hubungan dari ketiga konsep tersebut adalah sebagai berikut:

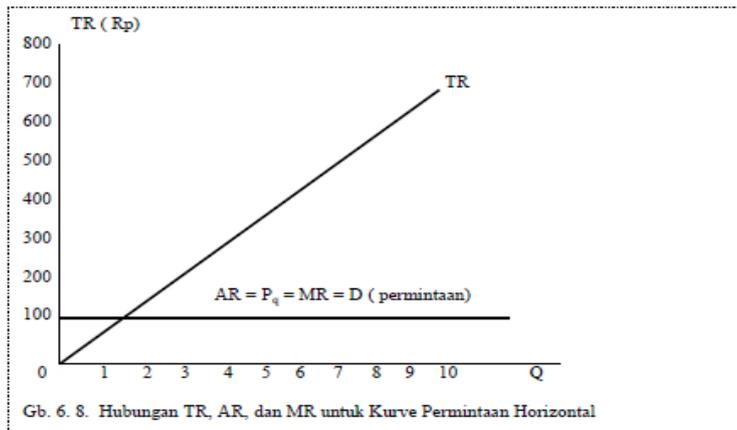
- TR menaik selama elastisitas harga dari kurve permintaan , yang tidak lain adalah AR, lebih besar dari satu ( $E_h > 1$ ).
- TR maksimum pada tepat pertengahan kurve permintaan, yaitu pada  $E_h = 1$ .
- TR menurun pada daerah di mana kurve permintaan mempunyai  $E_h < 1$ .
- TR menaik selama MR positif, maksimum pada  $MR = 0$ , dan menurun bila MR negatif.

### Kasus II : Kasus Untuk Kurve Permintaan Horizontal

Pada kasus ini produsen tidak dapat mempengaruhi harga jual. Berapapun jumlah output yang dijual, harga output per unit yang diterima produsen adalah *tetap*. Kondisi ini terjadi pada pasar persaingan sempurna. Hubungan antara TR, AR, dan MR adalah sebagai berikut

Output	$P_q = AR$	$P_q Q = TR$	$MR = \Delta TR / \Delta Q$
0	100	0	100
1	100	100	100
2	100	200	100
3	100	300	100
4	100	400	100
5	100	500	100
6	100	600	100
7	100	700	100
8	100	800	100

Angka-angka dalam tabel tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



## PENDEKATAN DALAM MEMAKSIMALKAN KEUNTUNGAN

### Pendekatan Totalitas (Totality Approach)

Pendekatan totalitas merupakan pendekatan dengan cara membandingkan pendapatan total (TR) dan biaya total (TC). Pendekatan total (TC) adalah sama dengan jumlah unit output yang terjual (Q) dikalikan dengan harga output per unit (P), maka  $TR = P \cdot Q$ . Sedangkan biaya total (TC) adalah sama dengan biaya tetap (FC) ditambah dengan biaya variabel (VC), maka  $TC = FC + VC$ .

Dalam pendekatan totalitas biaya variabel per unit output dianggap konstan sehingga biaya variabel adalah jumlah output (Q) di kalikan dengan biaya variabel per unit (v), maka  $VC = v \cdot Q$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $\pi = P \cdot Q - (FC + v \cdot Q)$ .

### Pendekatan Marginal (Marginal Approach)

Analisis marginal ini mirip dengan analisis mencari kepuasan maksimum. Analisis ini mendasarkan pada satu konsep yaitu keuntungan marginal yakni tambahan keuntungan total sebagai akibat tambahan satu unit output. Untuk mencari jumlah output yang menghasilkan keuntungan maksimum dapat digunakan patokan sebagai berikut “Jika keuntungan marginal masih positif dengan menambah satu unit output maka output harus ditambah dan apabila keuntungan marginal negatif dengan menambah satu unit output maka output harus dikurangi sampai keuntungan atau laba marginal = 0”.

Dalam pendekatan marginal perhitungan laba dilakukan dengan membandingkan biaya marginal (MC) dan pendapatan marginal (MR). Laba maksimum akan tercapai pada saat  $MR=MC$ .

### Pendekatan Rata-rata

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

Dari persamaan ini perusahaan akan mencapai laba bila harga jual per unit output (P) lebih tinggi dari biaya rata-rata (AC). Perusahaan hanya mencapai angka impas bila P sama dengan AC.

### Keuntungan Maksimum

#### Kasus I : Kasus Untuk Kurve Permintaan Menurun

Untuk analisis keuntungan ini diperlukan data tentang : Q, Pq, dan TC . Dengan diketahuinya data ini dapat dihitung besarnya TR, AR, MR, MC, dan AC yang penting untuk menentukan posisi keuntungan maksimum atau juga dikenal dengan posisi ekuilibrium. Sebagai contoh, dalam tabel berikut disajikan data hipotetis untuk menentukan posisi keuntungan maksimum.

Q	$P_q$	TR	TC	$AC=TC/Q$	$MR=\Delta TR/\Delta Q$	$MC=\Delta TC/\Delta Q$	TR-TC
0	200	0	145	-	180	30	-145
1	180	180	175	175	140	25	+5
2	160	320	200	100	100	20	+120
3	140	420	220	73.3	60	30	+200
4	120	480	250	62.5	20	50	+230 *
5	100	500	300	60	-20	70	+200
6	80	480	370	61.6	-60	90	+110
7	60	420	460	65.6	-100	110	-40
8	40	320	320	71.3			-250

**\*Posisi keuntungan maksimum**

**Kasus II : Kurve Permintaan Yang horizontal**

Syarat dicapainya keuntungan maksimum sama seperti pada kasus I, yaitu pada saat  $MR = MC$ . Tetapi karena pada kasus II, kurve permintaan  $D = AR = P_q$ , maka syarat dicapainya keuntungan maksimum menjadi:  $MR = MC = P_q = D$ . Sebagai contoh, berikut ini disajikan kembali data hipotetis pada tabel ke dalam

Output	$P_q = AR$	$P_q Q = TR$	TC	$\pi$	AC	$MR = \frac{\Delta TR}{\Delta Q}$	$MR = \frac{\Delta TC}{\Delta Q}$
0	100	0	145	-45	-	100	30
1	100	100	175	-75	175	100	25
2	100	200	200	0	100	100	20
3	100	300	220	180	73.3	100	30
4	100	400	250	150	63.5	100	50
5	100	500	300	200	60	100	70
6	100	600	370	230	61.6	100	90
7	100	700	460	240*	65.6	100	110
8	100	800	570	230	71.3		

Ket. : \* = posisi keuntungan maksimum

**SOAL LATIHAN**

1. Jika diketahui :

$$P=120-0,02Q$$

$$C=60Q+25000$$

dimana P adalah harga per unit, sementara C adalah total biaya. Hitunglah Profit Maksimum (Laba Maksimal) !

2. Lengkapi lah tabel di bawah ini . Tentukan jenis pendekatan yang di gunakan!

Q	P	TR	TC	$\pi$
1	5			
2	5			
3	5			
4	5			
5	5			
6	5			
7	5			
8	5			
9	5			
10	5			

3. Lengkapi tabel di bawah ini. Kemudian tentukan jenis pendekatannya!

Q	P=MR	MC	$\pi$	Keterangan
1	5	-		
2	5	1,5		
3	5	1		
4	5	1,5		
5	5	1,75		
6	5	2		
7	5	3.25		
8	5	5		
9	5	9		
10	5	15		

4. Hitunglah dan lengkapi tabel di bawah ini

Q	TR	TC	TR-TC	MR=	MR=	MR-MC

5. Sebuah perusahaan mempunyai fungsi permintaan  $Q = 100 - 2P$ . Biaya marjinal dan biaya rata-rata adalah konstan Rp 10/unit. Ditanyakan:

1. Temukan fungsi MR
2. Temukan laba maksimum dengan pendekatan total dan pendekatan marjinal

6. Di berikan fungsi permintaan dan fungsi biaya masing-masing sebagai berikut:

$$P = 1000 - 2Q \text{ Dan } C = Q^3 - 59Q^2 + 1315Q + 2000$$

Berapakah produk yang harus di produksi dan di jual sehingga dapat di peroleh laba yang maksimum ? Berapakah laba maksimum tersebut ?

7. Bila penerimaan total produsen ditunjukkan oleh persamaan  $TR = 200 Q - 5Q^2$  dan biaya totalnya ditunjukkan oleh persamaan  $TC = 40 + 20Q$ . Tentukan jumlah output yang harus di produksi agar produsen memperoleh keuntunagn maksimum!

8. Bila penerimaan total produsen ditunjukkan oleh persamaan  $TR = -2Q^2 + 1000 Q$  dan biaya totalnya ditunjukkan oleh persamaan  $TC = Q^3 - 59 Q + 1315 q + 2000$  . Tentukan jumlah output yang harus di produksi agar produsen memperoleh keuntunagn maksimum!

## **XV. TEORI EKONOMI KESEJAHTERAAN**

### **Kegiatan Pembelajaran 15 : Teori Ekonomi Kesejahteraan**

#### **a. Tujuan Pembelajaran 15**

**Tujuan Umum:** Dengan mempelajari modul kesembilan para mahasiswa diharapkan bisa menjelaskan penentuan keseimbangan umum dalam perekonomian pasar, dan kegagalan mekanisme pasar.

#### **Tujuan khusus :**

1. Penentuan keseimbangan umum dalam perekonomian;
2. Kegagalan mekanisme pasar dan penangulangannya;
3. Penentuan harga pasar jangka panjang;

#### **b. Uraian Pembelajaran 15**

Dalam masyarakat modern dengan sistem persaingan terdapat berbagai macam pasar input maupun output yang mana keduanya berinteraksi saling untuk mencapai keseimbangan. Keseimbangan pada satu pasar, misalnya komoditi A, merupakan keseimbangan parsial dan menjadi bagian dari keseimbangan umum seluruh (sistem) perekonomian. Kenyataan menunjukkan selalu ada hubungan saling terkait antarpasar input dan output.

Bila syarat persaingan dipenuhi maka dicapai tingkat kesejahteraan umum optimal seluruh masyarakat. Setiap perubahan keseimbangan di satu pasar, akibat perubahan kekuatan permintaan dan penawaran, akan mengubah posisi keseimbangan. Demikian pula bila ada kebijakan berupa campur tangan pemerintah untuk mencapai tujuan tertentu, maka posisi keseimbangan umum akan berubah.

Namun, meskipun semua syarat pasar persaingan dipenuhi, hasil keseimbangan yang paling optimal bisa tidak bisa dipenuhi karena

adanya kegagalan pasar dan barang publik. Keduanya mengundang peran atau campur tangan pemerintah untuk mengoreksi, kemudian muncul pula kegagalan birokrasi atau sektor publik akibat peran campur tangan pemerintah ini.

Keuntungan jangka panjang yang diperoleh perusahaan besar, yang merupakan konsekuensi sistem pasar persaingan guna mengefisienkan produksi dan biaya, menghasilkan penyelesaian keseimbangan yang meskipun optimal namun tidak ideal. Ini terutama dimaksudkan untuk mempertahankan posisi perusahaan di pasar dalam jangka panjang serta pertimbangan posisi dan kelompok manajer. Perusahaan milik negara yang umumnya perusahaan besar dengan struktur oligopolis atau monopolis, mencoba mengoreksi, meskipun mereka mengalami kegagalan birokrasi yang menimbulkan inefisiensi dalam manajemen serta pemberian subsidi dapat menyebabkan tidak tercapainya tingkat keseimbangan kesejahteraan optimal.

## **EKONOMI KESEJAHTERAAN DAN MEKANISME HARGA**

Mekanisme lengkap sistem harga pasar persaingan model sederhana dengan dua pasar komoditi dan dua pasar faktor produksi menunjukkan bahwa sistem mekanisme demikian akan menuntun semua pihak mengambil keputusan dan bertindak hingga diperoleh alokasi input yang paling efisien. Pada keadaan tertentu, sistem mekanisme pasar persaingan murni di pasar-pasar output dan input cenderung memproduksi kombinasi barang-barang dan jasa-jasa yang memberikan kepuasan maksimum bagi konsumen. Bagaimana hal ini bisa terjadi? Berikut adalah alasan logikanya dihubungkan dengan jawaban tiga masalah fundamental yang dihadapi oleh setiap perekonomian, yaitu apa dan berapa yang harus diproduksi? Bagaimana memproduksinya? Dan untuk siapa barang-barang dan jasa-jasa tersebut diproduksi?

1. Kepentingan pribadi serta situasi pasar persaingan murni menyebabkan produsen memproduksi dan menjual input pada harga sama dengan biaya marginal. Harga input mencerminkan nilai barang tersebut bagi pemakainya, sementara biaya marginal mengukur

nilai input yang diperlukan untuk memproduksi. Jadi, jumlah input yang diproduksi akan terus ditingkatkan sampai harganya lebih tinggi atau sama dengan biaya marjinal.

2. Persaingan memaksa para produsen memproduksi pada biaya paling rendah. Produsen harus mengkombinasikan faktor-faktor produksi agar diperoleh input dengan biaya terendah. Kombinasi input-input seperti ini dicapai bila rupiah yang dibelanjakan pada setiap input memberikan Produk Fisik Marjinal yang sama. Ini merupakan dasar bagi penurunan kurva penawaran perusahaan individual. Di pasar input misalnya tenaga kerja, proses keputusan produksi ditunjukkan oleh kurva permintaan tenaga kerja oleh para produsen. Perusahaan akan memproduksi sampai pada tingkat di mana Produk Pendapatan Marjinal (MRP) sama dengan tingkat upah atau harga per satuan faktor produksi, agar mereka bisa mencapai tujuan yakni memperoleh keuntungan maksimum.
3. Kondisi persaingan yang membuat konsumen bebas memilih dalam rangka memaksimalkan kepuasan mereka. Dengan tingkat pendapatan serta selera tertentu, masing-masing konsumen membeli kombinasi barang-barang dan jasa-jasa yang paling memuaskan. Untuk ini harus dipenuhi syarat Nilai Guna Marjinal per rupiah yang dibelanjakan sama untuk setiap komoditi yang diproduksi. Proses ini menghasilkan kurva permintaan barang berlereng menurun (negatif). Para pemilik input dalam suasana persaingan ingin memperoleh pendapatan maksimal. Pemilik input tenaga kerja ingin memperoleh kepuasan maksimal yang secara analitis dilakukan dengan analisis kurva indifferensi di mana tenaga kerja mencoba mengalokasikan waktunya antara bekerja yang memberikan pendapatan atau bermalas-malas yang memberikan kepuasan. Untuk faktor produksi lain, para pemilik menawarkan dengan biaya terendah terus berlanjut ke unit-unit dengan biaya lebih tinggi. Dengan demikian penawaran input berlereng menaik (positif).

Bila semua syarat dipenuhi, secara matematis teoritis dapat ditunjukkan, situasi keseimbangan umum dengan mekanisme sistem harga persaingan dapat mencapai kesejahteraan masyarakat yang optimal. Ini disebut

kondisi optimal Pareto. Bila keadaan menyimpang maka secara keseluruhan kesejahteraan masyarakat berkurang atau kurang dari optimal. Keadaan optimal Pareto sering didefinisikan sebagai keadaan di mana setiap perubahan atas keadaan yang ada mengakibatkan keadaan beberapa anggota masyarakat banyak lebih baik namun mengakibatkan keadaan anggota masyarakat yang lain menjadi lebih buruk.

### **1. Dunia Nyata dan Harga Keseimbangan**

Tingkat kesejahteraan optimal lewat sistem mekanisme pasar secara logis dapat dicapai bila seperangkat kondisi, anggapan serta syarat dipenuhi agar dapat diperoleh keadaan pasar persaingan murni. Bila satu atau beberapa syarat tersebut kenyataannya tak dipenuhi maka kondisinya menjadi tak sempurna. Ketidaktercapaian pasar terjadi misalnya dengan karena adanya monopoli produsen berupaya agar memperoleh keuntungan maksimum, memproduksi pada tingkat output lebih rendah dan menjual dengan harga lebih tinggi daripada pada persaingan murni. Akibatnya sumber daya yang dialokasikan pada industri tersebut terlalu sedikit, hingga tak tercapai alokasi sumber daya secara optimal. Monopsoni atau monopoli di pasar input juga cenderung menyebabkan hal yang sama. Informasi tak sempurna menyebabkan keputusan yang diambil tak memberikan hasil optimal. Proses penyesuaian atas setiap perubahan kondisi pasar berjalan lambat dan tak lengkap. Karena itu dapat disimpulkan ketidaktercapaian pasar di dunia nyata menyebabkan alokasi sumber daya menjadi kurang efisien dan sistem harga persaingan kurang responsif terhadap perubahan kemajuan teknologi, selera, atau perubahan tersedianya sumber daya dibandingkan pasar persaingan murni.

### **2. Keseimbangan Umum**

Hubungan interrelasi secara kompleks antarpasar dalam perekonomian yang secara sistematis digambarkan dengan analisis keseimbangan umum akan lebih nyata dipahami dengan menggunakan Tabel Input-output (I-O). Meskipun tabel inipun masih belum sepenuhnya menggambarkan kenyataan, tetapi sudah berada pada tingkat operasional.

## Optimum Pareto atau Efisiensi Alokatif

Konsep optimum Pareto berarti tidak dapat membuat keadaan seseorang menjadi lebih baik tanpa membuat keadaan yang lain lebih buruk. Ini merupakan isu sentral dalam ilmu ekonomi. Salah satu cara melihatnya adalah dengan menggunakan grafik Batas Kemungkinan Daya Guna. Ini hampir sama konsepnya dengan konsep Batas Kemungkinan Produksi yang merupakan batas kombinasi banyaknya output fisik maksimal yang dapat diproduksi oleh masyarakat, sedangkan yang pertama merupakan batas kepuasan nilai guna atau kesejahteraan yang dapat dicapai.

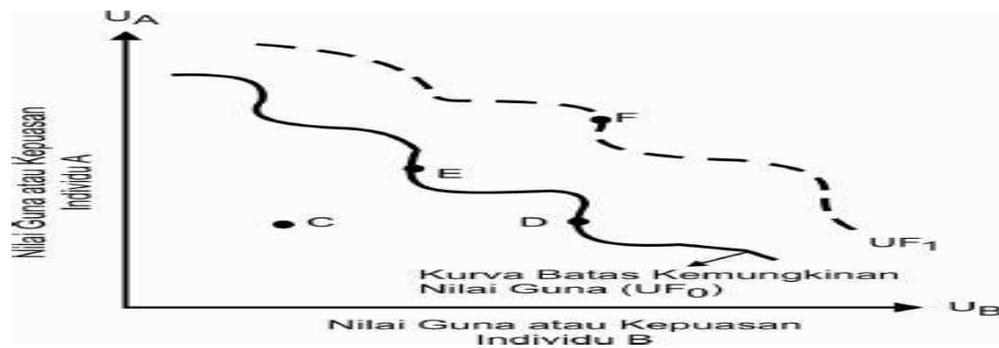
Gambar 9.3 menunjukkan Batas Kemungkinan Nilai atau Daya Guna. Seperti biasa suatu model digunakan untuk menyederhanakan kenyataan yang ada, maka dianggap hanya ada dua orang dan nilai guna yang diperoleh dinyatakan pada dua sumbu. Sumbu tegak menunjukkan nilai guna atau kepuasan individu A diberi simbol  $U_A$  dan pada sumbu mendatar dinyatakan hal yang sama untuk individu B dan diberi simbol  $U_B$ .

Pergerakan dari titik D ke titik E menunjuk terjadinya redistribusi berupa kenaikan nilai guna yang diperoleh oleh A dan penurunan nilai guna yang diperoleh oleh B dari bundel barang yang dikonsumsi. Hal ini paling mungkin terjadi karena ada redistribusi pendapatan dari individu B ke individu A.

Di sepanjang titik-titik pada Batas Kemungkinan Nilai Guna, misalnya di titik D atau E perekonomian telah mencapai efisiensi alokatif optimal karena di sini kita tak dapat membuat keadaan seseorang menjadi lebih baik tanpa menurunkan kesejahteraan atau nilai guna yang diperoleh oleh individu lain.

Tengoklah, sekarang pada titik yang terletak di sebelah dalam Kurva Batas Kemungkinan Nilai Guna ( $UF_0$ ), sementara titik F tak dapat dicapai karena berada di luar jangkauan batas  $UF_0$ . Dengan menggunakan konsep Batas Kemungkinan Nilai Guna maka dapat dikatakan situasi yang menggambarkan efisiensi alokatif tercapai pada titik-titik di sepanjang garis Batas Kemungkinan Nilai Guna. Pada titik C, masyarakat belum mencapai tingkat Nilai Guna maksimum. Dengan demikian perpindahan dari titik C ke D akan memperbaiki keadaan kesejahteraan

atau nilai guna yang diperoleh oleh individu A dan B. Dalam jangka panjang, karena semakin banyak barang konsumsi diproduksi dan tersedia maka Batas Kemungkinan Nilai Guna akan bergeser ke kanan, misalnya menjadi  $UF_1$ , dan sekarang titik F terlihat bahwa nilai guna atau kesejahteraan masyarakat bertambah atau naik

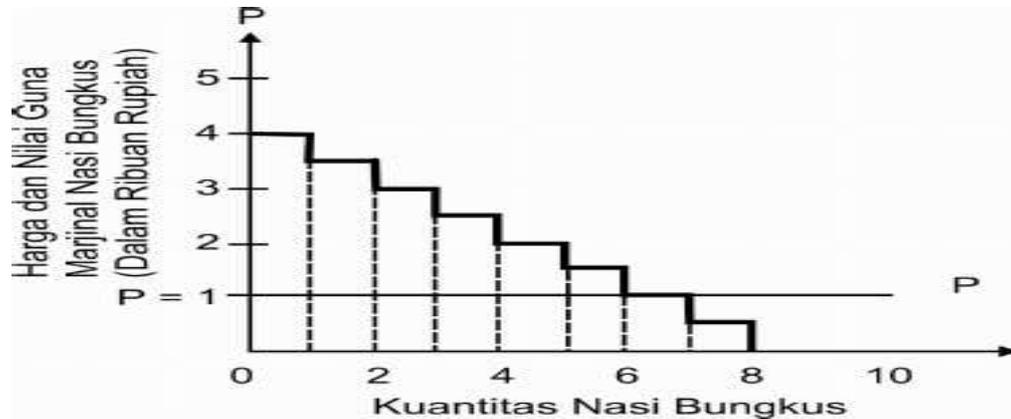


## 2. Surplus Konsumen

Jumlah pengeluaran total seorang konsumen yang menjadi penerimaan produsen suatu komoditi, merupakan perkalian antara kuantitas yang dikonsumsi serta harganya. Selisih antara nilai yang dibayar oleh konsumen yaitu nilai pasar dan manfaat total yang diperoleh konsumen disebut surplus konsumen. Hal ini karena konsumen memperoleh lebih banyak nilai manfaat daripada nilai yang ia bayar, yang merupakan akibat berlakunya Hukum Nilai Guna Marjinal yang Menurun.

Surplus konsumen muncul karena konsumen membayar harga yang sama untuk setiap barang yang dibeli. Tak ada bedanya apakah barang tersebut merupakan unit pertama yang dibeli atau unit terakhir, katakan misalnya barang konsumsi tersebut adalah sepotong ayam goreng. Seperti yang ditunjukkan oleh Hukum Nilai Guna Marjinal yang menurun, satuan yang dibeli dan dikonsumsi lebih dulu akan berharga atau memberikan kepuasan atau manfaat per unit lebih besar daripada unit yang dikonsumsi berikutnya. Bila transaksi pembelian tak lagi memberikan manfaat kepuasan kepada konsumen, ia akan berhenti dan mengkonsumsi.

Gambar 9.4 menunjukkan konsep surplus konsumen untuk seorang atau satuan rumah tangga konsumen yang mengkonsumsi nasi gudeg. Katakanlah harga nasi gudeg adalah Rp5.000.000,00 per bungkus.



Konsumen dapat membeli pada harga tersebut berapa bungkus pun yang ingin beli. Ini ditunjukkan oleh garis mendatar PP. Banyaknya nasi gudeg yang dibeli didasarkan pada pertimbangan sebagai berikut. Nasi gudeg pertama nilainya sangat tinggi baginya karena sebelumnya ia sangat lapar dan memberi kepuasan atau nilai guna sangat tinggi. Ia bersedia membayar sebesar Rp4.000,00 ribu per bungkus. Kurva permintaan individu berlereng menurun mencerminkan hukum Nilai Guna Marjinal yang semakin Menurun. Kurva permintaan karenanya merupakan skedul kesediaan membayar berdasarkan manfaat atau Nilai Guna Marjinal yang diperoleh dengan membeli dan membayar satuan barang tersebut. Tetapi ia membayar harga untuk satu bungkus tersebut dan juga bungkus-bungkus seterusnya yang dibeli hanya sebesar Rp5.000,00. Dengan demikian maka ia memperoleh surplus konsumen sebesar Rp35.000,00 untuk satuan bungkus pertama nasi yang dibeli dan dikonsumsi, dan begitu seterusnya

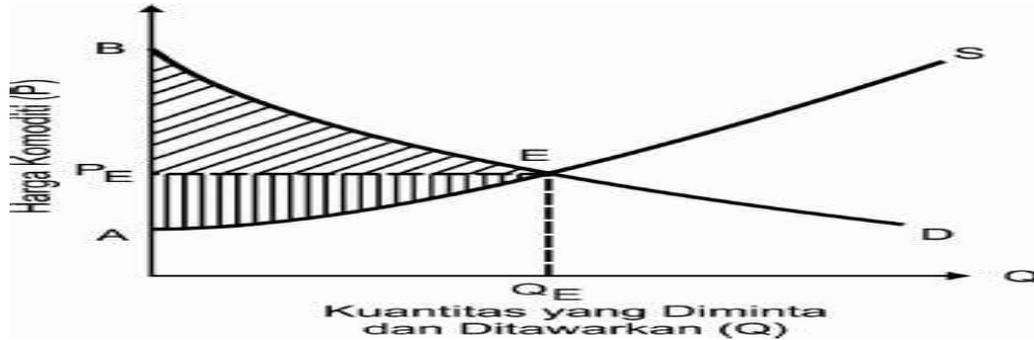
### 3. Surplus Produsen (Rente Ekonomi)

Karena berlakunya Hukum Penambahan Hasil yang semakin Berkurang dalam jangka pendek maka biaya produksi rata-rata atau marjinal yang diperlukan untuk memproduksi suatu komoditi selalu naik dengan makin banyaknya output yang diproduksi. Dalam jangka panjang input - input yang lebih baik dan lebih produktif digunakan lebih dahulu untuk menghasilkan output dengan biaya lebih rendah dan baru kemudian

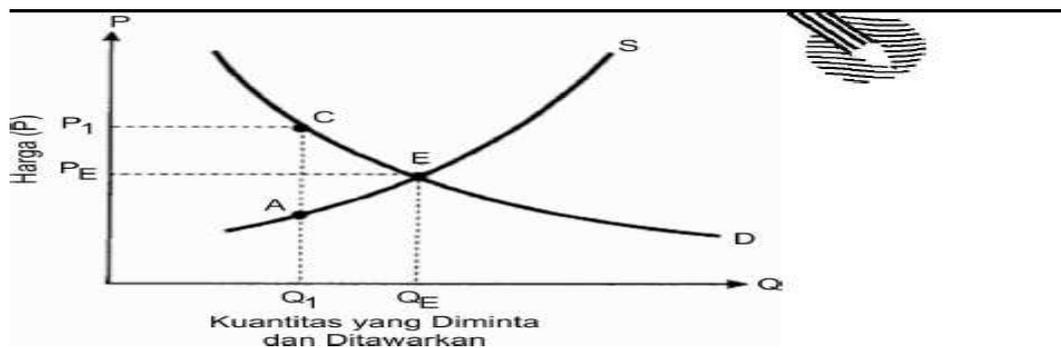
digunakan input yang kurang produktif dengan biaya lebih tinggi. Dengan cara demikian maka diperoleh kurva biaya marjinal yang menaik naik dan sekaligus juga merupakan kurva penawaran dalam pasar industri persaingan murni. Dalam komponen biaya ekonomis telah termasuk komponen keuntungan normal.

Harga dan kuantitas keseimbangan terjadi pada perpotongan antara kurva penawaran dan kurva permintaan. Semua barang dijual dengan harga sama yaitu harga keseimbangan. Bila produsen menjual pada harga sama dengan biaya marjinal maka produsen telah memperoleh keuntungan normal. Harga jual di atas biaya marjinal merupakan surplus produsen atau rente ekonomi, hal ini nampak pada Gambar 9.5.

Pada titik keseimbangan E, produsen menjual pada harga dan kuantitas keseimbangan  $P_E$  dan  $Q_E$ . Seluruh produsen dalam industri yang bersangkutan memperoleh surplus produsen atau rente ekonomi sebesar bidang segitiga  $AEP_E$ , karena dengan menjual sampai kuantitas sebesar  $Q_E$ , produsen dapat menjual pada tingkat harga di atas biaya produksi marjinal. Sementara itu, pada harga dan kuantitas keseimbangan  $P_E$  dan  $Q_E$ , seluruh konsumen memperoleh surplus konsumen sebesar bidang atau area segi tiga  $BPEE$ . Bila dua area segitiga yang merupakan surplus konsumen dan rente ekonomi (surplus produsen) dijumlah maka diperoleh surplus ekonomi. Surplus ekonomi akan mencapai maksimal bila output diproduksi dan dijual pada tingkat output dan harga keseimbangan. Pada tingkat ini perekonomian berada pada tingkat alokasi sumbernya optimum. Bila output diproduksi dan dijual tidak pada tingkat keseimbangan maka perekonomian tidak berada pada tingkat alokasi sumber daya yang optimal dan masyarakat mengalami kerugian (deadweight loss). Hal ini nampak pada Gambar 9.6.



Gambar 9.5 Surplus Ekonomi Surplus Produsen dan Surplus Konsumen



Gambar 9.6. Efisiensi Alokasi Sumber dan Deadweight Loss

Misalkan diproduksi sebesar  $Q_1$  dan dijual sebesar  $P_1$ , maka surplus ekonomi yang diperoleh tidak mencapai maksimum seperti bila diproduksi dan dijual sebesar  $Q_E$  pada harga  $P_E$ . Penurunan surplus ekonomi yang dialami adalah sebesar  $AEC$ , ini disebut sebagai kerugian (deadweight loss). Kerugian ini bisa dihilangkan bila output yang diproduksi dinaikkan menjadi sebesar  $Q_E$ . Hal ini karena pada output tambahan yang bisa diproduksi sebesar  $Q_1Q_E$ , Biaya Marjinal menjadi lebih rendah dibandingkan kesediaan konsumen untuk membayar.

### SOAL LATIHAN

1. Apakah perbedaan antara keseimbangan parsial pasar dan keseimbangan umum perekonomian?
2. Bagaimana bisa menggambarkan keseimbangan umum perekonomian? Jelaskan! Apa hubungan antara efisiensi alokasi sumber daya optimal dengan surplus ekonomi?

## **XVI. KESEIMBANGAN ANTAR PASAR**

### **Kegiatan belajar 16: Keseimbangan Antar Pasar**

#### **a. Tujuan Kegiatan Pembelajaran 15**

**Tujuan Umum** : Mahasiswa mampu memahami keseimbangan antar pasar

**Tujuan Khusus** :

1. Memahami bentuk pasar faktor produksi
2. Keseimbangan pada pasar faktor produksi

#### **b. Uraian Pembelajaran 16**

##### **Keseimbangan Parsial dan Umum**

Keseimbangan pasar parsial merupakan analisis keseimbangan harga dan output pada pasar yang merupakan komponen atau bagian sistem harga. Perekonomian bukan terdiri atas banyak pasar yang tak berhubungan satu dengan yang lain. Perekonomian merupakan jaringan kerja saling terkait di mana perubahan di suatu pasar akan menimbulkan perubahan signifikan di pasar-pasar lain. Analisis sistem harga secara keseluruhan disebut analisis keseimbangan umum. Gambaran analisis keseimbangan yang disajikan mula-mula adalah di mana perubahan di suatu pasar akan berdampak pada perubahan pada pasar-pasar lain yang berhubungan. Selanjutnya dengan menggunakan model sederhana dua industri dan dua input (faktor produksi), disajikan hubungan antarpasar dengan menggunakan analisis ekonomi mikro secara grafis.

##### **Hubungan Antarpasar**

Misalkan mula-mula perekonomian sudah berada pada keseimbangan umum, di mana semua pasar baik pasar output maupun pasar input telah mencapai keseimbangan dalam arti tak ada faktor-faktor yang dapat mengubah keadaan ekonomi di masing-masing pasar. Selanjutnya misalkan karena suatu sebab terjadi kenaikan permintaan komoditi tekstil. Akibatnya harga tekstil naik. Perusahaan tekstil menaikkan produksi dan selanjutnya menaikkan permintaan turunan atas faktor-faktor produksi

atau input yang digunakan dan pada gilirannya menyebabkan harganya naik. Hubungan antara harga output dan harga input tercermin pada permintaan input. Dalam jangka menengah dan panjang harga input yang tinggi akan menarik perusahaan-perusahaan dalam industri tersebut untuk masuk. Industri-industri lain terpaksa juga menaikkan tingkat upah untuk bisa bertahan. Akibatnya tingkat keuntungan turun. Perpindahan sumber daya manusia atau bukan manusia mungkin juga menyangkut perpindahan antarlokasi yang berkaitan dan mempengaruhi industri lain misalnya transportasi, perumahan, semen, kayu, kaca, dan sebagainya. Kenaikan permintaan tekstil juga akan menaikkan permintaan kapas dan serat rayon. Di samping itu industri-industri lain yang menggunakan faktor-faktor produksi berupa kapital, tenaga kerja, dan tanah yang sama dengan yang digunakan oleh industri tekstil, harus membayar harga input lebih tinggi karena permintaan naik. Akibatnya biaya produksi mereka naik dan penjualan produk industri tersebut turun.

Kenaikan permintaan tekstil tak hanya mempengaruhi pasar input saja, tetapi juga menaikkan permintaan atas kancing baju, mesin jahit, dan benang jahit yang selanjutnya ini akan mempengaruhi pasar faktor produksi barang-barang tersebut. Kenaikan permintaan mesin jahit menaikkan permintaan besi. Industri mesin jahit berusaha substitusi beberapa bagian yang dibuat dari besi dan mengganti dengan aluminium atau bahan plastik. Demikian pula industri-industri lain yang menggunakan bahan besi mencoba mengadakan substitusi serupa. Bila harga-harga input berubah maka industri-industri mencoba mengubah kombinasi input - input yang digunakan agar diperoleh alokasi input - input yang memberi biaya terendah. Perubahan harga input -input serta kuantitas yang digunakan akan mempengaruhi distribusi pendapatan perorangan. Sumber daya manusia pada industri tekstil akan bertambah pendapatannya akibat kenaikan permintaan tekstil. Mereka mungkin akan, karena kenaikan pendapatan ini, meminta lebih banyak barang superior atau mewah, yaitu rumah mewah, televisi, video, kulkas, sepeda motor, roti dan buah-buahan, serta mengurangi permintaan akan komoditi atau barang-barang inferior berkualitas rendah misalnya tekstil kasar dan/atau sepatu plastik berkualitas rendah.

Bila ditelusuri, akibat yang ditimbulkan dari perubahan harga pada industri tekstil, akan berlanjut hampir tanpa batas. Apa yang telah diuraikan di atas menggambarkan saling keterkaitan harga, baik yang kelihatan nyata maupun tidak. Setiap perubahan permintaan ataupun penawaran akibat perubahan, misalnya perubahan teknologi, sumber daya, ekspektasi, pajak, subsidi, peraturan pemerintah, serta perubahan-perubahan lain akan menimbulkan reaksi ekonomis secara berantai dan sangat kompleks.

### **Model Dua Pasar Dua Industri**

Sebelumnya telah diuraikan secara verbal bagaimana keterkaitan atau hubungan serta saling pengaruh antarpasar atau antarindustri. Perubahan harga komoditi di suatu pasar menyebabkan perubahan kondisi pasar komoditi lain serta pasar input, dan distribusi pendapatan.

Dalam analisis ekonomi mikro yang baku, hal tersebut di atas akan disederhanakan dengan menggunakan model keseimbangan umum dua industri dan dua input. Misalkan ada dua pasar output untuk komoditi X yang menggunakan input K dan komoditi Y yang menggunakan input L. Analisis pasar yang standar seperti kurva permintaan dan penawaran akan digunakan di sini.

Perilaku kurva-kurva permintaan pasar adalah sebagai berikut.

- a. Kurva-kurva permintaan output berlereng menurun karena berlakunya Hukum Nilai Guna Marjinal yang, menurun. Untuk setiap satuan produk yang dikonsumsi memberikan tambahan kepuasan kepada konsumen. Jadi, konsumen akan membeli lebih banyak bila harga turun.
- b. Kurva-kurva penawaran output berlereng menanjak. Hal ini didasarkan pada Hukum Biaya Marjinal yang Menanjak, karena dalam periode produksi jangka pendek berlaku Hukum Penambahan Hasil yang Semakin Berkurang. Jika setiap unit faktor variabel dibeli pada harga yang sama di pasar input persaingan murni dan memberikan tambahan output dengan jumlah semakin kecil, maka biaya setiap tambahan satuan output semakin tinggi. Sementara dalam jangka panjang input yang efisien dan memberikan

biaya lebih rendah digunakan untuk menghasilkan suatu komoditi dan baru kemudian untuk memproduksi lebih banyak digunakan input -input kurang produktif yang memberikan biaya produksi lebih tinggi. Karena untuk memproduksi lebih banyak output diperlukan biaya lebih tinggi maka harga jual harus lebih tinggi agar diperoleh keuntungan supaya ia bersedia memproduksi dan menawarkan lebih banyak output

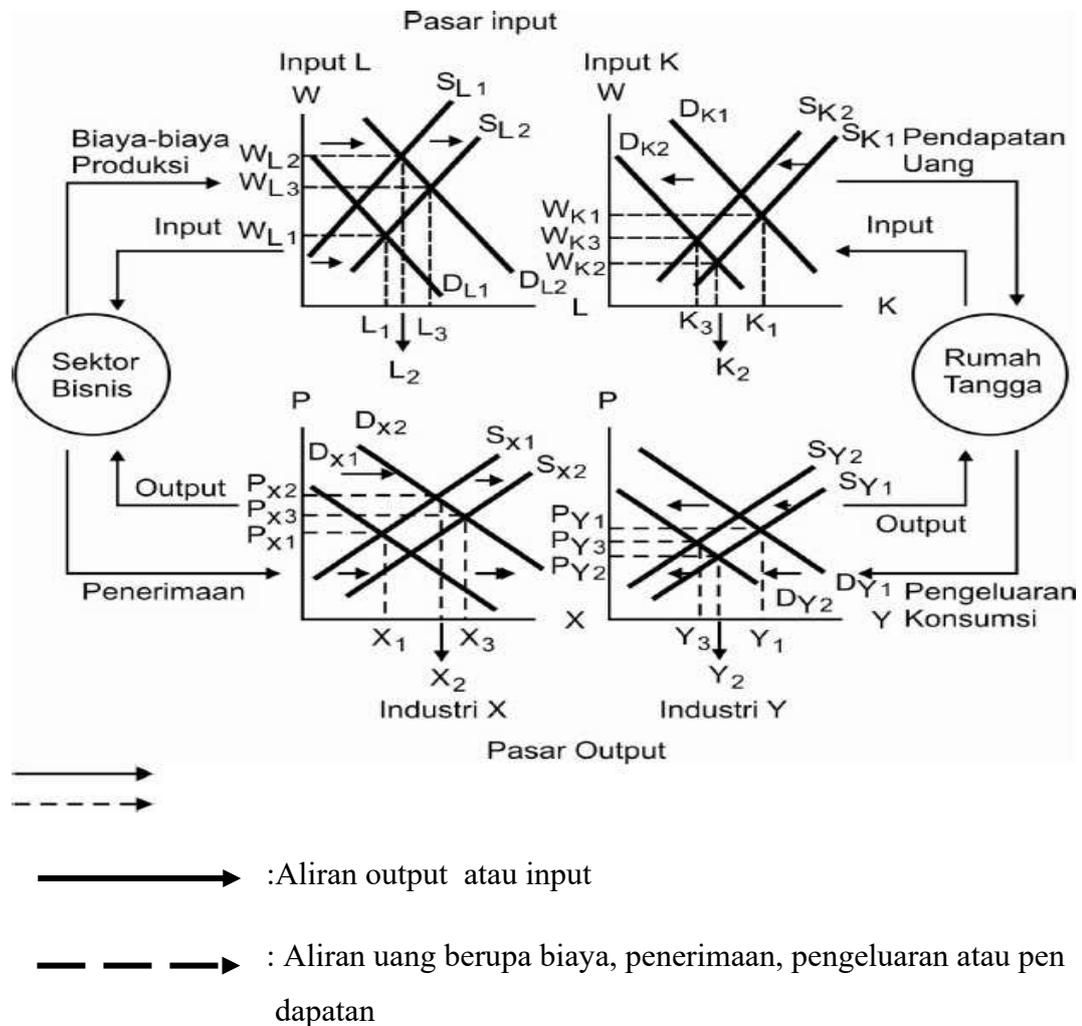
- c. Kurva permintaan input didasarkan pada Hukum Produktivitas Marjinal Fisik yang semakin Berkurang atau Hukum Penambahan Hasil yang semakin Menurun. Hukum ini menyatakan setelah melampaui titik tertentu, setiap tambahan satuan faktor produksi variabel akan menghasilkan kenaikan output total dalam jumlah yang semakin kecil.
- d. Kurva penawaran faktor produksi variabel tenaga kerjamencerminkan preferensi individual untuk bermalas-malas atau bekerja. Perusahaan atau industri harus membayar tingkat upah lebih tinggi agar bisa mempekerjakan lebih banyak tenaga kerja.

Selanjutnya Gambar 9.1 menunjukkan proses keseimbangan umum sebagai hasil interaksi pasar-pasar input dan output. Pada model ada dua industri yang memproduksi komoditi X dan komoditi Y di pasar output. Di pasar input = ada dua macam yaitu input L dan input K. Untuk menyederhanakan, masalah input tersebut hanya terdiri dari sumber daya manusia atau tenaga kerja. Tingkat upah merupakan harga tenaga kerja. Sumber tenaga kerja jenis L dan K dianggap mudah bergerak dan dapat berpindah antarindustri dengan cepat tanpa pelatihan atau penyesuaian yang berarti. Model lengkap disajikan pada Gambar 9.1 yang meliputi banyak input dan banyak output.

Di pasar komoditi X;  $P_x$ ,  $X$ ,  $S_x$  dan  $D_x$  masing-masing adalah harga, kuantitas output, penawaran dan permintaan komoditi X. Di pasar komoditi Y;  $P_y$ ,  $Y$ ,  $S_y$  dan  $D_y$  masing-masing adalah harga, kuantitas output, penawaran dan permintaan komoditi Y. Di pasar input L;  $W_L$ ,  $L$ ,  $S_L$  dan  $D_L$  masing-masing adalah harga, kuantitas penawaran dan permintaan input L. Akhirnya di pasar K;  $W_K$ ,  $K$ ,  $S_K$  dan  $D_K$  masing-masing

adalah harga, kuantitas, penawaran dan permintaan input K. Industri komoditi X menggunakan input (tenaga kerja) L, sedangkan industri komoditi Y menggunakan input (tenaga kerja) K.

Misalkan perekonomian berada dalam keseimbangan awal di mana tingkat harga output dan harga input keseimbangan pada komoditi X adalah  $P_{X1}$  dan  $W_{L1}$ , sementara  $P_{Y1}$  dan  $W_{K1}$  merupakan keseimbangan harga output dan harga input pada industri komoditi Y. Semua industri berada dalam pasar persaingan murni dan produsen memperoleh keuntungan normal hingga tak ada alasan bagi setiap industri untuk mengadakan perluasan atau pengurangan kegiatan produksi. Di pasar input juga tak ada dorongan bagi mereka untuk keluar dan atau masuk ke pasar input lain.



Gambar 9.1. Keseimbangan Umum dan Interaksi Pasar Output dan Pasar Input

Analisis keseimbangan umum menggambarkan bagaimana situasi berubah karena ada perubahan yang mengganggu keseimbangan, serta bagaimana terbentuknya posisi keseimbangan baru. Proses penyesuaian yang terjadi secara keseluruhan digambarkan pada contoh berikut. Misalkan terjadi perubahan selera atau preferensi konsumen di mana permintaan komoditi X naik sementara permintaan komoditi Y turun pada waktu yang sama. Penyesuaian atas perubahan ini bisa terjadi di dua pasar output serta pasar input dalam jangka pendek serta jangka panjang, dan juga penyesuaian di pasar-pasar output dan input lain, serta efeknya atas distribusi pendapatan. Pada dua jenis penyesuaian terakhir diperlukan model lebih lengkap yang melibatkan jenis komoditi dan faktor-faktor produksi lain.

#### **a. Penyesuaian pasar jangka pendek**

Dalam jangka pendek, penyesuaian yang terjadi hanya terbatas pada keadaan dan struktur pasar, serta perusahaan berproduksi sesuai kapasitas yang telah ada, tanpa melihat Pasar Output kemungkinan masuk atau keluarnya perusahaan dari industri satu ke industri lain, atau antarpasar input dari jenis yang satu ke jenis lain. Pada posisi awal keseimbangan umum masing-masing perusahaan memperoleh laba normal. Kenaikan permintaan komoditi X akan menggeser kurva permintaan ke atas dari  $D_{X1}$  menjadi  $D_{X2}$ , hingga perusahaan memperoleh keuntungan supernormal pada tingkat harga keseimbangan baru dengan harga  $P_{X2}$ . Perusahaan akan menaikkan produksi. Ia masih menjual pada harga lebih tinggi sebesar biaya marjinal. Penjumlahan kurva-kurva biaya marjinal secara mendatar dari seluruh produsen merupakan kurva penawaran  $S_{X1}$ . Karena itu akan lebih menguntungkan bagi perusahaan-perusahaan untuk menaikkan kuantitas output dari  $X_1$  menjadi  $X_2$ .

Pada sisi pasar input, ekspansi output menyebabkan perusahaan-perusahaan pada industri X harus menggunakan lebih banyak input L. Hal ini karena permintaan input merupakan permintaan turunan hingga kenaikan produksi komoditi X menyebabkan kenaikan permintaan tenaga kerja dan  $D_{L1}$  menjadi  $D_{L2}$ . Pemilik input di pasar L ingin menawarkan lebih banyak kuantitasnya, misalnya tenaga kerja dengan bekerja lebih banyak jam

atau hari per minggu. Hal ini menggeser kurva penawaran input  $S_{L1}$  sebagai reaksi terhadap kenaikan harga input yang lebih tinggi  $W_{L2}$ .

Penyesuaian jangka pendek dengan arah berlawanan akan dialami pada industri komoditi Y. Permintaan produknya turun menjadi  $D_{Y2}$  dan menyebabkan harga turun dari  $P_{Y1}$  menjadi  $P_{Y2}$ . Pada harga ini, produsen mengalami kerugian ekonomis. Melihat hal ini mereka bereaksi dengan mengurangi tingkat produksi dan bergerak ke sebelah kiri kurva biaya marjinal karena mereka tetap memproduksi pada tingkat output di mana harga sama dengan biaya marjinal ( $P = MC$ ). Pada pasar input K yang digunakan untuk memproduksi komoditi Y, permintaan mengalami penurunan dari  $D_{K1}$  menjadi  $D_{K2}$  dan menyebabkan harga input keseimbangan input turun menjadi  $W_{K2}$ .

#### **b. Penyesuaian pasar jangka panjang**

Penyesuaian jangka pendek meliputi kemungkinan perluasan atau penciutan kapasitas produksi, dan juga, kemungkinan masuk atau keluarnya perusahaan-perusahaan dari industri bersangkutan akibat perubahan keadaan pasar yang menyebabkan perubahan harga. Apa yang telah diuraikan adalah penyesuaian atau impak putaran pertama yang mengakibatkan produsen industri komoditi X memperoleh keuntungan sementara kerugian diderita pada industri komoditi Y. Dalam jangka panjang, perusahaan-perusahaan yang baru akan masuk ke industri komoditi X sementara perusahaan-perusahaan pada industri komoditi Y mengalami kerugian ekonomis, bangkrut dan lalu meninggalkan industri Y. Jadi perubahan permintaan konsumen berupa kenaikan permintaan komoditi X menyebabkan industrinya berkembang mengalami perluasan sementara industri komoditi Y mengalami penciutan.

Masuknya perusahaan baru ke dalam industri X menyebabkan pergeseran ke kanan kurva penawaran pasar dari  $S_{X1}$  menjadi  $S_{X2}$  dan mengakibatkan harga turun katakanlah menjadi  $P_{X3}$ . Tingkat output keseimbangan naik lagi akibat masuknya perusahaan-perusahaan baru ke dalam industri tersebut menjadi  $X_3$ .

Ini merupakan posisi keseimbangan baru jangka panjang tampak bahwa harga pada keseimbangan baru pasar jangka panjang ( $P_{X3}$ ) lebih tinggi daripada harga yang lama ( $P_{X2}$ ). Industri dengan karakteristik seperti ini disebut industri dengan biaya menanjak naik. Kemungkinan karakteristik lain adalah industri dengan biaya konstan, yaitu bila harga Keseimbangan baru jangka panjang sama dengan yang lama. Apapun karakteristik biayanya, tingkat kuantitas output yang baru dalam jangka panjang lebih besar daripada tingkat output yang lama. Para konsumen memperoleh apa yang diinginkan. Ini disebut kedaulatan konsumen.

Kerugian yang diderita pada industri Y karena penurunan permintaan para konsumen memaksa perusahaan-perusahaan meninggalkan industri tersebut. Akibatnya kurva penawaran bergeser ke kiri dari  $S_{Y1}$  menjadi  $S_{Y2}$  dan selanjutnya menaikkan harga dari  $P_{Y2}$  menjadi  $P_{Y3}$  tetapi bila dianggap industri Y juga merupakan industri dengan biaya menanjak naik maka pengurangan volume produksi juga menurunkan biaya. Pada posisi keseimbangan jangka panjang, tingkat harga yang baru  $P_{Y3}$  lebih tinggi dari  $P_{Y2}$ . Perusahaan memperoleh laba normal lagi dan industri mencapai keseimbangan.

Di pasar input pun berlaku proses keseimbangan jangka panjang. Kurva penawaran input L digambarkan berdasarkan pada anggapan bahwa tingkat harga konstan, begitu juga dengan input K. Pada analisis penyesuaian pasar jangka pendek, perubahan permintaan input menyebabkan naiknya harga input L dan menurunkan harga input K. Akibatnya input berpindah dari sektor industri Y ke sektor industri X, karena ada kesempatan kerja dan harga input yang lebih tinggi, kurva penawaran input K turun dari  $SK1$  katakanlah menjadi  $SK2$ , sementara penawaran input L naik dari  $SL1$  menjadi  $SL2$ . Dalam jangka panjang harga input tipe K naik dari  $W_{K2}$  menjadi  $W_{K3}$ , sementara harga input L turun dari  $W_{L2}$  menjadi  $W_{L3}$ .

Perlu dicatat proses penyesuaian jangka pendek dan jangka panjang selesai berjalan secara sekejap tanpa membutuhkan waktu. Keputusan menaikkan atau menurunkan output akibat kenaikan atau penurunan permintaan yang

menyebabkan penurunan harga tak memerlukan waktu untuk menggeser kurva penawaran output. Input tenaga kerja, misalnya, dianggap bisa mengerjakan pekerjaan apapun hingga perpindahannya dengan cepat bisa dilakukan. Dalam kenyataannya hal ini sulit terjadi karena harus dilakukan dengan memberikan pelatihan dan penyesuaian yang biasanya memerlukan waktu. Perpindahan pekerjaan ini memerlukan biaya terutama bila menyangkut perpindahan lokasi. Selain itu banyak yang dapat menghambat mobilitas input sebagai reaksi atas perubahan-perubahan, sampai tercapai kondisi keseimbangan baru.

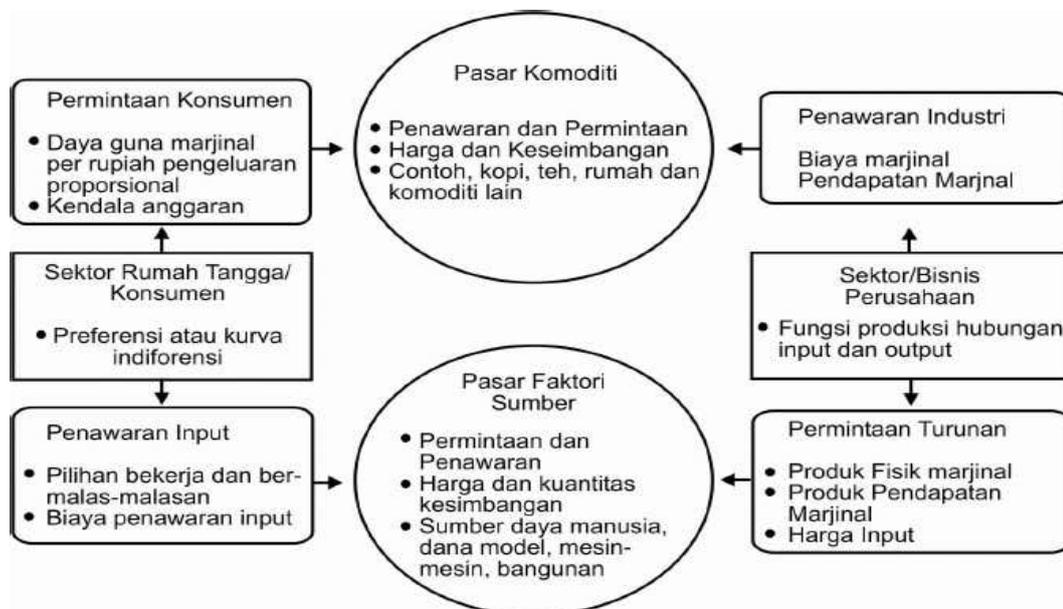
### **c. Penyesuaian Pasar Selanjutnya**

Penyesuaian selanjutnya akan tampak mempengaruhi pasar output serta pasar input lain. Untuk ini dapat dilakukan analisis dengan mengubah model tak hanya meliputi dua pasar output dan dua pasar input, tetapi banyak pasar output dan banyak pasar input. Di samping itu, penyesuaian jangka panjang menyangkut aspek distribusi pendapatan.

Kita lihat dampak penyesuaian terhadap industri lain, misalnya industri komoditi Z, jika terjadi perubahan struktur permintaan konsumen maka dampak perubahan ini bergantung pada bagaimana hubungan antara dua barang tersebut yaitu komoditi X dan Z. Hubungan ini bisa berupa hubungan yang bersifat substitusi misalnya antara mentega dan minyak goreng atau bersifat komplementer misalnya antara kompor gas dan gas elpiji, atau hubungannya bersifat independen misalnya antara jam tangan dan buah rambutan. Jika hubungan antara barang X dan Z bersifat independen maka perubahan harga barang X tidak mempunyai banyak pengaruh atas permintaan barang Z. Tetapi bila hubungan dua barang tersebut bersifat substitusi, kenaikan harga komoditi X akan menaikkan permintaan komoditi Z. Dan begitu sebaliknya bila hubungan dua barang tersebut merupakan barang komplementer. Selanjutnya, perubahan permintaan produk akan berlanjut dengan penyesuaian yang terjadi pada pasar tenaga kerja atau faktor produksi lain.

Karena umumnya teknik produksi yang digunakan berada dalam proporsi yang tetap *zed proportion* maka kenaikan permintaan suatu jenis tenaga kerja tertentu akan menaikkan permintaan jenis barang kapital tertentu yang relevan dalam proporsi sama. Dan begitu seterusnya dengan permintaan faktor-faktor produksi lain yang juga digunakan dalam produksi barang yang sama. Perubahan harga, baik harga output maupun harga input, serta perubahan kuantitas masing-masing menyebabkan perubahan permintaan di pasar output, yang kemudian mempengaruhi distribusi pendapatan konsumen. Seperti diketahui pendapatan perorangan ditentukan oleh harga faktor produksi yang dimiliki dan kuantitas yang digunakan. Tenaga kerja, ataupun input lain, misalnya para wirausahawan yang bekerja di industri X yang mengalami kenaikan harga akan memperoleh pendapatan dan balas jasa untuk faktor produksi yang lebih tinggi daripada pada industri Y.

Selanjutnya Gambar 9.2 menunjukkan keseimbangan umum sistem harga pasar serta bagaimana penyelesaian tiga masalah fundamental ekonomi yaitu apa dan berapa, bagaimana, dan untuk siapa komoditi diproduksi; dalam model aliran melingkar (*circular flow*) banyak pasar komoditi dan faktor produksi.



Gambar 9.2. Keseimbangan Umum Sistem Harga:

## DAFTAR PUSTAKA

- Budiono, 2008. Ekonomi Mikro. Edisi Kedua. BPFE Yogyakarta.
- Iswandono. 1996. Teori Ekonomi Mikro. Penerbit Gunadarma. Jakarta
- Nicholson, N Gregory. 2006. Pengantar Ekonomi. Empat Salemba. Jakarta
- Mankiw, N. Gregory. 2006. Principles of Economics. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Pindyck dan Rubinfeld, 2001. *Microeconomics*. Fifth Edition. Prentice Hall. Inc
- Pusat Pendidikan dan Pelatihan dan pengawasan Badan Pengawasan dan Keuangan Pembangunan. 2007. Ekonomi Makro. Edisi Ketiga. BPKP. Jakarta
- Raharjda, Prathama dan Mandala Manurung. 2002. *Teori Ekonomi Mikro*. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta
- Sukirno, Sadono. 2013. Mikroekonomi. Rajawali. Jakarta