

Pembelajaran 1. Konsep Dasar Ekonomi Mikro

A. Kompetensi

Penjabaran model kompetensi yang selanjutnya dikembangkan pada kompetensi guru bidang studi yang lebih spesifik pada pembelajaran 1. Konsep Dasar Ekonomi Mikro, ada beberapa kompetensi guru bidang studi yang akan dicapai pada pembelajaran ini, kompetensi yang akan dicapai pada pembelajaran ini adalah guru P3K mampu:

1. Menganalisis Konsep Dasar Ekonomi
2. Menganalisis Permintaan dan Penawaran,
3. Menganalisis Pasar, dan
4. Menganalisis Perilaku Konsumen, Teori Produksi dan Biaya.

B. Indikator Pencapaian Kompetensi

Dalam rangka mencapai kompetensi guru bidang studi, maka dikembangkanlah indikator - indikator yang sesuai dengan tuntutan kompetensi guru bidang studi. Indikator pencapaian kompetensi yang akan dicapai dalam pembelajaran 1. Konsep Dasar Ekonomi Mikro adalah sebagai berikut.

1. Menganalisis pengertian Ekonomi, Kelangkaan dan Biaya Peluang, Motif dan Prinsip Ekonomi, beberapa masalah pokok dalam perekonomian, sistem Ekonomi, Pengertian Tujuan Prinsip dan Manfaat Ekonomi Syariah,
2. Menganalisis Permintaan, Penawaran, Harga Keseimbangan, Elastisitas Permintaan dan Penawaran,
3. Menganalisis pengertian Pasar Struktur pasar dan Pasar Input,
4. Menganalisis Perilaku Konsumen, Teori Produksi, Teori Biaya.

C. Uraian Materi

1. Konsep Dasar Ekonomi

A. Pengertian Ekonomi, Kelangkaan dan Biaya Peluang

1) Pengertian Ekonomi

Pengertian ekonomi, diperkenalkan pertama sekali oleh ahli filsafat yang berasal dari Yunani bernama *Xenophone*. Yang terdiri dari kata *Oikos* yang berarti keluarga atau rumah tangga dan *Nomos* yang berarti peraturan, aturan, dan hukum. Dengan demikian, secara sederhana ekonomi dapat diartikan secara sederhana sebagai kaidah-kaidah, aturan-aturan, cara pengelolaan rumah tangga.

Dapat diartikan secara luas ilmu ekonomi merupakan ilmu yang mempelajari perilaku individu dan masyarakat yang kebutuhannya tidak terbatas, sedangkan alat pemenuh kebutuhan sifatnya sangat terbatas. Sedangkan Pengertian Ekonomi makro atau makroekonomi adalah studi tentang ekonomi secara keseluruhan. Makroekonomi menjelaskan perubahan ekonomi yang mempengaruhi banyak masyarakat, perusahaan, dan pasar. Ekonomi makro dapat digunakan untuk menganalisis cara terbaik untuk memengaruhi target-target kebijaksanaan seperti pertumbuhan ekonomi, stabilitas harga, tenaga kerja dan pencapaian keseimbangan neraca yang berkesinambungan.

Meskipun ekonomi makro merupakan bidang pembelajaran yang luas, ada dua area penelitian yang menjadi ciri khas disiplin ini: kegiatan untuk mempelajari sebab dan akibat dari fluktuasi penerimaan negara jangka pendek (siklus bisnis), dan kegiatan untuk mempelajari faktor penentu dari pertumbuhan ekonomi jangka panjang (peningkatan pendapatan nasional). Model makroekonomi yang ada dan prediksi-prediksi yang ada jamak digunakan oleh pemerintah dan korporasi besar untuk membantu pengembangan dan evaluasi kebijakan ekonomi dan strategi bisnis.

Pengklasifikasian Ilmu Ekonomi

Alferd W. Stonier mengelompokkan 3 Ilmu Ekonomi, yaitu (1) Ilmu Ekonomi Deskriptif; (2) Ilmu Ekonomi Terapan; (3) Ekonomi Teori. Agar lebih jelas saudara memahaminya. Ikutilah uraian berikut ini.

1. Ekonomi Deskriptif

Ekonomi Deskriptif, yakni ilmu ekonomi yang mendeskripsikan data-data yang menjelaskan berbagai fenomena dan kenyataan yang

terjadi. Contoh: jumlah angkatan kerja, struktur serikat, asal usul serta sejarah lembaga ekonomi. Pada ekonomi deskriptif tidak ada penjelasan mengapa fakta-fakta tersebut terjadi dan tidak ada pernyataan evaluatif atau penilaian pada fakta-fakta itu.

2. Ekonomi Terapan

Ekonomi Terapan, yakni ilmu ekonomi yang mempergunakan rangka dasar umum dan analisis yang diberikan oleh teori ekonomi untuk menerangkan sebab-sebab dan arti pentingnya kejadian-kejadian yang dilaporkan oleh para ahli ekonomi deskriptif. Ada 8 pembagian ekonomi terapan yaitu : (1) Ilmu Ekonomi Moneter; (2) Ilmu Ekonomi Publik; (3) Ilmu Ekonomi Industri; (4) Ilmu Ekonomi Internasional; (5) Ilmu Ekonomi Regional; (6) Ilmu Ekonomi Sumberdaya Alam; (7) Ilmu Ekonomi Sumberdaya Manusia; (8) Ilmu Ekonomi Syariah.

3. Teori Ekonomi

Teori Ekonomi, yakni ilmu ekonomi yang memberikan penjelasan yang disederhanakan tentang caranya suatu sistem ekonomi bekerja dan ciri-ciri yang penting dari sistem seperti itu. Teori ekonomi dibagi dalam dua jenis, yaitu (1) Teori Ekonomi Mikro, (2) Teori Ekonomi Makro.

Pengertian ekonomi mikro dan contohnya. Yang dimaksud dengan ekonomi mikro adalah suatu ilmu ekonomi yang melihat dan menganalisis kegiatan-kegiatan ekonomi dengan menganalisis bagian-bagian yang kecil dari keseluruhan kegiatan ekonomi. Atau definisi ekonomi mikro yang lain yaitu merupakan suatu cabang ilmu ekonomi yang mempelajari mengenai perilaku konsumen dan produsen serta penentuan dari harga pasar maupun kuantitas faktor input, produk dan jasa yang diperjualbelikan dalam pasar. Kegiatan ekonomi mikro umumnya mengacu kepada ruang lingkup yang lebih kecil seperti misalnya: rumah tangga dan perusahaan. *Contoh* yang mendasar seperti interaksi di pasar yaitu kegiatan jual-beli antara penjual dan pembeli atau konsumen dan produsen. Pada dasarnya konsumen selalu berusaha untuk memuaskan seluruh keperluan atau

kebutuhannya dan penjual selalu berusaha untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal.

2) Kelangkaan

Ekonomi timbul karena adanya ketidak seimbangan antara kebutuhan (*needs*) dan sumber daya (*resources*), kebutuhan manusia akan barang dan jasa tidak terbatas sedangkan disisi lain sumber daya yang dimiliki untuk menghasilkan barang dan jasa tersebut sangat terbatas, akibat dari ketidak seimbangan tersebut akan mengakibatkan masalah kelangkaan dan kekurangan (*scarcity*). Dari uraian tersebut di atas, maka dapat diartikan bahwa kelangkaan adalah suatu kondisi ketidakseimbangan antara sumber daya yang bersifat terbatas dengan kebutuhan manusia yang tidak terbatas. Kelangkaan (*scarcity*) dapat terjadi disebabkan oleh dua hal, yakni sumber-sumber daya ekonomi (alat pemuas kebutuhan) yang terbatas jumlahnya dan kebutuhan manusia yang meningkat lebih cepat daripada ketersediaan sumber-sumber daya ekonomi (alat pemuas kebutuhan).

a) Penyebab Kelangkaan

Berdasarkan pengertian nya ada beberapa penyebab kelangkaan, yaitu : (1) Pertumbuhan Penduduk; (2) Sifat Konsumtif Manusia; (3) Keterbatasan Produksi; (4) Bencana Alam; (5) Letak Geografis. Agar lebih jelas bagi anda ikutilah uraian tentang penyebab kelangkaan berikut ini.

1. Pertumbuhan Penduduk

Pertumbuhan Penduduk, jumlah penduduk adalah salah satu faktor terjadinya penyebab kelangkaan, karena jika pertumbuhan penduduk meningkat maka jumlah kebutuhan juga pasti akan meningkat. Sedangkan seperti yang telah dijelaskan di atas, dimana jumlah alat pemuas kebutuhan hanya terbatas untuk memenuhi kebutuhan manusia yang tidak terbatas.

2. Sifat Konsumtif Manusia

Sifat Konsumtif Manusia, seperti dikatakan oleh pemimpin India Mahatma Ghandi, "Sumber daya alam yang ada cukup untuk kebutuhan setiap orang, tetapi tidak cukup untuk kerakusan setiap orang." Itulah mengapa manusia dapat dibalang tak ada puasnya dalam memenuhi setiap keinginannya. Karena sifat keserakahan ini menyebabkan terja

dinya adanya eksploitasi besar-besaran dimana untuk mendapatkan keuntungan yang besar.

3. Keterbatasan Produksi

Keterbatasan Produksi, produksi adalah kegiatan mengkombinasikan faktor produksi untuk menciptakan atau menambah nilai guna barang. Dalam hal ini, perkembangan teknologi menjadi faktor yang mempengaruhi faktor produksi. Perkembangan teknologi di negara maju berlangsung cepat, sementara perkembangan teknologi di negara berkembang lebih lambat daripada perkembangan kebutuhan barang dan jasa.

4. Bencana Alam

Bencana Alam, bencana alam merupakan faktor alam yang berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan hidup. Kerusakan yang ditimbulkan bencana alam berpengaruh terhadap kelangsungan hidup manusia. Sebagai contoh : bencana banjir yang mengganggu distribusi barang dan jasa, akibatnya masyarakat tidak segera mengkonsumsi barang dan jasa.

5. Letak Geografis

Letak Geografis, persebaran sumber daya penjuruan dunia tidak merata. Ada yang daerah tanahnya subur dan ada yang akan tandus. Namun sebaliknya ada daerahnya tandus dan kekurangan air. Perbedaan ini menyebabkan kelangkaan.

3) Biaya Peluang (*opportunity cost*)

Biaya adalah pengorbanan untuk mendapatkan suatu tujuan. Di suatu perusahaan, biaya merupakan pengorbanan untuk memproduksi suatu barang, memasarkan suatu barang, atau kegiatan lainnya. Jika pengorbanan itu untuk memproduksi suatu barang, maka biaya atau pengorbanan tersebut dinamakan biaya produksi. Jika biaya tersebut untuk memasarkan suatu barang, maka biaya tersebut dinamakan biaya pemasaran.

Biaya sehari-hari adalah pengorbanan yang harus dilakukan untuk melakukan suatu kegiatan (kegiatan ekonomi), tanpa memperhitungkan kerugian karena dikorbankannya kegiatan lain. Sedangkan biaya peluang

adalah biaya yang muncul secara implisit karena melakukan suatu kegiatan dan mengorbankan kegiatan lainnya. Biaya sehari-hari muncul dari kegiatan apa yang dilakukan. Biaya peluang muncul dari kegiatan lain yang tidak bisa dilakukan.

Biaya Peluang, biaya yang dikeluarkan ketika memilih suatu kegiatan. Berbeda dengan biaya sehari-hari, biaya peluang muncul dari kegiatan yang tidak bisa kita lakukan.

Motif dan Prinsip Ekonomi

1. Motif Ekonomi

Motif Ekonomi, kata motif berasal dari kata *motive* yang berarti alasan atau penggerak, sehingga dapat dipahami, motif ekonomi adalah setiap alasan, dorongan, dan kegiatan yang dilakukan seseorang atau badan untuk melakukan kegiatan ekonomi. Dari pengertian tersebut dapat dibedakan menjadi dua motif yaitu motif instrinsik dan motif ekstrinsik. Sebagaimana diketahui motif instrinsik adalah keinginan memperoleh barang atau jasa karena dorongan dari diri sendiri. Sedangkan motif ekstrinsik adalah keinginan memperoleh barang atau jasa yang dipengaruhi oleh pihak luar seperti lingkungan, keadaan dan lain sebagainya. Oleh sebab itu, dorongan yang berhubungan dengan tindakan seseorang atau pihak tertentu dalam kegiatan ekonomi disebut dengan pengertian motif ekonomi.

Di sisi lain ada suatu kegiatan yang hanya didorong oleh suatu kebiasaan atau adat berarti bukan suatu dorongan untuk mendapatkan keuntungan disebut dengan motif non ekonomi. Namun dalam suatu kegiatan juga ada yang didorong oleh kedua jenis motif, baik motif ekonomi maupun motif non ekonomi. Seseorang melakukan sesuatu kegiatan tentu karena mempunyai alasan atau sebab yang mendorong ia melakukan kegiatan tersebut. Ada yang hanya ikut-ikutan teman, ada yang karena disuruh oleh kedua orang tuanya, ada yang karena takut sama guru dan lain sebagainya. Orang yang bekerja sampai lembur juga karena didorong oleh sesuatu, seperti ingin mencukupi kebutuhan keluarganya, ingin tabungannya banyak dan mungkin juga secara finansial ingin melebihi orang lain disekitarnya.

Beberapa motif tersebut dapat kita kelompokkan menjadi motif ekonomi dan motif non ekonomi. Jadi, dalam satu kegiatan tidak hanya karena dorongan satu motif ekonomi atau motif non ekonomi saja, namun satu

kegiatan dapat didorong oleh beberapa motif sekaligus, baik motif ekonomi dan motif non ekonomi.

2. Prinsip Ekonomi

Yang dimaksud dengan prinsip dasar ekonomi adalah : patokan perilaku pelaku ekonomi dalam perekonomian yang mengarahkannya bertindak dan berkesesuaian dengan apa yang di harapkan oleh pelaku ekonomi tersebut dalam mengambil keputusan. Adapun prinsip ekonomi berbunyi “dengan pengorbanan tertentu diperoleh hasil yang maksimal atau dengan hasil tertentu diupayakan dengan pengorbanan yang sekecil-kecilnya”. Misalnya jika kita hendak membeli suatu barang pasti kita akan membandingkan harga barang tersebut dari toko yang satu dengan toko yang lainnya. Selanjutnya mencari barang yang harganya diskon atau ada potongan harga, dan belajar hidup hemat. Itulah beberapa contoh penerapan prinsip ekonomi.

Prinsip ini jelas akan mengarah pada tindakan para pelaku ekonomi yang membolehkan semua cara untuk memenuhi kebutuhannya, padahal dalam memenuhi kebutuhan ekonominya pelaku ekonomi harus tunduk pada etika dalam perekonomian. (Putong 2008).

Empat prinsip yang melandasi keputusan tingkat individu yaitu :

- a. Setiap individu harus selalu melakukan *tradeoffs* yaitu melakukan konsumsi/produksi yang didasarkan pada pengurangan secara berarti konsumsi/produksi suatu barang untuk menambah konsumsi/produksi barang lainnya (dengan daya beli/biaya yang sama).
- b. Biaya adalah apa yang dikorbankan untuk mendapatkan sesuatu. Dalam ilmu ekonomi identifikasi pengeluaran/ pengorbanan harus dilakukan se jelas mungkin karena menyangkut apa yang harus diterima atau tidak dikemudian hari sehubungan dengan pengeluaran atau pengorbanan tersebut.
- c. Orang rasional berpikir secara bertahap. Salah satu pengajaran ekonomi yang cukup penting adalah ajakan untuk bersikap rasional baik dalam hal konsumsi maupun produksi yang didasarkan pada cara berpikirnya.
- d. Setiap pelaku ekonomi bereaksi terhadap insentif. Pada kenyataannya yang selalu menjadi patokan pelaku ekonomi dalam memenuhi kebutuhannya adalah dengan membandingkan besarnya biaya yang dikeluarkan dan manfaat yang didapatkan. Reaksi terhadap kenaikan harga suatu barang akan

menyebabkan konsumen mengurangi konsumsi barang tersebut tapi dipihak lain produsen akan memperbesar produksinya.

B. Beberapa Masalah Pokok dalam Perekonomian

Kegiatan ekonomi dalam suatu masyarakat modern adalah sangat kompleks. Kegiatan tersebut meliputi berbagai jenis kegiatan produksi, konsumsi, dan perdagangan oleh karena corak kegiatan yang sangat kompleks tersebut maka banyak orang mungkin berpendapat bahwa membuat gambaran mengenai berbagai masalah ekonomi yang dihadapi masyarakat adalah tidak mungkin dilakukan. Pandangan seperti ini kurang tepat! Berdasarkan pada corak analisis dalam ilmu ekonomi, ahli ekonomi telah dapat membagikan berbagai masalah ekonomi yang dihadapi suatu masyarakat kepada tiga persoalan pokok, yaitu:

1. Barang apakah yang akan diproduksi dan berapa banyaknya (*What?*)

Hal ini tentu berhubungan dengan skala prioritas pemenuhan kebutuhan masyarakat, karena menghasilkan barang yang ternyata belum dibutuhkan akan mubazir dan menimbulkan kerugian besar bagi produsen. Dan bila telah diketahui jenis barang yang dibutuhkan maka perlu diketahui seberapa banyak. Hal ini tentu saja berhubungan dengan seberapa besar daya beli masyarakat akan kebutuhan barang tersebut. Karena meskipun barang tersebut dibutuhkan untuk jumlah yang banyak, namun bila daya beli masyarakat relatif rendah, maka produksi yang banyak juga akan mubazir dan akan merugikan produsen.

2. Bagaimana caranya barang tersebut diproduksi (*How?*)

Untuk memproduksi barang ada berbagai macam cara, dan yang paling umum adalah dengan cara tradisional yaitu bercocok tanam atau beternak (pertanian), kemudian pengolahan (industri manufaktur) atau langsung mengambil dari alam yang telah tersedia misalnya ikan atau hasil hutan. Seiring dengan semakin cepat dan banyaknya kebutuhan dari masyarakat maka produsen dituntut untuk bisa menyediakan kebutuhan itu dalam jumlah yang cukup, sehingga produksi ke arah yang lebih efisien sangat banyak diterapkan, misalkan pertanian dengan cara cangkakan dan bibit unggul, perikanan dengan cara pembibitan unggul (darat) dan

menggunakan kapal penangkap ikan yang canggih (laut), serta industri pengolahan yang menggunakan peralatan canggih.

3. Untuk siapa barang diproduksi (*for Whom?*)

Pada bagian awal dari bab ini telah dipaparkan bahwa dalam kenyataannya tingkat perekonomian masyarakat antar individu tidaklah sama karena ada yang berkemampuan sangat tinggi, tinggi, cukup, rendah dan sangat rendah. Untuk masing-masing status itu tentu saja produsen harus menyesuaikan produksinya (dalam hal ini tentu saja lebih dari satu). Agar individu yang berstatus kemampuan sangat tinggi tidak dengan seenaknya menguasai hasil produksi, maka produsen haruslah bisa mendistribusikan produknya sesuai dengan tingkat kemampuan individu yang dimaksud. (Iskandar Putong).

Kebutuhan

Kebutuhan merupakan segala sesuatu yang di perlukan manusia dalam rangka mempertahankan kelangsungan hidup untuk mencapai taraf sejahtera. Pada perinsipnya, tentu saja kebutuhan seriap orang berbeda-beda dan terus berkembang sejalan bertambahnya usia. Kebutuhan manusia terhadap benda atau jasa dapat memberikan kepuasan kepada manusia itu sendiri, baik kepuasan jasmani maupun kepuasan rohani. Dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, manusia membutuhkan alat pemenuhan kebutuhan. Alat tersebut disediakan alam ataupun manusia melalui proses produksi. Upaya manusia dalam memenuhi kebutuhannya tidak pernah berakhir. Oleh karena itu, manusia perlu bertindak rasional agar tercapai pemenuhan kebutuhan hidup secara memuaskan. Kebutuhan dapat berupa kebutuhan barang seperti kebutuhan akan pakaian, makanan peralatan rumah tangga, dan dapat juga berupa kebutuhan jasa seperti kebutuhan akan jasa dokter, jasa guru, dan jasa bengkel sepeda. Banyaknya contohnya kebutuhan barang dan jasa itu merupakan bukti bahwa kebutuhan manusia beraneka ragam. Dari uraian di atas, maka bisa disimpulkan bahwa kebutuhan merupakan segala sesuatu yang diperlukan manusia dalam rangka menyejahterakan hidupnya. Kebutuhan mencerminkan adanya perasaan ketidakpuasan atau kekurangan dalam diri manusia yang ingin dipuaskan. Orang membutuhkan sesuatu karena tanpa sesuatu itu ia merasa ada yang kurang dalam dirinya.

1) Jenis Kebutuhan

Kebutuhan digolongkan berdasarkan: (1) intensitas; (2) waktunya pemenuhannya; (3) sifatnya; (4) subjeknya

a) Kebutuhan menurut tingkat intensitas kegunaan

(1) Kebutuhan pokok (kebutuhan primer)

Kebutuhan primer (pokok) adalah kebutuhan minimal yang mutlak harus dipenuhi untuk hidup sebagai layaknya manusia. Kebutuhan primer meliputi makanan dan minuman, pakaian, serta tempat tinggal. Pada perkembangannya kebutuhan primer ini juga menyangkut kebutuhan akan pendidikan. Sebab dengan pendidikan, orang dewasa memiliki keterampilan di bidang tertentu untuk bekal mencari nafkah sendiri.

(2) Kebutuhan Skunder (Pelengkap)

Kebutuhan sekunder terkait erat dengan faktor lingkungan hidup dan tradisi masyarakat serta faktor psikologis sekunder adalah televisi, sepeda motor, radio, peralatan untuk bekerja.

(3) Kebutuhan Tersier (Mewah)

Penggolongan kebutuhan menurut intensitasnya bersifat relatif dan berbeda antara satu orang dengan lainnya. Semua itu tergantung dari pendapatan, tingkat pendidikan, kepentingan, lingkungan, dan keadaan sosial budaya daerah setempat. Ada barang yang tergolong sebagai kebutuhan tersier bagi seseorang, namun bisa menjadi kebutuhan sekunder bagi oranglain. Misalnya, satu perangkat komputer yang canggih merupakan kebutuhan mewah bagi seorang ibu rumah tangga. Namun, bagi seorang programer (pembuat program) komputer, keberadaan komputer tersebut merupakan kebutuhan pokok.

b) Kebutuhan Menurut Waktunya

(1) Kebutuhan Sekarang

Kebutuhan yang harus segera dipenuhi pada saat ini, dan tidak dapat ditunda. Contohnya, orang yang lapar harus segera makan dan orang yang sakit harus segera berobat atau dirawat di rumah sakit.

(2) Kebutuhan yang akan datang

Kebutuhan yang dirancang atau direncanakan untuk terpenuhi di masa depan (masa yang akan datang). Contohnya, orang tua menabung atau mengikuti asuransi pendidikan untuk mempersiapkan biaya kuliah anaknya.

c) Kebutuhan Menurut Sifatnya

(1) Kebutuhan Jasmani (Fisik)

Kebutuhan yang berhubungan dengan tubuh manusia (fisik). Contohnya, kebutuhan akan makan, minum, pakaian, olahraga.

(2) Kebutuhan Rohani

Kebutuhan yang berhubungan dengan jiwa seseorang dan kebutuhan ini tidak berwujud. Contohnya, kebutuhan akan belajar agama, hiburan.

d) Kebutuhan Menurut Subjeknya

(1) Kebutuhan Individu

Kebutuhan individu (perorangan) adalah kebutuhan yang diperlukan oleh masing-masing orang. Kebutuhan antara orang yang satu dengan yang lainnya berbeda. Misalnya kebutuhan seorang anak berbeda dengan orang dewasa, kebutuhan nelayan berbeda dengan petani, dan kebutuhan pelajar berbeda.

(2) Kebutuhan Kolektif

Kebutuhan yang berhubungan dengan masyarakat yang dimanfaatkan untuk kepentingan kelompok secara bersama-sama. Contohnya, jembatan penyeberangan, jalan raya, sekolah, pasar, rumah sakit.

C. Sistem Ekonomi

- Pengertian Sistem Ekonomi

Banyak pendapat yang memberikan pengertian tentang apa sebenarnya pengertian sistem ekonomi beberapa diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. *Morgan* menjelaskan bahwa sistem ekonomi, ialah bagian dari suatu konstelasi (kumpulan) lembaga-lembaga ekonomi, sosial, politik dan ide-ide.
- b. *Winardi* menjelaskan bahwa Sistem ekonomi adalah kumpulan elemen-elemen antara mana terdapat hubungan-hubungan, elemen-elemen mana ditujukan kearah pencapaian sasaran-sasaran umum tertentu. Lebih lanjut winardi menjelaskan bahwa sistem ekonomi merupakan suatu organisasi yang terdiri atas sejumlah lembaga atau pranta (ekonomi, sosial-politik, ide-ide) yang saling mempengaruhi satu dengan yang lainnya yang ditujukan kearah pemecahan problem/masalah-masalah produksi, distribusi, konsumsi yang merupakan problem dasar setiap perekonomian. (Sanusi: 2000).

- Faktor yang Mempengaruhi Sistem Ekonomi

Setiap ekonomi dipengaruhi oleh sejumlah kekuatan yang dapat mempengaruhi sistem ekonomi suatu negara antara lain:

- 1). Sumber-sumber historis, kultural, cita-cita, keinginan-keinginan dan sikap penduduknya
- 2) Sumber daya alam, termasuk iklimnya
- 3). Filsafat yang dimiliki serta yang dibela sebagian besar penduduknya
- 4). Teorisasi yang dilakukan oleh penduduknya pada zaman lampau/sekarang, mengenai bagaimana cara mencapai cita-cita serta tujuan-tujuan yang dipilih.
- 5). *Trials dan Errors* (uji coba) yang dilakukan oleh penduduknya dalam rangka usaha mencari alat-alat ekonomi.

Selanjutnya menurut Lemhanas ada delapan faktor yang mempengaruhi system ekonomi suatu bangsa yaitu:

1. Falsafah dan ideologinya
2. Akumulasi ilmu pengetahuan yang dimilikinya
3. Nilai-nilai moral dan adat kebiasaannya
4. Karakteristik demografinya
5. Nilai estetik, norma-norma serta kebudayaannya
6. Sistem hukum nasionalnya
7. Sistem politiknya dan
8. Sub sistem sosial termasuk pengalaman sejarah pada masa lalu serta eksperimen dalam mewujudkan tujuan ekonominya. (Sanusi: 2000)

- **Jenis Sistem Ekonomi yang Utama**

a). Sistem ekonomi Kapitalis

Kapitalisme merupakan suatu sistem ekonomi dimana kekayaan yang produktif terutama dimiliki secara pribadi dan produksi terutama dilakukan untuk dijual. Namun walaupun demikian ternyata perekonomian di negara-negara majupun terdapat sektor usaha yang dimiliki oleh negara baik yang skala kecil maupun besar. Dengan kata lain bahwa tidak seratus persen segala sektor usaha dilakukan oleh swasta/pribadi.

Tujuan pemilikan usaha secara pribadi biasanya adalah untuk memperoleh keuntungan yang cukup besar dari hasil menggunakan kekayaan untuk produksi. Jelas sekali motifnya adalah mencari keuntungan bersama-sama dengan lembaga sebagai mesin kapitalisme. Ahli-ahli yang mempelajari dan mengembangkan kapitalisme antara lain: Adam Smith, Karl Mars, Max Weber,

Keynes yang telah menekankan sifat semangat serta tata nilai dan sikap masyarakat kapitalis.

Sebagai asas yang menjadi ciri dari perekonomian bebas/kapitalis antara lain:

- 1) Hak milik pribadi
- 2) Kebebasan berusaha
- 3) Motif pokok yang berpusat pada kepentingan diri sendiri
- 4) Persaingan
- 5) Ketergantungan pada system harga
- 6) Peranan pemerintah yang terbatas

b). Sistem Ekonomi Sosialis

Sistem ekonomi sosialis Marxis atau disebut juga dengan sistem ekonomi komando di mana seluruh unit ekonomi tidak diperkenankan untuk mengambil keputusan secara sendiri-sendiri atau masing-masing yang menyimpang dari komando otoritas tertinggi yakni Partai. Otoritas tertinggi menentukan secara rinci arah serta sasaran yang harus dicapai dan yang harus dilaksanakan oleh setiap unit ekonomi, baik dalam hal pengadaan barang-barang yang tergolong untuk sosial maupun barang-barang untuk pribadi baik sebagai produsen maupun konsumen. Unit-unit ekonomi hanya mengikuti komando dari otoritas tertinggi tanpa ikut campur di dalam proses pengambilan keputusan dalam menentukan arah kebijaksanaan dan sasaran yang dicapai.

c). Sistem ekonomi campuran

Tidak ada sistem ekonomi yang seratus persen murni, baik itu system ekonomi kapitalis atau liberal maupun sistem ekonomi sosialis atau komando. Umumnya system-sistem ekonomi tersebut telah mengalami berbagai perubahan atau pengurangan sesuai dengan keadaan negara, zaman yang berubah serta keadaan masing-masing negara yang berbeda-beda. Misalnya saja dilihat dari perbedaan segi budaya, agama/etnis maupun tingkat kehidupannya. Hal inilah yang menimbulkan baik system kapitalis maupun sosialis yang memiliki kelemahan dan kelebihan yang mendorong negara tertentu untuk tidak memilih system ekonomi kapitalis dan tidak juga sosialis namun system ekonomi campuran seperti halnya di Indonesia.

Sistem ekonomi Indonesia yang termasuk system ekonomi campuran itu disesuaikan terutama dengan UUD 1945 sebelum diamandemen yakni system

ekonomi Pancasila dan ekonomi yang menitikberatkan pada koperasi. Selanjutnya setelah berjalannya masa reformasi muncul pula istilah ekonomi kerakyatan. Tetapi inipun belum banyak dikenal masyarakat, karena hingga kini yang masih banyak dikenal masyarakat, karena hingga kini yang masih banyak dikenal masyarakat adalah sistem ekonomi campuran. (Sanusi:2000).

Kegiatan Ekonomi

1. Produksi

Pengertian atau arti kegiatan dari produksi adalah usaha manusia untuk menghasilkan atau mengubah barang atau jasa yang bernilai ekonomi lebih tinggi. Produksi juga dapat diartikan sebagai kegiatan manusia yang menghasilkan atau menambah kegunaan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia. Berikut tujuan-tujuan dari produksi antara lain sebagai berikut:

1. Menghasilkan barang atau jasa
2. Meningkatkan nilai guna barang atau jasa
3. Meningkatkan kemakmuran masyarakat
4. Meningkatkan keuntungan
5. Meningkatkan lapangan usaha
6. Menjaga kesinambungan usaha perusahaan

Faktor Produksi

Untuk melakukan kegiatan produksi diperlukan barang-barang yang memungkinkan dilakukannya produksi, faktor produksi adalah semua unsur yang menopang usaha penciptaan nilai atau produksi barang/jasa.

Di dalam ilmu ekonomi faktor produksi terdiri dari 4 macam, yaitu

1. Tanah atau sumber daya alam (natural resources)
2. Tenaga kerja (labor)
3. Modal (capital), dan
4. Skill atau kewirausahaan (entrepreneurship).

Pada waktu peradaban manusia masih sangat sederhana sebagian besar kebutuhan dapat dipenuhi dengan memproduksi sendiri barang-barang yang diperlukan sehingga hanya memerlukan dua jenis faktor produksi saja, yaitu alam dan tenaga kerja. Manusia dapat menghasilkan barang/jasa dengan bantuan alam. Oleh sebab itu, faktor produksi alam dan tenaga kerja disebut faktor produksi

asli. Produksi dengan menggunakan dua faktor produksi ini hasilnya sangat terbatas dan tidak dapat menjamin konsumsi masa depan. Sejalan dengan kemajuan zaman dan berkembangnya peradaban manusia. Maka kebutuhan semakin meningkat. Oleh sebab itu, selain faktor produksi alam dan tenaga kerja juga dibutuhkan modal untuk meningkatkan hasil yang ingin dicapai serta keahlian dan keterampilan mengkoordinasikan seluruh faktor produksi secara keseluruhan. Faktor produksi modal dan faktor produksi skill kewirausahaan digolongkan pada faktor produksi turunan.

2. Distribusi

Distribusi adalah kegiatan ekonomi yang menjembatani kegiatan produksi dan konsumsi. Berkat distribusi barang dan jasa dapat sampai ke tangan konsumen. Dengan demikian kegunaan dari barang dan jasa akan lebih meningkat setelah dapat dikonsumsi. Dari apa yang baru saja diuraikan dapat disimpulkan bahwa distribusi adalah semua kegiatan yang ditujukan untuk menyalurkan barang dan/atau jasa dari produsen ke konsumen. Orang yang melakukan kegiatan distribusi disebut distributor. Dalam arti luas, kegiatan distribusi mencakup kegiatan berikut:

- a. Pengangkutan
- b. Penjualan
- c. Pembelian
- d. Penyimpanan
- e. Pembakuan Standar Kualitas Barang
- f. Penanggung Risiko

3. Konsumsi

Konsumsi berasal dari bahasa Belanda *consumptie*, bahasa Inggris *consumption*, ialah suatu kegiatan yang bertujuan mengurangi atau menghabiskan daya guna suatu benda, baik berupa barang maupun jasa, untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan secara langsung. Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Tujuan kegiatan konsumsi adalah untuk memenuhi kebutuhan hidup secara langsung. Hal ini berarti bahwa penggunaan barang di luar tujuan tersebut tidak dapat dimasukkan sebagai kegiatan konsumsi.

Tujuan konsumsi pada dasarnya dilakukan dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan. Adapun tujuan kegiatan konsumsi dapat digolongkan menjadi empat yaitu

1. Mengurangi nilai guna barang atau jasa secara bertahap
2. Menghabiskan nilai guna barang dan jasa sekaligus;
3. Memuaskan atau bermanfaat untuk kebutuhan fisik
4. Memuaskan atau bermanfaat untuk kebutuhan rohani

A. Pengertian, Tujuan, Prinsip dan Manfaat Ekonomi Syariah

1. Pengertian Ekonomi Syariah

Ekonomi Syariah adalah suatu cabang ilmu pengetahuan yang berupaya untuk memandang, menganalisis, dan akhirnya menyelesaikan permasalahan-permasalahan ekonomi dengan cara-cara Islam, yaitu berdasarkan atas ajaran agama Islam, yaitu Al Qur'an dan Sunnah Nabi. Ekonomi syariah memiliki dua hal pokok yang menjadi landasan hukum sistem ekonomi syariah yaitu Al Qur'an dan Sunnah Rasulullah, hukum-hukum yang diambil dari kedua landasan pokok tersebut secara konsep dan prinsip adalah tetap (tidak dapat berubah kapanpun dan dimana saja).

2. Tujuan Ekonomi Syariah

Tujuan Ekonomi Syariah selaras dengan tujuan dari syariat Islam itu sendiri (*maqashid asy syari'ah*), yaitu mencapai kebahagiaan di dunia dan akhirat (falah) melalui suatu tata kehidupan yang baik dan terhormat (*hayyah thayyibah*). Tujuan falah yang ingin dicapai oleh Ekonomi Syariah meliputi aspek mikro ataupun makro, mencakup horizon waktu dunia atau pun akhirat (P3EI, 2012:54). Untuk mengetahui lebih lengkapnya, berikut adalah tujuan ekonomi syariah:

- a. Memposisikan ibadah kepada Allah lebih dari segalanya
- b. Menyeimbangkan kehidupan dunia dan akhirat
- c. Mendapatkan kesuksesan perekonomian yang diperintahkan oleh Allah
- d. Menghindari kerusuhan dan kekacauan perekonomian

Seorang fuqaha asal Mesir bernama Prof. Muhammad Abu Zahrah mengatakan ada tiga sasaran hukum Islam yang menunjukkan bahwa Islam diturunkan sebagai rahmat bagi seluruh umat manusia, yaitu (Rahman, 1995:84):

- a. Penyucian jiwa agar setiap muslim bisa menjadi sumber kebaikan bagi masyarakat dan lingkungannya.

- b. Tegaknya keadilan dalam masyarakat. Keadilan yang dimaksud mencakup aspek kehidupan di bidang hukum dan muamalah.
- c. Tercapainya masalahah (merupakan puncaknya). Para ulama menyepakati bahwa masalahah yang menjad puncak sasaran di atas mencakup lima jaminan dasar, yaitu: keselamatan keyakinan agama (al din), keselamatan jiwa (al nafs), keselamatan akal (al aql), keselamatan keluarga dan keturunan (al nasl) dan keselamatan harta benda (al mal).

3. Prinsip-prinsip Ekonomi Syariah

Pelaksanaan ekonomi syariah harus menjalankan prinsip-prinsip sebagai berikut (Sudarsono, 2002:105):

- a. Berbagai sumber daya dipandang sebagai pemberian atau titipan dari Allah SWT kepada manusia.
- b. Islam mengakui pemilikan pribadi dalam batas-batas tertentu.
- c. Kekuatan penggerak utama Ekonomi Syariah adalah kerja sama.
- d. Ekonomi Syariah menolak terjadinya akumulasi kekayaan yang dikuasai oleh segelintir orang saja.
- e. Ekonomi Syariah menjamin pemilikan masyarakat dan penggunaannya direncanakan untuk kepentingan banyak orang.
- f. Seorang muslim harus takut kepada Allah swt dan hari penentuan di akhirat nanti.
- g. Zakat harus dibayarkan atas kekayaan yang telah memenuhi batas (nisab).
- h. Islam melarang riba dalam segala bentuk.

Layaknya sebuah bangunan, sistem ekonomi syariah harus memiliki fondasi yang berguna sebagai landasan dan mampu menopang segala bentuk kegiatan ekonomi guna mencapai tujuan mulia. Berikut ini merupakan prinsip-prinsip dasar dalam ekonomi syariah, diantaranya adalah (Zainuddin Ali, 2008):

- a. Tidak melakukan penimbunan (Ihtikar). Penimbunan, dalam bahasa Arab disebut dengan al-ihthikar. Secara umum, ihtikar dapat diartikan sebagai tindakan pembelian barang dagangan dengan tujuan untuk menahan atau menyimpan barang tersebut dalam jangka waktu yang lama, sehingga barang tersebut dinyatakan barang langka dan berharga mahal.
- b. Tidak melakukan monopoli. Monopoli adalah kegiatan menahan keberadaan barang untuk tidak dijual atau tidak diedarkan di pasar, agar harganya menjadi mahal. Kegiatan monopoli merupakan salah satu hal yang dilarang dalam Islam,

apabila monopoli diciptakan secara sengaja dengan cara menimbun barang dan menaikkan harga barang.

- c. Menghindari jual-beli yang diharamkan. Kegiatan jual-beli yang sesuai dengan prinsip Islam, adil, halal, dan tidak merugikan salah satu pihak adalah jual-beli yang sangat diridhai oleh Allah swt. Karena sesungguhnya bahwa segala hal yang mengandung unsur kemungkaran dan kemaksiatan adalah haram hukumnya.

4. Manfaat Ekonomi Syariah

Apabila mengamalkan ekonomi syariah akan mendatangkan manfaat yang besar bagi umat muslim dengan sendirinya, yaitu:

1. Mewujudkan integritas seorang muslim yang kaffah, sehingga Islam-nya tidak lagi setengah-setengah. Apabila ditemukan ada umat muslim yang masih bergelut dan mengamalkan ekonomi konvensional, menunjukkan bahwa keislamannya belum kaffah.
2. Menerapkan dan mengamalkan ekonomi syariah melalui lembaga keuangan islam, baik berupa bank, asuransi, pegadaian, maupun BMT (Baitul Maal wat Tamwil) akan mendapatkan keuntungan dunia dan akhirat. Keuntungan di dunia diperoleh melalui bagi hasil yang diperoleh, sedangkan keuntungan di akhirat adalah terbebas dari unsur riba yang diharamkan oleh Allah.
3. Praktik ekonomi berdasarkan syariat islam mengandung nilai ibadah, karena telah mengamalkan syariat Allah.
4. Mengamalkan ekonomi syariah melalui lembaga keuangan syariah, berarti mendukung kemajuan lembaga ekonomi umat Islam.
5. Mengamalkan ekonomi syariah dengan membuka tabungan, deposito atau menjadi nasabah asuransi syariah berarti mendukung upaya pemberdayaan ekonomi umat. Sebab dana yang terkumpul akan dihimpun dan disalurkan melalui sektor perdagangan riil.
6. Mengamalkan ekonomi syariah berarti ikut mendukung gerakan amar ma'ruf nahi munkar. Sebab dana yang terkumpul pada lembaga keuangan syariah hanya boleh disalurkan kepada usaha-usaha dan proyek yang halal.

5. Karakteristik ekonomi syariah

- a. Menggunakan sistim bagi hasil

Dalam melaksanakan kegiatan atau aktivitasnya ekonomi syariah mengedepankan sebuah keadilan. Keadilan tersebut diwujudkan dalam bentuk

sistem bagi hasil. Maksud dari sistem bagi hasil yakni hasil atau keuntungan dari sebuah aktivitas ekonomi dibagi menjadi dua jadi antara Bank dan nasabah sama-sama untung. Bagi hasil merupakan kebalikan dari bunga yang dianggap riba dalam islam. Pada dasarnya dalam islam memang praktek riba dalam bentuk sistem bunga telah dilarang yakni terdapat dalam Al- Qur'an surat Al-Baqarah ayat 278-279. Bisa dibilang sistem bagi hasil ini menjadi jawaban dari dilarangnya sistem bunga, dengan menggunakan sistem ini nasabah tetap mendapatkan sebuah keuntungan dari aktivitas menabungnya namun tetap dalam koridor islamiyah.

b. Memadukan antara nilai spiritual dan material

Kehadiran ekonomi syariah adalah untuk membantu para nasabah dalam mendapatkan keuntungan secara islami atau dalam koridor nilai-nilai islam. Berbeda dengan ekonomi konvensional yang hanya dihiasi dengan materialisme atau berfokus pada keuntungan saja tak peduli apa yang akan mereka terima. Namun di ekonomi syariah inilah terjadi keseimbangan antara material atau keuntungan dengan nilai-nilai spiritual. Maksud dari pernyataan ini adalah dalam ekonomi syariah ini para nasabah dan pelaku ekonomi diharapkan mampu mengamalkan sebuah aktivitas dimana mereka mengesampingkan sebagian hartanya untuk yang membutuhkan baik untuk zakat, infaq maupun shodaqah.

c. Memberikan kebebasan sesuai dengan nilai islami

Mungkin banyak dari kita menganggap dengan adanya landasan nilai-nilai islam kita sebagai pelaku ekonomi dibatasi dalam praktek atau kegiatan kita, hal ini kurang benar. Karena pada dasarnya dalam ekonomi syariah setiap individu diberikan kebebasan dalam bertindak dan berperilaku dalam perekonomian mereka diberikan hak dan kewajiban sesuai apa yang mereka kerjakan. Jadi setiap individu akan selalu berusaha untuk memberikan yang terbaik bagi perekonomian. Namun kebebasan yang dimaksud di sini bukan kebebasan yang menyeluruh dan seenaknya sendiri, setiap individu memang diberikan kebebasan namun dibatasi dengan landasan atau nilai-nilai islam, jadi mereka harus mempertanggungjawabkan segala apa yang mereka kerjakan.

d. Mengakui kepemilikan multi jenis

Yang dimaksud dengan kepemilikan multijenis yakni kepemilikan dana atau semua harta dalam perekonomian adalah mutlak milik Allah, kepemilikan manusia sebenarnya adalah hanya titipan dari Allah. Manusia diberikan dana atau harta

untuk diolahnya dengan baik sehingga mampu menghasilkan sebuah hasil yang bermanfaat bagi semua pihak atau kemaslahatan umum. dengan adanya kesadaran akan hal ini maka dipastikan manusia akan lebih mudah dalam menjalankan kegiatan perekonomiannya dan hasilnya pun akan memuaskan karena mereka sadar bahwa semua harta atau kepemilikan hanya titipan dari Allah dan sewaktu-waktu akan diambil.

e. Memperhatikan kemaslahatan umat

Dalam ekonomi syariah tidak ada perbedaan atau strata sosial yang terbentuk, dalam ekonomi syariah semua sama tergantung pada apa yang mereka lakukan. Yang menjadi fokus dari segala bentuk aktivitas ditujukan untuk kemaslahatan umat, jadi semua lapisan masyarakat bisa merasakan keuntungan dan manfaat dari aktivitas ekonomi yang dilaksanakan. Selain itu dalam ekonomi syariah tidak adanya dikotomi antara satu pihak dengan yang lainnya.

f. Segala kegiatan terikat pada akidah, syariah dan moral

Dalam prakteknya ekonomi syariah melarang segala bentuk aktivitas atau kegiatan yang merugikan baik untuk diri sendiri atau orang lain, seperti pemborosan, menimbun perak dan emas, mencegah peredaran uang, dan lain sebagainya itu dilarang dalam ekonomi syariah. Karena pada dasarnya ekonomi syariah menyandarkan segala bentuk kegiatan perekonomian disandarkan pada akidah, syariah maupun moral.

g. Menjaga keseimbangan rohani dan jasmani

Islam merupakan agama yang sempurna dimana mampu memadukan antara unsur keagamaan serta unsur sekularitas atau keduniaan. Konsep inilah yang menjadi landasan bagi ekonomi syariah, dimana segala bentuk kebijakannya ditujukan untuk menjaga keseimbangan antara jasmani dan rohani. Hal ini berarti segala bentuk aktivitas ekonomi diharapkan mampu memberikan keuntungan serta ketenangan dalam hidup. Berbeda dengan konvensional dimana segala bentuk aktivitas perekonomian diarahkan pada pencarian keuntungan hanya jasmani saja yang dipenuhi.

h. Memberikan ruang bagi negara dan pemerintah

Dalam ekonomi syariah peran pemerintah dibutuhkan dan diakui. Dalam segala bentuk kegiatan atau aktivitas yang bersangkutan dengan perekonomian pasti di situ ada pemerintah yang bertindak sebagai pengawas dan pengambilan keputusan tertinggi. Ekonomi syariah menyadari bahwasannya manusia memiliki

sifat lahiriyah yang selalu ingin lebih baik daripada yang lainnya, dengan hal ini maka resiko timbul sebuah problem atau permasalahan besar maka dari itulah pemerintah diberikan ruang untuk menyelesaikan masalah yang ada atau bisa dibilang menjadi pihak penengah.

i. Memberikan bimbingan konsumsi

Konsumsi dalam perekonomian merupakan kegiatan inti dan juga menjadi aspek paling menentukan kemajuan atau perkembangan perekonomian suatu negara. Kegiatan konsumsi pada dasarnya berisi tentang pembelian produk, penggunaan produk, dan pemanfaatan produk. Dimana semua proses tersebut harus memiliki sebuah dasar yang baik, konsumsi harus disesuaikan dengan kebutuhan yang memang benar-benar dibutuhkan. Namun sering kali dalam hal seperti ini masih banyak masyarakat yang tidak mempedulikan dasar atau aturan dalam melakukan konsumsi. Selama ada uang mereka akan terus melakukan kegiatan konsumsi tanpa memperhatikan kegunaan produk tersebut, mereka hanya fokus pada sebuah keinginan.

j. Melarang praktek riba

Ekonomi yang islami merupakan wujud atau produk yang dihasilkan oleh ekonomi syariah. Dalam ekonomi islami tentunya tidak ada kegiatan atau bentuk aktivitas yang melanggar ajaran islam. Kita tahu sendiri bahwasannya akhir-akhir ini praktek riba sering dilakukan oleh siapa saja demi memperoleh keuntungan baik yang dilakukan secara sengaja maupun tidak disadari. Maka dari itu dalam islam praktek riba haram dilakukan karena memang akan mengganggu jasmani dan rohani sang pelaku. Riba membuat harta yang kita miliki akan menjadi terkontaminasi dengan hal yang negatif tentu hal ini akan tetap terbawa dalam setiap aktivitas yang kita lakukan. Bayangkan saja ketika riba terus menerus kita lakukan secara sengaja atau tidak maka kan memupuk dan mengendap pada diri kita dan tentunya itu akan berdampak buruk bagi kita. oleh karena itu ekonomi syariah hadir dengan tujuan merubah kebiasaan buruk itu menjadi lebih baik dengan cara menerapkan beberapa kebijakan atau alternatif yang bisa membuat kita aman dan terhindar dari segala bentuk penyelewengan.

k. Memberikan petunjuk investasi

Ketika kita terjun ke dunia perekonomian pasti tak lepas dari yang namanya investasi. Dalam islampun telah diatur bagaimana investasi yang benar dan baik. Setidaknya ada lima kriteria yang harus dipenuhi dalam berinvestasi yakni :

1. Proyek yang baik menurut islam
2. Bermanfaat bagi masyarakat luas
3. Memperbaiki pendapatan atau kekayaan
4. Memelihara dan mengembangkan harta
5. Melindungi kepentingan masyarakat

2. Permintaan dan Penawaran

A. Permintaan

Permintaan masyarakat terhadap barang pada umumnya berbeda-beda. Permintaan ini timbul karena adanya kebutuhan seseorang terhadap barang tertentu. Permintaan adalah kesanggupan pembeli untuk membeli berbagai jumlah barang dan jasa pada berbagai tingkat harga pada waktu tertentu. Yang dimaksud waktu tertentu tersebut adalah suatu periode di mana keadaan *ceteris paribus* (keadaan di luar harga dan jumlah barang/jasa yang diminta dianggap tetap/konstan). Berdasarkan definisi diatas kiranya dapat dimengerti bahwa permintaan berbeda dengan permintaan yang sering kita pergunakan dalam kehidupan sehari-hari. Adapun unsur-unsur penting yang terdapat pada definisi permintaan yakni jumlah barang/jasa, yang diminta, harga, dengan asumsi *ceteris paribus*. Definisi di atas menunjukkan jumlah barang dan jasa yang diminta pada berbagai tingkat harga, artinya pada berbagai tingkat harga terdapat berbagai jumlah barang yang diminta, sehingga terdapat hubungan antara tingkat harga dengan jumlah barang yang diminta.

Pertalian antara harga dan jumlah barang dan jasa yang diminta melahirkan hukum permintaan yang berbunyi “jumlah barang/jasa yang diminta berbanding terbalik dengan harga”. Artinya “apabila harga naik maka jumlah barang atau jasa yang diminta akan turun, sebaliknya, apabila harga turun maka jumlah barang atau jasa yang diminta akan naik”. Hukum permintaan itu hanya berlaku jika keadaan *ceteris paribus*, dan jumlah barang/jasa merupakan variabel atau faktor yang bergantung pada harga.

Berkaitan dengan berlakunya hukum permintaan ini, maka kaitan antar barang dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu barang komplementer (pelengkap) dan barang substitusi (pengganti). Untuk barang komplementer, bila harga barang A naik maka jumlah permintaan terhadap barang tersebut akan berkurang, begitu

pula permintaan terhadap barang B juga akan turun. Sedangkan untuk barang substitusi, bila kenaikan harga barang A akan menyebabkan

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan.

Terdapat banyak faktor yang dapat menyebabkan perubahan (naik turunnya) permintaan suatu barang/jasa. Faktor-faktor tersebut antara lain:

- a. Pendapatan
- b. Harga barang lain yang terkait (substitusi atau komplementer)
- c. Perkiraan terhadap harga pada masa yang akan datang
- d. Jumlah penduduk
- e. Selera

Apabila faktor-faktor di atas dianggap tetap atau konstan, maka permintaan hanya ditentukan oleh harga, artinya besar kecilnya perubahan permintaan di determinasi/ditentukan oleh besar kecilnya perubahan harga. Dalam hal ini berlaku perbandingan terbalik antara harga terhadap jumlah permintaan dan berbanding lurus dengan penawaran. Sebagaimana konsep asli dari penemuannya (*Alferd Marshall*), maka perbandingan terbalik antara harga terhadap permintaan disebut sebagai hukum permintaan.

Adapun bunyi hukum permintaan: *"Bila harga suatu barang naik maka jumlah permintaan barang tersebut akan turun, sebaliknya bila harga barang tersebut turun maka jumlah permintaannya akan naik dengan asumsi ceteris Paribus (semua faktor yang mempengaruhi permintaan selain harga dianggap konstan)"*.

2. Fungsi Permintaan

Fungsi permintaan adalah persamaan yang menunjukkan hubungan antara jumlah suatu barang yang diminta dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Fungsi permintaan mengikuti hukum permintaan. Oleh karena hubungan antara harga dengan jumlah barang yang diminta adalah negatif (berbanding terbalik), maka gradien dari fungsi permintaan (b) akan selalu negatif.

B. Penawaran

Penawaran digunakan untuk menunjukkan perilaku para produsen di sesuatu pasar. Penawaran adalah kesanggupan penjual/produsen untuk menjual (melepas) berbagai jumlah barang atau jasa yang pada berbagai tingkat harga waktu tertentu. Penawaran berasal dari pihak produsen dan muncul sebagai akibat adanya permintaan dari konsumen. Sama halnya dengan permintaan, didalam penawaran juga terdapat hukum penawaran. Hukum penawaran menjelaskan

hubungan antara harga suatu barang dengan jumlah penawaran barang tersebut. Hukum penawaran berbunyi, “semakin tinggi harga suatu barang, semakin banyak jumlah barang tersebut ditawarkan oleh para produsen. Sebaliknya semakin rendah harga suatu barang, semakin sedikit jumlah barang yang ditawarkan oleh para produsen.”

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi jumlah barang yang ditawarkan oleh seorang produsen. Sedikit banyaknya barang atau jasa yang ditawarkan oleh produsen, dipengaruhi oleh berbagai faktor, yaitu:

- a. Harga barang itu sendiri
- b. Harga input/biaya produksi
- c. Teknologi produksi
- d. Harga barang lain yang terkait

Apabila beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat penawaran diatas dianggap tetap selain harga barang terkait. Maka penawaran hanya ditentukan oleh harga, artinya besar kecilnya perubahan penawaran dideterminasi/ditentukan oleh besar kecilnya perubahan harga. Dalam hal ini berlaku perbandingan lurus antara harga terhadap jumlah barang yang ditawarkan (penawaran). Sebagaimana konsep asli dari penemunya (*Alfred Marshall*), maka perbandingan lurus antara harga terhadap penawaran disebut sebagai hukum penawaran. Hukum penawaran berbunyi : apabila harga naik maka penawaran akan meningkat, apabila harga turun maka penawaran akan turun dengan asumsi *Ceteris Paribus*.

2. Fungsi Penawaran

Fungsi penawaran adalah persamaan yang menunjukkan hubungan antara jumlah suatu barang yang ditawarkan dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Fungsi penawaran harus sesuai dengan hukum penawaran. Dengan demikian, hubungan antara harga barang dengan jumlah barang yang ditawarkan adalah positif (berbanding lurus), sehingga gradien dari fungsi penawaran (b) akan selalu positif.

3. Kurva Penawaran

Kurva penawaran adalah suatu kurva yang menunjukkan hubungan antara kuantitas suatu barang yang di tawarkan pada berbagai tingkat harga, dengan asumsi *ceteris paribus*. Pada sepanjang kurva penawaran menunjukkan perubahan harga dan kuantitas yang ditawarkan. Kurva penawaran dapat dibentuk

dengan menghubungkan titik-titik pasangan nilai harga pada sumbu tegak dan kuantitas yang ditawarkan produsen pada sumbu datar.

3. Pasar

A. Pengertian Pasar

Pasar secara umum diartikan sebagai tempat penjual menawarkan barang atau jasa sesuai taksiran harga penjual serta pembeli mendapatkan barang atau jasa sesuai dengan taksiran harga pembeli. Di pasar antara penjual dan pembeli akan melakukan transaksi. Transaksi muncul setelah ada kesepakatan antara penjual dan pembeli. Syarat terjadinya transaksi adalah ada barang yang diperjual belikan, ada penjual, ada pembeli, ada kesepakatan harga barang, dan tidak ada paksaan dari pihak manapun. Pengertian pasar dalam ilmu ekonomi lebih konseptual, yakni terjadinya keseimbangan antara permintaan dan penawaran. Dengan demikian sebuah pasar tidak harus dikaitkan dengan suatu tempat.

Pasar (market) adalah tempat bertemunya antara pembeli dengan penjual yang bertujuan untuk melakukan transaksi ekonomi yaitu membeli atau menjual barang dan jasa atau sumber daya ekonomi serta faktor-faktor produksi lainnya. Pengertian pasar tidak menunjuk ke suatu lokasi atau tempat-tempat tertentu, hal ini karena pasar tidak mempunyai batas-batas geografis. Adanya sistem jaringan komunikasi modern yang dapat meniadakan hambatan atau batasan geografis, sehingga memungkinkan para pembeli dan penjual bertransaksi tanpa harus melihat wajah satu sama lain.

Berdasarkan ilmu ekonomi, pasar berhubungan dengan kegiatannya bukanlah tempatnya. Ciri khas suatu pasar yaitu ada aktivitas transaksi jual beli. Beberapa pembeli datang ke pasar untuk belanja dengan membawa uang untuk membayar harga barang yang diperjual belikan. Penjual akan mengirimkan produk/jasa yang telah dibayar oleh sipembeli. Jadi, dalam pengertian itu terdapat faktor-faktor yang mendukung terjadinya pasar, yaitu: keinginan, daya beli, serta perilaku konsumen dan produsen. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa pasar merupakan intraksi pembeli dan penjual untuk melakukan transaksi jual beli barang atau jasa. Syarat terbentuknya pasar antara lain:

1. Terdapat penjual dan pembeli
2. Adanya barang atau jasa yang diperjualbelikan
3. Terjadinya kesepakatan harga antara penjual dan pembeli

B. Struktur Pasar

1. Pasar Persaingan Sempurna

Banyak kalangan ekonom memiliki argumentasi tentang definisi pasar persaingan sempurna, tetapi pada umumnya definisi dari beberapa ekonom tentang pasar persaingan sempurna secara konsep memiliki kesamaan walau pun dalam bentuk kalimat berbeda-beda. *Sukirno* menjelaskan bahwa pasar persaingan sempurna dapat didefinisikan sebagai struktur pasar atau industri dimana terdapat banyak penjual dan pembeli, dan setiap penjual atau pun pembeli tidak dapat mempengaruhi keadaan dipasar. Sama hal dari definisi dari *Samuelson* dan *Nordhaus* yang menyatakan bahwa persaingan sempurna adalah pasar dimana pembeli dan penjual hanya bertindak sebagai *price taker*. Didalam pasar persaingan sempurna produk yang diperjual belikan bersifat homogen (produk yang identik dengan produk yang dijual oleh perusahaan-perusahaan lain didalam industri). Kedudukan seorang produsen maupun pembeli sedemikian kecil dibandingkan pasarnya sehingga ia tidak dapat mempengaruhi harga. Harga terbentuk melalui mekanisme pasar (interaksi antara penawaran dan permintaan) dan seorang maupun pembeli tidak dapat mempengaruhi harga. Kedudukan mereka hanya berperan sebagai penerima harga (*price taker*).

Pembeli tidak dapat membedakan apakah suatu barang berasal dari produsen A, produsen B, atau produsen C. Oleh karena itu, promosi dengan iklan tidak akan memberikan pengaruh terhadap penjualan produk. Jenis pasar persaingan sempurna terjadi ketika jumlah produsen sangat banyak sekali dengan memproduksi produk yang sejenis dan mirip dengan jumlah konsumen yang banyak. Contoh produknya adalah seperti beras, gandum, batubara, kentang, dan lain-lain.

a. Ciri-ciri pasar persaingan sempurna :

- 1) Komoditas yang diperjual belikan adalah homogen (serupa). Dalam pasar persaingan sempurna, jenis komoditas tertentu yang dijual oleh para penjualnya harus sama dalam segala hal. Karena semua komoditas yang ditawarkan adalah homogen maka dalam menentukan pembeliannya, konsumen tidak tergantung pada siapa yang menjual komoditas tersebut melainkan pada tingkat harga komoditas tersebut.
- 2) Jumlah penjual atau pembeli yang sangat banyak, sehingga jumlah komoditas yang dibeli oleh seorang pembeli atau jumlah komoditas yang dijual oleh seorang

penjual sangatlah kecil kontribusinya jika dibandingkan dengan jumlah total yang ada di pasar. Dengan demikian baik pembeli maupun penjual secara orang per orang tidak mungkin mempengaruhi harga pasar dari komoditas yang diperjual belikan tersebut.

3) Penjual dan pembeli berkedudukan sebagai penerima harga (*price taker*). Para pengusaha yang menghasilkan suatu komoditas tertentu yang homogen, dalam menawarkan komoditas yang dihasilkannya di pasar komoditas tersebut, melakukan persaingan atas dasar harga pasar yang telah tertentu karena pengusaha komoditas tersebut secara perorangan tidak dapat mempengaruhi harga pasar yang terbentuk, sebaliknya pengusaha yang harus menyesuaikan diri dengan harga pasar yang telah ada. Di sisi lain konsumen pun secara perorangan tidak dapat mempengaruhi harga pasar. Dalam hal ini seorang konsumen tidak dapat mengubah harga pasar dengan jalan memperbesar atau memperkecil jumlah pembeliannya, karena kontribusi seorang kosumen terhadap seluruh konsumen yang ada dipasar sangatlah kecil.

4) Tidak adanya penetapan–penetapan dari luar yang bersifat memaksa baik terhadap permintaan, penawaran ataupun terhadap harga dari komoditas yang diperjualbelikan. Dalam pasar persaingan sempurna, tiap–tiap penjual dan atau masing–masing pembeli bebas untuk melakukan atau tidak melakukan jual beli pada pasar yang telah ada tersebut.

5) Penjual dan pembeli mempunyai pengetahuan yang sempurna mengenai pasar. Tiap pembeli memiliki pengetahuan yang sempurna mengenai harga komoditas yang akan dibeli. Dengan demikian bila ada seorang penjual ingin menjual komoditasnya dengan harga yang lebih tinggi dari harga yang diberlakukan pedagang–pedagang lainnya, ia tidak akan memperoleh pembeli sebab semua pembeli mengetahui dengan sempurna bahwa di tempat lain mereka dapat membeli komoditas yang sama dengan harga yang lebih rendah. Karena pengetahuan yang sempurna mengenai harga ini, hanya ada satu harga saja dari satu macam komoditas di pasar.

6) Terdapat mobilitas sumber–sumber daya, untuk menghasilkan barang–barang dan atau jasa–jasa dalam aktivitas ekonomi.

7) Penjual dan pembeli bebas keluar atau masuk pasar.

b. Permintaan Dan Hasil Penjualan

Dalam menganalisis upaya perusahaan untuk mencapai keuntungan, perlu diperhatikan biaya produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan dan hasil penjualan yang diperoleh perusahaan tersebut. Diketahui bahwa sifat biaya produksi dari perusahaan adalah tidak terpengaruh struktur pasar dimana perusahaan tersebut berada. Akan tetapi hasil penjualan komoditas mereka akan berbeda-beda bila mereka berada pada struktur pasar yang berbeda. Perbedaan ini disebabkan oleh bentuk permintaan bagi perusahaan dalam struktur pasar yang berbeda akan berbeda pula.

2. Pasar Persaingan Tidak Sempurna

Pasar persaingan tidak sempurna adalah pasar yang tidak terorganisasi secara sempurna, atau bentuk-bentuk dari pasar di mana salah satu ciri dari pasar persaingan sempurna tidak terpenuhi. Pasar persaingan tidak sempurna terdiri atas pasar monopoli, duopoli, oligopoli, monopolistik dan monopsoni.

a. Pasar Monopoli

Pasar monopoli adalah suatu bentuk pasar di mana hanya terdapat satu penjual yang menguasai pasar. Penentu harga pada pasar ini adalah seorang penjual atau sering disebut sebagai “monopolis”. Sebagai penentu harga (*price-maker*), seorang monopolis dapat menaikkan atau menurunkan harga dengan cara menentukan jumlah barang yang akan diproduksi; semakin sedikit barang yang diproduksi, semakin mahal harga barang tersebut, begitu pula sebaliknya. Walaupun demikian, penjual juga memiliki suatu keterbatasan dalam penetapan harga. Apabila penetapan harga terlalu mahal, maka orang akan menunda pembelian atau berusaha mencari atau membuat barang substitusi produk tersebut atau mencarinya di pasar gelap (*black market*).

Pasar monopoli akan terjadi jika di dalam pasar hanya terdapat satu produsen atau penjual. Penjual ini disebut monopolist, contohnya perusahaan *microsoft windows*, perusahaan listrik negara (PLN), perusahaan kereta api (Perumka).

b. Ciri-ciri pasar monopoli :

1. Terdapat satu orang penjual yang menghadapi banyak pembeli.
2. Tidak ada komoditas pengganti yang mirip (*close substitute*). Atas barang yang di perjual belikan. Komoditas yang dihasilkan perusahaan monopoli tidak dapat digantikan oleh komoditas lain yang ada dalam pasar.
3. Tidak dimungkinkannya perusahaan–perusahaan lain masuk pasar karena adanya kemungkinan hambatan seperti, undang-undang, teknologi (teknologi

yang digunakan sangat canggih dan tidak mudah dicontoh), keuangan (modal yang diperlukan sangat besar).

4. Harga ditentukan lebih banyak oleh penjual (*price maker*).
5. Promosi iklan kurang diperlukan.

c. Faktor-faktor yang menimbulkan monopoli :

1. Mempunyai suatu sumber
2. Adanya undang-undang yang memungkinkan diperolehnya kedudukan monopoli.
3. Paten dan hak cipta, sehingga perusahaan lain tidak memungkinkan untuk memproduksi barang yang sama.

b. Pasar Duopoli

Pasar duopoli adalah yang memiliki karakteristik yang sama dengan oligopoli, namun pada Pasar duopoli pasar dimana suatu barang dikuasai oleh hanya ada dua perusahaan. Contoh : Minyak pelumas dikuasai oleh Pertamina dan Kaltex.

1. Ciri-ciri pasar duopoli

- a. terdapat beberapa perusahaan di dalam pasar
- b. terkadang perusahaan yang ada di pasar hanya dua
- c. adanya unsur kolusi
- d. kepemimpinan harga

2. Kelebihan pasar duopoli

- a. efisiensi, bila sedikit perusahaan bisa lebih efisiensi
- b. persaingan antar perusahaan di sisi harga bisa menguntungkan konsumen
- c. mengurangi persaingan yang tidak bermanfaat

3. Kelemahan pasar duopoli

- a. investasi sangat besar untuk memasuki pasar karena adanya suatu skala ekonomi
- b. adanya hak paten
- c. sulit berkompetisi
- d. adanya kolusi

c. Pasar Persaingan Monopolistik

Pasar persaingan monopolistik adalah salah satu bentuk pasar di mana terdapat banyak produsen yang menghasilkan barang serupa tetapi memiliki perbedaan

dalam beberapa aspek. Jumlah penjual pada pasar monopolistik tidak terbatas, namun setiap produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan pasti memiliki karakteristik tersendiri yang membedakannya dengan produk perusahaan lainnya. Contohnya adalah : pasar shampoo, pasta gigi, pasar sabun mandi. Meskipun fungsi semua shampoo sama yakni untuk membersihkan rambut, tetapi setiap produk yang dihasilkan perusahaan tertentu berbeda ciri dengan produk lainnya, misalnya perbedaan aroma, perbedaan warna, dan kemasan. Pada pasar persaingan monopolistik, penjual memiliki kemampuan untuk mempengaruhi harga walaupun pengaruhnya terbatas tidak seperti monopolist. Kemampuan ini berasal dari sifat barang yang dihasilkan.

Karena perbedaan dan ciri khas dari suatu barang, konsumen tidak akan mudah berpindah ke merek lain, dan tetap memilih merek tersebut walau produsen menaikkan harga.

Pada pasar persaingan monopolistik, harga bukanlah faktor yang bisa mendongkrak penjualan. Bagaimana kemampuan perusahaan menciptakan citra yang baik di dalam benak masyarakat, sehingga membuat mereka mau membeli produk tersebut meskipun dengan harga mahal akan sangat berpengaruh terhadap penjualan perusahaan. Oleh karenanya, perusahaan yang berada dalam pasar monopolistik harus aktif mempromosikan produk sekaligus menjaga citranya perusahaannya.

Pasar persaingan monopolistik adalah struktu pasar yang sangat mirip dengan persaingan sempurna tetapi yang membedakan dengan pasar persaingan sempurna ialah bahwa pada pasar ini produsen mampu membuat perbedaan-perbedaan pada produknya (diferensiasi produk) dibandingkan produsen lain. Struktur pasar monopolistik terjadi manakala jumlah produsen atau penjual banyak dengan produk yang serupa/sejenis, namun di mana konsumen produk tersebut berbeda-beda antara produsen yang satu dengan yang lain. Contoh produknya adalah seperti makanan ringan (snack), nasi goreng, pulpen, buku, dan sebagainya.

1. Ciri-ciri pasar persaingan monopolistik :

- a. Terdapat banyak penjual dan pembeli
- b. Barangnya sejenis tetapi tidak homogen (berbeda karakteristik)
- c. Perusahaan mempunyai kekuasaan mempengaruhi harga meskipun terbatas
- d. Perusahaan relatif mudah keluar masuk pasar

e. Persaingan promosi penjualan sangat aktif.

2. Pasar Persaingan Monopolistik memiliki kebaikan sebagai berikut.

a. Banyaknya produsen di pasar memberikan keuntungan bagi konsumen untuk dapat memilih produk yang terbaik baginya.

b. Kebebasan keluar masuk bagi produsen, mendorong produsen untuk selalu melakukan inovasi dalam menghasilkan produknya.

c. Diferensiasi produk mendorong konsumen untuk selektif dalam menentukan produk yang akan dibelinya, dan dapat membuat konsumen loyal terhadap produk yang dipilihnya.

d. Pasar ini relatif mudah dijumpai oleh konsumen.

3. Pasar Persaingan Monopolistik juga memiliki kelemahan sebagai berikut.

a. Pasar monopolistik memiliki tingkat persaingan yang tinggi, baik dari segi harga, kualitas maupun pelayanan, sehingga produsen yang tidak memiliki modal dan pengalaman yang cukup akan tersingkir dari pasar.

b. Dibutuhkan modal yang cukup besar untuk masuk pasar monopolistik, karena pemain pasar di dalamnya memiliki skala ekonomis yang cukup tinggi.

c. Muncul biaya tinggi untuk menghadapi persaingan.

d. Pasar Oligopoli

Pasar oligopoli adalah pasar di mana penawaran satu jenis barang dikuasai oleh beberapa perusahaan. Dalam pasar oligopoli, setiap perusahaan mempunyai kekuatan mempengaruhi pasar, memposisikan dirinya sebagai bagian yang terikat dengan permainan pasar, di mana keuntungan yang mereka dipengaruhi oleh pesaingnya. Semua usaha promosi, iklan, pengenalan produk baru, dan perubahan harga, dilakukan dengan tujuan untuk menjauhkan konsumen dari pesaing mereka. Praktik oligopoli umumnya dilakukan sebagai salah satu upaya untuk menghalangi perusahaan-perusahaan potensial masuk pasar, pelaku oligopoli umumnya memperoleh laba normal di bawah tingkat laba maksimum dengan menetapkan harga jual terbatas.

Struktur pasar oligopoli umumnya terbentuk pada industri-industri yang memiliki *capital intensive* yang tinggi, seperti, industri semen, industri mobil, dan industri kertas. Contoh industri yang termasuk oligopoli adalah industri semen di Indonesia, industri mobil di Amerika Serikat

Ciri-ciri pasar oligopoli :

- a. Barangnya bisa homogen, bisa berbeda karakter bagi setiap perusahaan .
- b. Penjual mempunyai kekuatan mempengaruhi harga meskipun terbatas.
- c. Pada umumnya setiap perusahaan cenderung melakukan promosi.
- d. Hambatan masuk cukup kuat, karena paten dan modal yang diperlukan sangat besar.
- e. Kurva Permintaan Terpatah

Kurva permintaan yang dihadapi setiap perusahaan oligopoli, yang berbentuk bengkak. Keadaan yang bengkak tersebut bermula dari tingkat harga yang berlaku. Keadaan permintaan seperti itu disebabkan karena apabila suatu perusahaan menurunkan harga, perusahaan lain akan mengikutinya. Sebagai akibatnya permintaan tidak mengalami peningkatan yang besar.

e. Pasar Monopsoni

Pasar monopsoni adalah suatu bentuk pasar yang dikuasai oleh satu orang/badan/lembaga sebagai pembeli dengan penawaran dari sejumlah penjual/produsen sehingga pihak pembeli memiliki kemampuan untuk menetapkan harga. Contoh, Pasar tebu sebagai bahan baku gula di Jawa tengah pembelinya hanya pabrik gula "X" sementara penjualnya banyak petani tebu.

Ciri-ciri Pasar Monopsoni :

- a. Hanya ada satu pembeli
- b. Pembeli bukan konsumen tapi pedagang/produsen
- c. Barang yang dijual biasanya bahan mentah.
- d. Harga lebih ditentukan oleh pembeli.

f. Pasar Oligopsoni

Pasar oligopsoni adalah suatu bentuk pasar yang dikuasai oleh beberapa orang perusahaan sebagai pembeli dengan penawaran dari sejumlah penjual. Misalnya, Pasar tembakau di Jawa Timur. Pembelinya beberapa perusahaan rokok (gudang garam, samporna, bentol dan jarum) sementara penjualnya banyak petani tembakau.

Ciri-ciri Pasar Oligopsoni

- a. Terdapat beberapa pembeli.
- b. Pembeli bukan konsumen tapi pedagang/produsen.
- c. Barang yang dijual biasanya merupakan bahan mentah.

d. Masing-masing pembeli mempunyai kekuatan mempengaruhi harga meskipun terbatas.

C. Pasar Input

Kegiatan produksi akan dapat berjalan dengan baik apabila faktor produksi yang dibutuhkan tersedia. Faktor produksi dapat diperoleh di pasar *input*. Pasar input adalah terjadinya interaksi antara permintaan dan penawaran faktor produksi. Faktor produksi ini meliputi sumber alam (tanah), tenaga kerja, dan modal (uang). Penawaran *input* berasal dari pemilik ketiga faktor produksi tersebut, sedangkan permintaan faktor input berasal dari pengusaha (pemilik entrepreneurship). Oleh karena itu ada tiga macam pasar input yaitu pasar tanah (sumber daya alam), pasar tenaga kerja, dan pasar modal.

a. Pasar tanah (sumber alam).

Pasar tanah merupakan pasar yang mempertemukan pembeli dan penjual tanah. Jumlah penawarannya cenderung tetap, sementara jumlah permintaan tanah terus meningkat. Oleh karena itu harga tanah dari waktu ke waktu cenderung naik.

Penawaran tanah

Pasar tanah (sumber alam).

Pasar tanah merupakan pasar yang mempertemukan pembeli dan penjual tanah. Jumlah penawarannya cenderung tetap, sementara jumlah permintaan tanah terus meningkat. Oleh karena itu harga tanah dari waktu ke waktu cenderung naik.

Penawaran tanah yang cenderung tetap menyebabkan sifat penawaran tanah cenderung inelastis sempurna. Oleh karena itu kurva penawaran tanah cenderung bersifat inelastis sempurna (berbentuk garis lurus vertikal), artinya berapapun harga tanah penawarannya tidak akan berubah.

b. Pasar input Tenaga Kerja.

Dalam setiap proses produksi, tenaga kerja merupakan faktor produksi yang tidak bisa ditinggalkan. Tanpa tenaga kerja, proses produksi tidak akan dapat berjalan. Oleh karena itu, pengusaha sebagai pengelola perusahaan selalu menggunakan tenaga kerja dalam proses produksi yang dilaksanakannya. Untuk mendapatkan tenaga kerja, perusahaan harus selalu berhubungan dengan para pemilik tenaga kerja (pekerja).

Jika pasar tenaga kerja diartikan sebagai pertemuan antara penjual dan pembeli tenaga kerja, maka harga tenaga kerja (upah) akan ditentukan oleh penjual dan

pembeli tenaga kerja tersebut. Harga tenaga kerja akan terbentuk setelah ada kesepakatan harga antara mereka (antara sipekerja dengan pengusaha). Perlu juga diketahui, bahwa penawaran tenaga kerja mempunyai sifat yang khusus. Jika harga tenaga kerja meningkat cukup tinggi, maka penawaran tenaga kerja justru akan semakin berkurang. Hal ini disebabkan, dengan adanya harga tenaga kerja (upah) yang tinggi yang diterima oleh pekerja, maka pekerja justru mengurangi jam kerjanya dalam proses produksi. Pada saat ini pekerja menggunakan sebagian waktu kerja dan tenaganya untuk menikmati upah yang diterimanya. Akibatnya kurva penawaran tenaga kerjanya bergerak dari kiri bawah ke kanan atas, setelah sampai titik tertentu akan bergerak membelok ke kiri atas (*back ward bending curve*),

c. Pasar input Modal.

Pasar input modal adalah tempat ditawarkannya barang-barang modal untuk kepentingan proses produksi. Pengertian barang modal tidak hanya berupa mesin-mesin ataupun peralatan saja, tetapi juga modal uang (yang merupakan dana untuk membeli barang-barang modal). Modal yang berupa uang diperoleh dari tabungan dan pinjaman, yang nantinya akan digunakan untuk investasi. Diharapkan dengan investasi tersebut, permintaan dan penawaran akan barang modal mengalami peningkatan.

Pasar input modal merupakan suatu pasar yang mempertemukan penjual dan pembeli barang-barang modal untuk kepentingan proses produksi. Jika digunakan istilah penawaran dan permintaan, pasar input modal dapat diartikan sebagai suatu pasar yang menghubungkan penawaran dan permintaan barang-barang modal. Penawaran barang-barang modal di pasar ini dapat berasal dari masyarakat RTK maupun RTP. Semetara itu, permintaan barang modal pada umumnya datang dari RTP saja.

4. Perilaku Konsumen, Teori Produksi dan Biaya

- A. Perilaku Konsumen
- B. Teori Produksi
- C. Teori Biaya

D. Rangkuman

1. Ekonomi Mikro, adalah cabang dari ilmu ekonomi yang mempelajari perilaku konsumen dan perusahaan serta penentuan harga-harga pasar dan kuantitas faktor input, barang, dan jasa yang diperjualbelikan. Ekonomi mikro meneliti bagaimana berbagai keputusan dan perilaku tersebut mempengaruhi penawaran dan permintaan atas barang dan jasa, yang akan menentukan harga; dan bagaimana harga, pada gilirannya, menentukan penawaran dan permintaan barang dan jasa selanjutnya.
2. Motif ekonomi adalah dorongan yang berhubungan dengan tindakan seseorang atau pihak tertentu dalam kegiatan ekonomi, dengan tindakan melakukan pilihan terhadap serangkaian kemungkinan yang ada didasari oleh suatu motif, yang disebut dengan motif ekonomi, yaitu untuk memperoleh keuntungan.
3. Prinsip ekonomi adalah patokan perilaku pelaku ekonomi dalam perekonomian yang mengarahkannya bertindak dan berkesesuaian dengan apa yang di harapkan oleh pelaku ekonomi tersebut dalam mengambil keputusan. Adapun prinsip ekonomi berbunyi “dengan pengorbanan tertentu diperoleh hasil yang maksimal atau dengan hasil tertentu diupayakan dengan pengorbanan yang sekecil-kecilnya”.
4. Biaya Peluang (*opportunity cost*) merupakan biaya yang muncul secara implisit karena melakukan suatu kegiatan dan mengorbankan kegiatan lain.
5. Beberapa Masalah Pokok Dalam Perekonomian
 - a. Barang apakah yang akan diproduksi dan berapa banyaknya (*What?*).
 - b. Bagaimana caranya barang tersebut diproduksi (*How?*).
 - c. Untuk siapa barang diproduksi (*for Whom?*)
6. Kelangkaan (*scarcity*) adalah suatu kondisi ketidakseimbangan antara sumber daya yang bersifat terbatas dengan kebutuhan manusia yang tidak terbatas. Kelangkaan (*scarcity*) dapat terjadi disebabkan oleh dual hal, yakni sumber-sumber daya ekonomi (alat pemuas kebutuhan) yang terbatas jumlahnya dan kebutuhan manusia yang meningkat lebih cepat daripada ketersediaan sumber-sumber daya ekonomi (alat pemuas kebutuhan).
7. Kebutuhan adalah keinginan manusia terhadap barang dan jasa yang dapat memberikan kepuasan jasmani dan rohani untuk kelangsungan hidupnya.

8. Jenis-jenis kebutuhan
 - a. Menurut intensitasnya; 1) kebutuhan primer; 2) kebutuhan sekunder 3) kebutuhan tersier
 - b. Menurut Sifatnya; 1) kebutuhan jasmani 2) kebutuhan rohani
 - c. Menurut waktu penggunaannya; 1) kebutuhan sekarang 2) kebutuhan akan datang
 - d. Menurut subjeknya; 1) kebutuhan individu 2) kebutuhan kelompok
9. Sistem ekonomi adalah sistem yang digunakan oleh suatu negara untuk mengalokasikan sumber daya yang dimilikinya baik kepada individu maupun organisasi di negara tersebut.
10. Ekonomi syariah adalah suatu cabang ilmu pengetahuan yang berupaya untuk memandang, menganalisis, dan akhirnya menyelesaikan permasalahan-permasalahan ekonomi dengan cara-cara Islam, yaitu berdasarkan atas ajaran agama Islam, yaitu Al Qur'an dan Sunnah Nabi
11. Permintaan adalah sejumlah barang yang dibeli atau diminta pada suatu harga dan waktu tertentu.
12. Hukum Permintaan berbunyi bila harga suatu barang naik maka jumlah barang yang diminta akan turun, sebaliknya bila harga barang tersebut turun maka jumlah barang yang diminta akan naik dengan asumsi *ceteris paribus* (semua faktor yang mempengaruhi permintaan selain harga dianggap konstan)
13. Fungsi permintaan adalah persamaan yang menunjukkan hubungan antara jumlah barang yang diminta dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya.
14. Penawaran adalah banyak jumlah barang atau jasa yang ditawarkan pada berbagai tingkat harga dan waktu tertentu.
15. Hukum penawaran berbunyi, "semakin tinggi harga suatu barang, semakin banyak jumlah barang tersebut ditawarkan oleh para produsen. Sebaliknya semakin rendah harga suatu barang, semakin sedikit jumlah barang yang ditawarkan oleh para produsen."
16. Fungsi penawaran adalah persamaan yang menunjukkan hubungan antara jumlah suatu barang yang ditawarkan dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya.
17. Keseimbangan pasar terjadi jika jumlah barang yang ditawarkan sama dengan jumlah barang yang diminta dan tidak ada kekuatan internal yang menyebabkan perubahan.

18. Elastisitas adalah pengaruh perubahan harga terhadap jumlah barang yang diminta atau yang ditawarkan. Dengan kata lain elastisitas adalah tingkat kepekaan (perubahan) suatu gejala ekonomi terhadap perubahan gejala ekonomi yang lain.
19. Pasar secara umum diartikan sebagai tempat penjual menawarkan barang atau jasa sesuai taksiran harga penjual serta pembeli mendapatkan barang atau jasa sesuai dengan taksiran harga pembeli.
20. Pasar persaingan sempurna dapat didefinisikan sebagai struktur pasar atau industri dimana terdapat banyak penjual dan pembeli, dan setiap penjual atau pun pembeli tidak dapat mempengaruhi keadaan dipasar. Fungsi permintaan adalah persamaan yang menunjukkan hubungan antara jumlah barang yang diminta dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya.
21. Pasar persaingan tidak sempurna adalah pasar yang tidak terorganisasi secara sempurna, atau bentuk-bentuk dari pasar di mana salah satu ciri dari pasar persaingan sempurna tidak terpenuhi.
22. Pasar monopoli adalah suatu bentuk pasar di mana hanya terdapat satu penjual yang menguasai pasar.
23. Pasar duopoli adalah yang memiliki karakteristik yang sama dengan oligopoli, namun pada Pasar duopoli pasar dimana suatu barang dikuasai oleh hanya ada dua perusahaan.
24. Pasar persaingan monopolistik adalah salah satu bentuk pasar di mana terdapat banyak produsen yang menghasilkan barang serupa tetapi memiliki perbedaan dalam beberapa aspek.
25. Pasar Oligopoli adalah pasar di mana penawaran satu jenis barang dikuasai oleh beberapa perusahaan.
26. Pasar monopsoni adalah suatu bentuk pasar yang dikuasai oleh satu orang/badan/lembaga sebagai pembeli dengan penawaran dari sejumlah penjual/produsen sehingga pihak pembeli memiliki kemampuan untuk menetapkan harga.
27. Pasar oligopsoni adalah suatu bentuk pasar yang dikuasai oleh beberapa orang perusahaan sebagai pembeli dengan penawaran dari sejumlah penjual.
28. pasar input adalah tempat bertemunya permintaan dan penawaran faktor-faktor produksi yang berupa alam (tanah), tenaga kerja, dan modal (uang).
29. Perilaku konsumen adalah sebuah kegiatan yang berkaitan erat dengan

proses pembelian suatu barang atau jasa.

30. Pendekatan kardinal merupakan manfaat atau kenikmatan yang diperoleh seorang konsumen dapat dinyatakan secara kuantitatif/dapat diukur.
31. Pendekatan ordinal merupakan manfaat atau kenikmatan diukur melalui order atau ranking tetapi tidak disebutkan nilai utilitasnya secara pasti.
32. Utilitas adalah Utilitas adalah tingkat kepuasan yang diperoleh seorang individu dari mengkonsumsi suatu barang atau melakukan suatu aktivitas.
33. Marginal Utilitas tambahan kepuasan yang diterima konsumen pada setiap tambahan konsumsi barang/jasa
34. *Price Consumption Curve (PCC)*, yaitu garis yang menunjukkan keseimbangan konsumen karena perubahan tingkat harga, dengan asumsi tingkat pendapatan tetap.
35. Produksi adalah suatu proses mengubah bahan baku menjadi barang jadi atau menambah nilai suatu produk (barang dan jasa) agar dapat memenuhi kebutuhan masyarakat.
36. Fungsi Produksi adalah suatu persamaan yang menunjukkan hubungan ketergantungan (fungsional) antara tingkat *input* yang digunakan dalam proses produksi dengan tingkat *output* yang dihasilkan.
37. *Isoquant* adalah kurva yang menunjukkan berbagai kombinasi penggunaan dua macam faktor produksi variabel secara efisien dengan tingkat teknologi tertentu menghasilkan produk yang sama.
38. *Isocost* menunjukkan semua kombinasi yang berbeda dari tenaga kerja dan modal yang dapat dibeli oleh perusahaan, dengan pengeluaran total dan harga-harga faktor produksi yang tertentu.
39. Biaya dalam pengertian produksi ialah semua beban yang harus ditanggung oleh produsen untuk menghasilkan suatu produk.