



Direktorat Jenderal Guru dan Tenaga Kependidikan
Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan

Modul Belajar Mandiri

CALON GURU

Aparatur Sipil Negara (ASN)

Pegawai Pemerintah dengan Perjanjian Kerja (PPPK)

Bidang Studi

Ilmu Pengetahuan Sosial - Ekonomi



MODUL BELAJAR MANDIRI

CALON GURU

Aparatur Sipil Negara (ASN)

Pegawai Pemerintah dengan Perjanjian Kerja (PPPK)

Bidang Studi

**Ilmu Pengetahuan Sosial -
Ekonomi**

Penulis :

Tim GTK DIKDAS

Desain Grafis dan Ilustrasi :

Tim Desain Grafis

Copyright © 2021

Direktorat GTK Pendidikan Dasar

Direktorat Jenderal Guru dan Tenaga Kependidikan

Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengopi sebagian atau keseluruhan isi buku ini untuk kepentingan komersial tanpa izin tertulis dari Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan

Kata Sambutan

Peran guru profesional dalam proses pembelajaran sangat penting sebagai kunci keberhasilan belajar peserta didik. Guru profesional adalah guru yang kompeten membangun proses pembelajaran yang baik sehingga dapat menghasilkan pendidikan yang berkualitas dan berkarakter Pancasila yang prima. Hal tersebut menjadikan guru sebagai komponen utama dalam pendidikan sehingga menjadi fokus perhatian Pemerintah maupun Pemerintah Daerah dalam seleksi Guru Aparatur Sipil Negara (ASN) Pegawai Pemerintah dengan Perjanjian Kontrak (PPPK).

Seleksi Guru ASN PPPK dibuka berdasarkan pada Data Pokok Pendidikan. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan mengestimasi bahwa kebutuhan guru di sekolah negeri mencapai satu juta guru (di luar guru PNS yang saat ini mengajar). Pembukaan seleksi untuk menjadi guru ASN PPPK adalah upaya menyediakan kesempatan yang adil bagi guru-guru honorer yang kompeten agar mendapatkan penghasilan yang layak. Pemerintah membuka kesempatan bagi: 1). Guru honorer di sekolah negeri dan swasta (termasuk guru eks-Tenaga Honorer Kategori dua yang belum pernah lulus seleksi menjadi PNS atau PPPK sebelumnya. 2). Guru yang terdaftar di Data Pokok Pendidikan; dan Lulusan Pendidikan Profesi Guru yang saat ini tidak mengajar.

Seleksi guru ASN PPPK kali ini berbeda dari tahun-tahun sebelumnya, dimana pada tahun sebelumnya formasi untuk guru ASN PPPK terbatas. Sedangkan pada tahun 2021 semua guru honorer dan lulusan PPG bisa mendaftar untuk mengikuti seleksi. Semua yang lulus seleksi akan menjadi guru ASN PPPK hingga batas satu juta guru. Oleh karenanya agar pemerintah bisa mencapai target satu juta guru, maka pemerintah pusat mengundang pemerintah daerah untuk mengajukan formasi lebih banyak sesuai kebutuhan.

Untuk mempersiapkan calon guru ASN PPPK siap dalam melaksanakan seleksi guru ASN PPPK, maka Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan melalui Direktorat Jenderal Guru dan Tenaga Kependidikan (Ditjen GTK) mempersiapkan modul-modul pembelajaran setiap bidang studi yang digunakan sebagai bahan belajar mandiri, pemanfaatan komunitas pembelajaran menjadi

hal yang sangat penting dalam belajar antara calon guru ASN PPPK secara mandiri. Modul akan disajikan dalam konsep pembelajaran mandiri menyajikan pembelajaran yang berfungsi sebagai bahan belajar untuk mengingatkan kembali substansi materi pada setiap bidang studi, modul yang dikembangkan bukanlah modul utama yang menjadi dasar atau satu-satunya sumber belajar dalam pelaksanaan seleksi calon guru ASN PPPK tetapi dapat dikombinasikan dengan sumber belajar lainnya. Peran Kemendikbud melalui Ditjen GTK dalam rangka meningkatkan kualitas lulusan guru ASN PPPK melalui pembelajaran yang bermuara pada peningkatan kualitas peserta didik adalah menyiapkan modul belajar mandiri.

Direktorat Guru dan Tenaga Kependidikan Pendidikan Dasar (Direktorat GTK Dikdas) bekerja sama dengan Pusat Pengembangan dan Pemberdayaan Pendidik dan Tenaga Kependidikan (PPPPTK) yang merupakan Unit Pelaksana Teknis di lingkungan Direktorat Jenderal Guru dan Tenaga Kependidikan yang bertanggung jawab dalam mengembangkan modul belajar mandiri bagi calon guru ASN PPPK. Adapun modul belajar mandiri yang dikembangkan tersebut adalah modul yang di tulis oleh penulis dengan menggabungkan hasil kurasi dari modul Pendidikan Profesi Guru (PPG), Pengembangan Keprofesian Berkelanjutan (PKB), Peningkatan Kompetensi Pembelajaran (PKP), dan bahan lainnya yang relevan. Dengan modul ini diharapkan calon guru ASN PPPK memiliki salah satu sumber dari banyaknya sumber yang tersedia dalam mempersiapkan seleksi Guru ASN PPPK.

Mari kita tingkatkan terus kemampuan dan profesionalisme dalam mewujudkan pelajar Pancasila.

Jakarta, Februari 2021

Direktur Jenderal Guru dan Tenaga
Kependidikan,

Iwan Syahril

Kata Pengantar

Puji dan syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT atas selesainya Modul Belajar Mandiri bagi Calon Guru Aparatur Sipil Negara (ASN) Pegawai Pemerintah dengan Perjanjian Kontrak (PPPK) untuk 25 Bidang Studi (berjumlah 39 Modul). Modul ini merupakan salah satu bahan belajar mandiri yang dapat digunakan oleh calon guru ASN PPPK dan bukan bahan belajar yang utama.

Seleksi Guru ASN PPPK adalah upaya menyediakan kesempatan yang adil untuk guru-guru honorer yang kompeten dan profesional yang memiliki peran sangat penting sebagai kunci keberhasilan belajar peserta didik. Guru profesional adalah guru yang kompeten membangun proses pembelajaran yang baik sehingga dapat menghasilkan pendidikan yang berkualitas dan berkarakter Pancasila yang prima.

Sebagai salah satu upaya untuk mendukung keberhasilan seleksi guru ASN PPPK, Direktorat Guru dan Tenaga Kependidikan Pendidikan Dasar pada tahun 2021 mengembangkan dan mengkurasi modul Pendidikan Profesi Guru (PPG), Pengembangan Keprofesian Berkelanjutan (PKB), Peningkatan Kompetensi Pembelajaran (PKP), dan bahan lainnya yang relevan sebagai salah satu bahan belajar mandiri.

Modul Belajar Mandiri bagi Calon Guru ASN PPPK ini diharapkan dapat menjadi salah satu bahan bacaan (bukan bacaan utama) untuk dapat meningkatkan pemahaman tentang kompetensi pedagogik dan profesional sesuai dengan bidang studinya masing-masing.

Terima kasih dan penghargaan yang tinggi disampaikan kepada pimpinan Pusat Pengembangan dan Pemberdayaan Pendidik dan Tenaga Kependidikan (PPPPTK) yang telah mengizinkan stafnya dalam menyelesaikan Modul Belajar Mandiri bagi Calon Guru ASN PPPK. Tidak lupa saya juga sampaikan terima kasih kepada para widyaiswara dan Pengembang Teknologi Pembelajaran (PTP) di dalam penyusunan modul ini.

Semoga Modul Belajar Mandiri bagi Calon Guru ASN PPPK dapat memberikan dan mengingatkan pemahaman dan keterampilan sesuai dengan bidang studinya masing-masing.

Jakarta, Februari 2021
Direktur Guru dan Tenaga
Kependidikan Pendidikan Dasar,

Dr. Drs. Rachmadi Widdiharto, M. A
NIP. 196805211995121002

Daftar Isi

Kata Sambutan.....	iii
Kata Pengantar.....	v
Daftar Is.....	vii
Daftar Gambar.....	ix
Daftar Tabel.....	x
Pendahuluan.....	11
A. Deskripsi Singkat.....	11
B. Peta Kompetensi.....	12
C. Ruang Lingkup.....	15
D. Petunjuk Belajar.....	15
Pembelajaran 1. Permasalahan Dasar, Motif, Prinsip Ekonomi, dan Pelaku Ekonomi.....	17
A. Kompetensi.....	17
B. Indikator Pencapaian Kompetensi.....	17
C. Uraian Materi.....	17
1. Materi 1: Permasalahan Dasar Ekonomi.....	17
2. Materi 2: Motif Ekonomi.....	27
3. Materi 3: Prinsip Ekonomi.....	30
4. Materi 4: Pelaku Kegiatan Ekonomi.....	32
D. RANGKUMAN.....	37
Pembelajaran 2. Produksi, Distribusi, dan Konsumsi.....	39
A. Kompetensi.....	39
B. Indikator Pencapaian Kompetensi.....	39
C. Uraian Materi.....	39
1. Materi 1: Produksi.....	39
2. Materi 2: Distribusi.....	48
3. Materi 3: Konsumsi.....	56
D. Rangkuman.....	63
Pembelajaran 3. Permintaan, Penawaran, dan Struktur Pasar.....	65
A. Kompetensi.....	65
B. Indikator Pencapaian Kompetensi.....	65

C. Uraian Materi.....	65
1. Materi 1: Permintaan.....	66
2. Materi 2: Penawaran.....	83
3. Materi 3: Struktur Pasar.....	101
D. RANGKUMAN.....	114
Pembelajaran 4. Uang dan Lembaga Keuangan.....	117
A. Kompetensi.....	117
B. Indikator Pencapaian Kompetensi.....	117
C. Uraian Materi.....	117
1. Materi 1: Uang.....	117
2. Materi 2: Lembaga Keuangan.....	124
3. Materi 3: Pajak.....	133
D. Rangkuman.....	141
Pembelajaran 5. Perdagangan Internasional dan Alat Pertukaran	
Perdagangan Internasional.....	141
A. Kompetensi.....	142
B. Indikator Pencapaian Kompetensi.....	142
C. Uraian Materi.....	142
1. Materi 1: Perdagangan Internasional.....	142
2. Materi 2: Kurs Mata Uang.....	154
D. Rangkuman.....	160
Penutup.....	161
Daftar Pustaka.....	164

Daftar Gambar

	Hlm.
Gambar 1 Alur Pembelajaran Modul Belajar Mandiri.....	16
Gambar 2 Produksi masker.....	44
Gambar 3 Kurva Permintaan.....	68
Gambar 4 Pergerakan (movement) sepanjang kurva permintaan.....	69
Gambar 5 Pergeseran (shifting) kurva permintaan.....	70
Gambar 6 Kurva permintaan Maxim dan Grab.....	71
Gambar 7 Kurva permintaan berdasarkan tabel permintaan.....	75
Gambar 8 permintaan elastis.....	78
Gambar 9 Permintaan tidak elastis.....	79
Gambar 10 Permintaan tidak elastis.....	79
Gambar 11 Permintaan elastis sempurna.....	80
Gambar 12 Permintaan elastis sempurna.....	81
Gambar 13 Kurva penawaran.....	84
Gambar 14 Pergerakan (movement) sepanjang kurva penawaran.....	85
Gambar 15 Pergeseran (shifting) kurva penawaran.....	85
Gambar 16 Kenaikan upah dan pergeseran kurva penawaran.....	86
Gambar 17 Kurva penawaran berdasarkan tabel penawaran.....	88
Gambar 18 Penawaran elastis.....	90
Gambar 19 Penawaran inelastic.....	91
Gambar 20 Penawaran elastis uniter.....	92
Gambar 21 Penawaran inelastis sempurna.....	93
Gambar 22 Penawaran elastis sempurna.....	93
Gambar 23 Harga keseimbangan.....	95
Gambar 24. Kelebihan permintaan dan kelebihan penawaran.....	96
Gambar 25 Kurva hubungan permintaan, penawaran, harga keseimbangan....	96
Gambar 26 Pergeseran keseimbangan karena penambahan jumlah permintaan	98
Gambar 27 Pergeseran keseimbangan karena berkurangnya permintaan.....	98
Gambar 28 Pergeseran keseimbangan karena bertambahnya penawaran.....	99
Gambar 29 Pergeseran keseimbangan karena berkurangnya penawaran.....	99

Gambar 30 Penentuan harga pada pasar persaingan sempurna.....	104
Gambar 31 Kurva permintaan pasar monopoli.....	106
Gambar 32 Kurva pasar persaingan monopolistic.....	109
Gambar 33 Kurva pasar persaingan oligopoly.....	110
Gambar 34 Nominal uang.....	121
Gambar 35 Mencermati uang melalui dilihat.....	123
Gambar 36 Mencermati uang melalui diraba.....	123
Gambar 37 Mencermati uang melalui di terawang.....	124
Gambar 38 Kurva permintaan nilai tukar mata uang.....	156
Gambar 39 Pergeseran kurva permintaan nilai tukar mata uang.....	156
Gambar 40 Pergeseran kurva penawaran nilai tukar mata uang.....	157
Gambar 41 Kurva barang impor.....	159

Daftar Tabel

	Hlm.
Tabel 1 Model Kompetensi Guru dan Indikatornya.....	12
Tabel 2 Peta Kompetensi Modul Bahan Belajar Bidang Studi IPS SMP.....	12
Tabel 3 Daftar Permintaan.....	69

Pendahuluan

A. Deskripsi Singkat

Bahan ajar modul bagi Calon Guru Pegawai Pemerintah dengan Perjanjian Kerja (P3K) Bidang Studi IPS SMP Kajian Ekonomi ini ditulis sebagai salah satu bahan yang dapat digunakan oleh para calon guru Pegawai Pemerintah dengan Perjanjian Kerja (P3K) yang akan mengikuti seleksi.

Bahan ajar modul ini terdiri dari 5 (lima) Pembelajaran, yaitu:

Pembelajaran 1: Permasalahan Dasar, Motif, Prinsip Ekonomi, serta Pelaku Ekonomi.

Pembelajaran 2: Produksi, Distribusi, dan Konsumsi.

Pembelajaran 3: Permintaan dan Penawaran.

Pembelajaran 4: Uang dan Lembaga Keuangan

Pembelajaran 5: Perdagangan Internasional

Pembahasan materi pada masing-masing pembelajaran dibuat secara singkat dan padat. Namun demikian, pembahasan materi-materi tersebut sangat relevan dengan apa yang dibutuhkan oleh para peserta seleksi program P3K. Semua materi yang diuraikan dalam modul mencakup materi-materi ekonomi yang dibahas pada mata pelajaran IPS SMP. Uraian materi juga dilengkapi dengan gambar, grafik, dan tautan video untuk mempermudah pemahaman pembaca.

Bahan ajar modul ini dirancang sebagai bahan yang dipelajari secara mandiri oleh peserta seleksi guru Pegawai Pemerintah dengan Perjanjian Kerja (P3K) melalui Learning Management System (LMS). Di dalam LMS selain modul ini, peserta seleksi juga dapat mempelajari bahan tayang, file audio, dan atau video. Selain itu, untuk mengukur pemahaman dan penguasaan materi, pada setiap pembelajaran disediakan soal dan pembahasan.

B. Peta Kompetensi

Bahan belajar mandiri ini dikembangkan berdasarkan model kompetensi guru. Kompetensi tersebut dapat dijabarkan menjadi beberapa indikator. Kategori Penguasaan Pengetahuan Profesional yang terdapat pada dokumen model kompetensi yang akan dicapai oleh guru P3K ini dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Model Kompetensi Guru dan Indikatornya

KOMPETENSI	INDIKATOR
Menganalisis struktur & alur pengetahuan untuk pembelajaran	1. Menganalisis struktur & alur pengetahuan untuk pembelajaran
	2. Menganalisis prasyarat untuk menguasai konsep dari suatu disiplin ilmu
	3. Menjelaskan keterkaitan suatu konsep dengan konsep yang lain
	4. Menganalisis konsep, struktur dan materi pada suatu kurikulum pembelajaran

Model kompetensi guru dan uraian indikatornya kemudian dijabarkan dalam kompetensi guru mata pelajaran IPS SMP khususnya untuk kajian Ekonomi serta dijabarkan lebih lanjut dalam indikator pencapaian kompetensi guru mata pelajaran.

Kompetensi guru bidang studi IPS SMP Kajian Ekonomi dan uraian indikatornya dapat dilihat pada tabel 2 dibawah ini.

Tabel 2 Peta Kompetensi Modul Bahan Belajar Bidang Studi IPS SMP

KOMPETENSI GURU	INDIKATOR PENCAPAIAN KOMPETENSI
Pembelajaran 1. Permasalahan Dasar, Motif, dan Prinsip Ekonomi, serta Pelaku Ekonomi	
Memahami permasalahan dasar ekonomi, prinsip ekonomi, dan motif ekonomi.	1. Mengidentifikasi permasalahan dasar ekonomi. 2. Mendeskripsikan motif ekonomi.

	<ol style="list-style-type: none"> 3. Membedakan motif ekonomi. 4. Menjelaskan prinsip ekonomi. 5. Mengidentifikasi prinsip ekonomi. 6. Mengidentifikasi pelaku-pelaku ekonomi
Pembelajaran 2. Produksi, Distribusi, dan Konsumsi	
<p>Menguasai konsep kegiatan ekonomi yang terdiri dari produksi, distribusi dan konsumsi.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan pengertian, tujuan dan proses produksi 2. Menjelaskan faktor, jenis dan fungsi produksi 3. Menjelaskan pengertian dan tujuan distribusi 4. Mengidentifikasi proses, saluran dan faktor pemilihan saluran distribusi serta fungsi distribusi 5. Menjelaskan pengertian dan tujuan konsumsi 6. Menjelaskan proses dan faktor tinggi rendahnya konsumsi serta fungsi konsumsi
Pembelajaran 3. Permintaan, Penawaran, dan Struktur Pasar	
<p>Memahami konsep permintaan, konsep penawaran, dan mekanisme pasar</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan pengertian permintaan 2. Menjelaskan jenis permintaan 3. Menjelaskan hukum, fungsi dan elastisitas permintaan 4. Menjelaskan pengertian penawaran 5. Menjelaskan jenis penawaran 6. Menjelaskan hukum, fungsi dan elastisitas penawaran 7. Menjelaskan pengertian harga dan

	<p>harga keseimbangan</p> <p>8. Menjelaskan pengertian pasar</p> <p>9. Menjelaskan struktur, fungsi dan jenis/bentuk pasar</p>
<p>Pembelajaran 4. Uang, Lembaga Keuangan dan Pajak</p>	
<p>Memahami uang dan lembaga keuangan serta pajak</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan syarat-syarat uang 2. Menjelaskan jenis-jenis uang 3. Menjelaskan fungsi uang 4. Menjelaskan nilai uang 5. Mengidentifikasi fungsi bank 6. Mengidentifikasi jenis-jenis bank. 7. Menjelaskan macam-macam lembaga keuangan non-bank. 8. Menjelaskan pengertian dan fungsi pajak 9. Mengidentifikasi jenis-jenis pajak
<p>Pembelajaran 5. Perdagangan Internasional dan Alat Pertukaran Perdagangan Internasional</p>	
<p>Memahami konsep perdagangan internasional dan alat pertukaran perdagangan internasional</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan pengertian serta tujuan perdagangan internasional 2. Menjelaskan teori perdagangan internasional 3. Mengidentifikasi faktor-faktor terjadinya perdagangan internasional dan MEA 4. Mengidentifikasi akibat/ dampak perdagangan internasional dan MEA 5. Menjelaskan kebijakan perdagangan internasional dan MEA 6. Menjelaskan devisa dan valuta asing

	7. Menjelaskan kurs pertukaran mata uang asing
--	--

C. Ruang Lingkup

Ruang lingkup materi pada bahan belajar mandiri calon guru P3K ini disusun dalam dua bagian besar, bagian pertama adalah pendahuluan dan bagian berikutnya adalah pembelajaran – pembelajaran.

Bagian Pendahuluan berisi deskripsi singkat, Peta Kompetensi yang diharapkan dicapai setelah pembelajaran, Ruang Lingkup, dan Petunjuk Belajar. Bagian Pembelajaran terdiri dari lima bagian, yaitu bagian Kompetensi, Indikator Pencapaian Kompetensi, Uraian Materi, dan Rangkuman. Bahan belajar mandiri diakhiri dengan Penutup, Daftar Pustaka, dan Lampiran.

Rincian materi pada bahan belajar mandiri bagi calon guru P3K adalah substansi materi esensial terkait permasalahan dasar ekonomi, motif dan prinsip ekonomi, pelaku ekonomi, produksi, distribusi, dan konsumsi, permintaan, penawaran, dan struktur pasar, uang dan lembaga keuangan, serta perdagangan internasional.

D. Petunjuk Belajar

Secara umum, cara penggunaan bahan belajar mandiri bagi calon guru P3K pada setiap Pembelajaran disesuaikan dengan skenario setiap penyajian substansi materi bidang studi. Bahan belajar mandiri ini dapat digunakan dalam kegiatan peningkatan kompetensi guru bidang studi, baik melalui untuk moda mandiri, maupun moda daring yang menggunakan konsep pembelajaran Bersama dalam komunitas pembelajaran secara daring.

Modul Belajar Mandiri



Gambar 1 Alur Pembelajaran Modul Belajar Mandiri

Berdasarkan Gambar 1 dapat dilihat bahwa akses ke modul belajar mandiri dapat melalui SIMPB, dimana bahan belajar mandiri akan didapat secara mudah dan dipelajari secara mandiri oleh calon Guru P3K. Bahan belajar mandiri dapat di unduh dan dipelajari secara mandiri, system LMS akan memberikan perangkat ajar lainnya dan latihan-latihan soal yang dimungkinkan para guru untuk berlatih.

Sisten dikembangkan secara sederhana, mudah, dan ringan sehingga *user friendly* dengan memanfaatkan komunitas pembelajaran secara daring, sehingga segala permasalahan yang muncul dalam proses pembelajaran mandiri dapat di selesaikan secara komunitas, karena konsep dari bahan belajar ini tidak ada pendampingan Narasumber/Instruktur/Fasilitator sehingga komunitas pembelajaran menjadi hal yang sangat membantu guru.

Pembelajaran 1. Permasalahan Dasar, Motif, Prinsip Ekonomi, dan Pelaku Ekonomi

E. Kompetensi

Memahami permasalahan dasar ekonomi, motif ekonomi prinsip ekonomi, dan pelaku ekonomi.

F. Indikator Pencapaian Kompetensi

1. Mengidentifikasi permasalahan dasar ekonomi.
2. Menjelaskan kebutuhan dan alat pemuas kebutuhan
3. Mendeskripsikan motif ekonomi.
4. Membedakan motif ekonomi.
5. Menjelaskan prinsip ekonomi.
6. Mengidentifikasi prinsip ekonomi.
7. Mengidentifikasi pelaku-pelaku ekonomi

G. Uraian Materi

1. Materi 1: Permasalahan Dasar Ekonomi

Ilmu ekonomi pada dasarnya adalah ilmu yang mempelajari tentang manusia dan interaksi diantara manusia. Seluruh manusia tanpa memandang gender, suku bangsa, agama, pendidikan, status sosial dan sebagainya, memiliki kebutuhan dan keinginan yang tidak terbatas. Saat satu kebutuhan atau keinginan terpenuhi, akan muncul kebutuhan atau keinginan berikutnya, demikian seterusnya. Disisi yang lain, sumber daya yang dimiliki manusia untuk memenuhi seluruh kebutuhan dan keinginan tersebut adalah terbatas. Oleh karena itu dalam upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan

hidupnya, manusia harus membuat pilihan-pilihan, yaitu kebutuhan atau keinginan yang mana yang harus dipenuhi terlebih dahulu. Sehingga, ilmu ekonomi dapat didefinisikan sebagai suatu ilmu yang mempelajari bagaimana manusia membuat pilihan-pilihan untuk menggunakan sumber daya yang terbatas dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan yang tidak terbatas.

Sebagai makhluk yang rasional, pilihan-pilihan yang dibuat oleh manusia tersebut dibuat dengan mempertimbangkan tingkat kepuasan maksimal yang dapat dicapai dari pilihan tersebut dengan mengalokasikan sumber daya terbatas yang dimilikinya secara efisien. Misalnya, pada saat yang sama, seseorang perlu membeli pakaian yang baru dan memperbaiki telepon genggam yang rusak, namun uang (sumber daya) yang dimilikinya saat ini tidak cukup untuk melakukan kedua-duanya, sehingga ia harus memilih. Pilihan yang akan diambil adalah pilihan yang memaksimalkan tingkat kepuasan yang akan didapatnya dari pilihan tersebut. Setiap orang akan memiliki rasional (latar belakang) dan pertimbangan sendiri (subyektif) dalam membuat pilihan-pilihan.

Dalam kondisi diatas, seseorang akan memilih membeli pakaian baru daripada memperbaiki telepon genggam yang rusak jika ia merasa bahwa memiliki pakaian baru saat ini adalah lebih penting daripada memperbaiki telepon genggam. Namun, orang yang lain, jika dihadapkan pada kondisi yang sama, mungkin saja memilih memperbaiki telepon genggam karena dianggap lebih mendesak daripada membeli pakaian baru. Tindakan yang dilakukan manusia untuk memaksimalkan kepuasan atau keuntungannya disebut dengan tindakan ekonomis.

Kondisi dimana sumber daya yang dimiliki manusia terbatas sedangkan kebutuhan dan keinginan tidak terbatas memunculkan kondisi yang disebut dengan kelangkaan (*scarcity*). Kelangkaan merupakan masalah inti atau masalah dasar ekonomi. Kelangkaan adalah suatu keadaan dimana sesuatu produk baik barang atau jasa tidak tersedia dalam jumlah yang cukup untuk memenuhi keinginan semua orang tanpa pengorbanan (dalam bahasa yang lebih mudah: “tanpa perlu membayar” atau *at zero price*).

Tanpa adanya kelangkaan ilmu Ekonomi tidak akan ada. Ilmu Ekonomi membahas diantaranya tentang produksi, distribusi, dan konsumsi barang dan jasa. Jika barang dan jasa tersedia secara melimpah dan tidak terbatas (tidak langka), masyarakat akan memproduksi, mendistribusikan, dan memproduksi seluruh barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat tanpa masyarakat harus membayar (gratis) atas apa yang mereka peroleh. Selain itu, pilihan sebagai konsekwensi dari kelangkaan tidak pernah akan ada.

Jadi bagaimana menentukan siapa yang akan memperoleh sesuatu tersebut? Jalan keluarnya adalah dengan menetapkan harga atas sesuatu tersebut. Dengan kata lain, barang atau jasa disebut langka jika memiliki harga yang harus dibayar jika seseorang ingin mendapatkannya. Hampir seluruh barang dan jasa yang dikonsumsi oleh individu atau masyarakat secara keseluruhan memiliki harga yang harus dibayar. Jadi hanya mereka yang memiliki cukup uang (sumber daya) yang dapat memperoleh sesuatu tersebut. Dengan kata lain, kelangkaan akan barang dan jasa mengakibatkan adanya seleksi untuk memperoleh barang atau jasa tersebut. Barang-barang yang hanya dapat diperoleh dengan melalui pengorbanan (membayar atau mengeluarkan biaya) disebut dengan barang-barang ekonomis. Dengan kata lain, barang ekonomis adalah barang-barang yang memiliki harga yang harus dibayar.

Hampir seluruh barang dan jasa yang dikonsumsi oleh individu atau masyarakat secara keseluruhan memiliki harga yang harus dibayar. Mengapa diantara semua barang langka, barang langka yang satu lebih tinggi harganya (lebih mahal) daripada yang lain? Hal ini terjadi karena adanya perbedaan tingkat kelangkaan. Semakin langka suatu barang atau jasa semakin tinggi harganya.

Masalah inti ekonomi berupa kelangkaan kemudian melahirkan masalah lain, khususnya dalam lingkup suatu negara, yaitu bagaimana mengelola sumber daya yang dimiliki yang jumlahnya terbatas untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan yang tidak terbatas dari seluruh penduduk suatu negara. Oleh karena itu, masalah ekonomi moderen dirumuskan menjadi lebih spesifik,

yaitu: Barang apa yang akan diproduksi, bagaimana barang tersebut diproduksi, untuk siapa barang tersebut diproduksi (Sutatmi, 1997).

1. Barang apa yang harus diproduksi (*What*)

Dengan sumber daya yang tersedia terbatas, dan penggunaannya bersifat alternatif, serta tingkat kebutuhan dan keinginan dari suatu masyarakat yang tidak terbatas dan sangat bervariasi, pertanyaan “barang apa yang harus diproduksi”, menjadi salah satu masalah ekonomi moderen.

2. Bagaimana barang tersebut diproduksi (*How*)

Barang diproduksi dengan menggunakan faktor-faktor produksi yang ada. Bagaimana cara yang paling efektif dan efisien untuk menghasilkan barang produksi dengan faktor-faktor produksi yang tersedia. Metode dan teknologi apa yang dapat digunakan dalam kegiatan produksi barang tersebut agar kegiatan produksi tersebut dapat dilakukan seefisien mungkin.

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

Kepada siapa barang hasil kegiatan produksi tersebut akan disalurkan sehingga keuntungan maksimal dapat diperoleh, hal ini berkaitan dengan segmentasi pasar. Dari sudut pandang suatu negara, pertanyaannya dapat menjadi: kepada siapa hasil-hasil kegiatan produksi itu akan disalurkan sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Kelangkaan dan Kebutuhan Manusia

Kebutuhan manusia adalah titik pangkal kegiatan perekonomian serta menjadi tujuan akhir kegiatan perekonomian. Kebutuhan adalah tenaga penggerak atau pendorong perekonomian. Kebutuhan manusia mempunyai dua ciri yaitu kebutuhan itu beraneka ragam dan dalam jangka panjang tidak dapat dipuaskan.

Kebutuhan manusia adalah suatu keinginan manusia akan barang dan jasa yang harus dipenuhi. Apabila tidak dipenuhi akan menimbulkan dampak negatif, contoh untuk pertumbuhan dan kesehatan diperlukan makanan apabila makanan tidak dipenuhi maka akan sakit. Kebutuhan berbeda dengan keinginan. Perbedaannya, kebutuhan menuntut untuk dipenuhi dan jika tidak dipenuhi akan berdampak besar bagi kelangsungan hidup manusia sedangkan keinginan tidak harus dipenuhi atau pemenuhannya masih dapat ditunda (Awaluddin dan Wijayati, 2018).

Kebutuhan manusia bila sudah terpenuhi akan timbul kebutuhan yang lain dan manusia selalu berusaha untuk memenuhinya, hal ini terjadi karena sifat alami manusia, faktor alam dan lingkungan, kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, perdagangan internasional, *demonstration effect* dan tingkat pendapatan (Mulyani, dalam Awaluddin dan Wijayati, 2018).

1) Sifat Alami Manusia

Menurut kodratnya setiap orang selalu merasa kurang dan ingin lebih dari yang lain. Apalagi kalau didukung oleh daya beli (mempunyai pendapatan yang tinggi) dan didukung nafsu serakah maka akan lebih bersemangat untuk memiliki suatu barang dan jasa dalam jumlah yang lebih banyak dan beraneka ragam.

2) Faktor Alam dan Lingkungan

Pola hidup seseorang dipengaruhi oleh lingkungan dimana mereka tinggal yaitu keadaan iklim, keadaan sosial ekonomi dan adat istiadat masyarakat sangat mempengaruhi usaha manusia untuk memenuhi kebutuhannya. Misalnya di desa terpencil masyarakatnya mempunyai kebutuhan tentang makan, minum, dan tempat tinggal yang sederhana jika dibandingkan dengan masyarakat yang hidup dipertanian.

3) Kemajuan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi menyebabkan adanya penemuan baru dan produk baru, misalnya alat komunikasi telepon rumah berkembang menjadi *Hand Phone* dengan berbagai pilihan fitur dan pengembangannya menjadi *smartphone*. Mesin jahit sederhana menjadi mesin jahit portable, dan sebagainya.

4) Perdagangan Internasional

Perdagangan internasional menyebabkan masuknya beraneka ragam produk luar negeri ke dalam negeri yang menyebabkan orang ingin memilikinya sehingga orang berusaha untuk memenuhinya. Misalnya serbuan produk buatan China yang beraneka ragam jenis dan fitur yang dibuat sangat menarik dengan menawarkan harga yang lebih murah dari harga produk dalam negeri.

5) *Demonstration Effect*

Demonstration effect adalah kebiasaan seseorang untuk memenuhi kebutuhan yang mengarah keinginan yang bersifat pemborosan dan sekedar hanya untuk menjaga prestise padahal barang yang dibeli belum tentu merupakan kebutuhan. Misalnya membeli pakaian dengan merek terkenal sehingga harga pakaian tersebut yang sangat tidak masuk akal secara umum. Fungsi pakaian tidak hanya memenuhi kebutuhan untuk menutup tubuh, namun juga untuk menjaga prsetise seseorang yang diyakini dari merek dan harganya.

6) Tingkat Pendapatan

Semakin besar pendapatan seseorang, biasanya orang tersebut akan semakin berusaha untuk memenuhi kebutuhannya hal ini terlihat ketika pendapatan meningkat orang cenderung membeli barang yang lebih banyak. Sebaliknya semakin rendah pendapatan seseorang maka seseorang cenderung untuk menekan keinginan untuk membeli.

Ilmu ekonomi membahas kebutuhan manusia dan cara-cara memenuhi kebutuhannya juga mengatasi kelangkaan, dengan mencari cara yang paling tepat, hemat dan berdayaguna dalam pemenuhan kebutuhan manusia yang tak terbatas. Sehingga timbullah istilah “berbuat ekonomis”, yang artinya berbuat sesuatu untuk mencegah pemborosan, karena dengan pemborosan dalam penggunaan alat pemenuhan kebutuhan manusia akan mengalami kesulitan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya.

Seringkali tidak mudah untuk membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Sebagai contoh, jika makanan dikategorikan sebagai kebutuhan, maka apakah es krim *double chocolate* adalah kebutuhan?

Jika pakaian adalah kebutuhan, maka apakah *T-shirt* merek *Nike* keluaran terbaru juga adalah sebuah kebutuhan. Secara sederhana kebutuhan dapat didefinisikan sebagai “sesuatu yang harus diperoleh untuk dapat bertahan hidup (*survive*) dan melakukan kegiatan sehari-hari” sedangkan keinginan adalah “sesuatu yang ingin dimiliki, yang jika tidak dimiliki seseorang masih dapat bertahan hidup”. Oleh karena itu, pada dasarnya hanya ada empat hal yang dapat dikategorikan sebagai kebutuhan untuk dapat bertahan hidup:

1. Rumah untuk tempat bernaung.
2. Makanan dan minuman yang cukup.
3. Perawatan kesehatan dasar
4. Pakaian yang layak

Rumah memberikan perlindungan dari hawa panas dan dingin, dari sengatan sinar matahari dan hujan, serta dari gangguan binatang-binatang. Tanpa makanan dan minuman yang cukup seseorang tidak akan mampu untuk bertahan hidup layak. Tubuh manusia sebagian besar terdiri dari air sehingga tanpa air yang cukup seseorang tidak akan bertahan. Makanan yang cukup dibutuhkan agar seseorang mendapatkan cukup energi untuk melakukan aktivitas sehari-hari. Perawatan kesehatan dasar dibutuhkan agar seseorang dapat terhindar dari berbagai jenis penyakit yang dapat mengancam hidup seseorang. Sebagai contoh, penyakit cacar jika tidak mendapatkan perawatan yang memadai dapat menyebabkan kematian. Demikian juga dengan pakaian, selain melindungi tubuh seseorang juga berfungsi untuk menjaga harkat dan martabat hidup seseorang.

Segala sesuatu diluar ke-empat hal tersebut dikategorikan sebagai keinginan, misalnya: rumah yang megah, pakaian bermerek terkenal, kudapan (*snacks, fast foods and drinks*), dan berbagai jenis kendaraan mewah/bermerek terkenal. Namun jika anda terdampar disebuah pulau terpencil dan anda hanya memiliki sebatang coklat (yaitu *snacks*), maka coklat tersebut menjadi kebutuhan. Demikian juga dengan kendaraan, dapat berubah menjadi kebutuhan, jika keberadaannya merupakan syarat agar seseorang dapat menjalani kehidupan sehari-harinya secara layak, misalnya untuk mengantar

seseorang ke rumah sakit, digunakan untuk pergi ke tempat kerja untuk mendapatkan penghasilan.

Dalam kaitannya dengan pembahasan sebelumnya yaitu kelangkaan dan pilihan, maka seseorang harus membuat pilihan dan keputusan untuk mendahulukan kebutuhan daripada keinginan. Jadi seseorang akan menggunakan sumber daya yang terbatas yang dimilikinya untuk memenuhi kebutuhan terlebih dahulu sebelum keinginannya yang tidak terbatas. Hal tersebut dilakukan sebagai cara untuk memaksimalkan kepuasan.

Agar dapat memahami konsep kelangkaan dan kaitannya dengan pemenuhan kebutuhan manusia, kita juga perlu memahami konsep mengenai sumber daya (*resources*). Sumber daya adalah sesuatu yang dapat diubah menjadi barang atau jasa setelah melalui proses tertentu (khusus untuk barang/produk proses tersebut disebut proses produksi atau proses manufakturing). Barang atau jasa tersebut kemudian dapat diubah menjadi kepuasan jika barang atau jasa tersebut telah dikonsumsi.

Secara garis besar terdapat dua kategori sumber daya: sumber daya yang terbatas (langka) contohnya adalah makanan, air, listrik dan sumber daya yang tidak terbatas misalnya sinar matahari dan udara (adakah kondisi kondisi tertentu yang dapat menyebabkan sinar matahari dan udara dapat berubah menjadi sumber daya yang langka?).

Lebih lanjut, pembagian alat pemuas kebutuhan manusia dapat dilakukan berdasarkan beberapa aspek.

- a) Ditinjau dari segi keberadaannya.
 - Barang bebas. Barang yang keberadaannya dan jumlahnya tidak terbatas, sehingga untuk memperolehnya tidak memerlukan pengorbanan bagi yang membutuhkan dan dapat memberikan manfaat. Contohnya: udara, angin.

- Barang ekonomis. Barang yang berguna untuk memenuhi kebutuhan manusia akan tetapi jumlah keberadaannya terbatas. Oleh karena itu untuk memperolehnya diperlukan pengorbanan. Contoh, seseorang lapar membutuhkan makan, untuk memperoleh makanan harus membeli, untuk membeli dibutuhkan uang dan untuk mendapatkan uang dibutuhkan kerja dan seterusnya.

b) Ditinjau dari segi tujuan penggunaannya:

- Barang konsumsi. Barang yang langsung dipergunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari (konsumsi) yang habis sekali pakai (makanan, minuman) dan tidak lekas habis atau tahan lama (pakaian).
- Barang produksi. Barang yang tidak habis pakai atau barang yang dipergunakan untuk proses produksi (suku cadang mesin)

c) Ditinjau dari hubungan antar alat pemuas itu sendiri.

- Barang substitusi. Barang yang dapat diganti dengan barang lain dengan manfaat dan fungsinya sama. Contohnya beras diganti dengan jagung.
- Barang komplementer. Merupakan barang yang saling melengkapi sehingga mempunyai manfaat. Contohnya: pena dengan tinta, buku tulis dengan alat tulis, meja dengan kursi dan sebagainya

d) Ditinjau dari sifatnya

- Barang bergerak. Barang yang dapat dipindahkan dari satu tempat ke tempat lain. Contoh motor, meja, kursi, bahan makanan dan sebagainya.
- Barang tak bergerak. Barang yang tidak mudah dipindahkan dari satu tempat ke tempat lain. Contoh: tanah ladang, bangunan, pabrik dan sebagainya.

Alat pemuas kebutuhan manusia tidak hanya berbentuk barang, namun juga berbentuk jasa, berikut ini pendapat beberapa ahli tentang jasa (Awaluddin dan Wijayati, 2018):

- a) Kotler menyatakan bahwa jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.
- b) Stanton mendefinisikan jasa adalah kegiatan yang dapat diidentifikasi sendiri, dan pada prinsipnya tidak dapat diraba secara fisik (*intangible*) namun dapat dipergunakan untuk pemenuhan kebutuhan pelanggan.

Menurut Fandy Tjiptono (2000) jasa memiliki 4 (empat) karakteristik pokok yang membedakannya dengan barang yaitu:

- a) Tidak Berwujud (*Intangibility*)
Jasa bersifat *intangible*, artinya tidak dapat dilihat, diraba, dirasa atau dicium sebelum jasa tersebut dibeli dan dikonsumsi. Konsep *Intangible* artinya jasa adalah sesuatu yang tidak dapat disentuh dan tidak dapat dirasa dan sesuatu yang tidak mudah didefinisikan dan diformulasikan atau dipahami secara rohaniah. Konsumen akan menyimpulkan kualitas jasa berdasarkan tempat (*place*), orang (*people*), peralatan (*equipment*), bahan komunikasi (*communication material*), simbol dan harga.
- b) Tidak Dapat Dipisahkan (*Inseparability*)
Proses memproduksi dan konsumsi jasa terjadi dalam waktu yang bersamaan. Dalam hal ini interaksi antara penyedia jasa dengan konsumen merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa dan akan mempengaruhi hasil (*outcome*) jasa tersebut.
- c) Keberagaman (*Variability*)
Jasa banyak memiliki variasi bentuk, kualitas dan jenis tergantung pada siapa, kapan, dimana jasa tersebut dihasilkan serta penerima jasa dan kondisi dimana jasa tersebut diberikan.
- d) Tidak Tahan Lama (*Perishability*)

Jasa merupakan komoditas yang tidak tahan lama, tidak dapat disimpan, meskipun demikian ada pengecualian dalam karakteristik ini. Dalam kasus tertentu jasa dapat disimpan yaitu dalam bentuk pemesanan (reservasi tiket pesawat dan kamar hotel), peningkatan permintaan akan suatu jasa pada saat permintaan sepi (misalnya *minivacation weekends* di hotel-hotel tertentu) dan penundaan jasa (misal: asuransi).

2. Materi 2: Motif Ekonomi

Ilmu ekonomi pada hakekatnya adalah sebuah ilmu yang mempelajari tingkah laku manusia dan alasan-alasan mengapa manusia melakukan tingkah laku (tindakan) tertentu. Tindakan manusia yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya disebut dengan tindakan ekonomi. Tindakan manusia, termasuk tindakan ekonomi didasari oleh motif-motif tertentu. Motif paling mendasar yang menyebabkan manusia melakukan tindakan ekonomi adalah motif untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Manusia adalah makhluk yang tidak pernah merasa puas atas apa yang telah diperolehnya. Hal tersebut merupakan sifat dasar seluruh manusia. Hal itulah salah satunya yang menyebabkan terjadinya kelangkaan. Akibat dari sifat dasar manusia tersebut, maka setiap manusia senantiasa berusaha untuk memaksimalkan kepuasan yang dapat diraihinya melalui berbagai tindakan ekonomi.

Walaupun pada dasarnya manusia adalah makhluk yang cenderung mementingkan kepentingan diri sendiri, namun menurut Adam Smith dalam bukunya "*Moral Sentiment*" (buku yang ditulis sebelum bukunya yang sangat terkenal dan berpengaruh "*An Inquiry Into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*"), bahwa sifat dasar manusia tersebut akan dibatasi oleh dua hal. Pertama, oleh sentimen moral, yaitu keinginan universal manusia untuk menjunjung tinggi harga diri pribadi dan keinginan untuk memperoleh penghargaan dari orang lain. Kedua, oleh suatu kebetulan yang positif dan menyenangkan bahwa jika masing-masing individu/keluarga/perusahaan/negara berupaya maksimal meraih keuntungan maksimal maka pada akhirnya masyarakat secara keseluruhan pula yang akan merasakan

keuntungannya. Sebagai contoh, dalam rangka memperebutkan konsumen, perusahaan-perusahaan saling bersaing untuk menghasilkan produk-produk yang berkualitas dengan harga yang serendah mungkin. Kondisi tersebut pada akhirnya akan menguntungkan masyarakat karena masyarakat akan memperoleh barang-barang yang berkualitas dengan harga murah. Demikian juga sebaliknya, individu atau rumah tangga yang berupaya memaksimalkan keuntungan/kepuasan dari harta yang dimilikinya akan menyisihkan sebagian hartanya dalam bentuk tabungan atau investasi pada lembaga-lembaga keuangan. Harta masyarakat yang disimpan dalam lembaga-lembaga keuangan tersebut kemudian dapat dipinjamkan kepada perusahaan-perusahaan untuk memperbesar skala usaha mereka.

Sebuah aksioma dalam ilmu ekonomi mengatakan bahwa manusia yang rasional selalu bertindak untuk memaksimalkan kepuasannya. Dengan kata lain berarti bahwa manusia yang rasional senantiasa berusaha memenuhi kepentingan pribadinya. Lawan dari sifat mementingkan kepentingan pribadi adalah sifat altruistik, yaitu sifat mementingkan kepentingan orang lain tanpa memperhatikan kepentingan sendiri. Motif-motif yang melatarbelakangi tindakan-tindakan ekonomi manusia terentang diantara dua titik ekstrim tersebut, yaitu “murni untuk kepentingan pribadi” dan “murni untuk kepentingan orang lain”. Dengan kata lain tindakan ekonomi seseorang seyogyanya tidak semata-mata didasari motif untuk memenuhi kepentingan pribadi namun juga memperhatikan kepentingan umum/masyarakat.

Pandangan kontemporer ini berasal dari cabang ilmu mikroekonomi yang disebut dengan ekonomi perilaku (*behavioral economics*). Jika tindakan-tindakan ekonomi semata-mata didasari oleh kepentingan pribadi dan upaya-upaya untuk memenuhi kepuasan semaksimal mungkin tanpa sama sekali mempertimbangkan kepentingan umum, pada akhirnya kegiatan ekonomi masyarakat akan mengalami kehancuran. Bayangkan jika seluruh pelaku ekonomi, pengusaha, pegawai negeri, pedagang, dan lain-lain dalam rangka mencapai keuntungan/kepuasan maksimal, mereka senantiasa berupaya berlaku curang dalam setiap tindakannya. Jika kondisi tersebut terjadi, diperlukan biaya yang sangat tinggi untuk melakukan pengawasan dan pencegahan, apalagi jika petugas/pelaku pengawasan dan pencegahan

itu sendiri juga berlaku curang untuk memaksimalkan kepentingan pribadinya.

Oleh karena itu, oleh sebagian penulis, motif ekonomi yang mendorong perilaku atau tindakan-tindakan ekonomi manusia dapat dikategorikan sebagai berikut:

1. Motif untuk memenuhi kebutuhan

Pemenuhan kebutuhan merupakan pendorong paling besar bagi manusia untuk melakukan kegiatan ekonomi. Manusia bekerja (melakukan kegiatan produksi) untuk memperoleh penghasilan agar dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan hidup yang bervariasi (melakukan konsumsi). Sebagian manusia harus bekerja lebih keras dari sebagian yang lain untuk mencukupi kebutuhan-kebutuhan atau untuk memenuhi keinginan-keinginan yang terus berkembang. Misalnya seorang ayah rela untuk menambah jam kerja ekstra pada malam hari agar dapat membiayai pengobatan anaknya.

2. Motif untuk membantu sesama (sosial)

Selain untuk memenuhi kebutuhan hidup, manusia juga melakukan kegiatan ekonomi (khususnya kegiatan produksi) karena dorongan faktor sosial. Misalnya, warga sebuah kampung bergotong-royong bekerja secara sukarela untuk memperbaiki jembatan yang rusak agar jalur transportasi dan kenyamanan seluruh warga dapat diwujudkan. Atau seseorang yang menambah jam kerja harian agar dapat terus melanjutkan pemberian sumbangan rutinnya untuk sebuah pondok pesantren.

3. Motif untuk mendapatkan penghargaan

Selain untuk memenuhi kebutuhan hidup dan kepentingan sosial, sebagian manusia juga melakukan kegiatan ekonomi karena dorongan untuk memperoleh penghargaan. Misalnya, sebuah pemerintah daerah meningkatkan layanan-layanan bagi masyarakat seperti membangun

lebih banyak fasilitas umum (taman kota, toilet umum, taman bermain) untuk mendapatkan pengakuan/penghargaan baik dari pemerintah pusat maupun dari masyarakatnya sendiri. Contoh lain, divisi-divisi produksi sebuah perusahaan swasta berlomba untuk meningkatkan kualitas produksi, efisiensi produksi, dan hasil penjualan untuk memperoleh penghargaan dari pimpinan perusahaan.

4. Motif untuk memperoleh kekuasaan

Selain ketiga motif diatas, sebagian manusia melakukan kegiatan ekonomi dalam upaya mereka untuk meraih kekuasaan. Misalnya, seorang kepala daerah berupaya meningkatkan layanan masyarakat dan membangun serta memperbaiki fasilitas-fasilitas umum dengan harapan agar dapat dipilih kembali oleh masyarakat dalam pemilihan kepala daerah periode berikutnya. Contoh lain, para direktur sebuah perusahaan berupaya meningkatkan kinerja masing-masing agar dapat terpilih menjadi direktur utama perusahaan tersebut.

3. Materi 3: Prinsip Ekonomi

Diatas telah dijelaskan bahwa tindakan yang dilakukan manusia untuk memaksimalkan kepuasan atau keuntungannya disebut dengan tindakan ekonomis. Tindakan ekonomis yang dilakukan manusia didasari oleh apa yang disebut dengan prinsip ekonomi, yaitu “dengan pengorbanan tertentu dapat memperoleh hasil/kepuasan yang setinggi-tingginya”, atau, “dengan pengorbanan yang minimal dapat memperoleh hasil/kepuasan tertentu”. Dengan memahami prinsip ekonomi seseorang dapat memahami banyak kejadian-kejadian yang terjadi disekitarnya. Selain itu dengan prinsip ekonomi juga seseorang dapat membuat keputusan yang sesuai dengan keadaan dirinya.

Prinsip ekonomi merupakan konsekwensi (hal yang tidak dapat dihindari) yang lahir dari adanya kontradiksi antara sumber daya yang terbatas disatu sisi dan keinginan manusia yang tidak terbatas disisi lain (kelangkaan). Pilihan-pilihan tindakan ekonomi manusia yang lahir dari adanya kelangkaan

senantiasa dilandasi oleh prinsip ekonomi, baik dalam kegiatan produksi, distribusi, dan konsumsi.

Beberapa ciri manusia yang melakukan tindakan dengan dilandasi oleh prinsip ekonomi adalah:

1. Bertindak rasional. Setiap tindakan dilakukan dengan pertimbangan dan pemikiran agar seseorang dapat mencapai kepuasan maksimal. Tindakan yang dilakukan tidak semata-mata untuk memenuhi pemenuhan kepuasan sesaat, namun lebih kepada kepentingan jangka panjang.
2. Bertindak ekonomis. Manusia yang memegang prinsip ekonomi selalu membandingkan antara jumlah pengeluaran yang dilakukan dengan penghasilan yang diperoleh. Manusia akan selalu memilih selisih yang paling besar antara penghasilan dan pengeluaran.
3. Menyusun skala prioritas. Karena tidak semua kebutuhan dan keinginan manusia dapat dipenuhi dengan sumber daya yang dimiliki, maka manusia akan mendahulukan kebutuhan-kebutuhan dasar dan keinginan-keinginan yang paling memberikan kepuasan maksimal.

Namun yang perlu dicatat bahwa dalam menjalankan prinsip ekonomi dalam setiap tindakan manusia, pertimbangan-pertimbangan yang dilakukan manusia untuk mencapai kepuasan maksimal tidak semata-mata pertimbangan material dan finansial. Manusia juga kadangkala mempertimbangkan hal-hal diluar material dan finansial untuk memaksimalkan kepuasan, seperti rasa aman dan rasa aman.

Misalnya dalam memutuskan pembelian tiket pesawat seorang calon penumpang dihadapkan pada dua pilihan. Pilihan pertama tiket maskapai Y dengan harga lebih tinggi namun dalam 20 tahun terakhir tidak pernah mengalami kecelakaan. Pilihan kedua tiket maskapai X dengan harga lebih murah namun dalam 2 tahun terakhir mengalami 10 kali kecelakaan penerbangan. Jika calon penumpang hanya mempertimbangkan harga tiket dalam melaksanakan prinsip ekonomi tanpa mempertimbangkan rasa aman,

maka ia akan memilih tiket maskapai X yang lebih murah, namun jika calon penumpang tersebut juga mempertimbangkan rasa aman, maka ia akan memilih tiket maskapai Y yang lebih mahal namun dapat memberi jaminan rasa aman yang lebih besar.

4. Materi 4: Pelaku Kegiatan Ekonomi

Pelaku perekonomian ada empat golongan, yaitu rumah tangga konsumen, rumah tangga perusahaan, negara, dan sektor luar negeri.

1) Rumah Tangga Keluarga

Rumah Tangga Keluarga adalah kelompok orang yang terikat dalam hubungan kekeluargaan. Karena terdiri atas orang-orang, Rumah Tangga (keluarga) merupakan sebuah unit pelaku ekonomi. Peran rumah tangga dalam perekonomian masyarakat. sebagai berikut :

- a) Konsumen. Sebagai konsumen, rumah tangga membeli dan mengonsumsi barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan. Perusahaan mendapat keuntungan dari penjualan barang dan jasa tersebut. Sebaliknya rumah tangga dapat memperoleh pendapatan karena keterlibatannya dalam proses produksi. Rumah tangga dapat menyewakan alam, bekerja, dan memberikan modal dalam proses produksi.
- b) Penyedia faktor produksi bagi perusahaan. Sebagai penyedia faktor produksi, rumah tangga menawarkan tenaga kerja, lahan (tanah) dan modal. Anggota keluarga merupakan sumber tenaga kerja. Saat bekerja di perusahaan, tenaga kerja mendapatkan upah. Rumah tangga adalah pemilik lahan (tanah). Tanah disewa oleh perusahaan sehingga mendapatkan sewa. Modal (uang) disimpan di bank oleh konsumen, lalu oleh bank disalurkan kepada pengusaha. Bank memberikan bunga kepada rumah tangga. Dalam keadaan tertentu, konsumen juga dapat berperan sebagai produsen. Yaitu sebagai produsen barang dan jasa. Contoh: menanam padi di lahan sendiri, mencuci pakaian sendiri. Menanam padi berarti melakukan proses produksi barang, yaitu padi.

Mencuci pakaian sendiri, berarti melakukan produksi jasa. Seandainya mencuci pakaian, diserahkan kepada orang lain, maka seseorang harus membayar orang tersebut.

2) Rumah Tangga Produksi (Perusahaan)

Rumah Tangga Produksi disebut juga perusahaan. Perusahaan adalah kesatuan teknis yang mengkombinasikan faktor produksi untuk menghasilkan barang dan jasa. Menurut jenis badan hukumnya, perusahaan digolongkan sebagai perusahaan perseorangan, CV, firma, Perseroan Terbatas (PT) dan koperasi. Menurut lapangan usahanya, perusahaan terdiri atas perusahaan agraris, ekstraktif, industri, perdagangan dan jasa.

Peran perusahaan dalam perekonomian adalah sebagai berikut.

- a) Produsen. Sebagai produsen, perusahaan menghasilkan barang dan jasa. Misalnya perusahaan roti menghasilkan roti, perusahaan otomotif menghasilkan mobil atau motor. Perusahaan ekstraktif adalah perusahaan yang menghasilkan barang dan cara mengambil langsung dari alam, misalnya perusahaan pertambangan minyak bumi, batu bara, besi dan sebagainya. Perusahaan industri adalah perusahaan yang menghasilkan barang dengan cara mengolah bahan mentah menjadi barang jadi atau setengah jadi. Misalnya pabrik rokok, pabrik makanan dalam kemasan dan lain-lain.
- b) Pengguna faktor produksi. Untuk menghasilkan barang dan jasa diperlukan komponen-komponen yang disebut faktor produksi. Faktor produksi disediakan oleh rumah tangga. Dengan skill yang dimiliki perusahaan mengkombinasikan faktor produksi untuk diolah sehingga menghasilkan barang atau jasa. Sebagai pemilik skill pengusaha akan mendapatkan keuntungan (laba).
- c) Agen Pembangunan. Agen artinya perantara atau pembantu. Sebagai agen pembangunan, artinya perusahaan membantu pemerintah dalam

kegiatan pembangunan. Kegiatan ekonomi (produksi) yang dilakukan perusahaan, dapat memberikan kesejahteraan bagi karyawan perusahaan tersebut, juga kepada warga masyarakat. Pembelian faktor produksi oleh perusahaan mengakibatkan rumah tangga memperoleh pendapatan. Dengan demikian, apa yang dilakukan perusahaan dapat membantu usaha pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan rakyat.

3) Negara (Pemerintah)

Negara adalah komunitas sosial, politik dan ekonomi. Pemerintah adalah salah satu unsur dari negara. Pemerintah adalah pelaku kegiatan ekonomi. Peran pemerintah dalam kegiatan ekonomi adalah sebagai berikut.

- a) Konsumen. Sebagai konsumen pemerintah membeli dan mengonsumsi berbagai barang dan jasa untuk mengelola negara. Misalnya: membeli jasa pegawai, kendaraan dinas, kertas, alat-alat kantor, listrik, telepon, dan lain-lain. Sebagai konsumen, pemerintah harus mengeluarkan dana untuk pembelian barang dan jasa tersebut. Dana pemerintah diperoleh dari APBN (Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara).
- b) Produsen. Sebagai produsen, pemerintah menghasilkan barang dan jasa. Barang dan jasa tersebut diproduksi oleh badan usaha milik pemerintah. Sesuai amanat UUD 1945 pasal 33 ayat 2 dan 3, pemerintah bertugas menyediakan barang dan jasa yang penting (vital) dibutuhkan oleh rakyat. Melalui BUMN, pemerintah menyediakan barang dan jasa tersebut. minyak dan gas bumi disediakan oleh PT Pertamina, listrik disediakan oleh PT PLN, jasa transportasi udara disediakan oleh PT Garuda, jasa transportasi darat disediakan oleh Perum Damri, jasa keuangan/ perbankan oleh PT Bank Rakyat Indonesia, dan lain-lain.

c) Regulator

Sebagai regulator, pemerintah bersama DPR membuat peraturan dalam bidang ekonomi. Tujuannya mendorong kegiatan ekonomi agar lebih optimal dan dapat meningkatkan kesejahteraan rakyat. Misalnya Undang-Undang No. 19 Tahun 2003 tentang BUMN, Undang-Undang No. 1 tahun 1967 tentang Penanaman Modal Asing.

4) Masyarakat Luar Negeri

Untuk memenuhi kebutuhan di dalam negeri suatu negara perlu hubungan dengan negara lain. Karena tidak semua negara dapat memproduksi semua barang dan jasa yang dibutuhkan oleh rakyatnya. Indonesia melakukan hubungan ekonomi dengan berbagai negara di seluruh dunia. Hubungan tersebut dapat berupa perdagangan, ketenagakerjaan, dan permodalan.

Hubungan tersebut dapat diuraikan sebagai berikut.

- a) Perdagangan. Salah satu bentuk kerjasama dengan luar negeri adalah perdagangan yaitu ekspor maupun impor barang maupun jasa. Misalnya Indonesia mengekspor karet ke Jepang. Sedangkan Jepang mengekspor mesin-mesin ke Indonesia. Kedua belah pihak mendapatkan tambahan devisa dari kegiatan perdagangan tersebut.
- b) Pertukaran Tenaga Kerja. Masyarakat Indonesia banyak mengirimkan tenaga kerja ke luar negeri, mereka yang bekerja di luar negeri memberikan devisa bagi Indonesia. Selain masyarakat Indonesia bekerja di luar negeri, masyarakat dari negara lain juga banyak yang bekerja di Indonesia. Masyarakat dari negara lain yang bekerja di Indonesia umumnya adalah tenaga ahli yang bekerja pada perusahaan-perusahaan untuk mengerjakan proyek-proyek tertentu yang membutuhkan penguasaan teknologi tinggi atau modal yang besar.
- c) Sumber Penanaman Modal Asing. Penanaman modal asing di suatu negara merupakan salah satu cara untuk meningkatkan kemakmuran penduduk di suatu negara. Bagi Indonesia, investasi dari negara lain sangat menguntungkan. Indonesia menarik bagi para investor asing karena harga tenaga kerja di Indonesia lebih murah dibandingkan dengan Negara lainnya. Di samping itu, Indonesia merupakan pangsa pasar yang besar karena jumlah penduduknya sangat besar.
- d) Pemberi Pinjaman. Untuk melaksanakan pembangunan, suatu negara membutuhkan dana yang sangat besar. Pada saat suatu negara mengalami kesulitan keuangan, maka Negara akan meminjam dari

negara lain atau badan keuangan internasional. Lembaga keuangan internasional itu antara lain adalah World Bank, IMF, ADB, IDB, dan lain-lainnya. Di sinilah peranan masyarakat luar negeri dalam perekonomian suatu negara.

Pemberi Bantuan. Bantuan yang diberikan oleh masyarakat luar negeri biasanya diwujudkan dalam bentuk proyek-proyek pembangunan fisik atau kegiatan pelayanan dengan bekerja sama dengan pemerintah daerah setempat. Bantuan tersebut diberikan kepada negara yang membutuhkan secara cuma-cuma tanpa harus mengembalikan.

H. RANGKUMAN

Kelangkaan menyebabkan manusia harus menentukan pilihan dan membuat keputusan untuk mengalokasikan sumber daya yang terbatas yang dimilikinya untuk mendapatkan barang dan jasa yang dibutuhkan dan diinginkan. Adanya kelangkaan ini juga menyebabkan munculnya harga, yaitu biaya yang harus dikeluarkan oleh seseorang untuk mendapatkan barang atau jasa yang diinginkannya. Semakin langka sesuatu semakin tinggi harganya. Karena manusia pada dasarnya memiliki keinginan yang tidak terbatas maka manusia selalu berusaha mencapai kepuasan maksimal dalam membuat pilihan-pilihan untuk memperoleh barang atau jasa yang diinginkannya. Kelangkaan merupakan permasalahan dasar ekonomi. Kelangkaan ini kemudian melahirkan masalah-masalah ekonomi berikutnya, yaitu: barang apa yang akan diproduksi, bagaimana barang tersebut diproduksi, untuk siapa barang tersebut diproduksi.

Walaupun pada hakekatnya manusia adalah makhluk yang selalu ingin mementingkan kepentingan sendiri sebagai motif utama dalam melaksanakan tindakan ekonomi, dalam kenyataannya tindakan-tindakan ekonomi manusia tidak dapat dilepaskan dari pertimbangan-pertimbangan untuk kepentingan umum. Motif ekonomi yang mendorong perilaku atau tindakan-tindakan ekonomi manusia dapat dikategorikan sebagai berikut: motif untuk memenuhi kebutuhan, motif untuk membantu sesama (sosial), motif untuk mendapatkan penghargaan, motif untuk memperoleh kekuasaan.

Tindakan ekonomis yang dilakukan manusia didasari oleh apa yang disebut dengan prinsip ekonomi, yaitu “dengan pengorbanan tertentu dapat memperoleh hasil/kepuasan yang setinggi-tingginya”. Namun, dalam penerapannya, prinsip ekonomi tidak selalu hanya didasari dari pertimbangan material-finansial, namun kadangkala juga mempertimbangkan aspek-aspek non material-finansial seperti rasa aman dan rasa cinta. Beberapa ciri manusia yang melakukan tindakan dengan dilandasi oleh prinsip ekonomi adalah, bertindak rasional. bertindak ekonomis. menyusun skala prioritas.

Pelaku perekonomian ada empat golongan, yaitu rumah tangga konsumen, perusahaan, negara, dan sektor luar negeri. Dalam perekonomian masyarakat peran rumah tangga keluarga adalah sebagai konsumen dan penyedia faktor produksi. Peran rumah tangga perusahaan adalah sebagai produsen pengguna faktor-faktor produksi, dan agen pembangunan. Peran negara adalah sebagai konsumen, produsen, dan regulator. Sedangkan peran masyarakat luar negeri adalah dalam perdagangan, pertukaran tenaga kerja, penanam modal, dan sebagai pemberi pinjaman.

Pembelajaran 2. Produksi, Distribusi, dan Konsumsi

I. Kompetensi

Menguasai konsep kegiatan ekonomi yang terdiri dari produksi, distribusi dan konsumsi.

J. Indikator Pencapaian Kompetensi

1. Menjelaskan pengertian, tujuan dan proses produksi
2. Menjelaskan faktor, jenis dan fungsi produksi
3. Menjelaskan pengertian, jenis dan tujuan distribusi
4. Mengidentifikasi proses, saluran dan faktor pemilihan saluran distribusi serta fungsi distribusi
5. Menjelaskan pengertian dan tujuan konsumsi
6. Menjelaskan proses dan faktor tinggi rendahnya konsumsi serta fungsi konsumsi

K. Uraian Materi

1. Materi 1: Produksi

Nisa (2019) menguraikan bahwa produksi adalah suatu kegiatan untuk menciptakan/menghasilkan atau menambah nilai guna terhadap suatu barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan oleh orang atau badan (produsen). Orang atau badan yang melakukan kegiatan produksi dikenal dengan sebutan produsen.

Produksi bertujuan untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam mencapai kemakmuran. Kemakmuran dapat tercapai jika tersedia barang dan jasa dalam jumlah yang mencukupi.

Nilai guna barang yang dihasilkan atau bertambah akibat kegiatan produksi dapat dikategorikan sebagai berikut:

- 1) Nilai guna bentuk (*form utility*) yaitu suatu barang akan memiliki nilai guna apabila telah mengalami perubahan bentuk. Contoh, kacang kedelai akan memiliki nilai guna lebih tinggi apabila diolah menjadi tahu atau tempe.
- 2) Nilai guna tempat (*place utility*), nilai guna suatu barang akan lebih tinggi karena perbedaan tempat. Misalnya, pasir akan bertambah nilai gunanya kalau dibawa ke toko bangunan.
- 3) Nilai guna waktu (*time utility*), nilai guna suatu barang akan bertambah kalau barang tersebut digunakan pada saat yang tepat. Misalnya, jaket digunakan pada saat kita kedinginan, payung kita gunakan pada saat hujan atau panas.
- 4) Nilai guna kepemilikan (*ownership utility*), nilai guna barang akan bertambah apabila barang tersebut telah berpindah kepemilikannya. Misalnya, sepatu di toko belum memiliki nilai guna dan akan memiliki nilai guna kalau sepatu tersebut dibeli oleh seseorang dan kemudian dipakainya.

Tujuan Produksi

Adapun tujuan produksi dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Menghasilkan barang atau jasa
Sangat jelas jika tujuan kegiatan produksi adalah menghasilkan barang atau jasa dengan menciptakan barang/jasa baru melalui proses produksi oleh produsen.
- b. Meningkatkan nilai guna barang atau jasa
Sebuah perusahaan/industri memproduksi suatu barang bertujuan untuk meningkatkan nilai guna barang itu sendiri, dimana sebelumnya barang tersebut belum/kurang berguna tetapi sesudah melalui proses produksi nilai guna dari barang tersebut menjadi lebih tinggi.
- c. Meningkatkan kemakmuran masyarakat
Tujuan dari proses produksi diharapkan dapat menghasilkan produk yang nantinya dapat mendatangkan keuntungan (profit oriented) yang nantinya

kemakmuran masyarakat akan meningkat karena masyarakat akan memperoleh keuntungan dengan memproduksi suatu barang/jasa.

d. Meningkatkan keuntungan

Dengan memproduksi barang dan jasa diharapkan dapat meningkatkan keuntungan industri/perusahaan tersebut.

e. Memperluas lapangan usaha

Apabila suatu perusahaan sudah memiliki skala produksi yang besar dan diminati/laku di pasar, maka dapatlah dipastikan bahwa perusahaan tersebut akan semakin besar sehingga dapat memperluas lapangan usaha.

f. Menjaga kesinambungan usaha perusahaan

Tujuan berikutnya adalah untuk menjaga kesinambungan usaha perusahaan sehingga perusahaan tersebut dapat terus berjalan baik dalam memperoleh faktor-faktor produksi, memproduksi barang dan jasa serta menjualnya ke pasar untuk mendapatkan keuntungan.

Faktor Produksi

Agar kegiatan produksi dapat berjalan diperlukan sumber daya. Sumber daya yang dimaksud adalah sumber daya yang dapat digunakan atau diubah secara langsung untuk menjadi barang atau jasa, dengan kata lain sumber daya yang produktif. Oleh karena itu, dalam kegiatan ekonomi sumber daya untuk produksi disebut dengan faktor-faktor produksi. Faktor-faktor produksi yang digunakan dalam kegiatan produksi sangat banyak dan beragam, namun para ekonom telah mengklasifikasi faktor-faktor produksi tersebut menjadi empat kelompok besar yaitu Alam dan Tenaga Kerja (disebut juga dengan faktor produksi asli) serta Modal dan Kewirausahaan (disebut dengan faktor produksi turunan):

Alam

Faktor produksi alam adalah segala sesuatu yang disediakan oleh alam yang dapat digunakan untuk memproduksi barang dan jasa. Contohnya adalah tanah, air, minyak bumi, pepohonan, tanaman pertanian dan perkebunan, hewan ternak, angin, dan sinar matahari. Dengan potensi

sumber daya alam yang melimpah, Indonesia memiliki faktor produksi alam yang sangat banyak.

Faktor produksi alam memiliki ciri-ciri :

(a) tersebar tidak merata pada setiap tempat, sehingga ada daerah yang subur, adapula yang tandus, ada daerah yang kaya akan kandungan barang tambang, ada pula yang tidak.

(b) Terbatas, yang memiliki nilai ekonomis. Dalam kaitannya dengan hal ini, ada yang habis pakai seperti barang tambang dan ada yang masih dapat diperbaiki yaitu kesuburan tanah.

(c) Kondisi alam tidak dapat dikendalikan oleh manusia.

Tenaga kerja

Tenaga kerja adalah faktor produksi berupa sumber daya manusia yang dapat dimanfaatkan untuk melakukan kegiatan produksi. Tenaga kerja meliputi baik tenaga kerja secara fisik maupun secara intelektual. Secara intelektual, faktor tenaga kerja ini dapat ditingkatkan melalui program pendidikan, training, lokakarya atau seminar. Indonesia adalah negara dengan jumlah penduduk terbesar ke-empat di dunia, yaitu dengan jumlah kurang lebih 260.000.000 jiwa. Jumlah penduduk yang besar ini tentunya merupakan potensi ketenagakerjaan yang perlu disyukuri dan kemudian dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya. Jumlah penduduk yang besar ini merupakan keuntungan karena dengan demikian Indonesia dapat memenuhi kebutuhan tenaga kerjanya sendiri untuk berbagai kegiatan produksi masyarakat. Namun potensi penduduk yang besar ini perlu diikuti dengan peningkatan kualitas tenaga kerja, baik melalui pendidikan formal maupun latihan-latihan keterampilan, karena dengan memiliki pendidikan ataupun keterampilan yang tinggi, tenaga kerja Indonesia akan dapat memperoleh tingkat penghasilan yang cukup tinggi, baik saat bekerja di dalam negeri ataupun di luar negeri.

Tenaga kerja dapat dibedakan menjadi 3 (tiga) macam : (a) Tenaga kerja terdidik adalah tenaga kerja yang memerlukan jenjang pendidikan formal tertentu, seperti dokter, akuntan, apoteker, guru dan advokad. (b) Tenaga

kerja terlatih adalah tenaga kerja yang memerlukan latihan ketrampilan praktis tertentu, seperti sopir, penjahit, tukang kayu dan tukang pangkas rambut. (c) Tenaga kerja kasar adalah tenaga kerja yang tidak terdidik juga tidak terlatih, seperti kuli dan pesuruh

Modal

Yang perlu digarisbawahi adalah bahwa modal yang dimaksud sebagai sumber daya atau faktor produksi adalah tidak termasuk uang. Uang pada dasarnya memang sangat penting dalam kegiatan ekonomi masyarakat, bagaikan pelumas yang menjalankan roda ekonomi, namun uang tidak dapat menghasilkan atau memproduksi barang lain. Uang hanya dapat digunakan untuk memperoleh (membeli) barang-barang tertentu yang dapat digunakan untuk memproduksi barang/jasa lain. Hal ini sering membingungkan karena media massa sering menggunakan istilah modal keuangan atau modal investasi yang maksudnya adalah uang. Namun yang dimaksud dengan modal sebagai sumber daya atau faktor produksi adalah segala sesuatu yang produktif yang dapat digunakan dan dikelola dalam rangka memproduksi atau menghasilkan secara langsung barang/jasa lain. Contoh modal ekonomi adalah mesin-mesin, gedung, perlengkapan kantor berupa komputer dan mebelair, jalan raya, jaringan listrik dan telepon, jaringan internet, dan sebagainya.

Kewirausahaan

Kewirausahaan termasuk ke dalam salah satu faktor produksi karena kewirausahaan adalah karakteristik yang dimiliki oleh seseorang dimana ia mampu mengelola dan mengorganisasikan tiga faktor produksi yang lain, yaitu alam, tenaga kerja, dan modal sehingga ia dapat menjalankan kegiatan produksi. Efektifitas atau tingkat keberhasilan sebuah kegiatan produksi, baik kegiatan produksi barang maupun jasa, sangat tergantung dari kualitas kewirausahaan dari pengelola kegiatan produksi tersebut. Sehingga, jiwa kewirausahaan diperlukan dalam setiap jenis kegiatan produksi, baik barang maupun jasa, misalnya kegiatan produksi pertanian, perkebunan, pabrikasi, usaha salon, klinik kesehatan, lembaga pendidikan, dan sebagainya.

Faktor produksi kewirausahaan meliputi 3 hal:

(a) *Managerial skill*, yaitu kemampuan memimpin dan menggunakan setiap kesempatan yang ada dengan sebaik-baiknya dan berani menanggung resiko jika terpaksa terjadi resiko.

(b) *Technological skill*, yaitu keahlian khusus alam bidang teknis ekonomis diperlukan dalam produksi.

(c) *Organizational skill*, yaitu kemampuan dalam mengatur bagian-bagian kegiatan/pekerjaan, selanjutnya memilih dan menempatkan orang-orang yang tepat pada bagian masing-masing tersebut.

Proses Produksi

Proses produksi merupakan kegiatan untuk menciptakan atau menambah kegunaan suatu barang atau jasa dengan menggunakan faktor-faktor produksi yang ada seperti tenaga kerja, mesin, bahan baku dan dana agar lebih bermanfaat bagi kebutuhan manusia.



Gambar 2 Produksi masker
<http://gg.gg/produksi-masker>

Proses produksi dilihat dari arus bahan mentah sampai menjadi produk akhir, terbagi menjadi dua yaitu proses produksi terus-menerus (*Continuous processes*) dan proses produksi terputus-putus (*Intermittent processes*).

- 1) Perusahaan menggunakan proses produksi terus-menerus apabila di dalam perusahaan terdapat urutan-urutan yang pasti sejak dari bahan mentah sampai proses produksi akhir.
- 2) Proses produksi terputus-putus apabila tidak terdapat urutan atau pola yang pasti dari bahan baku sampai dengan menjadi produk akhir atau urutan selalu berubah.

Sedangkan menurut sifatnya, proses produksi dibedakan menjadi:

- 1) Proses ekstraktif yaitu proses produksi dengan mengambil langsung dari alam.
- 2) Proses analitik yaitu proses produksi yang berupa kegiatan memisahkan suatu barang menjadi bermacam-macam barang yang hampir menyerupai bentuk aslinya.

Jenis Produksi

Jenis produksi dapat dikelompokkan menjadi tiga macam/jenis yaitu: berdasarkan hasil produksi, bidang produksi, dan penggunaan faktor produksi.

- 1) Jenis-jenis produksi berdasarkan hasil produksi
 - a) Produksi barang: Produksi barang bertujuan untuk menghasilkan barang yang siap untuk memenuhi kebutuhan. Misalnya: gula, pakaian, tas, meja, almari dan lain sebagainya.
 - b) Produksi jasa: Produksi jasa adalah suatu produksi yang kegiatannya menghasilkan jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia. Contohnya: konsultan, guru, tukang cukur rambut, salon, bengkel dan lain sebagainya.
- 2) Jenis-jenis produksi berdasarkan bidang produksi
 - a) Ekstraktif: adalah kegiatan produksi yang kegiatannya mengumpulkan barang yang telah disediakan oleh alam. Contoh: pertambangan dan perburuan.

- b) Agraris: adalah produksi yang kegiatannya utamanya mengolah tanah. Contoh: pertanian, perkebunan, dan kehutanan.
 - c) Industri: adalah kegiatan produksi yang kegiatannya berusaha mengolah bahan mentah menjadi barang jadi. Contohnya: industri mobil, industri rokok dan lain sebagainya.
 - d) Perdagangan: adalah kegiatan produksi yang bertujuan untuk memindahkan hak milik dari produsen ke tangan konsumen dengan cara memperjualbelikan. Misalnya: toko, swalayan, importir dan eksportir.
 - e) Jasa: adalah produksi yang bertujuan memberikan pelayanan kepada konsumen. Misalnya: rumah sakit, potong rambut, rumah makan, transportasi dan lain sebagainya.
- 3) Jenis-jenis produksi berdasarkan penggunaan faktor produksi
- a) Produksi langsung: Kegiatan produksi yang lebih banyak menggunakan faktor produksi asli yaitu alam dan tenaga kerja. Misalnya: pertanian, perikanan dan perkebunan.
 - b) Produksi tidak langsung: Kegiatan produksi yang lebih banyak menggunakan faktor produksi turunan yaitu modal dan kewirausahaan. Misalnya: produksi motor, mobil, pesawat, sepeda dan lain sebagainya.
- 4) Jenis-jenis produksi berdasarkan sektor produksi
- a) Produksi sektor primer: Kegiatan produksi yang menghasilkan bahan dasar dan bahan baku yaitu terdiri dari bidang produksi atraktif dan agraris. Sektor produksi ini akan menciptakan kegunaan dasar.
 - b) Produksi sektor sekunder: Kegiatan produksi yang mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Produksi sektor ini terdiri dari bidang industri dan kerajinan, yaitu dengan menciptakan kegunaan bentuk.

- c) Produksi sektor tersier: Kegiatan produksi yang mendukung kegiatan bidang lain dengan cara menyalurkan hasil produksi atau menghubungkan dengan pihak lain. Produksi sektor ini terdiri dari produksi bidang perdagangan dan jasa, yang menciptakan kegunaan guna waktu, tempat, pemilikan dan pelayanan.

Fungsi Produksi

Faktor produksi merupakan masukan (*input*) sedang hasil produksi merupakan keluaran (*output*). Teori produksi pada prinsipnya merupakan hubungan antara jumlah output maksimum yang bisa diproduksi dengan menggunakan sejumlah input-input yang tersedia (Amaliawati, Murni, dalam Nisa, 2019).

Berdasarkan teori produksi, jumlah *output* merupakan fungsi dari faktor-faktor produksi yang digunakan dalam proses produksi. Hal ini berarti *input* selalu tergantung dengan *output*. Semakin banyak input (faktor produksi) yang dipergunakan dalam proses produksi, semakin besar jumlah *output* yang dihasilkan. Fungsi produksi dapat dinyatakan dalam rumus sebagai berikut :

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

Dimana :

Q : jumlah output produksi yang dihasilkan

F : fungsi dari

L : *Labour*, yaitu jumlah tenaga kerja yang meliputi berbagai tenaga kerja dan kewirausahaan

R : *Resources*, yaitu kekayaan alam

T : Teknologi yang digunakan

Kebutuhan manusia semakin lama semakin berkembang dikarenakan majunya peradaban, tingkat pendidikan yang semakin baik sehingga menyebabkan makin beragam kebutuhan. Jumlah penduduk yang semakin bertambah mengakibatkan kebutuhan akan barang dan jasa semakin

meningkat, disamping itu adanya barang-barang yang rusak sehingga perlu di ganti serta adanya keinginan untuk meningkatkan kemakmuran atau taraf hidupnya. Keadaan ini menuntut adanya upaya untuk meningkatkan hasil/memperluas produksi.

Perluasan produksi dapat ditempuh dengan beberapa cara yaitu :

- 1) Ekstensifikasi yaitu perluasan produksi yang dilakukan dengan menambah faktor-faktor produksi, baik alam, tanah, tenaga kerja maupun modal.
- 2) Intensifikasi yaitu perluasan produksi yang dilakukan dengan cara meningkatkan kemampuan produksi/produktivitas masing-masing faktor produksi tanpa menambah jumlahnya.
- 3) Spesialisasi yaitu usaha untuk meningkatkan jumlah dan kualitas hasil produksi melalui pembagian kerja sesuai tingkat keahlian tenaga kerja.
- 4) Diversifikasi yaitu usaha peningkatan jumlah dan kualitas hasil produksi melalui penganekaragaman produk.
- 5) Otomatisasi yaitu usaha untuk meningkatkan jumlah dan kualitas hasil produksi melalui pemakaian mesin atau peralatan canggih dan modern.

2. Materi 2: Distribusi

Nisa (2019) menjelaskan bahwa distribusi merupakan kegiatan ekonomi yang menjembatani antara kegiatan produksi dan kegiatan konsumsi. Pelaku kegiatan distribusi dinamakan distributor. Barang yang sudah dihasilkan oleh produsen supaya sampai ke tangan konsumen memerlukan adanya lembaga yang biasa disebut dengan distributor. Meskipun dalam kenyataan tidak selamanya barang yang dihasilkan produsen untuk sampai ke konsumen harus melewati distributor. Akan tetapi, dalam perekonomian modern suatu kegiatan distribusi memegang peranan yang penting. Lebih-lebih dengan makin majunya teknologi transportasi yang mengakibatkan hubungan antar bangsa menjadi lebih dekat. Hal ini mengakibatkan peranan

distribusi makin penting karena barang yang ada didalam negeri tetapi juga konsumen yang ada diluar negeri.

Perkembangan teknologi informasi juga semakin mendorong berkembangnya sektor distribusi dalam kegiatan ekonomi masyarakat. Dengan memanfaatkan internet, semakin banyak bermunculan jasa distribusi barang antar individu yang jauh lebih fleksible dan sebelumnya tidak pernah dilakukan melalui jasa distribusi barang konvensional. Contohnya seperti Gojek, Grab, Uber, Maxim, dan sebagainya.

Kegiatan untuk menjual atau memasarkan hasil-hasil produksi barang dan jasa kepada konsumen yang disebut juga sebagai saluran distribusi (*channel of distribution*) merupakan struktur bisnis dari organisasi yang saling bergantung yang menjangkau dari titik awal suatu produk sampai ke pelanggan dengan tujuan memindahkan produk ke tujuan konsumen terakhir.

Saluran distribusi itu melakukan sejumlah tugas, yaitu:

- 1) Melakukan pengumpulan dan penyebaran informasi melalui riset pemasaran tentang potensi konsumen, pesaing, dan kekuatan lainnya dalam lingkungan pemasaran.
- 2) Melakukan pengembangan dan penyebaran komunikasi mengenai penawaran barang atau jasa.
- 3) Melakukan komunikasi mengenai minat membeli oleh anggota saluran distribusi ke produsen.
- 4) Melakukan usaha untuk mencapai persetujuan akhir mengenai harga dan hal hal lain sehubungan dengan penawaran.

Distribusi yang dilakukan memiliki beberapa tujuan, antara lain:

- 1) Menyampaikan barang atau jasa dari produsen ke konsumen
- 2) Mempercepat sampainya hasil produksi ke tangan konsumen
- 3) Tercapainya pemerataan produksi
- 4) Menjaga kontinuitas produksi

- 5) Meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi
- 6) Meningkatkan nilai guna barang dan jasa

Proses penyaluran produk akan memberikan dampak yang besar pada jumlah pembelian produk dan membawa keuntungan bagi perusahaan. Oleh karena itu penting bagi perusahaan untuk melaksanakan proses distribusi dengan baik. Proses logistik perusahaan memindahkan barang dari produsen kepada konsumen dan dari satu tempat ke tempat lain melalui sebuah saluran yang disebut saluran distribusi. Penyaluran produk ini dilakukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan harus tepat agar tidak mengecewakan konsumen.

Proses distribusi melibatkan berbagai pihak seperti produsen, distributor, dan pedagang. Untuk lebih jelasnya terkait dengan kegiatan distribusi bisa dilihat dalam video yang tersedia di link berikut: <https://bit.ly/2JlQnrk>. Melalui distribusi, produsen dapat terbantu untuk menyalurkan barang dan jasa yang mereka hasilkan kepada konsumen dan di pihak lain konsumenpun akan terbantu memperoleh kemudahan menemukan barang dan jasa yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhannya.

Distribusi barang dari produsen sampai ke tangan konsumen dilakukan dengan tiga cara, yaitu sebagai berikut:

1) Distribusi langsung

Dalam distribusi langsung, hasil produksi dapat disalurkan ke tangan konsumen tanpa melalui suatu perantara apapun. Contohnya: Penjual mie ayam menjual langsung mie ayamnya kepada konsumen dengan cara berkeliling kampung, sebuah warung yang menjual makanan dan minuman di suatu kampung.

2) Distribusi tidak langsung

Dalam distribusi tidak langsung, hasil produksi dapat disalurkan ke tangan konsumen dengan menggunakan sebuah perantara, seperti agen, pedagang besar, dan pedagang eceran. Contohnya: suatu pabrik mengekspor kayu ke negara lain seperti Malaysia, China, dan lain

sebagainya dengan menggunakan agen tertentu, suatu pabrik baju menjual hasil produksinya dengan menggunakan pedagang eceran.

3) Distribusi semi langsung

Distribusi semi langsung menggunakan saluran distribusi dalam penyampaian barangnya, namun saluran distribusi tersebut masih menjadi bagian dari produsen tersebut.

Saluran distribusi dapat dibagi menjadi dua kelompok besar, yaitu pedagang dan agen.

1. Pedagang

Pedagang adalah orang atau perusahaan yang usahanya memperjualbelikan barang-barang dagangan dan ikut memiliki barang tersebut, meskipun kepemilikannya tidak secara fisik. Secara umum pedagang dapat dikategorikan dalam 3 (tiga) jenis :

(a) Produsen yang sekaligus menjual hasil produksinya kepada konsumen.

(b) Pedagang besar disebut juga *wholeseller* (grosir) adalah pihak yang membeli barang-barang dagangan dan menjualnya kembali kepada pedagang besar lain, pengecer atau produsen bukan ke konsumen.

Fungsi grosir yang utama adalah mengumpulkan dan menyebarkan. Grosir berbeda dengan agen karena grosir membeli dan memiliki produk yang ditangani. Grosir dengan pelayanan penuh memberikan kredit, informasi pasar, dan saran-saran seperti penetapan harga kepada pelanggan. Para pedagang kecil hampir tidak dapat dapat beroperasi tanpa adanya pelayanan dari grosir.

(c) Pedagang Kecil/*Retailer*/Pengecer

Pengecer adalah suatu perusahaan yang membeli barang-barang dari produsen atau grosir kemudian menjualnya kepada konsumen. Penjualan eceran meliputi semua kegiatan yang berkaitan dengan penjualan barang-barang dan jasa untuk konsumen terakhir. Adapun lembaga-lembaga yang berniaga secara eceran adalah:

- a) Toserba (*department store*). Toserba biasanya merupakan toko yang besar dan dikelompokkan ke dalam departemen-departemen (bagian bagian) yang didirikan di dalam kota atau di pusat-pusat perbelanjaan.
- b) Supermarket (Swalayan). Setiap konsumen dapat melayani sendiri, memilih dan menentukan barang yang akan dibeli sesuai kemampuan dengan pembayaran dilakukan secara kontan. Biasanya swalayan menyediakan berbagai barang kebutuhan mulai dari makanan, obat-obatan, daging, peralatan rumah tangga, elektronik, dan sebagainya.
- c) Toko Khusus. Pada setiap pusat pembelajaran biasanya tersedia toko-toko yang menjual barang-barang khusus, seperti: toko makanan, kedai *caffe*, toko sepatu, toko pakaian, toko mainan, dan sebagainya.

2. Agen atau Perantara Dagang

Perantara dalam perdagangan sering disebut agen, yaitu lembaga yang melaksanakan perdagangan dengan menyediakan jasa-jasa atau fungsi khusus yang berhubungan dengan penjualan atau distribusi barang, tetapi tidak memiliki hak atas barang yang diperdagangkan.

Pedagang perantara (*agen/middleman*) adalah pedagang perantara yang tidak membeli dan memiliki barang yang mereka jual. Fungsi utama agen adalah melakukan penjualan bagi produsen. Agen biasanya dibayar dengan suatu komisi berdasarkan volume penjualan. Makelar (*broker*), agen penjualan, dan agen produsen digolongkan sebagai perantara agen.

Faktor Pemilihan Saluran Distribusi

Pemilihan dan penentuan saluran distribusi bukan suatu hal yang mudah karena kesalahan dalam memilih saluran distribusi akan dapat menggagalkan tujuan perusahaan yang telah ditentukan. Pemilihan saluran distribusi yang salah dapat menimbulkan penghamburan biaya atau pemborosan. Oleh sebab itu masalah pemilihan saluran distribusi akan sangat penting artinya bagi perusahaan yang menginginkan perkembangan kegiatannya.

Oleh karena pengaruhnya sangat besar terhadap kelancaran penjualan, maka masalah saluran distribusi ini harus benar-benar dipertimbangkan. Dalam hal ini perusahaan atau produsen harus memperhatikan faktor-faktor yang sangat mempengaruhi dalam pemilihan saluran distribusi. Beberapa petunjuk dalam pemilihan saluran distribusi sebagai berikut:

1) Sifat Barang

Sifat barang itu sendiri dapat dipakai sebagai dasar pertimbangan untuk menetapkan seluruh distribusi yang harus ditempuh. Sifat barang ini dapat berupa cepat tidaknya barang tersebut mengalami kerusakan atau yang dapat mempengaruhi turunnya nilai barang berpengaruh dalam penentuan rantai distribusi. Misalnya pada produksi dan ekspor benih lobster, memerlukan penanganan yang hati-hati dan kompleks karena sifat benih lobster yang mudah rusak. Berbeda dengan produksi buku tulis yang lebih mudah penanganannya karena sifatnya yang relatif tidak cepat rusak.

2) Sifat Pembayaran

Dalam pemasaran barang, ada barang-barang tertentu yang memerlukan penyebaran seluas-luasnya baik secara vertikal maupun horizontal. Biasanya barang-barang tersebut merupakan kebutuhan umum, harga perunit rendah serta pembelian dari setiap konsumen relatif kecil, seperti misalnya pasta gigi, sampo, dan sabun mandi.

3) Biaya

Secara umum, mata rantai saluran distribusi yang terlalu panjang akan menimbulkan biaya yang lebih besar dan mendorong harga jual yang tinggi dan selanjutnya dapat mengganggu kelancaran penjualan barang-barang tersebut. Hal ini dapat dimaklumi sebab setiap mata rantai menginginkan keuntungan yang layak sebagai imbalan dari kegiatan mereka. Untuk menekan harga penjualan maka perusahaan harus rela untuk mendapatkan keuntungan yang tipis atau mengusahakan agar komisi dari mata rantai tersebut menjadi lebih kecil. Untuk menekan biaya distribusi, perusahaan dapat mempertimbangkan untuk menyediakan unit

distribusi sendiri pada bagian pemasarannya daripada harus menggunakan layanan distribusi perusahaan lain.

4) Modal

Sifat suatu barang terutama barang-barang industri harus dapat mendorong agar barang tersebut dapat diterima oleh konsumen atau lembaga industri. Salah satu caranya adalah menjual barang-barang tersebut secara konsinyasi atau piutang dalam tempo tertentu. Hal ini memerlukan dana yang tidak kecil. Kalau kita menggunakan grosir atau agen mungkin masalah modal sebagaimana kalau kita menjual langsung kepada pengecer.

5) Tingkat Keuntungan

Persaingan yang makin tajam dapat mendorong penjualan menjadi rendah. Dalam keadaan demikian tingkat keuntungan dari perusahaan menjadi lebih rendah. Apabila perusahaan menggunakan mata rantai saluran distribusi yang sangat panjang, dapat menyebabkan harga ke konsumen menjadi lebih tinggi, dan ini mengganggu penjualan barang tersebut. Perusahaan yang kebetulan tingkat keuntungannya lebih tinggi akan lebih luas dalam menentukan saluran distribusinya, sebab walaupun perusahaan menetapkan mata rantai saluran distribusi yang panjang, tetapi karena keuntungan masih cukup tinggi, maka harga sampai ke konsumen masih dapat bersaing.

Fungsi Distribusi

Awaluddin dan Wijayati (2018) menyimpulkan bahwa fungsi distribusi dikelompokkan menjadi dua, yakni fungsi pokok dan fungsi tambahan. Yang dimaksud dengan fungsi pokok adalah tugas-tugas yang mau tidak mau harus dilaksanakan. Dalam hal ini fungsi pokok distribusi meliputi:

1) Pengangkutan (Transportasi)

Pada umumnya tempat kegiatan produksi berbeda dengan tempat tinggal konsumen, perbedaan tempat ini harus diatasi dengan kegiatan pengangkutan. Seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk dan

semakin majunya teknologi, kebutuhan manusia semakin banyak. Hal ini mengakibatkan barang yang disalurkan semakin luas, sehingga membutuhkan alat transportasi.

2) Penjualan (*Selling*)

Di dalam pemasaran barang, selalu ada kegiatan menjual yang dilakukan oleh produsen. Pengalihan hak dari tangan produsen kepada konsumen dapat dilakukan dengan penjualan. Dengan adanya kegiatan ini maka konsumen dapat menggunakan barang tersebut.

3) Pembelian (*Buying*)

Setiap ada penjualan berarti ada pula kegiatan pembelian. Jika penjualan barang dilakukan oleh produsen, maka pembelian dilakukan oleh orang yang membutuhkan barang tersebut.

4) Penyimpanan (*Storing*)

Sebelum barang-barang disalurkan pada konsumen biasanya disimpan terlebih dahulu. Dalam menjamin kesinambungan, keselamatan dan keutuhan barang-barang, perlu adanya penyimpanan (pergudangan). Contoh, pembuatan dan pemanfaatan lumbung padi.

5) Pembakuan Standar Kualitas Barang

Dalam setiap transaksi jual-beli, banyak penjual maupun pembeli selalu menghendaki adanya ketentuan mutu, jenis dan ukuran barang yang akan diperjualbelikan. Oleh karena itu perlu adanya pembakuan standar baik jenis, ukuran, maupun kualitas barang yang akan diperjualbelikan tersebut. Pembakuan (standarisasi) barang ini dimaksudkan agar barang yang akan dipasarkan atau disalurkan sesuai dengan harapan.

6) Penanggung Risiko

Barang yang didistribusikan bisa jatuh dan pecah, maka rusaklah barang yang akan didistribusikan tersebut. Hal ini mungkin saja terjadi pada kegiatan distribusi, maka seorang distributor tentunya akan menanggung

risiko. Pada jaman sekarang untuk menanggung risiko yang muncul bisa dilakukan kerjasama dengan lembaga/perusahaan asuransi.

Sedangkan fungsi tambahan distribusi adalah sebagai berikut:

1) Menyeleksi.

Suatu kegiatan ini biasanya diperlukan untuk distribusi hasil pertanian dan produksi yang dikumpulkan dari beberapa pengusaha.

2) Mengepak/ mengemas.

Untuk menghindari adanya suatu kerusakan atau hilang dalam pendistribusian maka barang harus dikemas dengan baik.

3) Memberi Informasi.

Untuk memberi kepuasan yang maksimal kepada konsumen, produsen harus memberi informasi secukupnya kepada perwakilan daerah atau kepada konsumen yang dianggap perlu informasi, informasi yang paling tepat bisa melalui iklan.

3. Materi 3: Konsumsi

Nisa (2019) menjelaskan bahwa sebagai makhluk hidup, manusia senantiasa memiliki kebutuhan hidup yang beraneka ragam. Kebutuhan dapat diklasifikasikan menjadi beberapa jenis atau tingkat. Yang pertama adalah kebutuhan dasar atau kebutuhan primer, yaitu segala yang dibutuhkan oleh manusia agar dapat bertahan hidup dengan layak. Yang termasuk dalam kebutuhan primer adalah makanan, pakaian, dan tempat tinggal.

Yang kedua adalah kebutuhan sekunder, yaitu segala kebutuhan manusia atas barang-barang pelengkap agar kehidupannya dapat menjadi lebih nyaman dan mudah. Contoh kebutuhan sekunder adalah listrik, perabotan rumah tangga seperti sofa, meja dan kursi makan, lemari pakaian, peralatan makan dan minum, dan televisi.

Yang ketiga adalah kebutuhan tersier yaitu kebutuhan akan barang-barang mewah, yaitu barang-barang yang disamping berfungsi untuk membantu

kehidupan manusia namun juga berfungsi sebagai bagian dari gaya hidup dan status sosial, contohnya adalah mobil, sepeda motor, komputer, mesin cuci, kulkas, dan sebagainya.

Disamping kebutuhan akan barang-barang berwujud fisik, manusia juga memiliki kebutuhan akan hal-hal lain yang tidak berwujud barang, misalnya kebutuhan akan jasa kesehatan, jasa pendidikan, jasa penata rambut, jasa notaris, jasa akuntan, jasa penasihat hukum, jasa servis elektronik, jasa tambal ban dan sebagainya. Dalam usaha untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, manusia akan menggunakan atau memanfaatkan berbagai barang dan jasa.

Kegiatan manusia dalam menggunakan atau memanfaatkan nilai guna barang dan jasa disebut dengan kegiatan konsumsi. Kegiatan konsumsi dapat dilakukan oleh rumah tangga, perusahaan, dan negara. Kegiatan konsumsi oleh rumah tangga berupa pembelian barang-barang kebutuhan rumah tangga seperti makanan, pakaian, tagihan listrik, biaya rekreasi, servis kendaraan, dan sebagainya. Konsumsi perusahaan misalnya pembelian bahan baku, pembelian mesin-mesin, biaya pengurusan ijin usaha, dan sebagainya. Adapun konsumsi oleh negara adalah segala jenis pembelian yang dilakukan untuk melaksanakan program-program pemerintah, misalnya pembelian bahan-bahan untuk pembangunan jalan, jembatan, gedung-gedung pemerintah, gedung-gedung sekolah, dan sebagainya.

Khusus terhadap konsumsi atas barang-barang yang berwujud fisik, kegiatan konsumsi dapat berupa konsumsi terhadap barang-barang produk akhir atau final yaitu barang-barang yang tidak memerlukan tahapan produksi lanjutan, misalnya makanan yang dibeli di restoran, baju yang dibeli di toko pakaian, dan mobil yang dibeli dari *dealer* mobil.

Konsumsi dapat juga dilakukan atas barang-barang yang masih memerlukan tahap produksi lanjutan. Misalnya, pembelian bahan-bahan makanan seperti sayur, daging, ikan dari petani/nelayan yang dilakukan oleh restoran untuk diolah menjadi makanan yang dijual, pembelian kain tekstil dari pabrik tekstil

oleh perusahaan konveksi, atau pembelian berbagai asesoris mobil oleh pabrik pembuat mobil.

Konsumsi atas berbagai barang dan jasa dipengaruhi dan berkembang sesuai dengan periode hidup sebuah masyarakat. Pada zaman pra-aksara, barang-barang yang dikonsumsi oleh masyarakat masih sangat sederhana dan hanya meliputi konsumsi atas barang-barang kebutuhan primer yaitu makanan, pakaian, dan tempat tinggal.

Pada awalnya, masyarakat pada masa tersebut memenuhi kebutuhan hidupnya dengan memanfaatkan langsung apa yang disediakan oleh alam. Mereka mencari makan dengan berburu, mencari ikan, serta mengambil buah atau tanaman yang bisa langsung dimakan. Kebutuhan akan pakaian mereka penuhi dengan menggunakan kulit hewan hasil buruan serta dedaunan. Adapun untuk tempat tinggal mereka memanfaatkan gua-gua yang ada.

Aneka ragam jenis konsumsi masyarakat terus berkembang seiring dengan berjalannya waktu serta didukung dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi. Pada zaman modern ini kita bisa melihat kegiatan konsumsi manusia yang sangat beragam mulai dari kebutuhan primer, kebutuhan sekunder, hingga kebutuhan tersier. Konsumsi akan produk jasa juga semakin bervariasi.

Terkait dengan konsep dalam kegiatan konsumsi bisa dilihat dalam video yang

tersedia pada link berikut ini dengan lebih jelas, <https://bit.ly/2JpJVQa> (Teori Konsumsi).

Terdapat empat tujuan kegiatan konsumsi dan ini juga merupakan pola perilaku dari konsumen yaitu:

1) Mengurangi nilai guna barang atau jasa secara bertahap

Setiap orang yang melakukan konsumsi akan mengurangi nilai guna barang atau jasa tersebut secara bertahap. Sebagai contohnya ialah seperti memakai pakaian, kendaraan dan sepatu.

2) Menghabiskan nilai guna barang sekaligus

Konsumen juga dapat menghabiskan nilai guna barang sekaligus. Sebagai contoh adalah makan dan minum.

3) Memuaskan kebutuhan secara fisik

Seseorang melakukan konsumsi bertujuan untuk mencukupi kebutuhan mereka secara fisik. Contohnya ialah mengenakan pakaian yang bagus agar penampilannya bertambah baik.

4) Memuaskan kebutuhan rohani

Tidak hanya kebutuhan secara fisik saja tujuan seorang konsumen melakukan kegiatan konsumsi akan tetapi juga untuk memuaskan kebutuhan rohani seperti contohnya ialah membeli kitab suci untuk kebutuhan religiusitas/rohaninya.

Proses konsumsi adalah proses setelah melakukan pembelian produk. Sebagian besar produk yang telah dibeli konsumen biasanya langsung dikonsumsi dan sebagian kecil lainnya mungkin disimpan untuk dikonsumsi di kemudian hari.

Konsumen harus mengeluarkan sejumlah pengorbanan tertentu untuk melakukan kegiatan konsumsi. Pengorbanan tersebut lebih dikenal dengan istilah pengeluaran konsumsi. Awaluddin dan Wijayati (2019) mengutip pendapat beberapa ahli bahwa ada beberapa faktor yang menentukan besar kecilnya pengeluaran konsumsi yang dilakukan konsumen. Faktor-faktor tersebut antara lain adalah:

1) Penghasilan

Seseorang perlu memiliki penghasilan untuk melakukan kegiatan konsumsi. Penghasilan tersebut digunakan untuk membeli barang dan jasa yang tidak bisa diproduksi sendiri. Semakin besar penghasilan seorang konsumen maka kemampuan konsumen tersebut untuk melakukan pengeluaran konsumsi juga akan semakin besar.

2) Selera

Keputusan seseorang konsumen untuk mengonsumsi suatu barang atau jasa sangat ditentukan oleh selera konsumen tersebut. Bila seseorang

sangat menyukai suatu barang, maka ia akan dengan senang hati membeli barang tersebut. Sebaliknya apabila ia tidak menyukainya, maka mustahil ia akan bersedia mengeluarkan sejumlah uang untuk membelinya.

3) Adat Istiadat

Adat istiadat adalah perilaku turun menurun yang diyakini masyarakat harus dilakukan. Misalnya dalam masyarakat Jawa, peristiwa kelahiran seorang bayi selalu disertai serangkaian upacara adat yang dilakukan sejak sang bayi masih dalam kandungan, dilahirkan, sampai beberapa bulan setelah sang bayi dilahirkan. Contoh lain, pada masyarakat Bali dikenal upacara Ngaben, yaitu upacara pembakaran mayat kerabat yang meninggal dunia. Semakin banyak upacara adat yang diyakini masyarakat, maka akan semakin banyak juga pengeluaran yang dilakukan masyarakat tersebut.

4) Mode

Istilah mode terkait dengan sesuatu yang sedang hangat terjadi dalam masyarakat. Mode sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumsi masyarakat. Pada umumnya yang paling mudah terpengaruh mode adalah kalangan remaja. Remaja akan merasa ketinggalan jaman apabila tidak mengikuti mode yang terbaru. Sementara itu untuk bisa mengikuti mode, diperlukan pengeluaran konsumsi yang lebih besar.

5) *Demonstration Effect*

Seringkali seseorang mengonsumsi barang atau jasa tanpa memperhitungkan apakah ia benar-benar membutuhkan barang tersebut. Ia membelinya sekadar karena khawatir dianggap kalah atau lebih rendah daripada orang lain yang juga mengonsumsinya. Contoh: Ibu Ana membeli *smartphone*, karena melihat Ibu Dina juga membelinya, padahal *smartphone* bukanlah kebutuhan mendesak bagi Ibu Ana.

6) Iklan

Iklan sangat berpengaruh terhadap pola konsumsi seseorang. Seseorang akan mengonsumsi suatu barang tertentu karena ia mengenal atau mengetahui barang tersebut. Agar konsumen mengenal barang produksinya, maka produsen akan mengiklankan produk tersebut. Semakin gencar iklan

dilakukan, maka diharapkan akan semakin besar pula pengaruhnya terhadap pola konsumsi masyarakat.

7) Prakiraan harga

Prakiraan harga di masa yang akan datang sangat mempengaruhi pengambilan keputusan untuk pengeluaran konsumsi. Bila konsumen berharap bahwa harga suatu barang akan naik di masa yang akan datang, maka ia akan cenderung membeli saat ini sebelum harganya benar-benar naik.

Sebaliknya bila konsumen mengira bahwa harga suatu barang akan turun di masa yang akan datang, maka ia akan menunda pengeluaran konsumsinya menunggu sampai harga barang tersebut benar-benar turun. Contoh: Ketika pemerintah mengumumkan akan ada kenaikan harga bensin, maka masyarakat akan beramai-ramai membeli bensin sebelum harganya benar-benar naik.

Fungsi Konsumsi

Nisa (2019) menguraikan fungsi konsumsi adalah fungsi yang menunjukkan hubungan antara konsumsi (C) dengan pendapatan (Y). Konsumsi yang dilakukan oleh masyarakat dan Negara sangat erat hubungannya dengan pendapatan masyarakat dan Negara. Sehingga besar kecilnya konsumsi ditentukan oleh tingkat pendapatan. Semakin besar pendapatan akan selalu diikuti meningkatnya konsumsi. Jadi, hubungan antara pendapatan dan konsumsi bersifat positif (berbanding lurus), atau secara sistematis fungsi konsumsi dapat dinotasikan $C = f(Y)$.

Untuk lebih jelasnya lagi silahkan perhatikan video mengenai contoh cara menghitung fungsi konsumsi pada link video berikut: <https://bit.ly/2rfm9id>.

Untuk lebih mengasah pemahaman, perhatikan dan pelajari contoh kedua ini terkait dengan fungsi konsumsi.

Soal

Jika fungsi konsumsi $C = 95.000 + 0,75Y$ dalam rupiah, sedangkan C merupakan besarnya konsumsi, Y besarnya pendapatan, maka besarnya konsumsi apabila tabungan sebesar Rp100.000,00 adalah ...

Pembahasan Soal:

Pendapatan (Y) sama dengan jumlah konsumsi (C) ditambah jumlah tabungan (S), atau dalam kalimat matematikanya $Y = C + S$. Jika $C = 95.000 + 0,75Y$ dan $S = \text{Rp}100.000,00$. Maka besar konsumsi (C) adalah

Penyelesaian

$$Y = C + S$$

$$Y = 95.000 + 0,75Y + 100.000$$

$$Y - 0,75Y = 95.000 + 100.000$$

$$(1 - 0,75)Y = 195.000$$

$$(0,25)Y = 195.000$$

$$Y = 195.000 / 0,25$$

$$Y = 780.000$$

Jika diketahui nilai $Y = 780.000$ maka besar konsumsi (C) adalah ... (kembali ke bentuk persamaan C)

$$C = 95.000 + 0,75Y$$

$$C = 95.000 + 0,75 \times 780.000$$

$$C = 95.000 + 585.000$$

$$C = 680.000$$

Jadi besarnya konsumsi (C) adalah Rp. 680.000.

L. Rangkuman

1. Kegiatan ekonomi ada tiga yaitu produksi (menciptakan), distribusi (menyalurkan) dan konsumsi (menggunakan) dimana tujuannya adalah untuk memenuhi kebutuhan hidup.
2. Tujuan produksi antara lain untuk menghasilkan barang/jasa, meningkatkan nilai guna barang/jasa, meningkatkan kemakmuran, meningkatkan keuntungan, memperluas lapangan usaha dan menjaga kesinambungan usaha perusahaan. Tipe produksi menurut jangka waktunya dibedakan menjadi: proses produksi terputus-putus dan proses produksi campuran. Sedangkan menurut sifatnya dibedakan menjadi proses ekstraktif dan proses analitik.
3. Faktor produksi merupakan segala sesuatu yang dibutuhkan untuk memproduksi barang dan jasa, yaitu alam, tenaga kerja, modal dan keahlian. Jenis produksi dibedakan berdasarkan hasil produksi (barang dan jasa), bidang produksi (ekstraktif, agraris, industri, perdagangan dan jasa), berdasarkan penggunaan faktor produksi (langsung dan tak langsung), berdasarkan sektor produksi (primer, sekunder dan tersier). Fungsi produksi merupakan interaksi antara masukan (input) dengan keluaran (output)
4. Tujuan distribusi antara lain menyampaikan barang atau jasa dari produsen ke konsumen: mempercepat sampainya hasil produksi ke tangan konsumen, tercapainya pemerataan produksi, menjaga kontinuitas produksi, meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi, dan meningkatkan nilai guna barang dan jasa. Saluran distribusi melalui tiga cara, yaitu langsung, tidak langsung dan semi langsung, sedangkan distributornya antara lain: grosir, agen, retailer. Fungsi distribusi dikelompokkan menjadi dua, yakni fungsi pokok dan fungsi tambahan

5. Tujuan konsumsi antara lain: mengurangi nilai guna barang atau jasa secara bertahap, menghabiskan nilai guna barang sekaligus, memuaskan kebutuhan secara fisik, dan memuaskan kebutuhan rohani. Sedang faktor yang mempengaruhinya yaitu penghasilan, selera, adat istiadat, mode, demonstration effect, iklan dan prakiraan harga. Fungsi konsumsi adalah fungsi yang menunjukkan hubungan antara konsumsi (C) dengan pendapatan (Y)

Pembelajaran 3. Permintaan, Penawaran, dan Struktur Pasar

M. Kompetensi

Menjelaskan konsep permintaan, konsep penawaran, dan struktur pasar.

N. Indikator Pencapaian Kompetensi

1. Menjelaskan pengertian permintaan dan kurva permintaan
2. Menjelaskan jenis permintaan
3. Menjelaskan hukum, fungsi dan elastisitas permintaan
4. Menjelaskan pengertian penawaran
5. Menjelaskan jenis penawaran
6. Menjelaskan hukum, fungsi dan elastisitas penawaran
7. Menjelaskan pengertian harga dan harga keseimbangan
8. Menjelaskan pengertian pasar
9. Menjelaskan struktur, fungsi dan jenis/bentuk pasar

O. Uraian Materi

Pada umumnya, jika sekelompok orang ditanya “apakah ilmu ekonomi itu?” Maka mereka akan menjawab bahwa ilmu ekonomi adalah ilmu yang mempelajari tentang pasar modal, investasi, *finance*, dan sebagainya. Semua jawaban tersebut tidak salah, namun pada hakekatnya ilmu ekonomi adalah ilmu yang mempelajari perilaku manusia dan mengapa manusia berperilaku demikian.

Perilaku manusia, khususnya dalam memenuhi kebutuhan hidupnya dipicu oleh terbatasnya sumber-sumber daya yang tersedia, sedangkan kebutuhan dan keinginan manusia tidak terbatas. Kondisi ini menyebabkan manusia harus melakukan pilihan-pilihan untuk mengalokasikan sumber daya yang dimilikinya secara efektif agar ia dapat mencapai tingkat kepuasan maksimal.

Terkait dengan pemilihan dan pengalokasian sumber-sumber daya yang terbatas tersebut, salah satu permasalahan ekonomi yang muncul di masyarakat menurut teori Ekonomi modern adalah: barang apa yang harus di produksi dan disediakan? berapa jumlah barang yang harus di produksi dan di sediakan? Masalah-masalah tersebut dapat dijawab melalui adanya interaksi antara para pembeli dan penjual atau dengan kata lain terjadinya interaksi antara permintaan dari para pembeli dengan penawaran dari para penjual dalam sebuah pasar. Interaksi tersebut akan menghasilkan jumlah suatu barang/jasa yang akan diperjual belikan di pasar serta tingkat harga dari barang/jasa tersebut.

Interaksi antara permintaan dan penawaran dapat dijadikan sebagai sebuah alat analisis terhadap perilaku dan interaksi dari para pembeli dan penjual di pasar. Disamping itu, interaksi tersebut dijadikan sebagai landasan dalam menjelaskan berbagai bentuk pasar yang ada dalam masyarakat. Oleh karena itu sebelum membahas karakteristik dan mekanisme berbagai bentuk pasar, pembahasan mengenai teori permintaan dan teori penawaran perlu kemukakan terlebih dahulu.

1. Materi 1: Permintaan

Permintaan dan penawaran dalam ilmu ekonomi merupakan suatu penggambaran atas hubungan-hubungan di pasar, antara para calon pembeli dan penjual terhadap suatu barang. Permintaan adalah jumlah barang dan jasa tertentu yang diminta (dibeli) pada berbagai kemungkinan tingkat harga dan dalam waktu tertentu. Permintaan tercipta apabila pembeli memiliki keinginan untuk membeli barang dan jasa yang disertai oleh kemampuan untuk membayarnya.

Teori permintaan adalah teori yang menjelaskan sifat hubungan antara jumlah barang yang diminta/dibeli oleh masyarakat dengan berbagai faktor yang mempengaruhinya. Permintaan seseorang atau sebuah masyarakat dipengaruhi oleh berbagai macam faktor. Sebagai contoh, ketika seseorang hendak membeli sebuah rumah, disamping harga rumah, ia biasanya akan mempertimbangkan lingkungan sosial di mana rumah tersebut berada, jarak

rumah tersebut dari tempat-tempat pelayanan masyarakat seperti: angkutan umum, supermarket, sekolah, pasar dan sebagainya, fasilitas umum di sekitar rumah tersebut. Secara umum, para ekonom telah menentukan beberapa faktor terpenting yang biasanya mempengaruhi permintaan suatu masyarakat atas suatu barang atau jasa. Faktor-faktor tersebut adalah:

- Harga barang/jasa itu sendiri.
- Harga barang lain.
- Pendapatan masyarakat.
- Distribusi Pendapatan
- Cita rasa masyarakat.
- Ramalan mengenai keadaan di masa yang akan datang.

Jika ditulis dalam sebuah fungsi, maka jumlah barang yang diminta merupakan fungsi dari keseluruhan faktor tersebut diatas dan akan terlihat seperti dibawah ini:

$$Q_d = f(P, P_s, P_c, I, \text{Iklim dan Cuaca, Selera Masyarakat, dll ...})$$

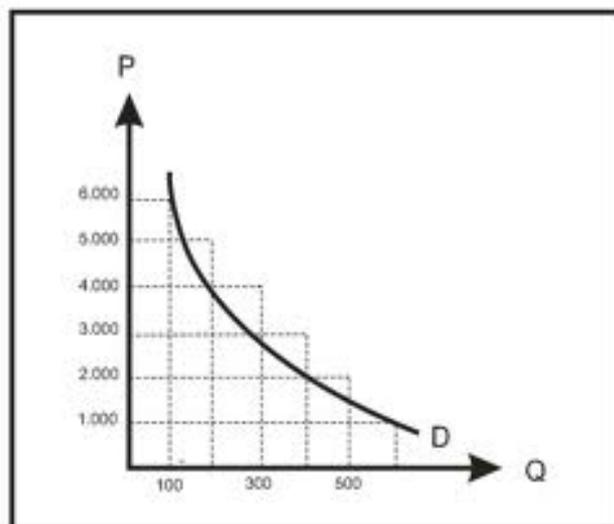
Namun sangat sulit untuk menganalisis pengaruh faktor-faktor diatas secara sekaligus dalam menentukan permintaan terhadap barang/jasa . Oleh karena itu dalam teori permintaan, para ekonom biasanya membuat analisis yang lebih sederhana, yaitu jumlah permintaan atas barang/jasa dipengaruhi oleh harga dari barang/jasa tersebut, dan mengasumsikan faktor-faktor lain tidak berubah (*ceteris paribus*).

$$Q_d = f(P)$$

Pengaruh dari faktor-faktor lain tersebut kemudian dianalisis dengan mengasumsikan bahwa harga tidak berubah, misalnya bagaimana perubahan pendapatan masyarakat akan merubah (menambah/mengurangi) permintaan atas suatu barang,.

Harga Barang/Jasa itu Sendiri.

Harga barang/jasa dianggap sebagai faktor terpenting dalam menentukan jumlah permintaan terhadap barang/jasa. Oleh karena itu dalam Hukum Permintaan yang dibahas adalah hubungan antara jumlah barang yang diminta dengan harga barang tersebut. Hukum Permintaan menyatakan “semakin tinggi harga suatu barang, semakin sedikit permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, semakin rendah harga suatu barang, semakin banyak permintaan terhadap barang tersebut, *ceteris paribus*”. Dengan demikian terdapat hubungan yang berbanding terbalik antara harga dan jumlah barang yang diminta. Jika digambarkan dalam sebuah kurva pada sumbu X dan Y, permintaan akan menurun dari kiri atas ke kanan bawah seperti gambar dibawah ini:



Gambar 3 Kurva Permintaan

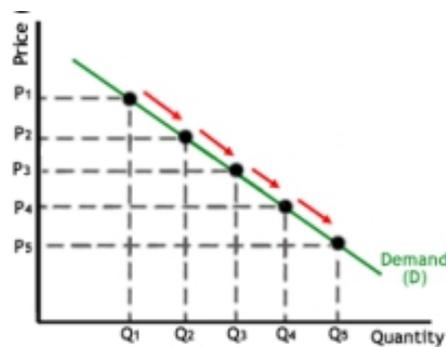
Kurva permintaan adalah kurva yang menggambarkan sifat hubungan antara harga suatu barang dengan jumlah barang tersebut yang diminta oleh para pembeli. Kurva permintaan dibuat berdasarkan sebuah daftar permintaan yaitu yang berupa sebuah tabel yang memberi gambaran dalam angka-angka tentang hubungan antara harga dengan jumlah barang yang diminta oleh masyarakat. Contoh daftar permintaan adalah untuk kurva diatas adalah seperti berikut:

Tabel 3 Daftar Permintaan

Keadaan	Harga	Jumlah
1	6.000	100
2	5.000	130
3	4.000	190
4	3.000	280
5	2.000	400
6	1.000	600

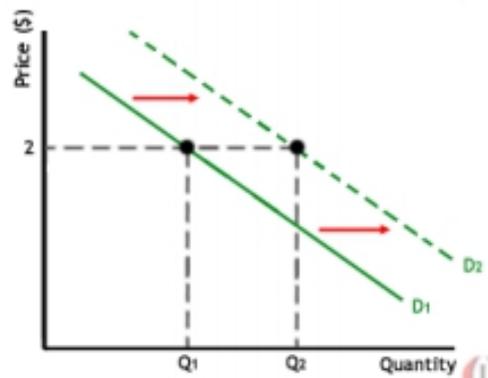
Dalam menganalisis permintaan, perlu dibedakan antara istilah “PERMINTAAN” dan “JUMLAH BARANG YANG DIMINTA”. “Permintaan”/Demand (D) adalah keseluruhan dari kurva permintaan. Sedangkan “jumlah barang yang diminta”/Quantity Demanded (Qd) adalah banyaknya barang yang diminta pada suatu tingkat harga.

Sesuai dengan hukum permintaan, Harga barang/jasa akan berpengaruh terhadap jumlah barang yang diminta (Qd) , sedangkan faktor-faktor selain harga akan berpengaruh terhadap kurva permintaan (D) secara keseluruhan. Dengan kata lain, perubahan harga menimbulkan pergerakan sepanjang kurva permintaan, seperti diilustrasikan dengan gambar dibawah ini:



Gambar 4 Pergerakan (movement) sepanjang kurva permintaan

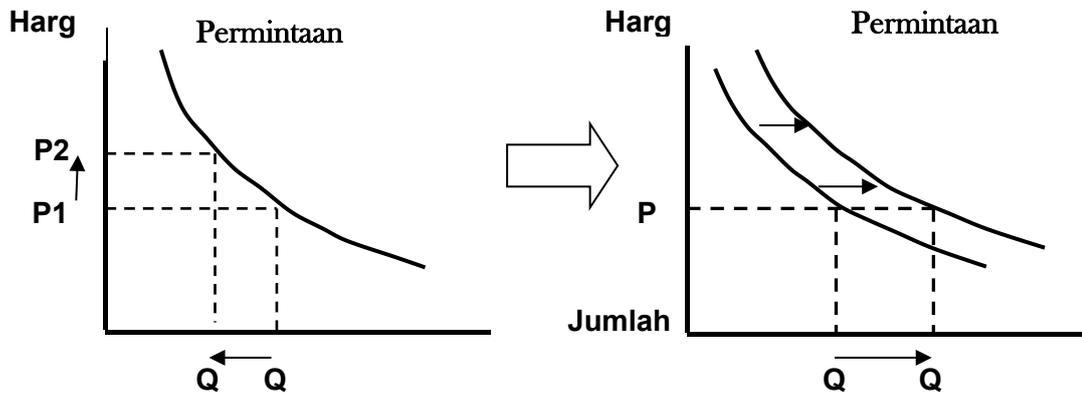
Sementara perubahan faktor selain harga akan menggeser kurva permintaan ke kanan atau ke kiri, seperti gambar dibawah ini:



Gambar 5 Pergeseran (shifting) kurva permintaan

Harga Barang/jasa Lain

Hubungan antara suatu barang/jasa dengan barang/jasa lain dapat dikategorikan menjadi 3: barang/jasa pengganti (*substitute*), barang/jasa pelengkap (*complementer*), dan barang netral. Suatu barang/jasa dikatakan sebagai barang/jasa pengganti jika ia dapat menggantikan fungsi barang/jasa yang digantikan. Sebagai contoh adalah, jasa transportasi daring. Jasa transportasi Maxim dapat menggantikan fungsi-fungsi jasa transportasi Grab. Harga barang/jasa pengganti dapat mempengaruhi permintaan atas barang/jasa yang mempunyai fungsi yang sama. Karena itu, jika harga Maxim naik, permintaan terhadap Grab akan meningkat walaupun harganya tidak berubah. Sebaliknya, jika harga Maxim turun, maka permintaan terhadap Grab akan menurun walaupun harganya tetap. Dalam contoh dibawah ini, saat harga Maxim naik dari P1 menjadi P2 jumlah Maxim yang diminta turun dari Q1 menjadi Q2. Hal ini menyebabkan kurva permintaan terhadap Grab bergeser ke kanan (jumlah Grab yang diminta meningkat), yaitu dari Q1 menjadi Q2, walaupun harga Grab tetap (P).



Gambar 6 Kurva permintaan Maxim dan Grab

Barang/jasa pelengkap adalah barang/jasa yang dibutuhkan agar barang/jasa lain bisa berfungsi sebagaimana mestinya. Contohnya, pulsa adalah barang pelengkap bagi telepon genggam atau sebaliknya. Jika permintaan terhadap telepon genggam meningkat, maka permintaan terhadap pulsa juga akan meningkat (kurva bergeser ke kanan). Sebaliknya, jika permintaan terhadap telepon genggam menurun, maka permintaan pulsa akan berkurang (kurva bergeser ke kiri). Barang netral adalah barang yang tidak mempengaruhi permintaan terhadap barang lain, contohnya adalah sepatu dan kopi, semakin tinggi harga sepatu tidak akan berpengaruh terhadap permintaan terhadap kopi.

Pendapatan Masyarakat

Pendapatan dari masyarakat merupakan salah satu faktor yang penting dalam menentukan jumlah permintaan terhadap suatu produk. Jika suatu barang adalah barang normal, umumnya kenaikan pendapatan masyarakat akan meningkatkan permintaan terhadap barang tersebut. Contohnya adalah laptop. Jika pendapatan masyarakat meningkat, permintaan terhadap laptop akan meningkat (kurva bergeser ke kanan) meskipun harga laptop tidak berubah. Namun, jika jenis barang adalah barang inferior, peningkatan

pendapatan masyarakat cenderung akan menyebabkan penurunan permintaan terhadap barang tersebut. Kompor minyak tanah adalah barang inferior jika dibandingkan dengan kompor gas, sehingga saat pendapatan masyarakat meningkat, permintaan terhadap kompor minyak tanah akan turun.

Distribusi Pendapatan

Selain pendapatan masyarakat, distribusi pendapatan juga mempengaruhi corak permintaan masyarakat. Sebagai contoh, seandainya pemerintah menaikkan pajak pendapatan terhadap orang-orang dengan penghasilan tinggi, kemudian pajak tersebut sebagian digunakan untuk menaikkan pendapatan golongan masyarakat berpenghasilan rendah, maka dapat terjadi perubahan permintaan ke atas beberapa jenis barang/jasa. Barang-barang yang biasanya dibeli oleh golongan masyarakat berpenghasilan tinggi yang harganya relatif mahal akan berkurang, sebaliknya barang-barang yang biasanya dikonsumsi oleh masyarakat berpenghasilan rendah yang harganya relatif mahal akan meningkat.

Selera Masyarakat

Jika masyarakat secara umum lebih menyukai produk tertentu (X) dibanding produk lain yang sejenis, maka permintaan terhadap produk X tersebut cenderung meningkat meskipun harga tetap. Misalnya, jika masyarakat lebih menyukai mobil buatan Jepang karena lebih irit BBM dibanding mobil buatan Amerika atau Eropa, maka kurva permintaan terhadap mobil Jepang tersebut akan bergeser ke kanan.

Prediksi Mengenai Keadaan di Masa Yang Akan Datang.

Jika ada prediksi bahwa harga BBM akan meningkat beberapa bulan ke depan, maka permintaan terhadap BBM akan meningkat meskipun harga BBM tidak berubah, hal ini akan menyebabkan kurva permintaan BBM akan bergeser ke kanan. Sebaliknya, jika para pengamat ekonomi memprediksi bahwa dalam beberapa bulan ke depan akan terjadi resesi ekonomi, maka masyarakat akan cenderung mengurangi konsumsi, termasuk konsumsi

BBM. Akibatnya, permintaan terhadap BBM akan berkurang meskipun harga BBM tetap (kurva permintaan BBM bergeser ke kiri).

Jenis-jenis Permintaan

Permintaan dapat dibedakan menjadi beberapa jenis, antara lain permintaan berdasarkan daya beli dan jumlah subjek pendukung. Berdasarkan daya belinya, permintaan dibagi menjadi tiga jenis, yaitu permintaan efektif, permintaan potensial, dan permintaan absolut.

1. Permintaan absolut.

Permintaan absolut adalah permintaan atas barang atau jasa yang tidak diiringi dengan kemampuan untuk membeli, sehingga lebih merupakan angan-angan. Permintaan absolut ini dimiliki oleh semua orang. Misalnya, seseorang ingin membeli sepatu olah raga yang harganya Rp. 1.500.000 tapi tidak memiliki cukup uang untuk membelinya.

2. Permintaan potensial.

Yaitu permintaan atas suatu barang atau jasa yang didukung dengan adanya kepemilikan sejumlah uang atau kemampuan daya beli, namun pembelian atas barang/jasa tersebut masih berupa rencana membeli karena adanya beberapa alternative barang/jasa. Orang-orang yang mempunyai kemampuan untuk membeli ini biasanya menjadi sasaran iklan untuk mempengaruhi agar mereka melakukan pembelian atas produk tertentu. Misalnya, seorang yang memiliki sisa uang Rp 2.000.000 berencana membeli sepasang sepatu dengan kisaran harga Rp 1.500.000, namun masih belum memutuskan sepatu merk apa yang akan dibeli.

3. Permintaan efektif.

Yaitu permintaan atas suatu produk barang atau jasa yang dilakukan sesuai dengan daya beli yang dimiliki. Misalnya seseorang pada contoh nomor 2 diatas (permintaan potensial) akhirnya membeli sepatu merk "**Nyaman**", seharga Rp 1.600.000.

Sedangkan permintaan menurut subjek pendukungnya dibagi menjadi dua jenis, yaitu individual dan kolektif/pasar.

- 1) Permintaan individu yaitu permintaan yang dilakukan oleh seorang pembeli terhadap barang dan jasa yang akan digunakan untuk memenuhi kebutuhannya.
- 2) Permintaan kolektif/pasar yaitu permintaan yang dilakukan oleh konsumen secara keseluruhan di dalam pasar.

Seperti telah dijelaskan sebelumnya, bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi jumlah barang yang diminta adalah harga barang itu sendiri, maka dapat dikatakan antara harga dengan jumlah barang yang diminta mempunyai hubungan yang erat. Untuk melihat bagaimana hubungan antara harga barang dengan jumlah barang yang diminta perlu dibuat asumsi bahwa faktor-faktor lain yang memengaruhi permintaan tidak berubah atau dalam kondisi *ceteris paribus*.

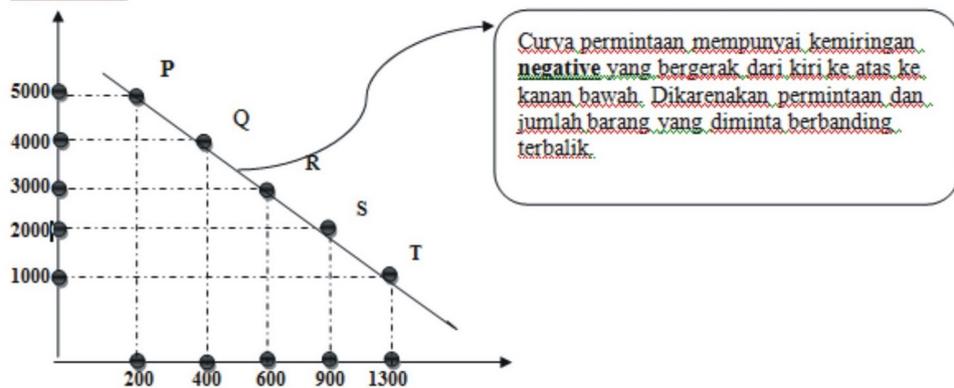
Bunyi hukum permintaan yaitu “Jika harga suatu barang meningkat, maka jumlah barang yang diminta akan turun. Sebaliknya, jika harga suatu barang turun, maka jumlah barang yang akan diminta akan meningkat (Ceteris Paribus)” Untuk lebih jelasnya lagi bisa dilihat pada video hukum permintaan pada link berikut: <https://bit.ly/2KnB6H9> (Nisa, 2019, Awaluddin dan Wijayati 2018).

a.)

**Permintaan ke atas tempe
Pada berbagai tingkat harganya**

	Harga	Jumlah yang di minta
P	Rp. 5000	200
Q	Rp. 4000	400
R	Rp. 3000	600
S	Rp. 2000	900
T	Rp. 1000	1300

Grafiknya :



Gambar 7 Kurva permintaan berdasarkan tabel permintaan
<https://bit.ly/2HC6len>

Hubungan antara harga dengan jumlah barang yang diminta bisa diketahui melalui fungsi permintaan. Fungsi permintaan mengikuti hukum permintaan yaitu apabila harga suatu barang naik maka permintaan akan barang tersebut juga menurun dan sebaliknya apabila harga barang turun maka permintaan akan barang tersebut meningkat. Jadi, hubungan antara harga dan jumlah barang yang diminta oleh konsumen memiliki hubungan yang terbalik, sehingga gradien dari fungsi permintaan (b) akan selalu negatif.

Bentuk umum fungsi permintaan dengan dua variabel adalah sebagai berikut:

$$Q_d = a - bP_d$$

Keterangan:

a dan b = konstanta, dimana b harus bernilai negatif

$$b = \Delta Q_d / \Delta P_d$$

P_d = harga barang per unit yang diminta

Q_d = banyaknya unit barang yang diminta

Syarat, $P \geq 0$, $Q \geq 0$, serta $dPd / dQ < 0$

$$\frac{Pd - Pd1}{Pd2 - Pd1} = \frac{Qd - Qd1}{Qd2 - Qd1}$$

Rumus fungsi permintaan:

Keterangan:

$Pd1$ = harga awal

$Qd1$ = kuantitas awal

$Pd2$ = harga akhir

$Qd2$ = kuantitas akhir

Untuk lebih jelasnya mengenai fungsi permintaan bisa dipelajari lebih lanjut melalui link video berikut <https://youtu.be/psV1orh-OoM> (soal perhitungan fungsi permintaan dan fungsi penawaran) (Nisa, 2019).

Elastisitas Permintaan

Jika seseorang bertanya, untuk menaikkan hasil penjualan/keuntungan, apakah saya harus menaikkan harga jual ataukah menurunkannya? Jawabannya adalah tergantung dari elastisitas permintaan barang tersebut. Elastisitas permintaan harga (selanjutnya disebut elastisitas permintaan) adalah ukuran mengenai seberapa responsif jumlah barang yang diminta terhadap perubahan harga. Hukum permintaan menyatakan bahwa kenaikan harga akan menyebabkan penurunan jumlah barang yang diminta. Namun, hukum permintaan tersebut tidak bisa menjawab pertanyaan “berapa penurunan jumlah barang yang diminta jika terjadi kenaikan harga sebanyak 10%?” pertanyaan tersebut dapat dijawab jika koefisien elastisitas permintaan (E_d) diketahui.

Faktor penting mengenai konsep permintaan adalah elastisitas permintaan. Elastisitas permintaan (E_d) adalah derajat kepekaan yang disebabkan oleh perubahan harga barang sehingga terjadi perubahan pada kuantitas barang yang diminta. Pengukuran elastisitas permintaan adalah dengan tingkat koefisien elastisitas. Elastisitas permintaan juga diartikan sebagai perbandingan persentase perubahan kuantitas barang yang diminta dengan persentase perubahan harga barang itu sendiri.

Koefisien elastisitas permintaan secara matematis dirumuskan seperti berikut:

$$\text{Koefisien elastisitas permintaan} = \frac{\% \text{ perubahan permintaan}}{\% \text{ perubahan harga}}$$

Keterangan:

Ed : koefisien elastisitas permintaan
 ΔP : perubahan harga
 ΔQ : perubahan jumlah permintaan
Q : jumlah permintaan awal
P : harga awal

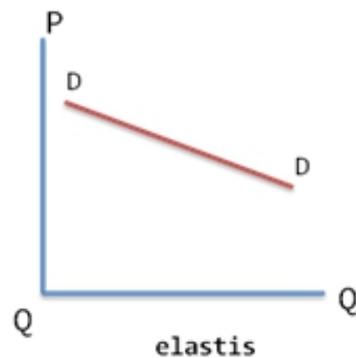
$$Ed = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P}{Q}$$

Hasil yang diperoleh dari perhitungan koefisien elastisitas adalah bernilai negatif. Mengapa? Karena harga dan jumlah barang yang diminta berbanding terbalik (mengalami arah yang berbalikan). Hasilnya, penurunan harga menaikkan permintaan atau kenaikan harga akan menurunkan permintaan. Namun, biasanya tanda negatif diabaikan dalam menghitung koefisien elastisitas. Untuk lebih jelasnya lagi dalam menghitung elastisitas permintaan dengan fungsi simak video dalam link berikut: <https://youtu.be/o4kvqO39eho>. (Nisa, 2019)

Ada lima jenis elastisitas permintaan:

1) Permintaan elastis: elastisitas > 1 .

Prosentase perubahan kuantitas permintaan $>$ prosentase perubahan harga. Ini sering terjadi pada produk yang mudah dicari substitusinya. Misalnya saja pakaian, makanan ringan, barang mewah dan lain sebagainya. Ketika harganya naik, konsumen akan dengan mudah menemukan barang penggantinya.

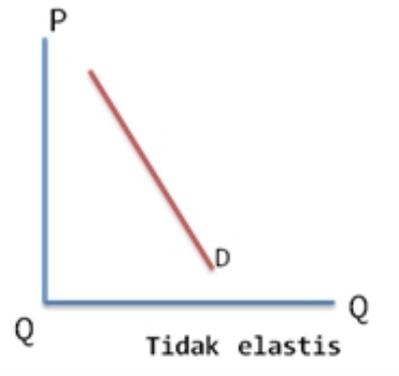


Gambar 8 permintaan elastis

2) Permintaan tidak elastis: elastisitas < 1 .

Prosentase perubahan kuantitas permintaan $<$ dari prosentase perubahan harga. Contoh permintaan tidak elastis ini dapat dilihat diantaranya pada produk kebutuhan. Misalnya beras, meskipun harganya naik, orang akan tetap membutuhkan konsumsi beras sebagai makanan pokok. Karenanya, meskipun mungkin dapat dihemat penggunaannya, namun cenderung tidak akan sebesar kenaikan harga yang terjadi. Sebaliknya pula, jika harga beras turun konsumen tidak akan menambah konsumsinya sebesar penurunan harga. Ini karena konsumsi beras memiliki keterbatasan (misalnya rasa kenyang).

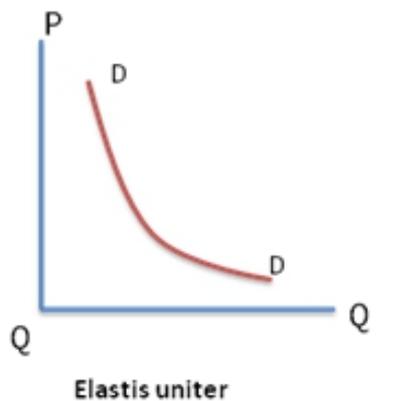
Contoh lainnya yang sejenis adalah bensin. Jika harga bensin naik, tingkat penurunan penggunaannya biasanya tidak sebesar tingkat kenaikan harganya. Ini karena kita tetap membutuhkan bensin untuk bepergian. Sama halnya, ketika harganya turun, kita juga tidak mungkin bepergian terus menerus demi menikmati penurunan harga tersebut. Karakteristik produk yang seperti ini mengakibatkan permintaan menjadi tidak elastis.



Gambar 9 Permintaan tidak elastis

3) Permintaan uniter elastis: elastisitas = 1.

Prosentase perubahan kuantitas permintaan = prosentase perubahan harga. Contoh produk yang elastisitasnya uniter tidak dapat disebutkan secara spesifik. Jenis permintaan ini sebenarnya lebih sebagai pembatas antara permintaan elastis dan tidak elastis, sehingga belum tentu ada produk yang dapat dikatakan memiliki permintaan uniter elastis. Contoh: barang-barang elektronik.

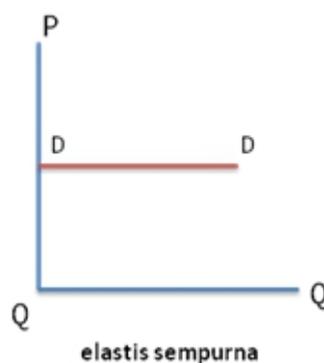


Gambar 10 Permintaan tidak elastis

4) Permintaan elastis sempurna: elastisitas tak terhingga.

Dimana pada suatu harga tertentu pasar sanggup membeli semua barang yang ada di pasar. Namun, kenaikan harga sedikit saja akan menjatuhkan permintaan menjadi 0. Dengan demikian, kurvanya berbentuk horisontal. Contoh produk yang permintaannya bersifat tidak elastis sempurna diantaranya barang/jasa yang bersifat komoditi, yaitu barang/jasa yang memiliki karakteristik dan fungsi sama meskipun dijual di tempat yang berbeda atau diproduksi oleh produsen yang berbeda.

Dengan demikian, secara nalar barang/jasa tersebut seharusnya memiliki harga yang sama pula. Misalnya saja paperclip dan pen tinta biasa (seperti pen merek S dan P yang rata-rata berharga 1000-1500). Jika kita pergi ke supermarket untuk membeli paperclip, misalnya, kita cenderung tidak akan memperhatikan perbedaan merek. Satu-satunya yang sering kita jadikan bahan perbandingan adalah harga, dimana kita akan membeli paperclip yang harganya paling murah (atau pada harga rata-rata yang diterima pasar). Akibatnya, bagi perusahaan yang menjual paperclip diatas harga rata-rata, permintaan akan barangnya akan turun ke nol. Ini karena semua paperclip, meskipun harganya berbeda-beda, memberikan fungsi yang sama. Contoh: bumbu dapur.

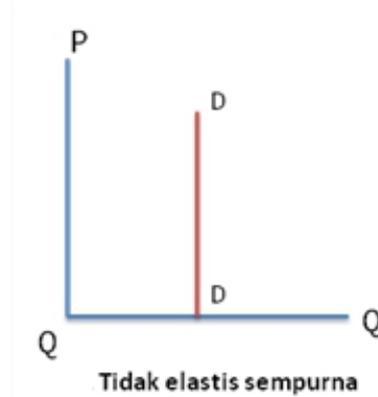


Gambar 11 Permintaan elastis sempurna

5) Permintaan tidak elastis sempurna: elastisitas = 0.

Perubahan harga tidak mempengaruhi jumlah yang diminta. Dengan demikian, kurvanya berbentuk vertikal. Kurva berbentuk vertikal ini berarti

bahwa berapapun harga yang ditawarkan, kuantitas barang/jasa tetap tidak berubah. Contoh barang yang permintaannya tidak elastis sempurna adalah tanah (meskipun harganya naik terus, kuantitas yang tersedia tetap terbatas), lukisan milik pelukis yang telah meninggal (berapapun harga yang ditawarkan atas lukisan, pelukis tersebut tidak akan mampu menambah kuantitas lukisannya), dan contoh lainnya yang sejenis obat-obatan pada waktu sakit.



Gambar 12 Permintaan elastis sempurna

Pada waktu harga *smartphone* Rp 4.000.000 per unit, jumlah *smartphone* yang dibeli masyarakat adalah 10.000 unit. Pada waktu harga *smartphone* turun menjadi Rp 3.000.000 per unit, jumlah *smartphone* yang dibeli konsumen 15.000 unit. Hitunglah nilai koefisien elastisitas dari permintaan *smartphone* tersebut.

$$Ed = \frac{\frac{15,000 - 10,000}{10,000}}{\frac{3,000,000 - 4,000,000}{4,000,000}}$$

$$Ed = \frac{\frac{5,000}{10,000}}{\frac{-1,000,000}{4,000,000}} = \frac{1/2}{-1/4}$$

$$Ed = -2$$

Nilai negatif pada koefisien elastisitas permintaan akan selalu terjadi karena harga dan jumlah barang yang diminta selalu bergerak ke arah yang berlawanan.

Faktor penentu elastisitas permintaan atas suatu barang ada tiga, yaitu:

1. Banyaknya barang pengganti.

Semakin banyak barang yang dapat menggantikan barang tertentu (X), maka semakin elastis barang X tersebut dan sebaliknya. Jika barang X memiliki banyak pengganti, kenaikan harga barang X yang sedikit dapat menyebabkan banyak konsumen meninggalkan barang X dan beralih ke produk lain yang sejenis. Sebaliknya, jika tidak banyak produk yang dapat menggantikan barang X, walaupun harga X meningkat secara signifikan, permintaan terhadap X tidak akan berkurang banyak.

2. Prosentasi pendapatan yang dibelanjakan.

Prosentasi harga barang terhadap penghasilan masyarakat ikut menentukan elastisitas barang tersebut. Contoh, jika harga sebatang coklat seharga Rp. 5.000 naik 10% menjadi Rp. 5.500, kenaikan itu tidak akan banyak mengurangi jumlah permintaan terhadap coklat tersebut karena harga coklat tersebut sangat kecil dibandingkan dengan pendapatan rata-rata masyarakat. Namun, jika harga sebuah laptop naik 10% dari Rp. 3.000.000 menjadi Rp. 3.300.000, maka sangat mungkin jumlah permintaan terhadap laptop tersebut akan berkurang, konsumen akan mencari laptop merek lain yang lebih murah. Hal ini adalah karena harga laptop tersebut memiliki prosentase yang cukup besar terhadap pendapatan rata-rata masyarakat.

3. Jangka waktu analisis.

Semakin lama jangka waktu analisis terhadap permintaan suatu barang, semakin elastis sifat permintaan tersebut. Hal ini terjadi karena dalam jangka waktu yang singkat, perubahan-perubahan harga yang terjadi di pasar belum banyak diketahui oleh masyarakat, sehingga mereka cenderung membeli barang yang biasanya dibeli. Namun dalam jangka panjang, dimana pembeli sudah memiliki pengetahuan mengenai perubahan harga, mereka akan mencari produk dengan harga terendah.

2. Materi 2: Penawaran

Penawaran adalah keseluruhan jumlah barang yang bersedia ditawarkan pada berbagai tingkat harga tertentu dan waktu tertentu. Penawaran dan produksi mempunyai hubungan yang sangat erat. Hal-hal yang mendorong dan menghambat kegiatan produksi berpengaruh terhadap jumlah penawaran.

Teori penawaran adalah teori yang menjelaskan sifat hubungan antara jumlah barang yang ditawarkan/diproduksi oleh produsen terhadap berbagai faktor yang mempengaruhinya. Sebagaimana permintaan, penawaran juga dipengaruhi oleh berbagai hal, namun para ahli ekonomi telah menetapkan beberapa faktor yang dianggap paling memberi pengaruh terhadap jumlah penawaran suatu barang/jasa. Faktor-faktor tersebut adalah:

- Harga barang itu sendiri.
- Harga barang lain.
- Biaya produksi.
- Tingkat teknologi.
- Tujuan-tujuan perusahaan.
- Faktor-faktor lain.

$$Q_s = f(P, P_s, C, \text{Teknologi}, \text{Tujuan perusahaan}, \text{dll} \dots)$$

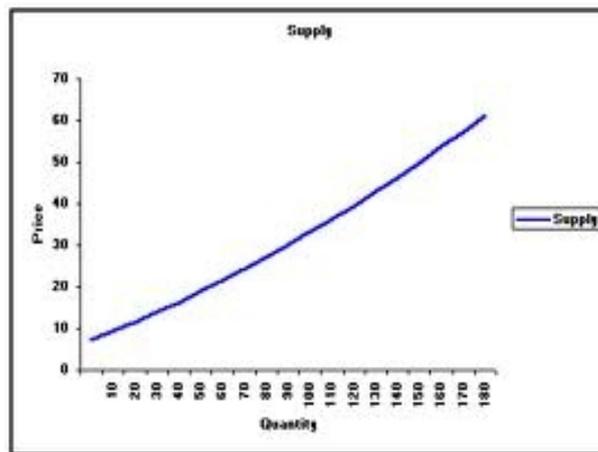
Sebagaimana teori permintaan, dalam analisis mengenai penawaran, yang terlebih dahulu dilakukan adalah menganalisis pengaruh harga suatu barang terhadap jumlah barang yang ditawarkan, dengan mengasumsikan bahwa faktor-faktor lain tidak berubah.

$$Q_s = f(P)$$

Pengaruh dari faktor-faktor lain tersebut kemudian dianalisis dengan mengasumsikan bahwa harga tidak berubah, misalnya bagaimana perubahan biaya tenaga kerja terhadap jumlah barang yang ditawarkan oleh produsen kepada masyarakat.

Harga Barang Itu Sendiri.

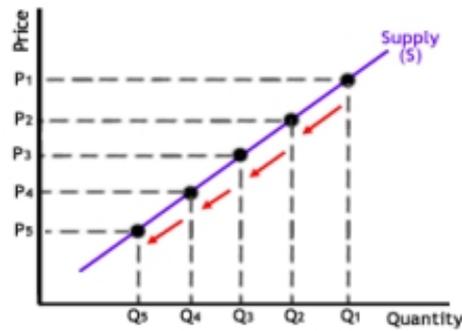
Sifat hubungan antara harga dan jumlah barang yang ditawarkan adalah kebalikan dari sifat hubungan antara harga dan jumlah barang yang diminta. Hukum penawaran menyatakan bahwa semakin tinggi harga suatu barang, semakin banyak barang yang ditawarkan. Sebaliknya, semakin rendah harga suatu barang, semakin sedikit barang yang ditawarkan, *ceteris paribus*. Dengan demikian terdapat hubungan yang berbanding lurus antara harga dan jumlah barang yang ditawarkan. Jika digambarkan dalam sebuah kurva pada sumbu X dan Y, penawaran akan naik dari kiri bawah ke kanan atas seperti gambar dibawah ini:



Gambar 13 Kurva penawaran

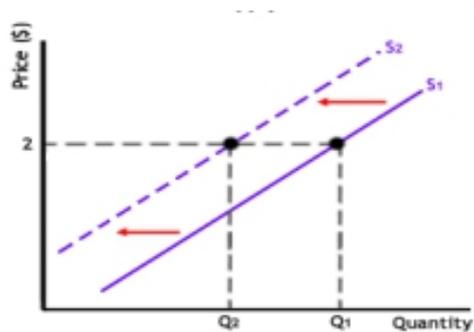
Pada waktu harga rendah, tidak banyak produsen yang menjual barangnya karena harga tersebut hanya memberi keuntungan yang sangat kecil bagi mereka, atau bahkan harga tersebut belum menutupi biaya produksi yang dikeluarkan untuk membuat produk tersebut. Namun, pada saat harga tinggi, jumlah barang yang ditawarkan meningkat karena harga yang tinggi tersebut memberikan selisih keuntungan yang besar.

Sesuai dengan hukum penawaran, perubahan harga akan menyebabkan perubahan JUMLAH BARANG YANG DITAWARKAN/*Quantity Supplied* (Q_s), sehingga pergerakan yang terjadi adalah sepanjang kurva penawaran, seperti diilustrasikan dengan gambar dibawah ini:



Gambar 14 Pergerakan (movement) sepanjang kurva penawaran

Perubahan faktor-faktor selain harga, akan mengakibatkan perubahan pada kurva PENAWARAN (D), yaitu kurva tersebut akan bergeser kekanan atau kekiri, seperti gambar dibawah ini



Gambar 15 Pergeseran (shifting) kurva penawaran

Pergeseran kurva penawaran disebabkan karena perubahan faktor-faktor selain harga barang itu sendiri, misalnya harga barang lain, biaya produksi, kemajuan teknologi, tujuan perusahaan, dan faktor-faktor lain,

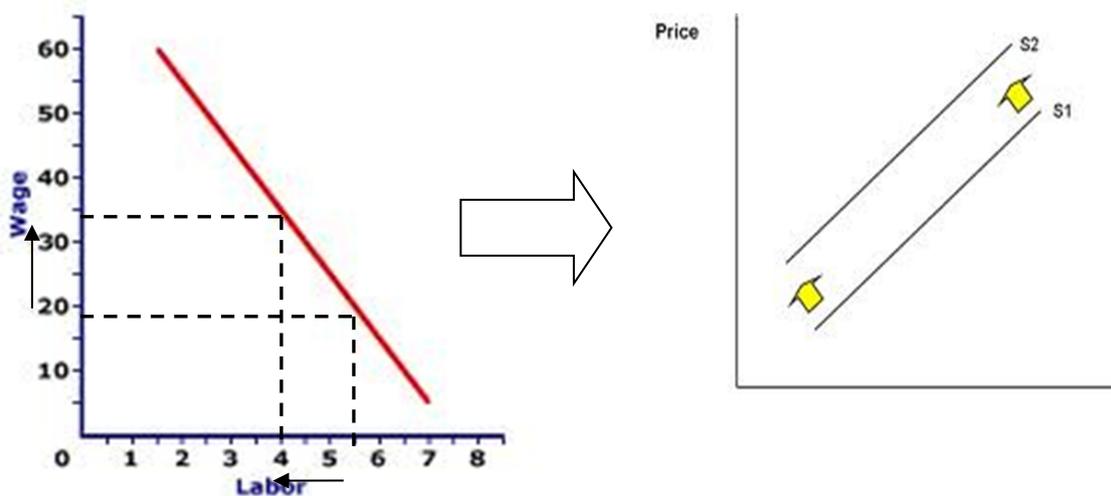
Harga Barang Lain.

Jika harga dari barang pengganti menjadi lebih mahal dibanding harga barang yang digantikan (X), maka penawaran terhadap barang X tersebut akan meningkat. Sebagai contoh, pada waktu pemerintah menetapkan kenaikan tarif impor atas sapi Australia, harga sapi Australia yang dijual di Indonesia menjadi lebih mahal dibanding harga sapi lokal. Permintaan

terhadap sapi lokal meningkat, kenaikan permintaan ini mendorong terjadinya kenaikan penawaran sapi lokal.

Biaya Produksi.

Salah satu komponen biaya produksi adalah tenaga kerja. Perubahan terhadap biaya tenaga kerja dapat mempengaruhi kurva penawaran. Sebagai contoh, ketika terjadi kenaikan harga upah tenaga kerja, jika sebagian produsen tidak mampu memenuhi tuntutan kenaikan tersebut, maka mereka akan mengurangi jumlah tenaganya. Pengurangan tenaga kerja ini akan mengakibatkan jumlah barang yang diproduksi berkurang, sehingga kurva penawaran akan bergeser ke kiri. Situasi ini dapat diilustrasikan dengan gambar di bawah ini:



Gambar 16 Kenaikan upah dan pergeseran kurva penawaran

Pergeseran kurva penawaran juga dapat terjadi pada waktu terjadi perubahan biaya bahan mentah atau biaya modal perusahaan (biaya-biaya *overhead*).

Tingkat Teknologi.

Kemajuan teknologi mendorong proses produksi yang semakin efisien. Efisiensi ini disatu sisi dapat menurunkan biaya pokok produksi, dan di sisi

lain meningkatkan produktifitas perusahaan, sehingga jumlah penawaran semakin tinggi dan akan mendorong kurva penawaran ke sebelah kanan.

Tujuan Perusahaan.

Umumnya perusahaan selalu berusaha memaksimalkan keuntungan. Namun disisi lain, seringkali keuntungan maksimal dapat diraih tidak pada saat menggunakan kapasitas maksimal dari kemampuan produksinya. Sehingga, jika tujuan perusahaan adalah keuntungan maksimal, maka sangat mungkin jumlah barang yang diproduksi dan ditawarkan lebih rendah dari seharusnya mampu mereka lakukan. Bagi perusahaan-perusahaan milik pemerintah, umumnya lebih menekankan kepada kepentingan masyarakat, sehingga mereka akan melakukan produksi pada kapasitas maksimum yang mereka miliki daripada pada kapasitas yang memaksimalkan keuntungan.

Adapun jenis penawaran ada 2, penawaran penjual dan penawaran pasar.

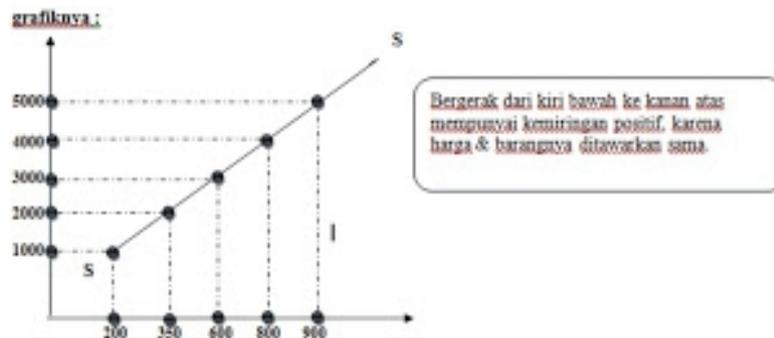
- 1) Penawaran penjual, yaitu jumlah penawaran yang dilakukan oleh perusahaan atau penjual tertentu atas suatu barang atau jasa.
- 2) Penawaran Pasar, yaitu hasil penjumlahan dari seluruh perusahaan yang ada di pasar terhadap suatu barang atau jasa dalam waktu tertentu.

Dari beberapa faktor yang mempengaruhi penawaran diatas, harga adalah faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi penawaran. Sehingga para ahli ekonomi membuat hukum penawaran yaitu hukum yang mengatur hubungan antara harga barang dengan penawaran dari uraian di atas, dapat dirumuskan hukum penawaran sebagai berikut: “Apabila harga barang naik, maka jumlah barang yang ditawarkan naik dan apabila harga turun maka jumlah barang yang ditawarkan turun” atau penawaran terhadap suatu barang berbanding lurus dengan harga barang yang ditawarkan.

Sebagaimana hukum permintaan, hukum penawaran tidak berlaku mutlak. Hukum penawaran hanya merupakan kecenderungan dan dapat berlaku secara ceteris paribus yang artinya hukum penawaran hanya berlaku jika faktor yang mempengaruhi penawaran selain harga barang adalah tetap.

Daftar penawaran tempe

	Harga	Jumlah yang ditawarkan
A.	Rp. 5000	900
B.	Rp. 4000	800
C.	Rp. 3000	600
D.	Rp. 2000	350
E.	Rp. 1000	200



Gambar 17 Kurva penawaran berdasarkan tabel penawaran
Sumber: <https://bit.ly/2HC6len>

Fungsi penawaran merupakan fungsi yang menunjukkan hubungan antara harga barang yang ada di pasar dengan kuantitas penawaran yang ditawarkan oleh produsen. Sebelumnya sudah kita ketahui mengenai Hukum Penawaran dimana ketika harga barang dan jasa naik, kuantitas yang ditawarkan juga naik dan jika harga barang dan jasa turun, kuantitas yang ditawarkan pun turun. Hal ini menunjukkan bahwa penawaran dan harga barang yang ditawarkan memiliki hubungan positif, oleh karena itu fungsi penawaran akan selalu positif.

Bentuk fungsi penawaran: $Q_s = a + bP_s$

a & b adalah konstanta dimana b harus bernilai positif

P_s adalah harga barang yang ditawarkan

Q_s adalah jumlah barang yang ditawarkan

$$\frac{P_s - P_{s1}}{P_{s2} - P_{s1}} = \frac{Q_s - Q_{s1}}{Q_{s2} - Q_{s1}}$$

Rumus fungsi penawaran:

Keterangan:

P_{s1} = harga awal

Q_{s1} = kuantitas awal

Ps2 = harga akhir

Qs2 = kuantitas akhir

Untuk lebih jelasnya mengenai perhitungan fungsi penawaran, simak dan pelajari pada link video berikut <https://youtu.be/0ltcx5B-RtM> (penyelesaian soal fungsi penawaran) dan link <https://youtu.be/mlZsw9IRSa0> (cara cepat mencari fungsi permintaan dan fungsi penawaran) (Nisa, 2019).

Hukum penawaran mengaitkan antara harga barang yang ditawarkan dengan jumlah barang yang ditawarkan, oleh karena itu konsep elastisitas dapat juga diterapkan untuk menentukan perubahan penawaran. Elastisitas penawaran adalah ukuran seberapa responsif jumlah barang yang ditawarkan oleh produsen/penjual terhadap perubahan harga barang (Sukirno, 2006).

Perhitungan koefisien elastisitas penawaran sama dengan rumus sebelumnya yaitu untuk menghitung koefisien elastisitas penerimaan, berikut rumus koefisien elastisitas penawaran:

$$E_s = \frac{\text{Persentase perubahan jumlah barang yang ditawarkan}}{\text{Persentase perubahan harga}}$$
$$E_s = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P}{Q}$$

Keterangan:

Es : koefisien elastisitas penawaran

ΔP : perubahan harga

ΔQ : perubahan jumlah penawaran

Q : jumlah penawaran awal

P : harga awal

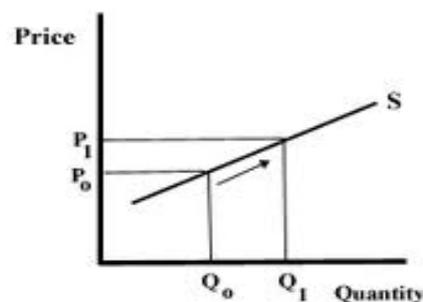
Untuk lebih jelasnya bisa dengan menyimak video perhitungan fungsi penawaran pada link berikut: <https://bit.ly/2KmB821>.

Koefisien elastisitas penawaran selalu bernilai positif sesuai dengan sifat hubungan antara harga dan jumlah barang yang ditawarkan dan terletak antara 0 hingga tak hingga.

Jenis-jenis elastisitas penawaran adalah sebagai berikut.

1) Penawaran Elastis: elastisitas > 1 .

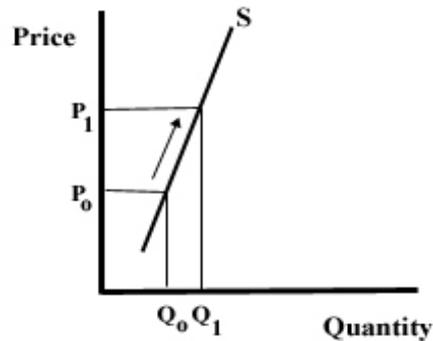
Penawaran elastis ialah penawaran yang terjadi apabila persentase perubahan harga lebih kecil dari persentase perubahan penawaran. Contoh untuk barang-barang yang biasanya mengalami penawaran elastis ialah barang-barang produksi pabrik atau barang-barang industri yang tidak tergantung pada masa panen dan musim serta dapat dengan mudah ditambah atau dikurangi jumlah produksinya. Kurva penawaran elastis akan menanjak secara landai dari kiri bawah ke kanan atas, seperti gambar dibawah ini:



Gambar 18 Penawaran elastis

2) Penawaran Inelastis: elastisitas < 1 .

Penawaran inelastis terjadi jika persentase perubahan penawaran lebih kecil dari persentase perubahan harga atau perubahan harga tidak begitu berpengaruh terhadap perubahan kuantitas barang yang ditawarkan. Contoh barang-barang yang mengalami penawaran inelastis adalah barang-barang pertanian yang dibatasi oleh masa panen dan musim atau barang-barang yang tidak mudah untuk ditambah atau dikurangi jumlah produksinya dalam jangka pendek, sehingga kurvanya akan menanjak dengan curam dari kiri bawah ke kanan atas. Kondisi ini dapat digambarkan dengan kurva dibawah ini:



Gambar 19 Penawaran inelastic

Menurut Riley (2012), jika barang yang dijual/ditawarkan adalah elastis, produsen dapat meningkatkan produksi tanpa harus menaikkan biaya produksi atau menunda produksi. Namun jika barang tersebut bersifat inelastis, produsen/penjual sulit untuk menambah menambah jumlah produksi pada suatu periode waktu.

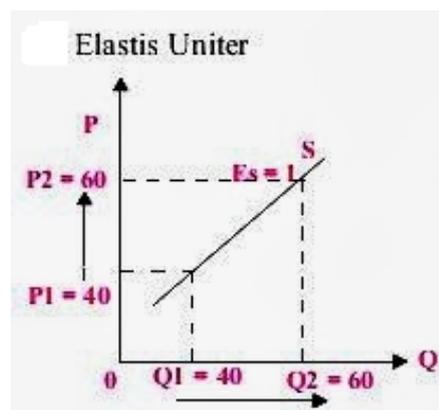
Bagi produsen/penjual, kondisi yang menguntungkan adalah jika produk yang ditawarkan adalah elastis. Kondisi ini menyebabkan produsen/penjual tersebut lebih mampu bersaing karena mereka lebih mampu untuk menghasilkan keuntungan yang lebih tinggi dibanding para pesaing mereka. Beberapa hal yang dapat dilakukan oleh produsen/penjual untuk meningkatkan sensitivitas produk mereka terhadap perubahan harga adalah (*"Price Elasticity of Supply"*, tanpa tahun):

- Mempersiapkan persediaan barang yang mencukupi.
- Menggunakan sistem penyimpanan persediaan yang efektif.
- Menggunakan sistem distribusi yang efisien.
- Mendekati pasar.
- Menggunakan teknologi yang lebih modern.

Disamping dua kondisi elastisitas penawaran yang disebut diatas, terdapat tiga kondisi ekstrem yang lain, yaitu: elastis uniter, elastis sempurna, dan tidak elastis sempurna.

3) Penawaran uniter: elastisitas = 1.

Penawaran uniter terjadi jika persentase perubahan penawaran sama dengan persentase perubahan harga. Untuk contoh barang yang mengalami ini tidak ada yang spesifik karena perubahan penawaran terjadi pada saat tertentu saja, sebagai contoh perubahan penawaran barang pertanian seperti jagung yang akan meningkat pada saat tahun baru atau secara kebetulan. Penawaran uniter jarang ditemukan dalam kehidupan sehari-hari karena penawaran jenis ini biasanya terjadi hanya secara kebetulan atau bersifat momentum.

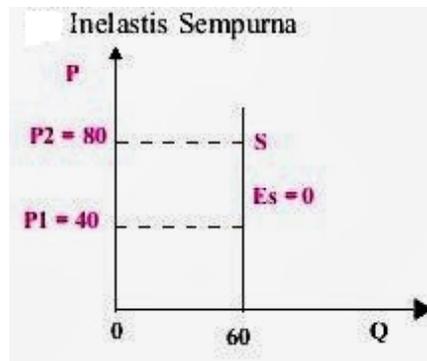


Gambar 20 Penawaran elastis uniter

4) Penawaran Inelastis Sempurna: elastisitas = 0.

Penawaran inelastis sempurna atau penawaran tidak elastis sempurna ini terjadi jika perubahan harga tidak mempengaruhi perubahan penawaran. Dalam kehidupan sehari-hari, penawaran inelastis sempurna ini agak sulit ditemui karena biasanya terjadi pada produk/barang-barang yang sudah tidak mungkin atau sulit ditambah jumlah atau kuantitas produksinya meskipun harga terus-menerus naik. Contoh barang yang mengalami penawaran inelastis sempurna ialah tanah dan bensin serta barang-barang yang kapasitas produksinya sudah optimum atau barang-

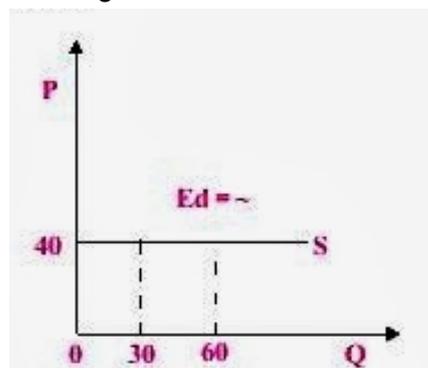
barang yang jumlah ketersediaannya tidak bisa ditambah walaupun mengalami kenaikan harga.



Gambar 21 Penawaran inelastis sempurna

5) Penawaran Elastis Sempurna: elastisitas tak terhingga.

Penawaran elastis sempurna terjadi apabila perubahan penawaran terus terjadi meskipun tidak ada perubahan harga atau harga produk tetap. Contoh barang yang mengalami atau bersifat elastis sempurna ialah barang-barang yang jumlah produksi terus bertambah karena penggunaan mesin-mesin modern, sebagai contoh VCD dan buku gambar masuk dalam kategori ini.



Gambar 22 Penawaran elastis sempurna
<https://goo.gl/images/m4DiTu>

Elastisitas penawaran dipengaruhi oleh beberapa faktor (Riley, 2012), diantaranya adalah:

- Cadangan kapasitas produksi perusahaan.
Jika perusahaan memiliki cadangan kapasitas produksi yang cukup, maka perusahaan akan dapat meningkatkan penawaran tanpa

peningkatan biaya produksi yang berarti, sehingga harga jualpun tidak akan banyak berubah.

- Persediaan barang jadi dan bahan mentah.
Jika perusahaan memiliki persediaan barang jadi dan bahan mentah yang cukup banyak, maka perusahaan dapat merespon kenaikan permintaan dengan cepat tanpa banyak memberi pengaruh pada harga jual.
- Jangka waktu analisis.
Semakin lama jangka waktu untuk menyesuaikan tingkat produksi perusahaan, semakin elastis barang yang ditawarkan.

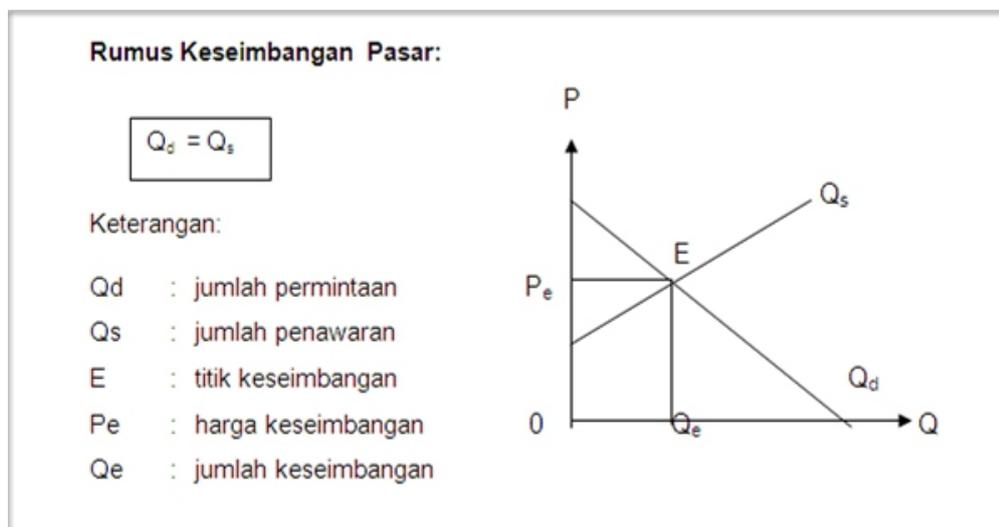
1. Materi 3: Harga Keseimbangan

Harga merupakan salah satu variabel yang harus dikendalikan secara benar, karena harga akan sangat berpengaruh terhadap beberapa aspek kegiatan perusahaan, baik menyangkut kegiatan penjualan maupun aspek keuntungan yang ingin dicapai oleh perusahaan. Maka daripada itu beberapa para ahli mengemukakan definisi harga. Salah satu pendapat para ahli mengatakan bahwa harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya (Stanton, dalam Nisa, 2019). Pengertian harga adalah sejumlah nilai yang dipertukarkan untuk memperoleh suatu produk.

Dengan demikian, harga suatu barang atau jasa merupakan penentu bagi permintaan pasarnya. Harga juga dapat mempengaruhi posisi persaingan perusahaan dan juga mempengaruhi *market share*-nya. Bagi perusahaan, harga tersebut akan memberikan hasil dengan menciptakan sejumlah pendapatan dan keuntungan bersih

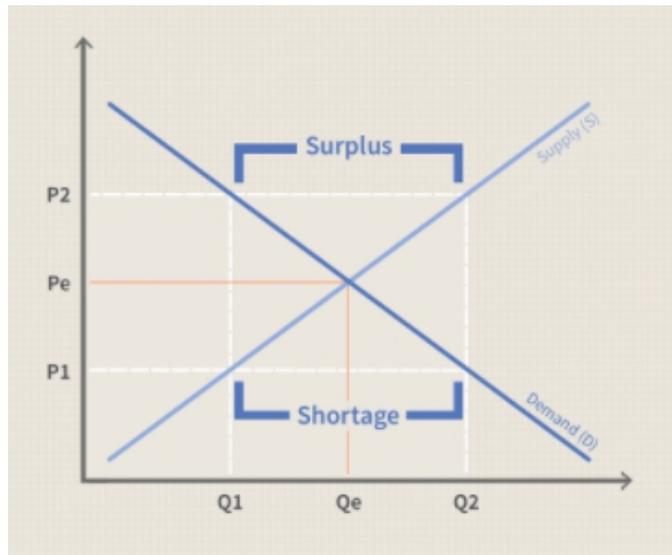
Secara umum pengertian harga adalah nilai pertukaran dari suatu produk atau jasa. Ini adalah jumlah yang mau dibayar oleh seorang pembeli untuk suatu barang atau jasa. Hal ini dapat merupakan nilai yang diminta oleh seorang penjual untuk barang yang ditawarkan untuk dijual.

Kecenderungan pembeli ialah menginginkan harga murah dengan kualitas barang yang bagus, sedangkan penjual mempunyai kecenderungan untuk mendapatkan keuntungan banyak. Kecenderungan berlawanan ini tidak akan menghasilkan transaksi jika tidak ada kesepakatan harga. Kesepakatan harga pasar terbentuk melalui tawar menawar antara pembeli dan penjual. Hasil tawar menawar antara pembeli dengan penjual dinamakan harga pasar, dalam ilmu ekonomi disebut harga keseimbangan atau equilibrium. Harga Keseimbangan (Harga Pasar) merupakan harga yang terjadi sebagai akibat interaksi permintaan dan penawaran terjadi di pasar, maka harga keseimbangan disebut harga pasar.



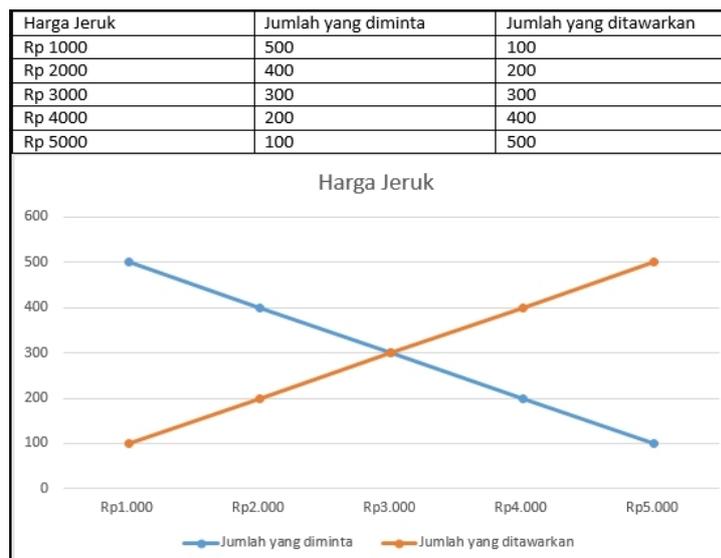
Gambar 23 Harga keseimbangan
Sumber: <https://goo.gl/images/CXvSnC>

Pada saat kurva penawaran berada di sebelah kanan kurva permintaan, maka terjadi kelebihan penawaran (*surplus*), sedangkan saat kurva penawaran berada di sebelah kiri kurva permintaan, maka terjadi kekurangan penawaran (*shortage*). Perhatikan gambar berikut.



Gambar 24. Kelebihan permintaan dan kelebihan penawaran
 Sumber: <https://bit.ly/39tKrvH>

Terbentuknya harga pasar dipengaruhi oleh faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan dan penawaran. Masing-masing faktor dapat menyebabkan bergesernya jumlah permintaan dan jumlah penawaran. Dengan bergesernya permintaan dan penawaran akan mengakibatkan bergesernya tingkat harga keseimbangan (Nisa, 2019). Perhatikan tabel berikut dan amati perubahannya.



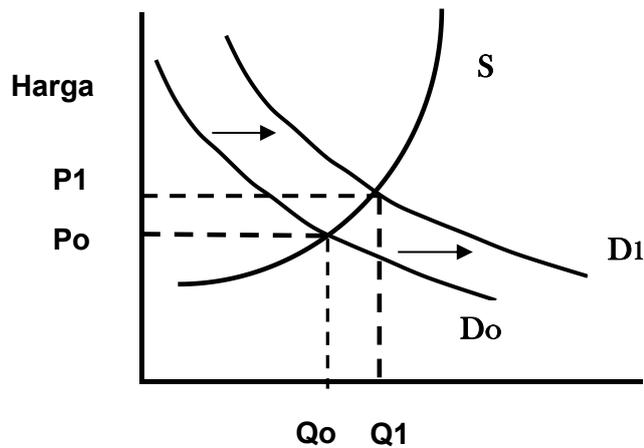
Gambar 25 Kurva hubungan permintaan, penawaran, harga keseimbangan
 Sumber: <https://goo.gl/images/ZKVAEZ>

Untuk contoh cara membuat Kurva harga keseimbangan bisa dilihat pada video yang tersedia di link berikut: <https://bit.ly/2jhasDa>.

Harga keseimbangan yang terbentuk oleh interaksi permintaan dan penawaran cenderung bersifat stabil. Sebagai contoh, perhatikan gambar ... diatas (kelebihan permintaan dan kelebihan penawaran). Pada gambar diatas, harga pasar yang terbentuk adalah P_e dan jumlah barang yang diperjualbelikan adalah Q_e unit. Jika barang dijual pada harga P_1 , tidak banyak produsen yang ingin menjual barangnya ($< Q_1$) karena harga tersebut tidak memberikan keuntungan yang diharapkan atau bahkan mungkin kerugian. Disisi lain, karena harga barang sangat murah, jumlah permintaan (Q_2 unit) jauh diatas barang yang ditawarkan. Untuk memenuhi jumlah permintaan yang besar, produsen mungkin akan menambah biaya modal, diantaranya mesin-mesin. Hal ini akan membuat harga jual naik hingga mencapai harga keseimbangan, dimana pada saat itu jumlah barang yang diminta akan sama dengan jumlah barang yang ditawarkan. Demikian juga jika keadaan yang sebaliknya terjadi.

Sebelumnya telah dibahas bahwa, faktor-faktor selain harga barang atau jasa itu sendiri dapat menyebabkan baik kurva permintaan maupun penawaran bergeser ke kanan ataupun ke kiri. Pergeseran kurva permintaan dan penawaran ke kanan atau ke kiri baik secara bersama-sama maupun secara sendiri-sendiri dapat menyebabkan terjadinya perubahan kondisi keseimbangan. Titik keseimbangan (*Equilibrium Price*) akan mengalami pergeseran akibat perubahan penawaran/permintaan. Ada empat pergeseran harga keseimbangan (*Equilibrium Price*), yaitu:

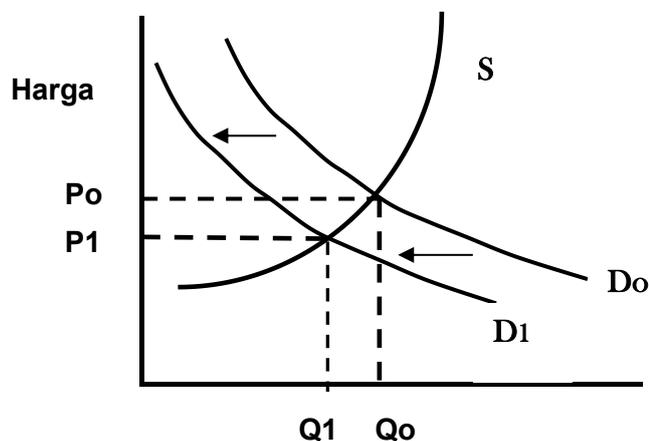
- 1) Pergeseran titik keseimbangan yang disebabkan bertambahnya jumlah permintaan.



Gambar 26 Pergeseran keseimbangan karena pertambahan jumlah permintaan

Pergeseran ini menyebabkan titik keseimbangan baru dengan harga (P_1) dan jumlah keseimbangan baru yang diminta (Q_1) mengalami pertambahan.

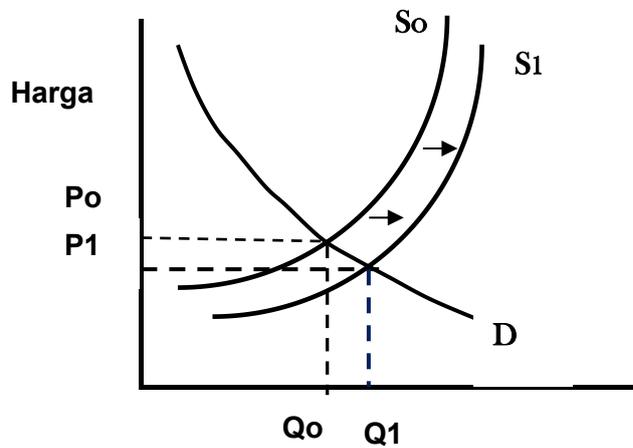
- 2) Pergeseran titik keseimbangan yang disebabkan berkurangnya jumlah permintaan.



Gambar 27 Pergeseran keseimbangan karena berkurangnya permintaan

Pergeseran ini menyebabkan titik keseimbangan baru dengan harga keseimbangan baru (P_1) dan jumlah keseimbangan yang diminta baru (Q_1) mengalami penurunan.

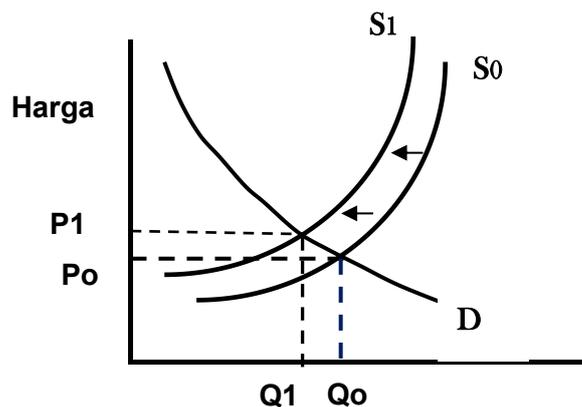
- 3) Pergeseran titik keseimbangan yang disebabkan bertambahnya jumlah penawaran.



Gambar 28 Pergeseran keseimbangan karena bertambahnya penawaran

Pergeseran ini menyebabkan titik keseimbangan baru dengan harga keseimbangan baru mengalami penurunan (P_1) dan jumlah keseimbangan baru mengalami kenaikan (Q_1)

- 4) Pergeseran titik keseimbangan yang disebabkan berkurangnya jumlah penawaran.



Gambar 29 Pergeseran keseimbangan karena berkurangnya penawaran

Pergeseran ini menyebabkan titik keseimbangan baru dengan harga keseimbangan baru mengalami kenaikan (P_1) dan jumlah keseimbangan baru mengalami penurunan (Q_1)

Pendekatan matematis dapat digunakan dalam mencari harga dan jumlah keseimbangan apabila data yang kita miliki berbentuk fungsi permintaan dan fungsi penawaran. Untuk mencari harga dan jumlah keseimbangan dari kedua fungsi tersebut, kita menggunakan rumus syarat keseimbangan berikut:

$$Q_d = Q_s$$

$$a - bP_d = a + bP_s$$

Dimana:

Q_d = jumlah yang diminta

P_d = harga yang diminta

Q_s = jumlah yang ditawarkan

P_s = harga yang ditawarkan.

Contoh :

Diketahui :

- Fungsi Permintaan Pasar (D) adalah $Q_d = 2000 - 50P$
- Fungsi Penawaran Pasar (S) adalah $Q_s = 500 + 25P$

Maka Harga Ekulibrium dan Kuantitas Ekulibrium adalah:

$$\begin{array}{rclcl} Q_d & = & Q_s & & \\ 2000 - 50 P & = & 500 + 25 P & & \\ 2000 - 500 & = & 25 P + 50 P & & \\ 1500 & = & 75 P & & \\ \mathbf{P} & = & \mathbf{20} & & \end{array}$$

Harga ekuilibrium adalah 20 (satuan uang), substitusikan nilai tersebut pada salah satu fungsi permintaan atau penawaran berikut :

Substitusi ke Fungsi Permintaan :

$$Q_d = 2000 - 50 P$$

$$Q_d = 2000 - 50 (20)$$

$$Q_d = 1000 \text{ unit}$$

Substitusi ke Fungsi Penawaran :

$$Q_s = 500 + 25 P$$

$$Q_s = 500 + 25 (20)$$

$$Q_s = 1000 \text{ unit}$$

Jadi, kuantitas keseimbangan adalah 1000 unit

Untuk contoh menghitung harga keseimbangan dapat dilihat juga pada link berikut: <https://bit.ly/2FrSYNb>.

3. Materi 3: Struktur Pasar

Dalam pengertian yang sederhana pasar adalah tempat terjadinya transaksi jual beli (penjualan dan pembelian) yang dilakukan oleh penjual dan pembeli yang terjadi pada waktu dan tempat tertentu. Awaluddin dan Wijayati (2019) menguraikan bahwa terdapat 3 fungsi pasar:

1) Fungsi Pembentukan Harga:

Fungsi pembentukan harga artinya pasar merupakan tempat dalam menentukan harga (nilai) suatu barang karena pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli yang saling berinteraksi atau saling tawar menawar sehingga memunculkan suatu kesepakatan suatu harga (nilai) barang tersebut.

2) Fungsi Distribusi:

Fungsi Distribusi artinya pasar memudahkan produsen dalam mendistribusikan suatu barang kepada konsumen atau pembeli secara langsung.

3) Fungsi Promosi:

Fungsi Promosi artinya pasar merupakan tempat yang paling cocok bagi produsen dalam memperkenalkan atau mempromosikan barangnya kepada konsumen.

Terdapat 2 jenis pasar, yaitu pasar input atau pasar faktor produksi dan pasar output atau pasar barang/produk. Untuk dapat melakukan kegiatan produksi, diperlukan faktor-faktor produksi, yaitu sumber daya alam, tenaga kerja, modal, dan kewirausahaan. Karena faktor produksi tidak dimiliki oleh rumah tangga perusahaan, berarti untuk penyediaan faktor produksi harus melalui jual-beli faktor produksi. Dari kebutuhan tersebut terbentuklah pasar faktor produksi.

Pasar faktor produksi dalam Ilmu Ekonomi diartikan keseluruhan penawaran dan permintaan faktor-faktor produksi yang terdapat dalam suatu daerah/wilayah tertentu. Ada beberapa hal yang membedakan dengan pasar barang. Perbedaan tersebut di antaranya (Nisa, 2019):

- a) Pihak yang melakukan penawaran adalah pihak rumah tangga konsumen.
- b) Pihak yang melakukan permintaan adalah pihak rumah tangga produsen.
- c) Bagi rumah tangga konsumen (pemilik faktor produksi), harga faktor produksi adalah merupakan pendapatan yang disebut dengan istilah sewa, upah, bunga dan keuntungan.
- d) Bagi rumah tangga produsen pengeluaran untuk mendapatkan faktor produksi disebut biaya.

Adapun pasar barang atau pasar output dapat dibedakan menjadi beberapa jenis:

1) Pasar Persaingan Sempurna

Struktur pasar ini sering dianggap sebagai struktur yang sangat ideal, dan oleh karenanya tidak wujud dalam kehidupan nyata, namun pasar produk-produk sektor pertanian sering dianggap memiliki ciri-ciri yang mendekati pasar persaingan sempurna, (Sukirno, 1994). Karena sifatnya yang ideal, pasar persaingan sempurna sangat penting dalam analisis ekonomi, dan menjadi landasan dalam menganalisis bentuk-bentuk pasar yang lain.

Pasar persaingan sempurna memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

a. Banyak produsen/penjual.

Karena produsen/penjual yang sangat banyak ini membuat tidak ada satupun penjual yang mampu mempengaruhi pasar (no market power). Hal ini adalah karena jumlah barang yang ditawarkan oleh seorang penjual sangat kecil dibandingkan keseluruhan barang yang ditawarkan pada pasar/industri tersebut.

b. Barang-barang yang diperjualbelikan adalah identik (persis sama).

Karenanya, konsumen tidak bisa membedakan antara produk A dan B yang berasal dari produsen yang berbeda. Produk A merupakan pengganti sempurna dari produk B dan sebaliknya.

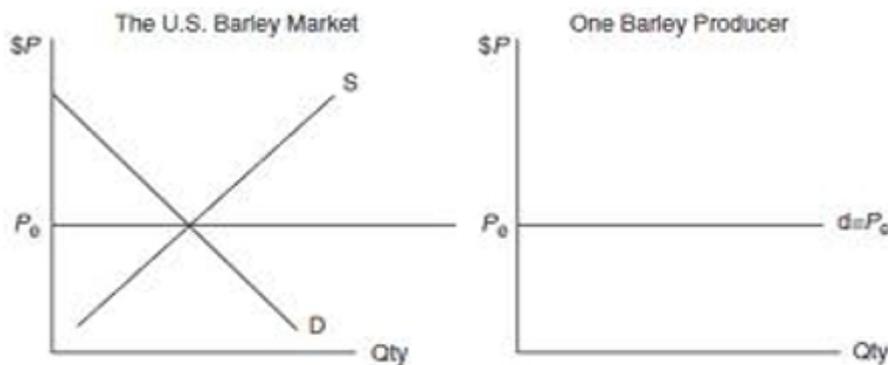
c. Pembeli memiliki informasi yang sempurna terhadap pasar.

Dalam pasar ini, bukan saja barang-barang yang dijual adalah identik, namun masyarakat juga memiliki pengetahuan/informasi bahwa barang-barang tersebut memang identik. Dengan ciri nomor 2 dan 3 ini, promosi dan iklan tidak akan efektif dalam meningkatkan jumlah penjualan, karena konsumen tahu bahwa barang yang diiklankan tersebut sama saja dengan barang lain.

d. Penjual dapat keluar atau masuk ke dalam pasar secara mudah.

Karena ciri inilah maka dalam pasar persaingan sempurna terdapat sangat banyak penjual.

- e. Akibat ciri-ciri seperti diatas, seorang penjual sama sekali tidak memiliki kekuasaan untuk menentukan harga, karena penjual tersebut hanyalah bagian sangat kecil dari keseluruhan pasar serta barang yang dihasilkannya persis sama dengan barang dari para penjual lainnya. Harga murni ditentukan oleh interaksi antara seluruh permintaan dengan seluruh penawaran yang ada di pasar tersebut. Disini seorang penjual disebut sebagai *price taker* (pengambil harga). Hal tersebut dapat digambarkan dengan kurva berikut:



Gambar 30 Penentuan harga pada pasar persaingan sempurna

Pada gambar 30 terlihat bahwa harga (P_0) yang ditentukan oleh pasar/*industry barley* (sejenis padi-padian, biasanya sebagai bahan sereal) di USA menjadi harga bagi seluruh produsen *barley* di USA. Seandainya seorang produsen ingin menjual produknya diatas harga pasar, maka produknya tidak akan laku, dan ia terpaksa menurunkan harga hingga harga pasar. Sebaliknya jika seorang produsen menjual produknya dibawah harga pasar, seluruh konsumen akan membeli dari produsen tersebut. Hal ini menyebabkan meningkatnya biaya produksi secara signifikan karena ia harus menambah kapasitas produksi secara berlipat dengan menambah barang-barang modal seperti mesin-mesin. Dengan demikian, ia harus menaikkan kembali harga jualnya hingga harga pasar.

Karena seorang produsen harus menjual produknya pada harga pasar berapa-pun jumlah produk yang dihasilkannya (ingat, dalam pasar persaingan sempurna seorang produsen hanyalah bagian yang sangat kecil dari keseluruhan produsen), maka harga pasar itu juga menjadi kurva permintaan bagi produsen tersebut, yaitu kurva permintaan yang elastis sempurna.

Pasar persaingan sempurna mempunyai keunggulan dan kelemahan. Kelebihan pasar persaingan sempurna :

- a) mampu mendorong penghematan;
- b) pembeli dan penjual bebas bertindak;
- c) harga tidak dikendalikan oleh satu penjual atau satu pembeli saja.

Sedangkan kekurangan pasar persaingan sempurna antara lain:

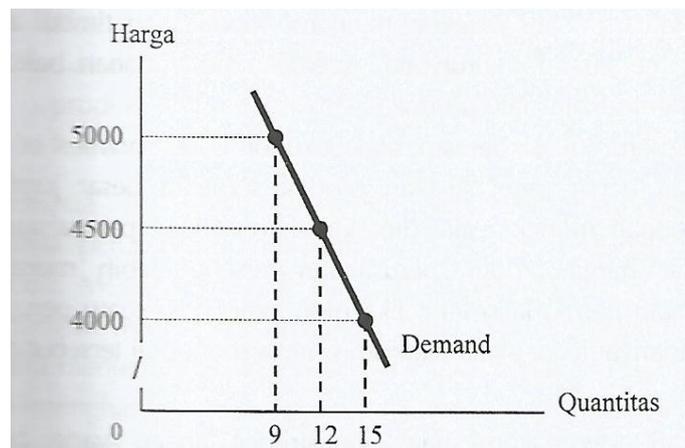
- a) Tidak ada dana untuk penelitian dan pengembangan produk;
- b) terbatasnya kebebasan memilih bagi pembeli;
- c) produsen memberi gaji dan upah terlalu rendah pada karyawannya demi penghematan.

2) Pasar Monopoli

Pasar monopoli merupakan kebalikan dari pasar persaingan sempurna, pasar ini memiliki karakteristik sebagai berikut:

- a. Terdapat hanya satu produsen dalam pasar ini sesuai dengan kata “mono” yang berarti satu.
- b. Barang yang dihasilkan produsen tersebut tidak memiliki pengganti sama sekali.
- c. Tidak ada produsen lain yang bisa masuk karena terhadap penghalang yang sangat kuat, seperti modal yang sangat besar untuk usaha tersebut, hak paten dan hak cipta yang dijamin oleh undang-undang Negara, atau teknologi yang sangat spesifik, mahal dan sulit untuk diukuti oleh produsen lain.

- d. Perusahaan dapat mempengaruhi harga. Penentuan harga sepenuhnya dikuasai oleh perusahaan, akibatnya perusahaan dapat menentukan harga pada tingkat yang dikehendaki.
- e. Promosi dan iklan kurang gencar dilakukan. Konsumen akan membeli produk yang dihasilkan perusahaan monopoli berapapun tingkat harga yang ditetapkan jika mereka memerlukannya karena tidak ada pilihan produk lain.
- f. Permintaan yang dihadapi oleh perusahaan monopoli bersifat menurun dari kiri atas ke kanan bawah tapi lebih curam atau bersifat inelastis. Dengan bentuk kurva :



Gambar 31 Kurva permintaan pasar monopoli

Karena ciri-ciri tersebut, seorang produsen dalam pasar monopoli memiliki kekuasaan penuh pada pasar tersebut (*complete market power*).

Salah satu alasan terjadinya monopoli adalah karena biaya yang luar biasa besar dibutuhkan untuk memulai suatu usaha. Karena faktor biaya ini, mayoritas produsen tidak ingin melakukan usaha dibidang tersebut. Hal ini sesungguhnya akan memacu skala ekonomi (*economies of scale*) perusahaan terutama ketika dibutuhkan biaya tetap sebagai biaya awal yang sangat besar (*initial cost*), (misalnya dalam produksi listrik dibutuhkan banyak generator raksasa dan jutaan tiang listrik serta kabel yang sangat banyak). Yaitu ketika perusahaan tersebut mendistribusikan biaya tetap tersebut pada seluruh produksinya sehingga biaya

tetap per unit produksi akan semakin kecil seiring dengan semakin banyaknya produksi. Pada akhirnya biaya total per unit pun akan semakin kecil.

Bandingkan jika terdapat banyak perusahaan yang akan memproduksi listrik, dimana setiap perusahaan harus mengeluarkan biaya tetap diawal yang sangat besar sementara disisi lain mereka harus bersaing memperebutkan (berbagi) konsumen. Dalam kondisi ini *economies of scale* tidak akan terwujud. Inilah yang dinamakan dengan monopoli alamiah (*natural monopoly*).

Menurut Salvatore dalam Sukirno (2003) faktor-faktor yang menimbulkan monopoli antara lain :

1. Perusahaan menguasai sumberdaya tertentu yang unik dan tidak dimiliki perusahaan lain
2. Perusahaan dapat berproduksi dengan skala ekonomis, artinya perusahaan dapat menghasilkan produk semakin besar jumlahnya dengan biaya serendah mungkin jika dibandingkan dengan perusahaan lain.
3. Perusahaan diberi hak monopoli oleh pemerintah atau organisasi tertentu sehingga mempunyai hak eksklusif yang besar misalnya hak paten dan hak cipta.

Struktur pasar monopoli dapat melakukan diskriminasi harga, yaitu menjual barang yang sama dengan harga yang berbeda pada pasar/konsumen yang berbeda. Diskriminasi harga adalah penetapan harga yang berbeda-beda pada produk yang sama dan pada waktu/tempat/pasar yang berbeda untuk setiap pelanggan yang berbeda. Misalnya : kebijakan diskriminasi harga yang dilakukan oleh Perusahaan Listrik Negara (PLN), dimana tarif listrik untuk industri berbeda dengan tarif listrik rumah tangga.

Pasar monopoli mempunyai keunggulan dan kelemahan sebagai berikut :
Keunggulan pasar monopoli :

- a) monopoli dapat mendorong berkembangnya teknologi dan inovasi terutama dalam upaya menekan biaya produksi,

b) memaksimalkan keuntungan dengan melakukan diskriminasi harga yaitu melakukan penjualan dengan harga yang berbeda pada dua pasar yang berbeda.

Kelemahan pasar monopoli :

- a) distribusi pendapatan tidak merata,
- b) penetapan harga jual produk tanpa menghiraukan daya beli masyarakat.

Mayoritas struktur pasar yang terdapat dalam perekonomian masyarakat adalah terletak diantara dua titik ekstrem diatas (persaingan sempurna dan monopoli).

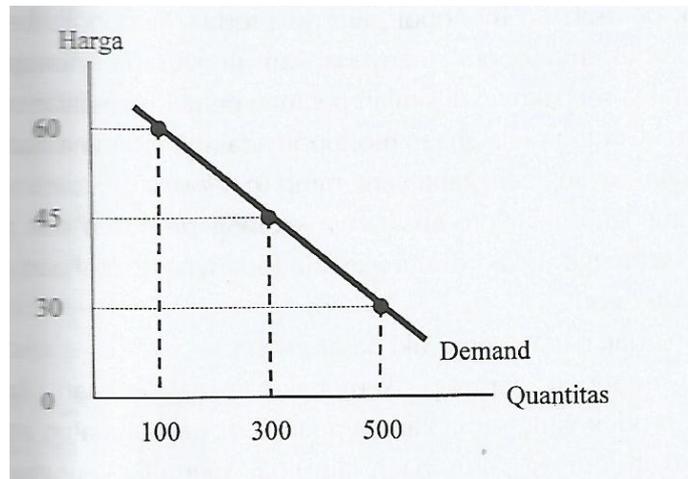
3) Persaingan Monopolistik

Pasar persaingan monopolistik memiliki ciri-ciri yang hampir sama dengan pasar persaingan sempurna, yaitu:

- a. Terdapat banyak penjual namun tidak sebanyak dalam pasar persaingan sempurna.
- b. Terdapat kemudahan untuk masuk atau keluar dari pasar.
- c. Barang yang dihasilkan para produsen dalam pasar ini memiliki kesamaan (terutama fungsi utamanya) namun masih terdapat perbedaan-perbedaan. Misalnya sikat gigi, ada yang ujungnya lancip, ada yang batangnya agak melengkung, ada yang menggunakan baterai, ada yang menggunakan penutup, dan sebagainya namun fungsinya adalah tetap sebagai penyikat gigi. Oleh karenanya produk-produk dalam pasar ini dapat saling menggantikan (*highly substitutable*).

Karena ciri-ciri tersebut, terutama ciri ke-3, produsen dalam pasar ini memiliki sedikit kekuasaan atas pasar (*small amount of market power*). Seorang produsen masih mungkin menaikkan harga jual sedikit karena produknya memiliki sedikit perbedaan produk lain, namun jika harga-nya terlalu tinggi dibanding dengan produk lain yang sejenis, maka konsumen akan membeli produk merek yang lain.

Kurva permintaan yang dimiliki oleh produsen pada pasar monopolistik menurun dari kiri atas ke kanan bawah dan bersifat elastis, hal ini dikarenakan produsen dapat menentukan harga pasar.



Gambar 32 Kurva pasar persaingan monopolistic

4) Pasar Oligopoli

Dalam pasar oligopoli terdapat beberapa produsen dan masing-masing memiliki kekuasaan atas pasar yang cukup besar (*large amount of market power*). Terdapat penghalang untuk memasuki pasar ini, namun tidak sesulit untuk memasuki pasar monopoli. Produk yang dihasilkan dalam pasar ini bisa identik (seperti produsen minyak) atau produk yang memiliki kesamaan (produsen mobil). Karena produsen pada pasar/industry ini sangat sedikit, setiap produsen memiliki pangsa pasar yang cukup besar, sehingga setiap produsen dapat mempengaruhi pasar. Karena tindakan dari setiap produsen dapat mempengaruhi pasar, maka hubungan antara produsen adalah independen namun saling mempengaruhi (*mutually interdependent*), apapun yang dilakukan seorang produsen akan mempengaruhi produsen yang lain. Inilah sebabnya pasar oligopoli adalah jenis pasar yang paling rumit diantara jenis pasar yang lain.

Dari uraian diatas dapat diringkas sebagai berikut.

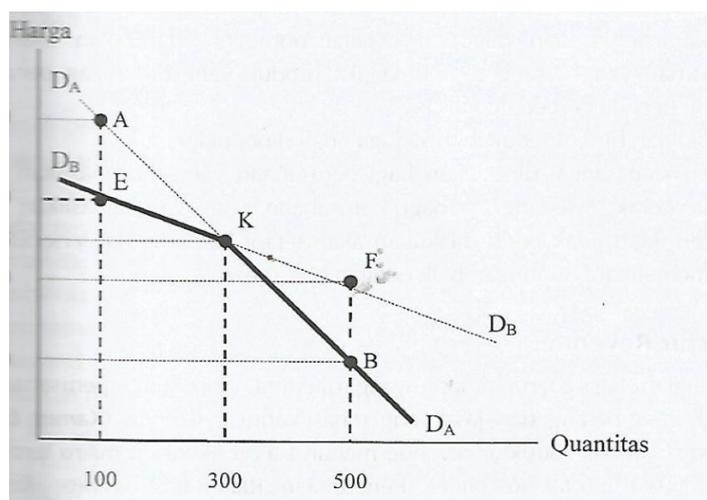
Macam macam pasar oligopoli:

- (a) oligopoli murni: menjual barang yang homogen, contoh pasar semen, minyak.
- (b) oligopoli diferensial: menjual barang yang berbeda corak, contoh, pasar mobil, pasar sepeda motor.

Ciri-ciri pasar oligopoli:

- (a) terdapat beberapa penjual
- (b) barang yang dijual homogen atau dapat beda corak
- (c) sulit dimasuki oleh perusahaan baru
- (d) membutuhkan peran iklan
- (e) terdapat satu market leader (pemimpin pasar)
- (f) harga jual tidak mudah berubah

Bentuk kurva permintaan yang dihadapi pasar oligopolis berbentuk kurva permintaan terpecah. Kondisi kurva permintaan yang demikian disebabkan adanya “perang harga” antara perusahaan oligopolis. Kurva tersebut menunjukkan ketegaran harga jika satu perusahaan menurunkan harga maka perusahaan lain di pasar juga ikut menurunkan harga, tapi jika perusahaan menaikkan harga, maka perusahaan lain tidak ikut menaikkan harga.

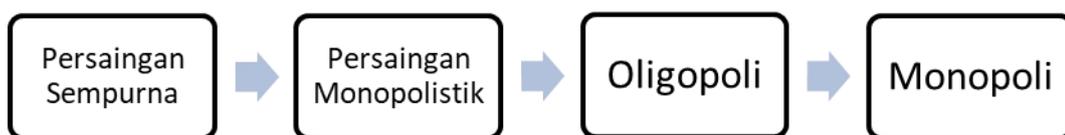


Gambar 33 Kurva pasar persaingan oligopoly

Keterangan:

- a. Terdapat dua perusahaan oligopoli. Perusahaan A kurva permintaan DA - DA dan perusahaan B kurva permintaan DB - DB. Untuk 300 unit produk harga jual perusahaan A dan Perusahaan B sama yaitu Rp 45,- per unit
- b. Untuk 100 unit produk harga jual perusahaan A dengan harga Rp 60,- per unit sedangkan harga jual perusahaan B dengan harga Rp 50,- per unit, perusahaan A harganya lebih mahal daripada perusahaan B. Perusahaan A harus mengikuti harga jual perusahaan B artinya harga diturunkan menjadi Rp 50,- agar tidak kehilangan pembeli, dan perusahaan B tidak perlu menurunkan harga.
- c. Untuk 500 unit produk harga jual perusahaan A dengan harga Rp 30,- per unit sedangkan harga jual perusahaan B dengan harga Rp 40,- per unit, berarti perusahaan B harganya lebih mahal daripada perusahaan A. Perusahaan B harus mengikuti harga jual perusahaan A artinya harga diturunkan menjadi Rp 30,- agar tidak kehilangan pembeli dan perusahaan A tidak perlu menurunkan harga

Dari ke empat struktur pasar diatas, jika digambarkan dalam sebuah diagram akan tampak seperti dibawah ini:



Selain ke-empat struktur pasar diatas, dikenal pula 2 struktur pasar yang lain, yaitu pasar monopsoni dan pasar oligopsini.

5) Pasar Monopsoni

Pengertian pasar monopsoni adalah pasar yang dikuasai satu pembeli saja, namun ada banyak penjual. Contoh pasar monopsoni adalah pasar sayur di daerah terpencil dan pasar susu sapi perah di daerah terpencil.

Ciri pasar monopsoni

- (a) Hanya ada satu pembeli.
- (b) Pembeli bukan konsumen tapi pedagang atau produsen.
- (c) Barang yang dijual merupakan bahan mentah.
- (d) Harga sangat ditentukan pembeli.

6) Pasar Oligopsoni

Pengertian pasar oligopsoni yakni pasar yang dikuasai oleh beberapa pembeli saja. Contohnya seperti pasar wortel di suatu desa, dengan para penjual wortel yang banyak, tapi pembelinya hanya sedikit.

Ciri pasar oligopsoni

- (a) terdapat beberapa pembeli.
- (b) pembeli bukan konsumen tapi pedagang atau produsen.
- (c) barang yang dijual merupakan bahan mentah.
- (d) harga cenderung stabil.

Selain pembagian jenis-jenis pasar berdasarkan strukturnya, jenis-jenis pasar juga dapat dibedakan berdasarkan aspek lainnya.

Bentuk pasar menurut wujudnya meliputi pasar konkret dan pasar abstrak antara lain:

- a) Pasar Konkret (pasar nyata) adalah pasar tempat terjadinya hubungan secara langsung antara penjual barang dengan calon pembeli, contoh pasar konkret adalah pasar tradisional, supermarket, mall, serta swalayan, dan lain-lain.
- b) Pasar Abstrak (pasar tidak nyata), adalah pasar di mana antara pembeli dan penjual bertemu, tetapi barang yang diperjual belikan tidak secara langsung dapat diperoleh oleh pembeli. Pada pasar abstrak penjual hanya memperlihatkan contoh-contoh barang yang dijual, contoh pasar abstrak adalah telemarket dan pasar modal.

Bentuk pasar menurut luas jangkauannya dapat dibedakan menjadi sebagai berikut:

- a) Pasar Lokal adalah suatu pasar yang pelaksanaannya dalam bentuk lokal atau daerah tertentu.
- b) Pasar Nasional adalah suatu pasar sebagai pertemuan antara penjual dengan pembeli dari berbagai daerah atau wilayah dalam satu negara, contoh pasar nasional adalah pasar cengkih di Manado, pasar kakao di Makassar, pasar tembakau di Sumatera dan lain-lain.
- c) Pasar Internasional adalah suatu pasar sebagai pertemuan antara pembeli dengan penjual di berbagai negara contoh pasar internasional pasar karet di Malaysia, pasar tembakau di Bremen, dan pasar Kopi di Amerika.

Bentuk proses menurut hubungannya dengan proses produksi dapat dibedakan menjadi berikut:

- a) Pasar Input (Pasar faktor-faktor produksi) adalah pasar yang memperjualbelikan hasil-hasil produksi alam berupa hasil pertanian, tanah dan tenaga kerja, serta barang modal
- b) Pasar Output (Pasar Produk) adalah pasar yang memperjuabelikan barang-barang hasil produksi (dalam bentuk barang jadi).

P. RANGKUMAN

Permintaan adalah jumlah barang dan jasa yang dibutuhkan atau diinginkan masyarakat/konsumen pada berbagai tingkat harga pada suatu jangka waktu tertentu. Permintaan dapat digolongkan menjadi tiga, yaitu permintaan potensial, permintaan absolut dan permintaan efektif.

Hukum permintaan menyatakan bahwa semakin tinggi harga suatu barang semakin sedikit permintaan atas barang tersebut, sebaliknya semakin rendah harga suatu barang semakin banyak permintaan ke atas barang/jasa tersebut.

Permintaan masyarakat atas berbagai jenis barang dan jasa dipengaruhi oleh berbagai hal, namun secara umum faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan adalah:

- Harga barang/jasa itu sendiri.
- Harga barang lain.
- Pendapatan masyarakat.
- Distribusi Pendapatan.
- Cita rasa masyarakat.
- Ramalan mengenai keadaan di masa yang akan datang.
- Jumlah Penduduk

Penawaran adalah sejumlah barang atau jasa yang bersedia ditawarkan/dijual oleh penjual (produsen) pada berbagai tingkat harga pada suatu waktu tertentu. Faktor-faktor utama yang menentukan jumlah penawaran suatu barang atau jasa adalah:

- Harga barang itu sendiri.
- Harga barang lain.
- Biaya produksi.
- Tingkat teknologi.
- Tujuan-tujuan perusahaan.
- Faktor-faktor lain.

Keseimbangan (*equilibrium*) adalah kondisi dimana jumlah yang diminta (*demand*) oleh masyarakat sama dengan jumlah yang ditawarkan (*supply*) oleh produsen pada harga tertentu. Keseimbangan dapat ditunjukkan baik dengan menggunakan kurva maupun dengan fungsi matematika. Harga keseimbangan yang terbentuk oleh interaksi permintaan dan penawaran cenderung bersifat stabil.

Elastisitas permintaan harga adalah ukuran mengenai seberapa responsif jumlah barang yang diminta terhadap perubahan harga. Koefisien elastisitas permintaan merupakan perbandingan antara prosentasi perubahan jumlah barang yang diminta dengan prosentase perubahan harga:

$$Ed = \frac{\% \Delta Qd}{\% \Delta P}$$

Secara umum kurva permintaan dapat dikategorikan menjadi: elastis sempurna, elastis, tidak elastis, tidak elastis sempurna, dan elastis uniter.

Faktor-faktor penentu elastisitas permintaan adalah banyaknya barang pengganti, prosentase pendapatan yang dibelanjakan, dan jangka waktu analisis.

Elastisitas penawaran adalah ukuran seberapa responsif jumlah barang yang ditawarkan oleh produsen/penjual terhadap perubahan harga barang. Koefisien elastisitas penawaran adalah perbandingan prosentasi perubahan jumlah barang yang ditawarkan dengan prosentase perubahan harga.

$$Ed = \frac{\% \Delta Qd}{\% \Delta P}$$

Secara umum kurva penawaran dapat dikategorikan menjadi: elastis, tidak elastis, elastis sempurna, tidak elastis sempurna, dan elastis uniter. Faktor-faktor penentu elastisitas diantaranya: cadangan kapasitas produksi, persediaan barang jadi dan bahan mentah, serta jangka waktu analisis.

Pasar adalah tempat bertemunya calon penjual dan calon pembeli barang dan jasa. Fungsi pasar antara lain pembentukan harga, distribusi dan

promosi. Jenis-jenis pasar menurut wujudnya (konkret dan abstrak), menurut luas jangkauannya (lokal, nasional dan internasional), menurut proses produksi (input atau pasar faktor produksi dan output atau pasar barang/produk). Untuk dapat melakukan kegiatan produksi, diperlukan faktor-faktor produksi, yaitu sumber daya alam, tenaga kerja, modal, dan kewirausahaan. Karena faktor produksi tidak dimiliki oleh rumah tangga perusahaan, berarti untuk penyediaan faktor produksi harus melalui jual-beli faktor produksi. Dari kebutuhan tersebut terbentuklah pasar faktor produksi. Pasar output menurut bentuk dan struktur pasar terdiri dari: pasar persaingan sempurna, pasar persaingan monopolistik, pasar monopoli, dan persaingan oligopoli, serta pasar monopsoni, dan pasar oligopsoni.

Pasar persaingan sempurna memiliki ciri-ciri: jumlah penjual sangat banyak, barang yang dijual identik, pembeli memiliki informasi yang sempurna tentang produk, penjual bebas keluar masuk pasar. Sebaliknya pasar monopoli memiliki ciri-ciri: hanya ada satu penjual, barang/jasa tersebut tidak terdapat pengganti, penjual lain tidak dapat masuk ke dalam pasar karena terdapat penghalang yang sangat kuat.

Pasar persaingan monopolistik memiliki ciri-ciri: terdapat banyak penjual namun tidak sebanyak pada persaingan sempurna, penjual mudah keluar masuk pasar, barang yang diperjualbelikan memiliki kesamaan. Sedangkan pasar oligopoli memiliki ciri-ciri: terdapat beberapa penjual yang saling mempengaruhi, terdapat penghalang bagi penjual/produsen baru namun tidak seketat pada pasar monopoli, barang yang dijual bisa identik atau memiliki kesamaan.

Pembelajaran 4. Uang dan Lembaga Keuangan

Q. Kompetensi

Memahami uang dan lembaga keuangan

R. Indikator Pencapaian Kompetensi

1. Menjelaskan syarat-syarat uang
2. Menjelaskan jenis-jenis uang
3. Menjelaskan fungsi uang
4. Menjelaskan nilai uang
5. Mengidentifikasi fungsi bank
6. Mengidentifikasi jenis-jenis bank.
7. Menjelaskan macam-macam lembaga keuangan non-bank.
8. Menjelaskan pengertian dan fungsi pajak
9. Mengidentifikasi jenis-jenis pajak

S. Uraian Materi

1. Materi 1: Uang

Syarat-syarat Uang

Uang adalah suatu benda yang diterima secara umum oleh masyarakat untuk mengukur nilai, menukar, dan melakukan pembayaran atas pembelian barang dan jasa, dan pada waktu yang bersamaan bertindak sebagai alat penimbun kekayaan. Perkembangan peradaban manusia menggeser tujuan kegiatan produksi masyarakat. Semula, masyarakat memproduksi barang hanya untuk memenuhi kebutuhan keluarganya, lalu berkembang menjadi tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan keluarganya tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan orang lain (untuk dijual). Selanjutnya, terjadilah perdagangan dengan cara tukar-menukar antara barang dengan barang lain yang dinamakan barter (pertukaran *innatura*).

Seiring dengan perkembangan peradaban manusia maka pertukaran dengan cara barter menjadi semakin sulit dilakukan. Bahkan, karena

kebutuhan setiap orang semakin banyak dan beragam, maka untuk memenuhi kebutuhan hidupnya tidak mungkin lagi ditempuh dengan cara barter. Karena menghadapi kesulitan dalam melakukan pertukaran barter, manusia terdorong untuk mencari cara pertukaran yang lebih mudah. Manusia mulai menggunakan uang barang dalam melakukan pertukaran. Contoh uang barang yaitu garam, senjata, dan kulit hewan.

Perkembangan selanjutnya, kesulitan pertukaran dengan menggunakan uang barang tersebut mendorong manusia untuk menetapkan benda yang dapat digunakan sebagai perantara tukar-menukar. Benda yang dianggap cocok sebagai alat tukar-menukar adalah logam. Pada masa lalu, logam yang digunakan sebagai uang adalah emas atau perak.

Perkembangan ekonomi yang semakin pesat mendorong kegiatan transaksi menjadi semakin sering dan bahkan semakin kompleks. Hal ini menimbulkan kesulitan bagi manusia untuk membawa uang logam dalam jumlah besar (berat dan repot). Untuk mengatasinya, pemilik emas dan perak cukup melakukan transaksi dengan menunjukkan bukti penyimpanan emas dan perak yang berupa surat bukti penyimpanan. Surat bukti penyimpanan tersebut dikeluarkan oleh lembaga yang menerima titipan emas dan perak. Lama kelamaan yang beredar dalam masyarakat adalah kertas sebagai tanda bukti penyimpanan emas dan perak tersebut.

Di Indonesia, sekarang beredar uang kertas dan uang logam yang dikeluarkan Bank Indonesia. Kedua jenis uang tersebut memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:

- a. dapat diterima oleh masyarakat umum
- b. mudah disimpan dan nilainya tetap
- c. mudah dibawa ke mana-mana
- d. mudah dibagi tanpa mengurangi nilai
- e. jumlahnya terbatas sehingga tetap berharga
- f. ada jaminan

Jenis-Jenis Uang

a. Berdasarkan bahan yang digunakan untuk membuat uang, uang dibedakan menjadi sebagai berikut.

- 1) Uang logam, yaitu uang yang dibuat dari logam, contohnya uang Rp25,00, Rp50,00, Rp100,00. Uang tersebut dapat dibuat dari emas, perak, tembaga, atau nikel dengan bentuk dan kadar berat tertentu serta dengan ciri-ciri tertentu pula untuk menghindari pemalsuan. Ciri-ciri tersebut diumumkan oleh pemerintah agar diketahui masyarakat.
- 2) Uang kertas, yaitu uang yang dibuat dari kertas, contohnya uang Rp500,00, Rp1.000,00, Rp5.000,00, Rp10.000,00, Rp20.000,00, Rp50.000,00, Rp100.000,00. Uang tersebut dibuat dengan kertas khusus supaya sulit dipalsukan.

Uang kertas yang beredar merupakan uang kertas kepercayaan (*fiduciary*) atau uang tanda (*token money*). Disebut uang kepercayaan karena nilai bahan untuk membuat uang jauh lebih rendah daripada nilai yang tertera (tertulis) dalam uang. Uang kertas juga merupakan uang tanda, karena masyarakat bersedia menerima uang kertas dengan alasan terdapat tanda sah sebagai uang yang dikeluarkan oleh pemerintah.

Hampir semua negara di dunia mengeluarkan uang kertas. Penggunaan uang kertas mempunyai berbagai keuntungan dan kerugian. Perkembangan ekonomi yang semakin pesat menuntut adanya alat pembayaran yang lebih mudah dan aman. Sekarang banyak diciptakan uang giral, yaitu rekening atau tagihan pada suatu bank yang dapat dipergunakan sebagai alat pembayaran. Contohnya cek, *giro bilyet*, *telegraphic transfer*, kartu kredit (*credit card*), dan *traveler's check* (cek perjalanan).

b. lembaga yang mengeluarkannya, uang dibedakan menjadi:

- 1) Uang kartal (kepercayaan) yaitu uang yang dikeluarkan oleh negara berdasarkan undang-undang dan berlaku sebagai alat pembayaran yang sah. Uang kartal di Negara kita terdiri atas uang logam dan uang kertas.

2) Uang giral (simpanan di bank) yaitu dana yang disimpan pada rekening koran di bank-bank umum yang sewaktu-waktu dapat dipergunakan untuk melakukan pembayaran dengan perantara cek, bilyet giro, atau perintah membayar. Uang giral dikeluarkan oleh bank umum dan merupakan uang yang tidak berwujud karena hanya berupa saldo tagihan di bank.

c. berdasarkan nilainya, uang dibedakan menjadi sebagai berikut.

- 1) uang bernilai penuh, yaitu uang yang nilai bahannya (nilai intrinsik) sama dengan nilai nominalnya. Pada umumnya, uang yang bernilai penuh terbuat dari logam.
- 2) uang tidak bernilai penuh, yaitu uang yang nilai bahannya (nilai intrinsik) lebih rendah daripada nilai nominalnya. Pada umumnya, uang yang tidak bernilai penuh terbuat dari kertas.

Fungsi Uang

a. Fungsi Asli Uang

1) Uang sebagai alat tukar umum

Uang berfungsi sebagai alat tukar umum apabila uang dipergunakan untuk membeli atau mendapatkan barang dan atau jasa. Contoh: membeli buku dengan uang (uang ditukar dengan buku).

2) Uang sebagai satuan hitung

Uang merupakan satuan ukuran yang digunakan untuk menentukan besarnya nilai atau harga suatu barang dan jasa. Dengan adanya uang, mudah menentukan nilai suatu barang. Contoh: harga sebuah kalkulator Rp150.000,00, harga sebuah buku Rp20.000,00, dan sebagainya.

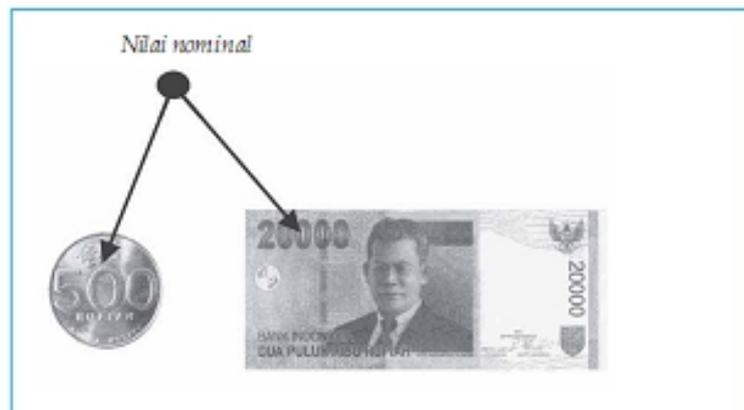
b. Fungsi Turunan Uang

- 1) Uang sebagai alat pembayaran
- 2) Uang sebagai alat untuk menabung
- 3) Uang sebagai pemindah kekayaan
- 4) Uang sebagai pembentuk/penimbun kekayaan
- 5) Uang sebagai alat pendorong kegiatan ekonomi

Nilai Uang

a. Nilai Nominal

Nilai nominal uang adalah nilai yang tertera/tertulis pada setiap mata uang yang bersangkutan. Contoh: pada uang Rp50.000,00 tertera angka lima puluh ribu rupiah, maka nilai nominal uang tersebut adalah lima puluh ribu rupiah.



Gambar 34 Nominal uang

b. Nilai Intrinsik

Nilai intrinsik uang adalah nilai bahan yang digunakan untuk membuat uang. Contoh: untuk membuat uang kertas Rp50.000,00 diperlukan kertas dan bahan lainnya yang harganya Rp3.000,00, maka nilai intrinsik uang tersebut adalah Rp3.000,00.

c. Nilai Riil

Nilai riil uang adalah nilai yang dapat diukur dengan jumlah barang dan jasa yang dapat ditukar dengan uang itu. Jika uang Rp1.000,00 dapat ditukar dengan satu gelas minuman teh, maka dapat dikatakan bahwa nilai riil uang Rp1.000,00 adalah segelas minuman teh.

Dilihat dari penggunaannya, nilai uang dibedakan menjadi nilai internal uang dan nilai eksternal uang.

a. Nilai internal uang

Nilai internal uang adalah daya beli uang terhadap barang dan jasa. Contoh: dengan uang Rp 5.000,00 dapat membeli sebuah buku tulis, maka nilai internal uang Rp 5.000,00 tersebut adalah sebuah buku tulis.

b. Nilai eksternal uang

Nilai eksternal uang adalah nilai uang dalam negeri, jika dibandingkan dengan mata uang asing, yang lebih dikenal dengan kurs. Kurs ada dua macam yaitu kurs jual dan kurs beli. Kurs jual adalah kurs yang berlaku apabila bank menjual valuta asing. Sedangkan kurs beli adalah kurs yang berlaku apabila bank membeli valuta asing. Contoh: Kita dapat menukarkan uang Rp9.000,00 dengan satu dollar Amerika Serikat di bank yang melayani penukaran valuta asing. Dalam hal ini nilai kurs Rupiah terhadap dollar Amerika Serikat (US \$1 = Rp10.000,00).

Uang di Indonesia hanya dikeluarkan oleh Bank Indonesia sebagai alat pembayaran yang sah sehingga apabila ada individu atau sekelompok orang yang mencetak uang dikategorikan perbuatan yang melawan hukum. Sebagai masyarakat diperlukan adanya kesadaran untuk turut memberikan pengawasan jika di sekelilingnya beredar uang-uang palsu. Kepekaan masyarakat sebagai warga negara yang baik membantu pemerintah dalam menindak dan memberantas beredarnya uang palsu. Bank Indonesia telah mensosialisasikan melalui slogan “dilihat, diraba dan diterawang” untuk membantu masyarakat untuk mengenali ciri-ciri uang palsu.

Masyarakat dapat melihat bahwa uang yang asli terlihat jelas dan terang dibandingkan uang palsu dan benang pengaman yang ditanam pada uang kertas tampak sebagai garis melintang atau anyaman dan dapat berubah warna apabila dilihat dari sudut tertentu. Selain itu, masyarakat juga dapat meraba karena pada uang asli memiliki teknik cetak khusus sehingga pada angka nominal, huruf terbilang dan lambang negara saat diraba kasar. Selain dilihat dan diraba, salah satu cara mengenali uang asli atau palsu adalah dengan menerawang, yaitu adanya tanda air yang muncul pada gambar saat diterawangkan ke arah cahaya.

Berikut ini gambar yang menjelaskan pernyataan di atas :

DILIHAT



- Warna** Uang terlihat terang dan jelas. 
- Terdapat **Benang Pengaman**, yang ditanam pada kertas uang dan tampak sebagai suatu garis melintang atau berbentuk anyaman yang dapat berubah warna bila dilihat dari sudut pandang tertentu. 
- Pada uang pecahan Rp 100.000, Rp 50.000, Rp 20.000 dan Rp 10.000 (Desain Lama), di sudut kanan bawah terdapat **Optically Variable Ink (OVI)**, yaitu berupa logo BI dalam bidang tertentu yang dicetak dengan tinta khusus yang akan berubah warna apabila dilihat dari sudut pandang tertentu. 
- Pada uang pecahan Rp 100.000, Rp 50.000, Rp 20.000 dan Rp 10.000 (Desain Baru) terdapat **Cetak Pelangi (Rainbow Printing)**, yaitu cetak pelangi dalam bidang tertentu yang akan berubah warna apabila dilihat dari sudut pandang tertentu. 

Gambar 35 Mencermati uang melalui dilihat

DIRABA



- TEHNIK CETAK KHUSUS**
Pada angka nominal, huruf terbilang, gambar utama dan Lambang Negara Burung Garuda pada bagian ini akan terasa kasar bila diraba. 
- KODE TUNANETRA**
Kode tertentu untuk mengenal jenis pecahan bagi tunanetra. Pada uang kertas Rp 100.000, Rp 50.000, Rp 20.000, Rp 10.000 dan Rp 2.000 terletak pada bagian muka uang di atas tulisan Bank Indonesia. 

Gambar 36 Mencermati uang melalui diraba



Gambar 37 Mencermati uang melalui di terawang

2. Materi 2: Lembaga Keuangan

Bank

a. **Pengertian**
Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat banyak.

b. **Asas, Fungsi, dan Tujuan Bank**
Menurut Pasal 2 Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, dalam melakukan usahanya, perbankan di Indonesia berasaskan demokrasi ekonomi dengan menggunakan prinsip kehati-hatian. Demokrasi ekonomi dilaksanakan berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945.

Menurut pasal 3 Undang-Undang No. 7 Tahun 1992, fungsi utama Perbankan Indonesia adalah sebagai penghimpun dan sebagai penyalur dana masyarakat.

Menurut Pasal 4 Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 Perbankan Indonesia bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas ekonomi ke arah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak.

Sesuai dengan fungsi dan tujuan bank tersebut, ada tiga tugas utama bank yang juga dikenal dengan produk-produk bank.

1) Bank sebagai Penghimpun Dana Masyarakat (Kredit Pasif)

- Rekening koran/ giro (*demand deposit*), yaitu simpanan yang dapat diambil atau digunakan untuk membayar sewaktu-waktu.
- Deposito berjangka (*time deposit*), yaitu simpanan pada bank yang penarikannya hanya boleh dilakukan setelah jatuh tempo.
- Sertifikat deposito, yaitu deposito berjangka yang sertifikatnya dapat diperjualbelikan.
- Tabungan, yaitu simpanan di bank yang penarikannya dapat sewaktu-waktu.
- *Deposit on call*, yaitu simpanan tetap yang berada di bank selama pemiliknya tidak menggunakan. Jika pemiliknya akan menggunakan, pemilik tersebut harus memberitahukan terlebih dahulu.
- *Deposit automatic roll over*, yaitu deposito yang sudah jatuh tempo tetapi diperpanjang secara otomatis selama belum diambil.

2) Bank sebagai Penyalur Dana Masyarakat (Kredit Aktif)

- Kredit rekening koran, yaitu peminjaman kepada nasabah yang pengambilannya disesuaikan dengan kebutuhan nasabah tersebut.
- Kredit reimburse (*letter of credit*), yaitu kredit yang diberikan kepada nasabah atas pembelian sejumlah barang dan yang membayar adalah pihak bank.

- Kredit aksep, yaitu pinjaman yang diberikan bank kepada nasabah dengan mengeluarkan wesel. Wesel tersebut selanjutnya dapat diperdagangkan.
- Kredit dokumenter, yaitu pinjaman yang diberikan oleh bank kepada nasabah setelah nasabah menyerahkan dokumen pengiriman barang yang telah disetujui oleh kapten kapal yang mengangkut barang tersebut.
- Kredit dengan jaminan surat berharga, yaitu pinjaman yang diberikan oleh bank kepada nasabah untuk membeli surat-surat berharga, dan sekaligus surat-surat berharga tersebut sebagai jaminan kreditnya.

3) Bank sebagai Perantara dalam Lalu Lintas Pembayaran

- Transfer (pengiriman) uang, yakni pengiriman uang antar-daerah atau antarnegara yang dilakukan oleh bank, atas permintaan nasabah atau masyarakat.
- Melakukan inkaso. Bank atas nama nasabah melakukan penagihan surat utang atau wesel kepada pihak lain.
- Menerbitkan kartu kredit (*credit card*). Bank menerbitkan kartu kredit untuk nasabah sehingga nasabah dapat melakukan transaksi pembelian di supermarket tanpa perlu membawa uang tunai.
- Mendiskonto. Bank menjamin jual beli surat berharga yang terjadi di masyarakat.
- Mengeluarkan cek perjalanan (*traveler's check*). Untuk memudahkan transaksi dalam perjalanan, bank menyediakan cek perjalanan.
- *Automated Teller Machine (ATM)*, yaitu tempat nasabah mengambil uang tunai yang ditangani oleh mesin.
- Pembayaran gaji karyawan. Suatu perusahaan/instansi dapat membayar gaji karyawannya melalui bank.

- *Save Deposit Box (SDB)*, yaitu tempat penyimpanan surat/dokumen penting/berharga.

c. Jenis-Jenis
Bank

Menurut Pasal 5 Undang-Undang Nomor 10 tahun 1998, jenis Bank terdiri atas bank umum dan bank perkreditan rakyat (BPR). Selain itu, juga terdapat Bank Sentral yaitu Bank Indonesia.

1) Bank Sentral

Berdasarkan UU No. 23 Tahun 1999, Bank Sentral (Bank Indonesia) merupakan lembaga negara yang independen/mandiri, bebas dari campur tangan pemerintah dan pihak-pihak lain kecuali untuk hal-hal yang secara tegas diatur dalam undang-undang.

Bank Indonesia merupakan bank sentral di Indonesia yang didirikan berdasarkan undang-undang. Tujuan Bank Indonesia adalah mengatur dan memelihara kestabilan nilai rupiah. Kestabilan nilai rupiah tampak dari perkembangan laju inflasi dan perkembangan nilai tukar rupiah terhadap mata uang asing. Untuk mencapai tujuan tersebut, Bank Indonesia mempunyai tugas sebagai berikut.

- a. Menetapkan dan melaksanakan kebijakan moneter.
- b. Mengatur dan menjaga kelancaran sistem pembayaran.
- c. Mengatur dan mengawasi bank.
- d. Sebagai penyedia dana terakhir bagi bank umum, dalam bentuk bantuan likuiditas Bank Indonesia

2) Bank Umum

Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998, bank umum berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Bank umum memiliki bentuk hukum yaitu:

- a. perseroan terbatas (PT),
- b. koperasi, atau
- c. perusahaan daerah.

Bank umum hanya dapat didirikan oleh:

- a. warga negara Indonesia atau badan hukum Indonesia, atau
- b. warga negara Indonesia dengan warga negara asing dan atau badan hukum asing secara kemitraan.

Tugas pokok Bank Umum menurut Pasal 6 UU No.10 Tahun 1998 adalah sebagai berikut.

- a. Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan berupa giro, deposito berjangka, sertifikat deposito, tabungan, dan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu.
- b. Memberikan kredit.
- c. Menerbitkan pengakuan utang.
- d. Membeli, menjual atau menjamin atas risiko sendiri maupun untuk kepentingan dan atas perintah nasabahnya.
- e. Memindahkan uang baik untuk kepentingan sendiri maupun untuk kepentingan nasabah.
- f. Menempatkan dana pada peminjam atau meminjamkan dana pada bank lain baik dengan menggunakan surat, sarana telekomunikasi maupun dengan cek atau sarana lainnya.
- g. Menerima pembayaran surat
- h. dari tagihan atas surat berharga dan melakukan perhitungan dengan atau antarpihak ketiga.

- i. Menyediakan tempat untuk menyimpan barang dan surat berharga (*safe deposit box*).
- j. Melakukan kegiatan penitipan untuk kepentingan pihak lain berdasarkan suatu kontrak.
- k. Melakukan penempatan dana dari nasabah kepada nasabah lainnya dalam bentuk surat berharga yang tidak tercatat di bursa efek.
- l. Melakukan kegiatan anjak piutang, usaha kartu kredit, dan kegiatan wali amanat.
- m. Menyediakan pembiayaan dan atau melakukan kegiatan lain berdasarkan prinsip syariah, sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Bank Indonesia.
- n. Melakukan kegiatan lain yang lazim dilakukan oleh bank sepanjang tidak bertentangan dengan undang-undang dan peraturan yang berlaku.

3) Bank Perkreditan Rakyat (BPR)

Menurut pasal 13 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998, BPR mempunyai tugas sebagai berikut.

- a. Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan berupa deposito berjangka, tabungan, dan atau bentuk lain yang dipersamakan dengan itu.
- b. Memberikan kredit kepada masyarakat.
- c. Menyediakan pembiayaan bagi nasabah berdasarkan prinsip bagi hasil.

Menurut pasal 14 Undang-Undang No. 10 Tahun 1998, BPR dilarang melakukan kegiatan sebagai berikut.

- a. Menerima simpanan dalam bentuk giro dan turut serta dalam lalu lintas pembayaran.
- b. Melakukan usaha dalam valuta asing.

- c. Melakukan penyertaan modal.
- d. Melakukan usaha perasuransian.
- e. Melakukan kegiatan usaha lain di luar kegiatan usaha, sebagaimana yang dimaksud dalam pasal 13 Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan.

Di beberapa kota di Indonesia banyak berdiri bank syariah. Bank Syariah tersebut dapat berasal dari bank umum maupun bank perkreditan rakyat (BPR). Bank umum tersebut antara lain Bank BNI Syariah, Bank Mandiri Syariah, dan Bank Danamon Syariah.

Bank Syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha menurut syariah Islam. Pada bank Syariah dikenal beberapa istilah dalam melaksanakan kegiatannya, misalnya :

1. Mudharabah, yaitu prinsip bagi hasil,
2. Musharakah, yaitu pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal,
3. Murabahah, yaitu prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan, dan
4. Ijarah, yaitu pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan.

2. Lembaga Keuangan Bukan Bank

Menurut Surat Keputusan Menteri Keuangan RI No. KEP-38/MK/IV/1972, Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) adalah semua lembaga (badan) yang melakukan kegiatan dalam bidang keuangan yang secara langsung atau tidak langsung menghimpun dana dengan cara mengeluarkan surat-surat berharga, kemudian menyalurkan kepada masyarakat terutama untuk membiayai investasi perusahaan-perusahaan.

Bentuk usaha lembaga keuangan bukan bank di Indonesia adalah sebagai berikut :

- a. Badan hukum Indonesia yang didirikan oleh warga Negara Indonesia atau badan hukum Indonesia dalam bentuk kerja sama dengan badan hukum asing.
- b. Badan hukum asing dalam bentuk perwakilan dari lembaga keuangan yang berkedudukan di luar negeri.

Lembaga keuangan bukan bank dapat mendorong pengembangan pasar uang dan pasar modal serta membantu permodalan sejumlah perusahaan yang dimiliki pengusaha golongan ekonomi lemah. Jenis-jenis lembaga keuangan bukan bank adalah:

a. Asuransi

Menurut Kitab Undang-Undang Hukum Dagang, asuransi adalah perjanjian antara seseorang penanggung yang mengikat diri kepada seseorang tertanggung dengan menerima suatu premi dan memberi penggantian senilai yang diasuransikan kepada tertanggung karena suatu kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan akibat peristiwa yang tidak tertentu. Penggantian kerugian akan dilakukan jika kerugian itu benar-benar terjadi dan bukan disengaja.

Lembaga asuransi memiliki peranan ganda, yaitu sebagai lembaga pelimpahan risiko dan sebagai lembaga penyerap dan dari masyarakat.

b. Koperasi Kredit

Kegiatan koperasi kredit atau koperasi simpan pinjam adalah menerima simpanan dan memberikan pinjaman uang kepada para anggota yang memerlukan dengan syarat-syarat yang mudah dan bunga ringan. Untuk meminjam uang, anggota tidak perlu menyerahkan jaminan.

c. Perusahaan Umum Pegadaian (Perum Pegadaian)

Perum Pegadaian merupakan perusahaan umum milik pemerintah yang tujuannya memberikan pinjaman kepada perseorangan atau golongan ekonomi lemah. Pinjaman yang diberikan oleh Perum Pegadaian didasarkan pada nilai barang jaminannya.

Dalam memberikan kreditnya, pegadaian tidak memerhatikan penggunaan uang tersebut. Pinjaman dapat digunakan untuk usaha perdagangan, industri rumah tangga, dan bahkan untuk keperluan konsumsi. Jaminan kredit dapat berupa benda-benda bergerak dan tidak bergerak.

d. Lembaga Dana Pensiun

Pensiun merupakan jaminan pegawai di hari tua dan hal ini diatur dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1974. Dana pensiun dihimpun oleh Lembaga Dana Pensiun contohnya PT Tabungan Asuransi Pensiun (PT Taspen) dan Perum Asabri.

Tujuan utama Lembaga Dana Pensiun adalah meningkatkan kesejahteraan pegawai beserta keluarganya melalui asuransi sosial yang ditentukan dalam perundang-undangan. Lembaga Dana Pensiun tersebut berfungsi:

- sebagai tempat untuk mengumpulkan dana masyarakat yang sifatnya jangka panjang dan
- sebagai tempat untuk memberikan jaminan pensiun bagi anggota pensiun/peserta program.

Dana pensiun diperoleh melalui pemotongan gaji pegawai setiap bulan selama seseorang masih aktif bekerja, kemudian dibayarkan kembali kepada pegawai tersebut setelah pensiun. Dalam masa tenggang, yaitu masa pemotongan sebagian gaji dengan masa pembayaran saat pegawai/karyawan pensiun, dana yang terkumpul tersebut disalurkan kepada masyarakat dengan cara sebagai berikut.

- Dipinjamkan kepada badan-badan yang membutuhkan.
- Dibelikan surat-surat berharga yang dikeluarkan oleh lembaga-lembaga pemerintah.

e. Perusahaan Sewa Guna

Sewa guna merupakan pembelian secara angsuran, namun sebelum angsurannya selesai (lunas), hak barang yang diperjualbelikan masih dimiliki oleh penjual. Namun demikian, begitu kontrak *leasing*

ditandatangani, segala fasilitas dan kegunaan barang tersebut boleh digunakan oleh pembeli.

3. Materi 3: Pajak

Pengertian Pajak

Pajak adalah iuran (pembayaran) wajib yang dibayarkan oleh wajib pajak kepada negara berdasarkan undang-undang dengan tidak mendapat balas jasa secara langsung dari negara dan digunakan untuk membayar pengeluaran umum, dalam rangka meningkatkan kesejahteraan umum.

Pajak dari perspektif ekonomi dipahami sebagai beralihnya sumber daya dari sektor privat kepada sektor publik. Pemahaman ini memberikan gambaran bahwa adanya pajak menyebabkan dua situasi menjadi berubah. Pertama, berkurangnya kemampuan individu dalam menguasai sumber daya untuk kepentingan penguasaan barang dan jasa. Kedua, bertambahnya kemampuan keuangan negara dalam penyediaan barang dan jasa publik yang merupakan kebutuhan masyarakat.

Sementara pemahaman pajak dari perspektif hukum menurut Soemitro merupakan suatu perikatan yang timbul karena adanya undang-undang yang menyebabkan timbulnya kewajiban warga negara untuk menyetorkan sejumlah penghasilan tertentu kepada negara, negara mempunyai kekuatan untuk memaksa dan uang pajak tersebut harus dipergunakan untuk penyelenggaraan pemerintahan. Dari pendekatan hukum ini memperlihatkan bahwa pajak yang dipungut harus berdasarkan undang-undang sehingga menjamin adanya kepastian hukum, baik bagi fiskus sebagai pengumpul pajak maupun wajib pajak sebagai pembayar pajak.

Pajak menurut Pasal 1 angka 1 UU No 6 Tahun 1983 sebagaimana telah disempurnakan terakhir dengan UU No.28 Tahun 2007 tentang Ketentuan umum dan tata cara perpajakan adalah "*kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang Undang, dengan tidak mendapat timbal balik secara*

langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Pajak mengandung ciri-ciri yaitu:

- a. merupakan iuran (pembayaran) wajib kepada negara;
- b. tidak ada imbalan balas jasa secara langsung dari negara kepada rakyat;
- c. digunakan untuk kesejahteraan umum;
- d. pungutan pajak berdasarkan undang-undang; dan
- e. pendapatan negara dari pajak digunakan untuk pembelanjaan negara.

Fungsi Pajak

Pajak mempunyai peranan yang sangat penting dalam kehidupan bernegara, khususnya di dalam pelaksanaan pembangunan karena pajak merupakan sumber pendapatan negara untuk membiayai semua pengeluaran termasuk pengeluaran pembangunan. Berdasarkan hal di atas maka pajak mempunyai beberapa fungsi, yaitu:

- Fungsi anggaran (*budgetair*)

Sebagai sumber pendapatan negara, pajak berfungsi untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran negara. Untuk menjalankan tugas-tugas rutin negara dan melaksanakan pembangunan, negara membutuhkan biaya. Biaya ini dapat diperoleh dari penerimaan pajak. Dewasa ini pajak digunakan untuk pembiayaan rutin seperti belanja pegawai, belanja barang, pemeliharaan, dan lain sebagainya. Untuk pembiayaan pembangunan, uang dikeluarkan dari tabungan pemerintah, yakni penerimaan dalam negeri dikurangi pengeluaran rutin. Tabungan pemerintah ini dari tahun ke tahun harus ditingkatkan sesuai kebutuhan pembiayaan pembangunan yang semakin meningkat dan ini terutama diharapkan dari sektor pajak.

- Fungsi mengatur (*regulerend*)

Pemerintah bisa mengatur pertumbuhan ekonomi melalui kebijaksanaan pajak. Dengan fungsi mengatur, pajak bisa digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan. Contohnya dalam rangka menggiring penanaman modal, baik dalam negeri maupun luar negeri, diberikan berbagai macam fasilitas keringanan pajak. Dalam rangka melindungi produksi dalam negeri, pemerintah menetapkan bea masuk yang tinggi untuk produk luar negeri.

- Fungsi stabilitas

Dengan adanya pajak, pemerintah memiliki dana untuk menjalankan kebijakan yang berhubungan dengan stabilitas harga sehingga inflasi dapat dikendalikan, Hal ini bisa dilakukan antara lain dengan jalan mengatur peredaran uang di masyarakat, pemungutan pajak, penggunaan pajak yang efektif dan efisien.

- Fungsi redistribusi pendapatan

Pajak yang sudah dipungut oleh negara akan digunakan untuk membiayai semua kepentingan umum, termasuk juga untuk membiayai pembangunan sehingga dapat membuka kesempatan kerja, yang pada akhirnya akan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat.

Syarat pemungutan pajak

- Pemungutan pajak harus adil

Seperti halnya produk hukum pajak pun mempunyai tujuan untuk menciptakan keadilan dalam hal pemungutan pajak. Adil dalam perundang-undangan maupun adil dalam pelaksanaannya.

Contohnya:

- Dengan mengatur hak dan kewajiban para wajib pajak
- Pajak diberlakukan bagi setiap warga negara yang memenuhi syarat sebagai wajib pajak
- Sanksi atas pelanggaran pajak diberlakukan secara umum sesuai dengan berat ringannya pelanggaran

- Pengaturan pajak harus berdasarkan UU

Sesuai dengan Pasal 23 UUD 1945 yang berbunyi: "Pajak dan pungutan yang bersifat untuk keperluan negara diatur dengan Undang-Undang", ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam penyusunan UU tentang pajak, yaitu:

- Pemungutan pajak yang dilakukan oleh negara yang berdasarkan UU tersebut harus dijamin kelancarannya
- Jaminan hukum bagi para wajib pajak untuk tidak diperlakukan secara umum
- Jaminan hukum akan terjaganya kerashiaan bagi para wajib pajak

- Pungutan pajak tidak mengganggu perekonomian

Pemungutan pajak harus diusahakan sedemikian rupa agar tidak mengganggu kondisi perekonomian, baik kegiatan produksi, perdagangan, maupun jasa. Pemungutan pajak jangan sampai merugikan kepentingan masyarakat dan menghambat lajunya usaha masyarakat pemasok pajak, terutama masyarakat kecil dan menengah.

- Pemungutan pajak harus efisien

Biaya-biaya yang dikeluarkan dalam rangka pemungutan pajak harus diperhitungkan. Jangan sampai pajak yang diterima lebih rendah daripada biaya pengurusan pajak tersebut. Oleh karena itu, sistem pemungutan pajak harus sederhana dan mudah untuk dilaksanakan. Dengan demikian, wajib pajak tidak akan mengalami kesulitan dalam pembayaran pajak baik dari segi penghitungan maupun dari segi waktu.

- Sistem pemungutan pajak harus sederhana

Bagaimana pajak dipungut akan sangat menentukan keberhasilan dalam pungutan pajak. Sistem yang sederhana akan memudahkan wajib pajak dalam menghitung beban pajak yang harus dibiayai sehingga akan memberikan dampak positif bagi para wajib pajak untuk meningkatkan

kesadaran dalam pembayaran pajak. Sebaliknya, jika sistem pemungutan pajak rumit, orang akan semakin enggan membayar pajak.

Contoh:

- Bea materai disederhanakan dari 167 macam tarif menjadi 2 macam tarif
- Tarif PPN yang beragam disederhanakan menjadi hanya satu tarif, yaitu 10%
- Pajak perseorangan untuk badan dan pajak pendapatan untuk perseorangan disederhanakan menjadi pajak penghasilan (PPh) yang berlaku bagi badan maupun perseorangan (pribadi)

Asas pemungutan pajak

Untuk dapat mencapai tujuan dari pemungutan pajak, beberapa ahli yang mengemukakan tentang asas pemungutan pajak, antara lain:

- a. Menurut Adam Smith dalam bukunya *Wealth of Nations* dengan ajaran yang terkenal "*The Four Maxims*", asas pemungutan pajak adalah sebagai berikut.
 - Asas *Equality* (asas keseimbangan dengan kemampuan atau asas keadilan): pemungutan pajak yang dilakukan oleh negara harus sesuai dengan kemampuan dan penghasilan wajib pajak. Negara tidak boleh bertindak diskriminatif terhadap wajib pajak.
 - Asas *Certainty* (asas kepastian hukum): semua pungutan pajak harus berdasarkan UU, sehingga bagi yang melanggar akan dapat dikenai sanksi hukum.
 - Asas *Convenience of Payment* (asas pemungutan pajak yang tepat waktu atau asas kesenangan): pajak harus dipungut pada saat yang tepat bagi wajib pajak (saat yang paling baik), misalnya disaat wajib pajak baru menerima penghasilannya atau disaat wajib pajak menerima hadiah.

- Asas *Efficiency* (asas efisien atau asas ekonomis): biaya pemungutan pajak diusahakan sehemat mungkin, jangan sampai terjadi biaya pemungutan pajak lebih besar dari hasil pemungutan pajak.

b. Menurut W.J. Langen,
asas pemungutan pajak adalah sebagai berikut:

- Asas daya pikul: besar kecilnya pajak yang dipungut harus berdasarkan besar kecilnya penghasilan wajib pajak. Semakin tinggi penghasilan maka semakin tinggi pajak yang dibebankan.
- Asas manfaat: pajak yang dipungut oleh negara harus digunakan untuk kegiatan-kegiatan yang bermanfaat untuk kepentingan umum.
- Asas kesejahteraan: pajak yang dipungut oleh negara digunakan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat.
- Asas kesamaan: dalam kondisi yang sama antara wajib pajak yang satu dengan yang lain harus dikenakan pajak dalam jumlah yang sama (diperlakukan sama).
- Asas beban yang sekecil-kecilnya: pemungutan pajak diusahakan sekecil-kecilnya (serendah-rendahnya) jika dibandingkan dengan nilai obyek pajak sehingga tidak memberatkan para wajib pajak.

c. Menurut Adolf
Wagner, asas pemungutan pajak adalah sebagai berikut:

- Asas politik finansial: pajak yang dipungut negara jumlahnya memadai sehingga dapat membiayai atau mendorong semua kegiatan negara.
- Asas ekonomi: penentuan obyek pajak harus tepat, misalnya: pajak pendapatan, pajak untuk barang-barang mewah
- Asas keadilan: pungutan pajak berlaku secara umum tanpa diskriminasi, untuk kondisi yang sama diperlakukan sama pula.
- Asas administrasi: menyangkut masalah kepastian perpajakan (kapan, dimana harus membayar pajak), keluwesan penagihan (bagaimana cara membayarnya) dan besarnya biaya pajak.

- Asas yuridis: segala pungutan pajak harus berdasarkan Undang-Undang.

Jenis-Jenis Pajak

Menurut Golongannya

1) Pajak langsung

Pajak langsung adalah pajak yang bebannya harus dibayar oleh subjek pajak atau wajib pajak, dan tidak dapat dipindahkan kepada pihak lain. Misalnya, pajak penghasilan (PPh), pajak bumi dan bangunan (PBB), dan pajak kendaraan bermotor (PKB).

2) Pajak tidak langsung

Pajak tidak langsung adalah pajak yang bebannya dapat dilimpahkan kepada pihak lain, misalnya pajak penjualan, pajak pertambahan nilai (PPn), bea balik nama (BBN), dan cukai.

Menurut Wewenang Pemungutannya

1) Pajak Negara atau Pusat

Pajak Negara atau Pajak Pusat adalah pajak yang wewenang pemungutannya dilakukan oleh pemerintah pusat (Dirjen Pajak). Yang termasuk pajak pusat adalah pajak penghasilan (PPh), pajak pertambahan nilai (PPn), dan pajak bumi dan bangunan (PBB).

2) Pajak Daerah

Pajak Daerah adalah pajak yang wewenang pemungutannya dilakukan oleh pemerintah daerah tingkat I dan tingkat II. Yang termasuk pajak daerah adalah pajak pertunjukan, pajak reklame, dan pajak kendaraan bermotor (PKB).

Menurut Sifatnya

1) Pajak subjektif (bersifat perorangan)

Pajak subjektif adalah pajak yang pelaksanaannya memerhatikan kemampuan dan keadaan pribadi wajib pajak.

2) Pajak objektif (bersifat kebendaan)

Pajak objektif adalah pajak yang dalam pelaksanaannya tidak memerhatikan kemampuan dan keadaan wajib pajak. Pajak ini dipungut karena kejadian, perbuatan atau keadaan. Contoh: pajak tontonan, pajak restoran, perhotelan, dan cukai rokok.

Pungutan Resmi Selain Pajak

Pemerintah memperoleh sumber penerimaan dari pungutan resmi lain (bukan pajak). Pungutan-pungutan tersebut sebagai berikut.

- a. Retribusi adalah pungutan yang dilakukan sehubungan dengan sesuatu jasa atau fasilitas yang diberikan oleh pemerintah secara langsung dan nyata kepada pembayar. Misalnya: iuran parkir, iuran pasar, dan iuran jalan tol.
- b. Cukai adalah pungutan resmi yang dikenakan atas barang-barang tertentu yang sudah ditetapkan oleh pemerintah. Misalnya: cukai rokok, minuman keras, dan kaset rekaman.
- c. Bea meterai adalah pungutan yang dikenakan atas dokumen dengan menggunakan benda meterai.
- d. Bea Ekspor dan Bea Impor

Bea ekspor adalah pungutan resmi kepada eksportir yang akan mengekspor barang dagangannya keluar negeri, berdasarkan tarif yang sudah ditentukan bagi masing-masing golongan barang. Sedangkan bea impor adalah pungutan terhadap importir saat mengimpor barang dari luar negeri.
- e. Lain-lain pungutan yang sah/legal berupa sumbangan wajib, misalnya SWDKLLJ (Sumbangan Wajib Dana Kecelakaan Lalu Lintas Jalan) dan SWPJ (Sumbangan Wajib Perbaikan Jalan).

T. Rangkuman

Uang adalah segala sesuatu yang dapat diterima oleh masyarakat umum sebagai alat tukar menukar dalam lalu lintas perekonomian. Uang mempunyai syarat-syarat tertentu 1) dapat diterima masyarakat umum, 2) mudah disimpan dan nilainya tetap, 3) mudah dibawa ke mana-mana, 4) mudah dibagi tanpa mengurangi nilai, 5) jumlahnya terbatas sehingga tetap berharga. Jenis-jenis uang dapat dibagi berdasarkan 1) bahan, 2) lembaga yang mengeluarkan dan 3) nilainya. Uang mempunyai fungsi asli dan turunan.

Pembahasan tentang uang juga membahas tentang Lembaga Keuangan Bank dan Non Bank. Apabila dilihat dari tugas utama bank, bank mempunyai tugas 1) penghimpun dana masyarakat, 2) penyalur dana masyarakat dan 3) perantara dalam lalu lintas perdagangan. Berdasarkan jenisnya, bank dibedakan atas, 1) Bank Sentral, 2) Bank Umum, 3) Bank Perkreditan Rakyat. Jenis-jenis lembaga keuangan non bank 1) asuransi, 2) koperasi kredit, 3) Perum Pegadaian, 4) Lembaga Dana Pensiun.

Mata uang di Indonesia hanya dikeluarkan oleh Bank Indonesia sebagai alat pembayaran yang sah sehingga apabila terdapat kecurangan dari oknum tertentu tentang pembuatan uang palsu, maka sebagai warga masyarakat wajib melaporkan.

Pajak adalah iuran (pembayaran) wajib yang dibayarkan oleh wajib pajak kepada negara berdasarkan undang-undang dengan tidak mendapat balas jasa secara langsung dari negara dan digunakan untuk membayar pengeluaran umum, dalam rangka meningkatkan kesejahteraan umum.

Fungsi pajak antara lain: fungsi anggaran, fungsi mengatur, fungsi redistribusi pendapatan, dan fungsi stabilitas.

Pembelajaran 5. Perdagangan Internasional dan Alat Pertukaran Perdagangan Internasional

U. Kompetensi

Memahami konsep perdagangan internasional dan alat pertukaran perdagangan internasional

V. Indikator Pencapaian Kompetensi

1. Menjelaskan pengertian serta tujuan perdagangan internasional
2. Menjelaskan teori perdagangan internasional
3. Mengidentifikasi faktor-faktor terjadinya perdagangan internasional dan MEA
4. Mengidentifikasi akibat/ dampak perdagangan internasional dan MEA
5. Menjelaskan kebijakan perdagangan internasional dan MEA
6. Menjelaskan devisa dan valuta asing
7. Menjelaskan kurs pertukaran mata uang asing

W. Uraian Materi

1. Materi 1: Perdagangan Internasional

Semua negara di dunia tidak mampu memproduksi semua barang dan kebutuhan negaranya sendiri, sehingga mereka harus menerima bantuan dari negara lain. Proses ini kemudian menjadi kegiatan perdagangan antar negara, atau kegiatan ekspor-impor. Perdagangan antar negara tersebut disebut dengan perdagangan internasional.

Perdagangan internasional adalah kegiatan jual-beli yang dilakukan satu negara dengan negara lain, dimana hal ini terjadi sebagai akibat keterbatasan sumber daya yang ada negara tersebut.

Menurut Sadono Sukirno (2016) perdagangan internasional memiliki banyak manfaat atau tujuan diantaranya:

- a. Memperoleh barang yang tidak dapat diproduksi di negeri sendiri

Banyak faktor-faktor yang mempengaruhi perbedaan hasil produksi di setiap negara. Faktor-faktor tersebut di antaranya: Kondisi geografi, iklim,

tingkat penguasaan iptek dan lain-lain. Dengan adanya perdagangan internasional, setiap negara mampu memenuhi kebutuhan yang tidak diproduksi sendiri.

b. Memperoleh keuntungan dari spesialisasi

Sebab utama kegiatan perdagangan luar negeri adalah untuk memperoleh keuntungan yang diwujudkan oleh spesialisasi. Walaupun suatu negara dapat memproduksi suatu barang yang sama jenisnya dengan yang diproduksi oleh negara lain, tapi ada kalanya lebih baik apabila negara tersebut mengimpor barang tersebut dari luar negeri.

c. Memperluas pasar dan menambah keuntungan

Terkadang, para pengusaha tidak menjalankan mesin-mesinnya (alat produksinya) dengan maksimal karena mereka khawatir akan terjadi kelebihan produksi, yang mengakibatkan turunnya harga produk mereka. Dengan adanya perdagangan internasional, pengusaha dapat menjalankan mesin-mesinnya secara maksimal dan menjual kelebihan produk tersebut keluar negeri.

d. Transfer teknologi modern

Perdagangan luar negeri memungkinkan suatu negara untuk mempelajari teknik produksi yang lebih efisien dan cara-cara manajemen yang lebih modern.

Menurut Amir M.S (dalam Nisa, 2019), bila dibandingkan dengan pelaksanaan perdagangan di dalam negeri, perdagangan internasional sangatlah rumit dan kompleks. Kerumitan tersebut antara lain disebabkan karena adanya batas-batas politik dan kenegaraan yang dapat menghambat perdagangan, misalnya dengan adanya bea, tarif, atau kuota barang impor. Selain itu, kesulitan lainnya timbul karena adanya perbedaan budaya, bahasa, mata uang, taksiran dan timbangan dan hukum dalam perdagangan.

Teori Perdagangan Internasional

Perdagangan internasional dapat dijelaskan berdasarkan beberapa teori sebagai berikut:

a. Teori Merkantilisme

Merkantilisme merupakan sebuah kelompok yang mencerminkan cita-cita dan ideologi kapitalisme komersial, serta pandangan tentang politik kemakmuran sebuah negara yang ditujukan untuk memperkuat posisi dan kemakmuran negara melebihi kemakmuran perseorangan. Teori Perdagangan Internasional dari Kaum Merkantilisme berkembang pesat sekitar abad ke-16 berdasar pemikiran mengembangkan ekonomi nasional dan pembangunan ekonomi, dengan mengusahakan jumlah ekspor melebihi jumlah impor.

Teori Merkantilisme mempunyai prinsip-prinsip utama, yaitu sebagai berikut:

- 1) Membatasi impor dan meningkatkan ekspor
- 2) Mengusahakan neraca perdagangan aktif
- 3) Memperluas daerah jajahan
- 4) Monopoli perdagangan
- 5) Mencari logam mulia sebanyak-banyaknya

Dalam sektor perdagangan luar negeri, kebijakan merkantilis berpusat pada dua ide pokok, yaitu:

1. setiap politik perdagangan ditujukan untuk menunjang kelebihan ekspor di atas impor (neraca perdagangan yang aktif). Untuk memperoleh neraca perdagangan yang aktif, maka ekspor ditingkatkan dan impor dibatasi.
2. pemupukan logam mulia, tujuannya adalah pembentukan negara nasional yang kuat dan pemupukan kemakmuran nasional untuk mempertahankan dan mengembangkan kekuatan negara tersebut. Hal ini dikarenakan tujuan utama perdagangan luar negeri adalah memperoleh tambahan logam mulia.

Perdagangan internasional atau perdagangan luar negeri, titik berat kaum merkantilisme difokuskan untuk memperbesar ekspor di atas impor, serta kelebihan ekspor dapat dibayar dengan logam mulia. Kebijakan merkantilisme lainnya adalah kebijakan dalam usaha untuk monopoli perdagangan dan memperoleh daerah-daerah jajahan untuk memasarkan hasil industri. Pelopor Teori Merkantilisme antara lain Jean Baptiste Colbert, Sir Josiah Child, Von Hornich, Jean Bodin dan Thomas Mun. Untuk lebih jelasnya lagi pelajari link video terkait sejarah merkantilisme berikut: <https://bit.ly/2jpEOn3> dan <https://bit.ly/2l3bq4h>.

b. Teori Keunggulan Mutlak/ *Absolute Advantage* (Adam Smith)

Teori keunggulan mutlak, Adam Smith mengemukakan ide-ide sebagai berikut.

1) Spesialisasi Internasional dan Efisiensi Produksi

Dengan spesialisasi, sebuah negara dapat mengkhususkan pada produksi barang yang mempunyai keuntungan. Sebuah Negara akan mengimpor barang-barang yang seandainya diproduksi sendiri (dalam negeri) tidak efisien atau kurang menguntungkan, sehingga keunggulan mutlak diperoleh bila sebuah Negara mengadakan spesialisasi dalam memproduksi barang.

2) Adanya *Division of Labour* (Pembagian Kerja Internasional)

Dengan adanya pembagian kerja dalam menghasilkan sejenis barang, suatu negara dapat memproduksi barang dengan biaya yang lebih murah dibanding negara lain, sehingga dalam mengadakan perdagangan negara tersebut memperoleh keunggulan mutlak.

Keuntungan mutlak diartikan sebagai keuntungan yang dinyatakan dalam banyaknya jam/hari kerja yang dibutuhkan untuk menciptakan barang-barang produksi. Sebuah negara akan mengekspor barang tertentu karena bisa menghasilkan barang tersebut dengan biaya yang secara mutlak lebih murah dibanding negara lain. Dengan kata lain, negara tersebut mempunyai keuntungan mutlak dalam produksi barang. Jadi,

keuntungan mutlak terjadi jika sebuah negara lebih unggul terhadap satu macam produk yang dihasilkan, dengan biaya produksi yang lebih murah jika dibandingkan dengan biaya produksi di negara lain.

c. Teori Keunggulan Komparatif/*Comparative Advantage* (David Ricardo)

Teori Keunggulan Komparatif yang dikemukakan oleh David Ricardo, David Ricardo mengatakan bahwa teori keunggulan mutlak yang dikemukakan oleh Adam Smith memiliki kekurangan, di antaranya adalah sebagai berikut.

1) Apakah negara tersebut juga dapat mengadakan perdagangan internasional?

Konsep keunggulan komparatif (perbedaan biaya yang bisa dibandingkan) yang digunakan sebagai dasar dalam perdagangan internasional adalah banyaknya tenaga kerja yang digunakan untuk memproduksi sebuah barang. Jadi, motif melaksanakan perdagangan bukan sekadar mutlak lebih produktif (lebih menguntungkan) dalam menghasilkan sejenis barang, namun menurut David Ricardo sekalipun sebuah negara itu tertinggal dalam segala rupa, ia tetap dapat ikut serta dalam perdagangan internasional, apabila Negara tersebut menghasilkan barang dengan biaya yang lebih murah (tenaga kerja) dibanding dengan lainnya.

2) Bagaimana bila suatu negara lebih produktif dalam memproduksi dua jenis barang dibanding dengan Negara lain?

Sebagai gambaran awal, di satu pihak sebuah negara mempunyai faktor produksi tenaga kerja dan alam yang lebih unggul dibanding dengan negara lain, sehingga negara tersebut juga lebih unggul dan lebih produktif dalam menghasilkan barang daripada negara lain. Sebaliknya, di lain pihak negara lain tertinggal dalam memproduksi barang. Dari uraian di atas dapat disimpulkan, bahwa jika kondisi suatu negara lebih produktif atas dua jenis barang, maka negara tersebut tidak dapat melakukan hubungan perdagangan /pertukaran internasional.

Jadi, keuntungan komparatif terjadi jika sebuah negara lebih unggul terhadap kedua macam produk yang dihasilkan, dengan biaya tenaga kerja yang lebih murah jika dibandingkan dengan biaya tenaga kerja di negara lain. Silahkan simak video dalam link berikut terkait teori keunggulan absolute dan keunggulan komparatif <https://youtu.be/Bjso2HlijhQ>.

d. Teori Permintaan Timbal Balik/*Reciprocal Demand* (John Stuart Mill)

Teori Permintaan Timbal Balik yang dikemukakan oleh John Stuart Mill, sebenarnya teori ini melanjutkan Teori Keunggulan Komparatif dari David Ricardo, yaitu mencari titik keseimbangan pertukaran antara 2 barang oleh dua negara dengan perbandingan pertukarannya atau dengan menentukan Dasar Tukar Dalam Negeri (DTD). Tujuan Teori Timbal Balik ialah menyeimbangkan antara penawaran dengan permintaannya, karena baik penawaran maupun permintaan menentukan besarnya barang yang akan diekspor dan barang yang akan diimpor.

Jadi, menurut John Stuart Mill selama ada perbedaan dalam rasio produksi konsumsi antara kedua negara, maka manfaat dari perdagangan selalu bisa dilaksanakan di kedua negara tersebut. Dan sebuah negara akan mendapat manfaat jika jumlah jam kerja yang dibutuhkan untuk menciptakan semua barangbarang eksportnya lebih kecil dibanding jumlah jam kerja yang dibutuhkan jika seluruh barang impor diproduksi sendiri.

Dalam dua dasawarsa terakhir pendorong-pendorong terjadinya perdagangan internasional adalah sebagai berikut:

a. Adanya Pasar Bebas

Kebebasan ekonomi atau liberalisme sudah mulai ditanamkan dalam perdagangan internasional. Siapa saja berhak meningkatkan dan memperluas pasarnya untuk menjual belikan produk lintas negara. Pasar bebas dibutuhkan untuk meningkatkan kerja sama antar negara yang berpeluang menambah pendapatan negara. Kebebasan ekonomi menjadi

pemicu individu maupun kelompok untuk berlomba-lomba menambah pasar dan meningkatkan produksi.

Negara-negara yang tergabung dalam ASEAN memasuki era baru penerapan kawasan perdagangan bebas Asia Tenggara atau ASEAN *Free Trade Area* (AFTA). AFTA merupakan hasil kesepakatan dari negara-negara ASEAN untuk membentuk suatu kawasan perdagangan bebas guna meningkatkan daya saing ekonomi kawasan regional Asia Tenggara. Indonesia dan 9 negara anggota ASEAN telah menyatakan untuk menerapkan ASEAN *Economic Community* (AEC) 2015 atau Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) 2015 pada tanggal 31 Desember 2015 guna mendukung AFTA (ASEAN *Free Trade Area*) atau Pasar Bebas Asia Tenggara.

Tujuan MEA adalah untuk menjadikan ASEAN sebuah wilayah yang stabil, sejahtera, dan kompetitif dengan perkembangan ekonomi yang merata, kemiskinan yang berkurang, sosio ekonomi yang beragam namun semuanya meningkat secara bersama-sama dalam sebuah komunitas sosio kultural dan politik yang aman (Sudomo, Asmara). MEA akan membuka kesempatan bagi suatu negara untuk menjual produk dan jasa ke negara-negara lain di seluruh Asia Tenggara dengan mudah, sehingga kompetisi akan semakin ketat.

Bagi Indonesia sendiri, Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) menjadi kesempatan yang baik untuk bersaing, tetapi bagi mereka yang belum ataupun tidak mampu bersaing maka akan jauh ketinggalan. Hal tersebut dikarenakan hambatan perdagangan akan cenderung berkurang, sehingga *Gross Domestic Product* (GDP) Indonesia bisa meningkat. Tetapi selain dampak positif juga akan muncul tantangan baru bagi Indonesia, tantangan tersebut misalnya berupa permasalahan homogenitas komoditas yang diperjualbelikan, seperti komoditas pertanian, karet, produk kayu, tekstil, dan barang elektronik. Dalam hal ini, Competition Risk akan muncul karena banyaknya barang impor yang mengalir ke Indonesia, yang bisa mengancam industri lokal dalam

bersaing dengan produk impor. Masyarakat Ekonomi ASEAN akan memberikan dampak positif dan negatif bagi Indonesia.

ASEAN juga memiliki visi untuk mewujudkan integrasi ekonomi antar kawasan dan ekonomi global melalui kerja sama dalam bentuk perdagangan bebas (*Free Trade Area/FTA*) dengan Negara Mitra Dialog (ASEAN-China, ASEAN-Jepang, ASEAN-Korea, ASEAN-India, ASEAN-Australia dan Selandia Baru, serta ASEAN-Hong Kong), maupun kerja sama kemitraan dengan Negara-negara Mitra Strategis, yaitu Amerika Serikat, ASEAN-Kanada, ASEAN-Uni Eropa, dan ASEAN-Rusia. Video mengenai MEA dapat disimak melalui tautan berikut: <https://youtu.be/q5Z1ThVXIMQ> dan <https://youtu.be/2NWd1bRhP7I>.

b. Adanya Perbedaan Kondisi Geografis

Setiap negara memiliki keadaan geografis yang berbeda dengan negara lain yang menyebabkan perbedaan pada sumber daya yang dihasilkan. Sebagai contoh dahulunya rempah-rempah hanya didapatkan di wilayah tropis seperti Indonesia, sehingga Indonesia menjadi pemasok rempah-rempah terbesar di beberapa negara barat. Setiap negara tidak dapat memenuhi semua sumber daya yang dibutuhkan sehingga perlu melakukan pertukaran dengan negara lain.

c. Adanya Perbedaan Teknologi

Tidak hanya perbedaan sumber daya alamnya saja, namun perbedaan sumber daya manusiannya juga dapat menyebabkan perbedaan kemampuan dalam hal teknologi. Perbedaan teknologi ini menyebabkan suatu negara yang hanya bisa menghasilkan barang mentah harus mengekspor ke negara lain untuk diolah dan diimpor kembali ke negaranya dengan harga lebih mahal. Begitu juga sebaliknya, jika suatu negara hanya maju dalam teknologi saja tanpa adanya pasokan sumber daya alam maka ia membutuhkan bantuan dari negara lain. Inilah peran suatu bentuk perdangan internasional yang saling menguntungkan.

e. Menghemat Biaya

Perdagangan internasional dinilai dapat menghasilkan pasar yang lebih luas dan pendapatan lebih banyak daripada jika hanya diproduksi dalam negeri saja. Sehingga produksi dalam skala besar tentunya dapat menghemat biaya yang harus dikeluarkan untuk produksi.

Diatas telah disinggung bahwa MEA dapat menimbulkan dampak positif dan negatif bagi Indonesia. Berikut ini akan diuraikan dampak positif dan negatif dari perdagangan internasional.

Dampak Positif.

1) Saling membantu memenuhi kebutuhan antarnegara.

Terjalinnnya hubungan di antara negara-negara yang melakukan perdagangan dapat memudahkan suatu negara memenuhi barang-barang kebutuhan yang belum mampu diproduksi sendiri. Mereka dapat saling membantu mengisi kekurangan dari setiap negara, sehingga kebutuhan masyarakat terpenuhi.

2) Meningkatkan produktivitas usaha.

Dengan adanya perdagangan internasional, kemajuan teknologi yang digunakan dalam proses produksi akan meningkat. Meningkatnya teknologi yang lebih modern dapat meningkatkan produktivitas perusahaan dalam menghasilkan barang-barang.

3) Mengurangi pengangguran.

Perdagangan internasional dapat membuka kesempatan kerja baru, yaitu baik kesempatan kerja di dalam maupun diluar negeri, sehingga hal ini menjadi peluang bagi tenaga kerja baru untuk memasuki dunia kerja. Semakin banyak tenaga kerja yang digunakan oleh perusahaan, maka pengangguran dapat berkurang.

4) Menambah pendapatan devisa bagi negara.

Dalam kegiatan perdagangan internasional, setiap negara akan memperoleh devisa. Semakin banyak barang yang dijual di negara lain ataupun tenaga Indonesia yang bekerja diluar negeri, perolehan devisa bagi negara akan semakin banyak.

Dampak negatif.

1) Adanya ketergantungan dengan negara-negara pengimpor.

Untuk memenuhi kebutuhan barang-barang yang tidak diproduksi dalam negeri, pemerintah akan mengimpor dari yang digunakan oleh perusahaan, maka pengangguran dapat berkurang. negara lain. Kegiatan mengimpor ini dapat mengakibatkan ketergantungan dengan negara pengimpor barang kebutuhan.

2) Masyarakat menjadi konsumtif

Banyaknya barang-barang impor yang masuk ke dalam negeri menyebabkan semakin banyak barang yang ada di pasar baik dari jumlah, jenis, dan bentuknya. Akibatnya akan mendorong seseorang untuk lebih konsumtif, karena semakin banyak barang-barang pilihan yang dapat dikonsumsi.

3) Mematikan usaha-usaha kecil.

Perdagangan internasional, dapat menimbulkan persaingan industri dengan negara-negara lain. Industri yang tidak mampu bersaing tentu akan mengalami kerugian, sehingga akan mematikan usaha produksinya. Dalam jangka panjang, hal ini dapat menyebabkan pengangguran.

4) Masuknya tenaga ilegal ke Indonesia.

Semakin banyaknya tenaga ilegal yang masuk ke Indonesia maka akan mengurangi kesempatan penduduk Indonesia untuk mendapatkan pekerjaan, karena semakin banyaknya saingan.

Contohnya tenaga illegal baik dari China, Thailand ataupun Negara lain yang masuk ke Indonesia yang akhirnya tertangkap oleh aparat pemerintah. Ketika hendak dipulangkan ke Negara aslinya, para tenaga illegal tidak memiliki biaya untuk pulang. Maka akan menjadi masalah yang semakin rumit untuk Indonesia.

Salah satu respon tiap negara dengan adanya perdagangan internasional adalah lahirnya berbagai kebijakan perdagangan internasional. Sehingga dapat juga disimpulkan kebijakan perdagangan Internasional merupakan segala tindakan negara/pemerintah, baik langsung ataupun tidak langsung untuk memengaruhi struktur, arah, komposisi, serta bentuk perdagangan luar negeri atau kegiatan perdagangan. Salah satu kebijakan yang dimaksud adalah kebijakan proteksi yang bisa berupa tarif, larangan impor, kuota, dumping dan berbagai kebijakan lainnya. Seperti yang disampaikan dalam link video berikut: <https://bit.ly/2ESvX61>.

Politik Proteksi merupakan kebijakan pemerintah untuk melindungi industri dalam negeri yang sedang tumbuh (infant industry) dari persaingan barang-barang impor. Tujuan Kebijakan proteksi adalah:

- 1) mengoptimalkan produksi dalam negeri
- 2) memelihara tradisi nasional
- 3) memperluas lapangan kerja
- 4) menjaga stabilitas nasional, yang dikhawatirkan dapat terganggu jika bergantung pada negara lain.
- 5) menghindari risiko yang mungkin terjadi jika hanya menggantungkan diri pada satu komoditi andalan.

Politik Proteksi dalam kebijakan perdagangan internasional dapat dilakukan melalui kebijakan sebagai berikut:

1) Tarif dan Bea Masuk

Tarif adalah sebuah pembebanan atas barang-barang yang melintasi daerah pabean (*custom area*). Sementara itu, barang-barang yang masuk ke wilayah negara dikenakan bea masuk.

Ada tiga macam penentuan Tarif dan bea masuk, yaitu:

- a) Bea ekspor (*export duties*) merupakan pajak/bea yang dikenakan kepada barang yang diangkut menuju negara lain (diluar *custom area*)
- b) Bea impor (*import duties*) merupakan pajak/bea yang dikenakan kepada barang-barang yang masuk dalam suatu negara (*custom area*)
- c) Bea transito (*transit duties*) merupakan pajak/bea yang dikenakan kepada barang-barang yang melalui batas wilayah suatu negara dengan tujuan akhir barang tersebut ke negara lain.

2) Subsidi

Subsidi merupakan kebijakan pemerintah untuk membantu mengurangi sebagian biaya produksi per unit barang produksi dalam negeri. Sehingga produsen dalam negeri bisa memasarkan barangnya lebih murah dan dapat bersaing dengan barang impor. Subsidi yang diberikan dapat berupa tenaga ahli, mesin-mesin, peralatan, fasilitas kredit, keringanan pajak. Kebijakan subsidi biasanya juga diberikan untuk menurunkan biaya produksi barang yang menjadi komoditas ekspor, sehingga diharapkan harga jual produk dapat lebih murah dan dapat bersaing di pasar internasional. Tujuan dari subsidi ekspor adalah untuk mendorong jumlah ekspor, karena eksportir dapat memasarkan produknya dengan harga yang lebih rendah. Harga jual dapat diturunkan sebesar subsidi tadi. Namun tindakan ini dianggap sebagai persaingan yang tidak jujur dan dapat menjurus kearah perang subsidi. Hal ini karena semua negara ingin mendorong ekspornya dengan cara memberikan subsidi.

3) Dumping

Dumping merupakan kebijakan pemerintah untuk mengadakan diskriminasi harga, yakni produsen menjual barang di luar negeri dengan harga yang lebih murah dari dalam negeri atau bahkan di bawah biaya produksi. Kebijakan dumping dapat meningkatkan volume perdagangan dan menguntungkan negara pengimpor, terutama menguntungkan konsumen mereka. Namun, negara pengimpor kadang mempunyai industri yang sejenis sehingga persaingan dari luar negeri ini dapat mendorong pemerintah negara pengimpor memberlakukan kebijakan anti dumping (dengan tarif impor yang lebih tinggi), atau sering disebut *countervailing duties* hal tersebut dilakukan untuk melindungi industri yang sejenis di negara pengimpor.

Kebijakan dumping sendiri biasanya hanya berlaku sementara, harga produk akan dinaikkan sesuai dengan harga pasar setelah berhasil merebut dan menguasai pasar internasional. Biasanya kebijakan dumping dilakukan dengan tujuan untuk mematikan persaingan di luar negeri. Setelah persaingan di luar negeri mati maka harga di luar negeri akan dinaikkan untuk menutup kerugian sewaktu melakukan kebijakan dumping. Namun, pelaksanaan politik dumping dalam praktik perdagangan internasional dianggap sebagai tindakan yang tidak terpuji (*unfair trade*) karena dapat merugikan negara lain.

2. Materi 2: Kurs Mata Uang

Kegiatan jual beli barang di dalam negeri tidak menimbulkan masalah alat tukar karena menggunakan mata uang yang sama. Tetapi kegiatan ekspor dan impor memerlukan alat tukar atau mata uang yang digunakan antara negara yang satu dengan yang lain berbeda. Uang asing atau alat pembayaran luar negeri sering disebut valuta asing. Padahal mata uang yang satu berbeda dengan mata uang yang lain dan cenderung berubah-ubah setiap saat.

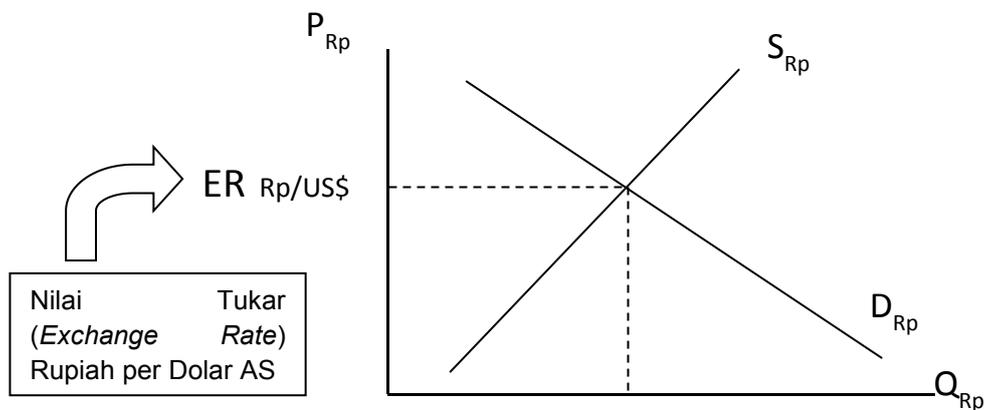
Nilai tukar atau kurs mata uang asing adalah “harga atau nilai mata uang sesuatu negara dinyatakan dalam nilai mata uang negara lain” (Sukirno,

2004). Mata uang asing pada hakekatnya sama halnya dengan komoditi lain yang diperdagangkan di pasar internasional, sehingga terdapat permintaan dan penawaran atas mata uang asing tersebut. Oleh karena itu, nilai tukar mata uang asing selalu mengalami fluktuasi dari waktu ke waktu akibat perubahan permintaan dan penawaran atas mata uang tersebut. Selain itu nilai tukar mata uang sebuah negara sifatnya adalah relatif terhadap suatu negara lain (keterkaitan antar dua negara).

Dari sisi permintaan, permintaan akan sebuah mata asing disebabkan oleh beberapa hal, yaitu:

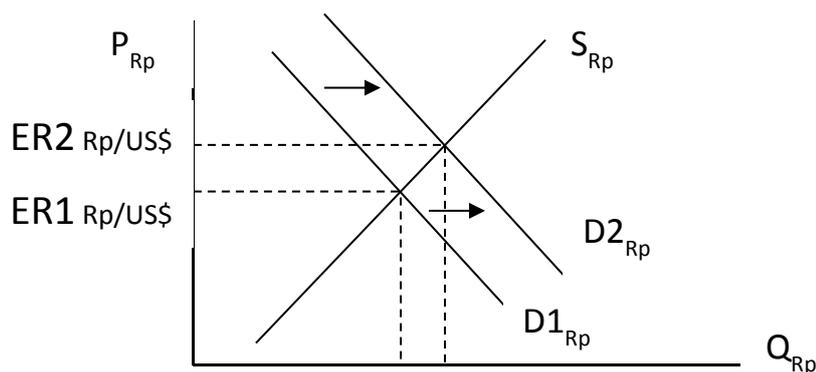
- Untuk keperluan perjalanan dan kunjungan ke sebuah negara.
- Untuk keperluan membeli barang-barang tertentu dari sebuah negara (impor)
- Untuk keperluan investasi di sebuah negara, baik dalam bentuk investasi keuangan seperti pembelian saham dan obligasi dari sebuah perusahaan atau investasi riil seperti mendirikan sebuah usaha di suatu negara.

Sebagaimana komoditi lain, hukum permintaan dan penawaran juga berlaku pada nilai tukar mata uang. Semakin tinggi harga sebuah mata uang relatif terhadap mata uang suatu negara lain maka permintaan akan berkurang dan penawaran meningkat, sebaliknya semakin rendah nilai sebuah mata uang relatif terhadap mata uang suatu negara lain, semakin tinggi permintaan dan semakin berkurang penawarannya (ingat pergeseran sepanjang kurva permintaan dan penawaran). Hal tersebut dapat digambarkan seperti dibawah ini:



Gambar 38 Kurva permintaan nilai tukar mata uang

Jika permintaan akan rupiah dari masyarakat Amerika meningkat (semakin banyak warga Amerika menukarkan dollar mereka dengan rupiah) karena permintaan akan barang-barang yang diproduksi Indonesia meningkat, atau karena kunjungan wisatawan Amerika ke Indonesia tersebut meningkat, atau karena investasi perusahaan Amerika di Indonesia meningkat, maka kurva permintaan akan rupiah akan bergeser kekanan, sehingga nilai tukar rupiah terhadap dollar akan meningkat. Dalam kondisi ini dikatakan bahwa nilai rupiah mengalami apresiasi terhadap dollar.

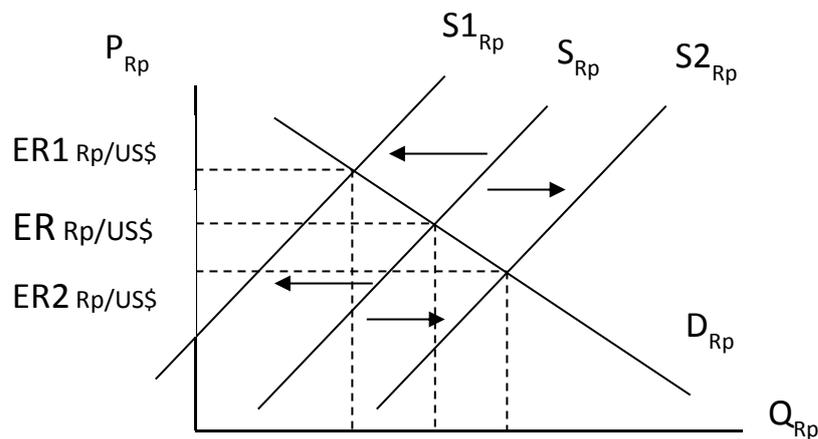


Gambar 39 Pergeseran kurva permintaan nilai tukar mata uang

Sebaliknya, jika semakin banyak warga Indonesia menukarkan rupiahnya dengan dollar Amerika (dengan kata lain permintaan terhadap rupiah secara relatif menurun terhadap dollar, sehingga kurva permintaan rupiah

bergeser ke kiri), maka nilai tukar rupiah terhadap dollar akan melemah. Dalam kondisi ini disebut rupiah mengalami depresiasi terhadap dollar. Apresiasi dan depresiasi nilai tukar mata uang tersebut hanya berlaku secara relatif antara dua negara (dua jenis mata uang).

Uraian diatas adalah penjelasan perubahan nilai tukar akibat perubahan permintaan. Perubahan nilai tukar juga dapat diakibatkan oleh perubahan penawaran. Jika pemerintah ingin menaikkan nilai tukar mata uangnya, maka jumlah uang yang beredar (jumlah penawaran) akan dikurangi (kurva penawaran bergeser ke kiri), sebaliknya jika pemerintah ingin menurunkan nilai mata uangnya, maka jumlah uang beredar akan ditambah (kurva penawaran bergeser ke kanan). Perhatikan ilustrasi dibawah ini.



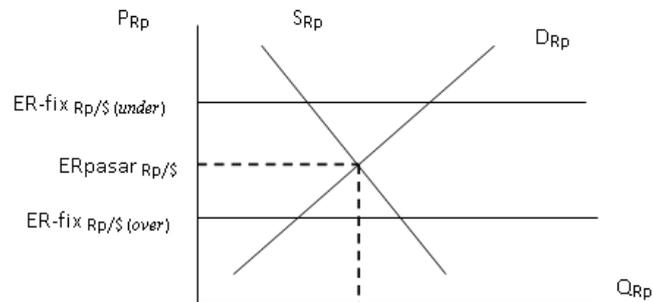
Gambar 40 Pergeseran kurva penawaran nilai tukar mata uang

Mekanisme seperti diatas disebut dengan sistem nilai tukar (kurs) bebas. Perubahan permintaan dan penawaran atas suatu mata uang akan menyebabkan perubahan nilai tukar mata uang tersebut relatif terhadap mata uang negara lain. Sebaliknya, perubahan nilai tukar mata uang suatu negara juga pada akhirnya akan mempengaruhi transaksi perdagangannya dengan negara lain. Menggunakan contoh perdagangan Indonesia dan Thailand, jika nilai tukar rupiah terhadap Baht adalah rendah, misalnya 1 Baht = 200 Rupiah, maka nilai barang-barang produksi Indonesia relatif murah bagi masyarakat Thailand. Hal ini akan mendorong peningkatan ekspor Indonesia ke Thailand (impor Thailand dari Indonesia).

Sebaliknya, jika nilai tukar rupiah terhadap Baht menguat, misalnya 1 Baht = 100 Rupiah, maka nilai barang-barang produksi Indonesia akan menjadi relatif lebih mahal bagi masyarakat Thailand (sekarang mereka harus membayar 2 Baht untuk produk Indonesia yang berharga 200 Rupiah). Akibatnya, masyarakat Thailand cenderung akan mengurangi impor mereka dari Indonesia (ekspor Indonesia ke Thailand berkurang). Jadi secara teori, nilai tukar mata uang suatu negara yang rendah justru menguntungkan dari sisi neraca perdagangan negara tersebut.

Namun, adakalanya pemerintah suatu negara merasa perlu untuk menentukan nilai tukar mata uang negaranya terhadap mata uang suatu negara lain. Tujuannya adalah untuk memperoleh keuntungan dari perdagangan dengan negara lain, atau mencegah efek buruk perdagangan Internasional ke atas perekonomian negara tersebut (Sukirno, 2004). Penentuan nilai tukar mata uang dengan cara demikian disebut dengan sistem nilai tukar (kurs) tetap.

Nilai tukar mata uang yang ditetapkan oleh pemerintah tersebut dapat lebih rendah atau lebih tinggi daripada nilai tukar yang ditentukan oleh mekanisme pasar. Jika nilai tukar pemerintah lebih tinggi dari nilai tukar pasar, nilai mata uang tersebut disebut *overvalued*, sebaliknya jika nilai tukar pemerintah lebih rendah dari nilai tukar pasar, nilai mata uang tersebut disebut *undervalued*. Sebagai contoh, jika nilai mata uang rupiah ditetapkan oleh pemerintah relatif rendah terhadap mata uang Baht Thailand, maka harga barang-barang Indonesia di Thailand menjadi relatif murah sehingga masyarakat Thailand akan cenderung mengimpor barang-barang dari Indonesia.



Gambar Gambar 41 Kurva barang impor

Dalam jual beli valuta asing ada 2 yaitu:

- a) Kurs beli adalah kurs yang digunakan dan Bank/Pengusaha penukaran uang bila beli mata uang asing (valuta asing).
- b) Kurs jual adalah kurs yang digunakan oleh Bank/Pengusaha penukaran uang bila mereka menjual valuta asing.

Valuta asing merupakan mata uang yang dapat digunakan atau mudah diterima oleh banyak negara dalam perdagangan Internasional. Mata uang asing yang diterima dalam perdagangan internasional adalah Dollar Amerika (USD).

X. Rangkuman

1. Perdagangan internasional adalah kegiatan jual-beli yang dilakukan satu negara dengan negara lain, dimana hal ini terjadi sebagai akibat keterbatasan sumber daya yang ada negara tersebut.
2. Masyarakat Ekonomi ASEAN 2015 adalah sebuah integrasi ekonomi ASEAN dalam menghadapi perdagangan bebas antarnegara-negara ASEAN.
3. Manfaat perdagangan internasional dan MEA yaitu memperoleh barang yang tidak dapat diproduksi di negeri sendiri, memperoleh keuntungan dari spesialisasi, memperluas pasar dan menambah keuntungan, transfer teknologi modern.
4. Perdagangan internasional dapat dijelaskan berdasarkan beberapa teori sebagai berikut: Teori Merkantilisme, Teori Keunggulan Absolut Adam Smith, Teori Keunggulan Komparatif David Ricardo, dan Teori Permintaan Timbal Balik Stuart Mill.
5. Beberapa faktor pendorong timbulnya perdagangan internasional dan MEA antara lain adanya pasar bebas, adanya perbedaan kondisi geografis, peningkatan perkembangan teknologi dan informasi, adanya perbedaan teknologi dan menghemat biaya.
6. Dampak perdagangan internasional dan MEA ada dua, yaitu dampak positif dan dampak negatif. Dampak positifnya antara lain saling membantu memenuhi kebutuhan antarnegara, meningkatkan produktivitas usaha, mengurangi pengangguran dan menambah pendapatan devisa Negara. Sedangkan dampak negatifnya yaitu adanya ketergantungan dengan Negaranegara pengimpor, masyarakat menjad konsumtif dan mematikan usahausaha kecil, serta munculnya tenaga illegal yang masuk ke Indonesia.
7. Secara umum kebijakan perdagangan internasional dapat dibedakan menjadi tiga, yaitu politik proteksi, politik autarki dan politik dagang bebas. Adapun kebijakan yang dimaksud dalam politik proteksi bisa berupa tarif, larangan impor, kuota, dumping dan berbagai kebijakan lainnya.
8. Devisa adalah semua alat pembayaran yang diterima di dunia Internasional. Valuta asing merupakan mata uang yang dapat digunakan atau mudah

diterima oleh banyak negara dalam perdagangan Internasional. Mata uang asing yang diterima dalam perdagangan internasional adalah Dollar Amerika (USD)

9. Nilai tukar atau kurs mata uang asing adalah “harga atau nilai mata uang sesuatu negara dinyatakan dalam nilai mata uang negara lain”. nilai tukar mata uang asing selalu mengalami fluktuasi dari waktu ke waktu akibat perubahan permintaan dan penawaran atas mata uang tersebut. Selain itu nilai tukar mata uang sebuah negara sifatnya adalah relatif terhadap suatu negara lain (keterkaitan antar dua negara).

Penutup

Modul belajar mandiri yang telah dikembangkan diharapkan dapat menjadi referensi bagi Anda dalam mengembangkan dan *me-refresh* pengetahuan dan keterampilan. Selanjutnya, Anda dapat menggunakan modul belajar mandiri sebagai salah satu bahan belajar mandiri untuk menghadapi seleksi Guru P3K.

Anda perlu memahami substansi materi dalam modul dengan baik. Oleh karena itu, modul perlu dipelajari dan dikaji lebih lanjut bersama rekan sejawat baik dalam komunitas pembelajaran secara daring maupun komunitas praktisi (Gugus, KKG, MGMP) masing-masing. Kajian semua substansi materi yang disajikan perlu dilakukan, sehingga Anda mendapatkan gambaran teknis mengenai rincian materi substansi. Selain itu, Anda juga diharapkan dapat mengantisipasi kesulitan-kesulitan dalam materi substansi yang mungkin akan dihadapi saat proses seleksi Guru P3K.

Pembelajaran-pembelajaran yang disajikan dalam setiap modul merupakan gambaran substansi materi yang digunakan mencapai masing-masing kompetensi Guru sesuai dengan indikator yang dikembangkan oleh tim penulis/kurator. Selanjutnya Anda perlu mencari bahan belajar lainnya untuk memperkaya pengetahuan dan keterampilan sesuai dengan bidang studinya masing-masing, sehingga memberikan tingkat pengetahuan dan keterampilan yang komprehensif. Selain itu, Anda masih perlu mengembangkan pengetahuan dan keterampilan Anda dengan cara mencoba menjawab latihan-latihan soal tes yang disajikan dalam setiap pembelajaran pada portal komunitas pembelajaran.

Dalam melaksanakan kegiatan belajar mandiri Anda dapat menyesuaikan waktu dan tempat sesuai dengan lingkungan masing-masing (sesuai kondisi demografi). Harapan dari penulis/kurator, Anda dapat mempelajari substansi materi bidang studi pada setiap pembelajaran yang disajikan dalam modul untuk mengembangkan pengetahuan dan keterampilan sehingga siap melaksanakan seleksi Guru P3K.

Selama mengimplementasikan modul ini perlu terus dilakukan refleksi, evaluasi, keberhasilan serta permasalahan. Permasalahan-permasalahan yang ditemukan dapat langsung didiskusikan dengan rekan sejawat dalam komunitas pembelajarannya masing-masing agar segera menemukan solusinya.

Capaian yang diharapkan dari penggunaan modul ini adalah terselenggaranya pembelajaran bidang studi yang optimal sehingga berdampak langsung terhadap hasil capaian seleksi Guru P3K.

Kami menyadari bahwa modul yang dikembangkan masih jauh dari kesempurnaan. Saran, masukan, dan usulan penyempurnaan dapat disampaikan kepada tim penulis/kurator melalui surat elektronik (e-mail) sangat kami harapkan dalam upaya perbaikan dan pengembangan modul-modul lainnya.

Daftar Pustaka

- Budiono. 2004. *Ekonomi Moneter*. BPFE. Jogjakarta.
- Budiono. 2001. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Yogyakarta : BPFE.
- Tjiptono, Fandi. 2000. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Fandi Offset
- Lipsey, Richard, G. Courant, Paul, N. Purvis, Douglas, D. Steiner, Peter, O. 1995. *Pengantar Mikroekonomi Jilid satu*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Mulyati, Sri Nur. Mahfudz, Agus. Permana, Leni. 2009. *Ekonomi 1 untuk Sekolah Menengah Atas/Madrasah Aliyah Kelas X*. Jakarta: Pusat Perbukuan Departemen Pendidikan Nasional.
- Nisa, Aisyah Nur Sayidatun. 2019. *Konsep Interaksi Antara Manusia Dan Ruang Dalam Berbagai Kegiatan Ekonomi Dan Aplikasinya Dalam Pembelajaran IPS*. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Price Elasticity of Supply (tanpa tahun). Diunduh tanggal 1 Desember 2012. Dari http://www.economicsonline.co.uk/Competitive_markets/Price_elasticity_of_supply.html.
- Riley, Geoff.(2012). *Price Elasticity of Supply*. Diunduh tanggal 1 Desember 2012 dari <http://www.tutor2u.net/economics/revision-notes/as-markets-price-elasticity-of-supply.html>
- Samuelson, Paul, Anthony. 2001. *Ilmu Mikro Ekonomi* . Jakarta: PT Global Media
- Sukirno Sadono. 2014. *Mikro Ekonomi*. Jakarta : PT. Rajawali Press
- Sukirno, Sadono. 2006. *Mikro Ekonomi. Teori Pengantar*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Sukirno, S. 2004. *Makroekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: PT Raja Grafindo Perkasa.
- Sutatmi, Dra M.Pd. 1997. *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Jakarta : Dirjen PDM. Direktorat PMU.
- Awaluddin, Yasser dan Wijayati, Erning. 2018. *Modul Pengembangan Keprofesian Berkelanjutan Mata Pelajaran IPS SMP. Kelompok Kompetensi E*. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.

Modul Belajar Mandiri

CALON GURU

Aparatur Sipil Negara (ASN)
Pegawai Pemerintah dengan Perjanjian Kerja (PPPK)