

PERMINTAAN DAN PENAWARAN

Pengantar Ilmu Ekonomi Peternakan

Dosen Pengampu: Maulina Novita, S.Pt, M.Si

PENAWARAN

- Penawaran adalah jumlah barang yang produsen ingin tawarkan (jual) pada berbagai tingkat harga selama satu periode tertentu dengan menganggap faktor yang mempengaruhinya konstan/tetap.
- Penawaran adalah jumlah keseluran barang dan jasa yang ditawarkan atau ingin dijual oleh produsen di pasar, dengan harga tertentu dan pada waktu tertentu.



JENIS-JENIS PENAWARAN

- **Penawaran individual/perorangan** adalah jumlah produk yang ditawarkan oleh seorang produsen.
- **Penawaran pasar** adalah penawaran suatu produk dari para penjual atau produsen di suatu pasar.



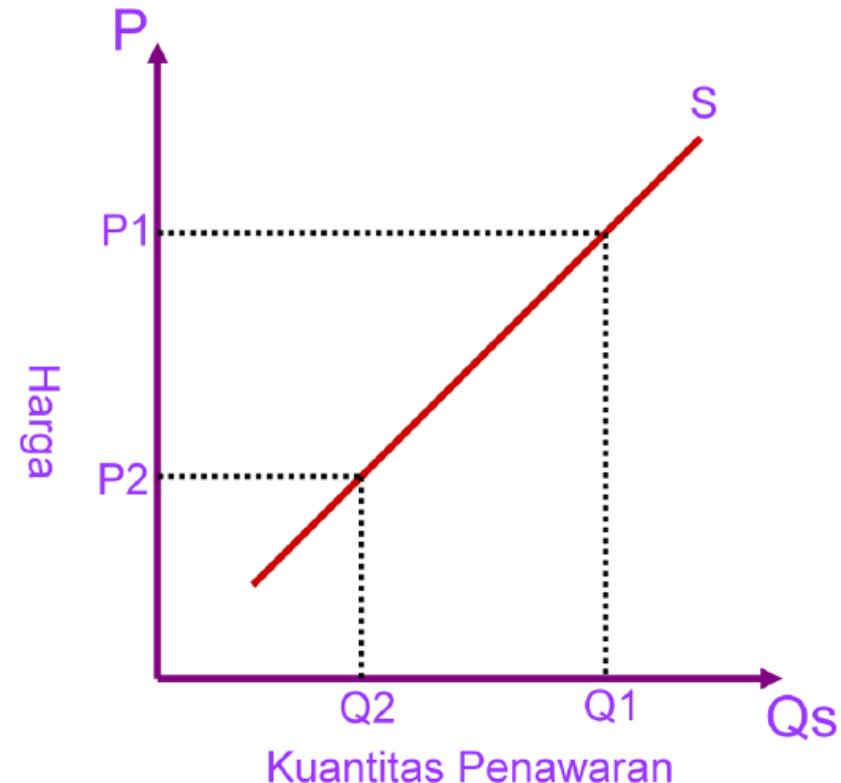
FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENAWARAN

- Harga Barang itu Sendiri
- Harga Barang Lain yang Terkait
- Harga Faktor Produksi
- Biaya Produksi
- Teknologi Produksi
- Jumlah Pedagang/Penjual
- Tujuan Perusahaan
- Kebijakan Pemerintah



KURVA PENAWARAN

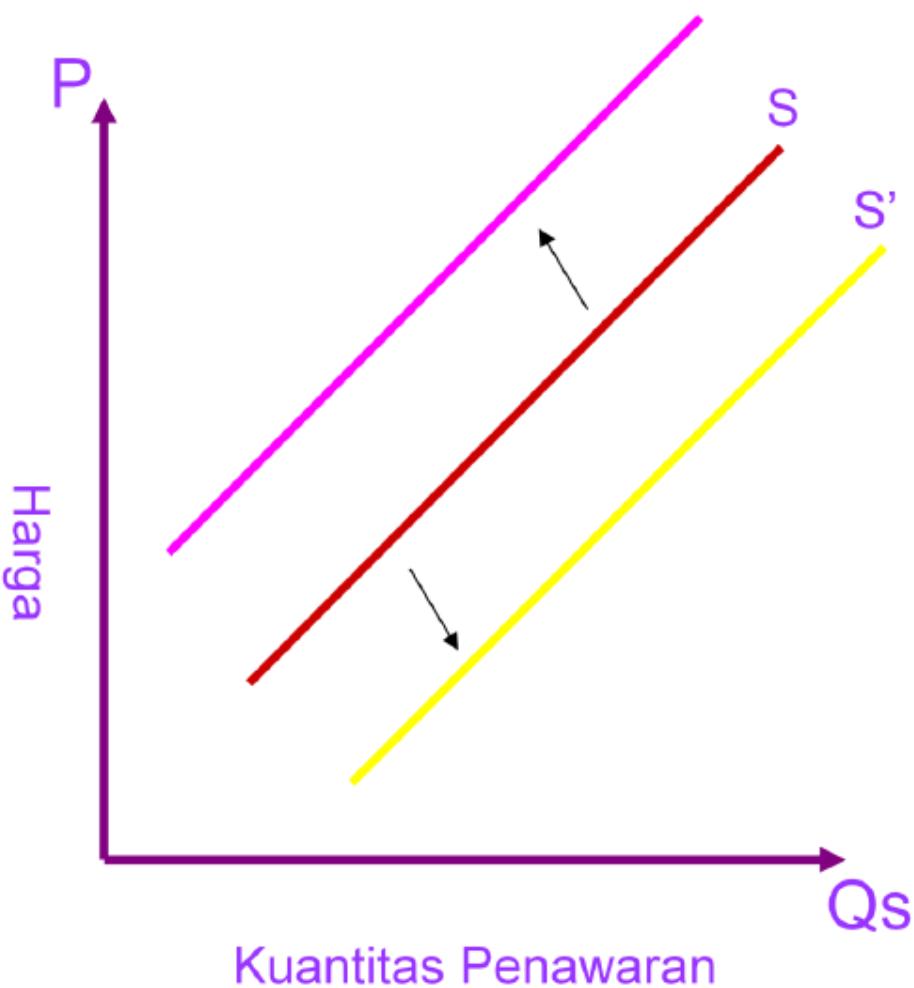
- Hukum Penawaran (Supply)
 - Semakin tinggi harga akan semakin banyak pula barang yang ditawarkan.
- Kurva ini akan bergerak dari kiri bawah menuju ke kanan atas.



PERGESERAN KURVA PENAWARAN

- Terjadi karena harga sumber daya, teknologi, jumlah penjual, ekspektasi di masa mendatang, pajak, perubahan jumlah produksi atau barang yang ditawarkan.
- Pergeseran kurva penawaran ada dua macam, yaitu:
 - Peningkatan dalam penawaran: merupakan perubahan yang meningkatkan kuantitas yang bersedia diproduksi oleh penjual pada tingkat harga tertentu akan menggeser kurva penawaran ke arah kanan.
 - Penurunan dalam penawaran: setiap perubahan yang menurunkan kuantitas yang bersedia ditawarkan oleh penjual pada tingkat harga tertentu akan menggeser kurva penawaran ke kiri.

PERGESERAN KURVA PENAWARAN



PERMINTAAN (DEMAND)

- Permintaan adalah jumlah barang/jasa yang diinginkan dan mampu dibeli oleh konsumen pada berbagai tingkat harga dalam jangka waktu tertentu dengan menganggap faktor yang mempengaruhinya konstan/tetap (ceteris paribus).
- Permintaan diartikan sebagai keinginan seseorang terhadap suatu barang atau jasa, pada berbagai tingkat harga, dalam jangka waktu tertentu.



JENIS-JENIS PERMINTAAN

- Menurut Daya Belinya
 - **Permintaan absolut** adalah permintaan yang didukung daya beli.
 - **Permintaan potensial** adalah permintaan yang didukung oleh daya beli, namun belum melaksanakan pemberlian tersebut.
 - **Permintaan efektif** adalah permintaan dari konsumen atau pembeli yang didukung oleh daya beli.
- Menurut Pelakunya
 - **Permintaan Individu** adalah permintaan orang perorangan akan suatu jenis barang atau jasa.
 - **Permintaan Pasar** adalah permintaan akan suatu barang atau jasa dari sekelompok orang pada waktu tertentu, harga tertentu dan situasi tertentu.



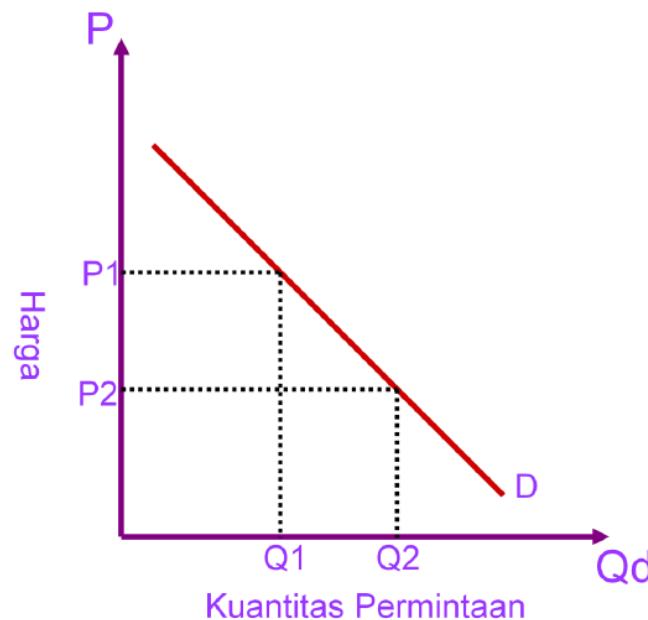
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN

- Harga barang itu sendiri
- Harga barang lain
 - Barang substitusi
 - Barang komplementer
- Pendapatan/penghasilan konsumen
- Perilaku konsumen/selera konsumen
- Jumlah penduduk
- Ketersediaan dan harga barang sejenis pengganti dan pelengkap
- Perkiraan harga di masa depan
- Banyaknya/intensitas kebutuhan konsumen



KURVA PERMINTAAN

- Hukum Permintaan (Demand)
 - Jika harga naik maka jumlah output yang diminta akan turun atau sebaliknya.
- Kurva ini akan bergerak dari kiri atas menuju ke kanan bawah.



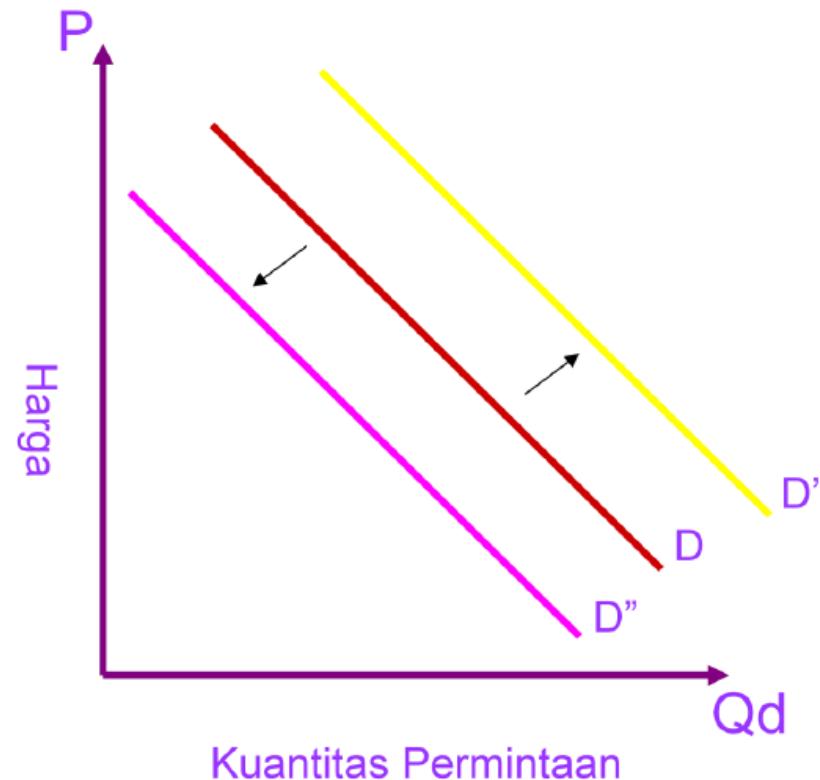
PERGESERAN KURVA PERMINTAAN

- Pergeseran permintaan adalah perubahan jumlah barang/jasa yang dibeli lebih banyak/lebih sedikit yang terjadi sebagai akibat pengaruh berbagai faktor lain selain harga.
- Kenaikan permintaan adalah meningkatnya jumlah barang/jasa yang dibeli sebagai akibat turunnya harga.
- Penurunan permintaan adalah penurunan pembelian akibat kenaikan harga.
- Pergeseran kurva permintaan bisa bergerak ke arah kanan atau ke arah kiri. Hal ini bisa terjadi dikarenakan harga sumber daya, teknologi, tingkat pendapatan, jumlah penjual, ekspektasi di masa mendatang, pajak, perubahan jumlah produksi atau barang yang ditawarkan.



PERGESERAN KURVA PERMINTAAN ADA DUA MACAM, YAITU:

- Peningkatan dalam permintaan: merupakan perubahan yang meningkatkan kuantitas yang diminta oleh konsumen pada tingkat harga tertentu akan menggeser kurva penawaran ke arah kanan.
- Penurunan dalam permintaan: setiap perubahan yang menurunkan kuantitas yang diminta oleh konsumen pada tingkat harga tertentu akan menggeser kurva penawaran ke kiri.



ELASTISITAS PENAWARAN

- Elastisitas penawaran adalah tingkat kepekaan penawaran terhadap perubahan harga, atau perbandingan antara perubahan jumlah barang yang ditawarkan dengan perubahan harga.
- Rumus dari Elastisitas Penawaran

$$Es = \frac{\% \text{ perubahan barang yang ditawarkan}(\Delta Q)}{\% \text{ perubahan harganya}(\Delta P)}$$

$$\frac{Q_2 - Q_1}{Q_1}$$

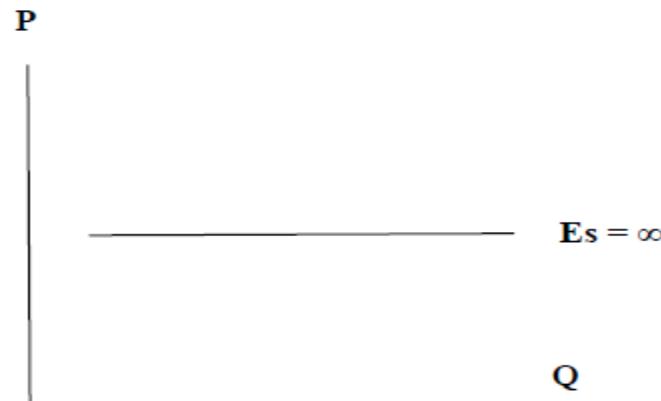
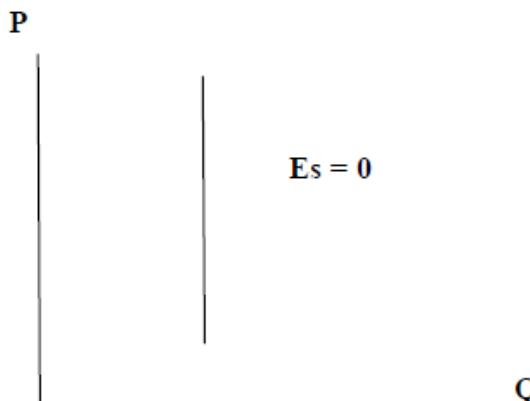
$$Es =$$

$$\frac{P_2 - P_1}{P_1}$$



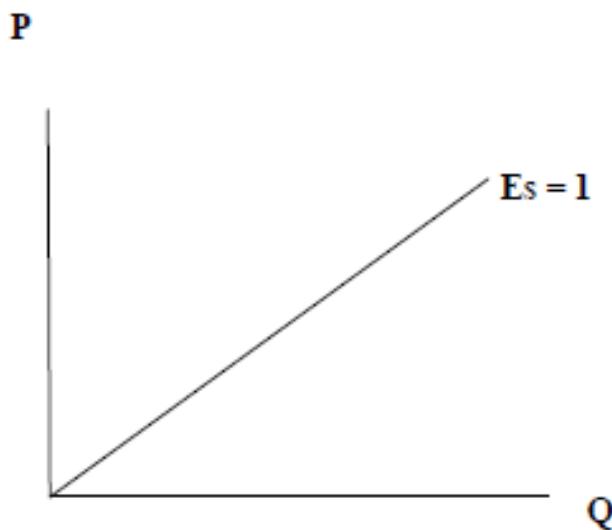
MACAM-MACAM KURVA PENAWARAN

- In Elastis Sempurna ($E_s = 0$)
 - In elastis sempurna adalah elastis yang bernilai nol, artinya berapa pun harganya, jumlah produk yang ditawarkan tetap.
- Elastis Sempurna ($E_s = \infty$)
 - Elastis sempurna merupakan gambaran bahwa para penjual hanya mau menjual semua produk pada harga tertentu saja dan tidak akan menjual produk tersebut pada harga lain.



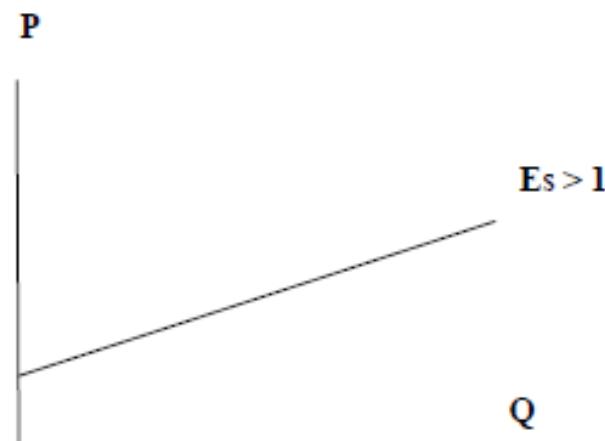
- Unitari Elastis ($E_s = 1$)

- Unitari elastis adalah elastisitas penawaran dimana persentase jumlah produk yang ditawarkan sama dengan persentase perubahan harga produk



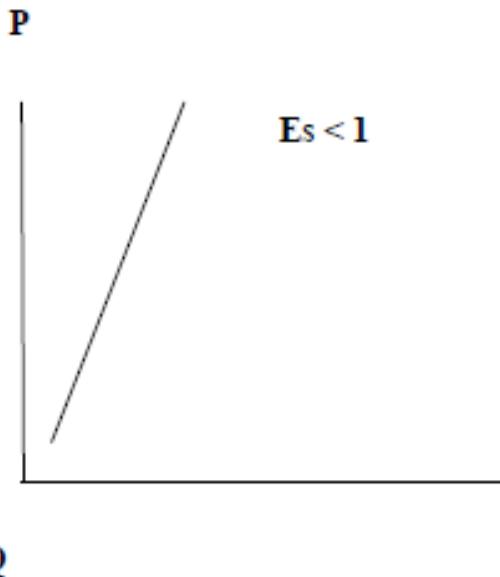
- Elastis ($E_s > 1$)

- Elastis penawaran bisa dikatakan elastis jika persentase perubahan jumlah produk yang ditawarkan lebih dari persentase perubahan harga produk.



- In Elastis ($E_s < 1$)

- Elastis penawaran dapat dikatakan inelastis jika persentase perubahan jumlah produk yang ditawarkan lebih kecil dari persentase perubahan harga produk



ELASTISITAS PERMINTAAN

- Elastisitas permintaan adalah tingkat kepekaan jumlah barang yang diminta terhadap perubahan harga.
- Rumus:

$$E = \frac{\% \text{ Perubahan jumlah barang yang diminta}(\Delta Q)}{\% \text{ perubahan harga}(\Delta P)}$$

$$\frac{Q_2 - Q_1}{Q_1}$$

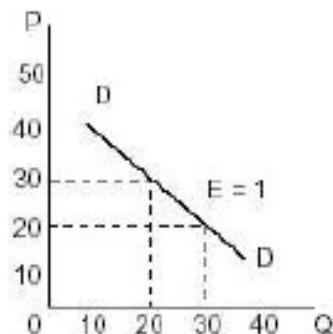
$$E_d = \frac{Q_2 - Q_1}{Q_1} \cdot \frac{P_1 - P_2}{P_1}$$



MACAM-MACAM ELASTISITAS PERMINTAAN

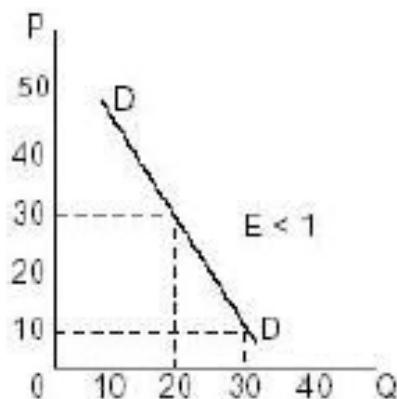
- Unitari Elastis ($E = 1$)

- 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.



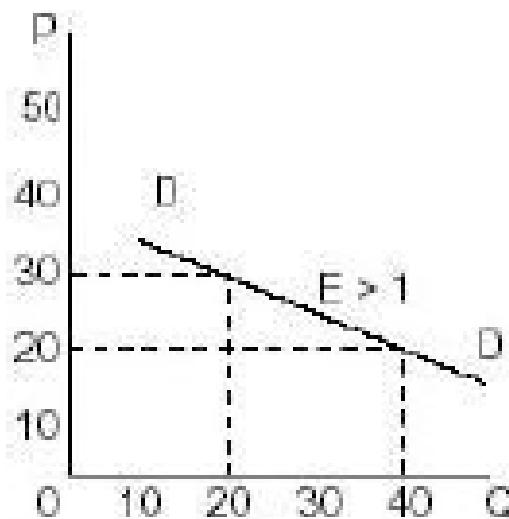
○ In Elastis ($E < 1$)

- 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 konsumi 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).
- Karakteristik produk yang seperti ini mengakibatkan permintaan menjadi tidak elastis.



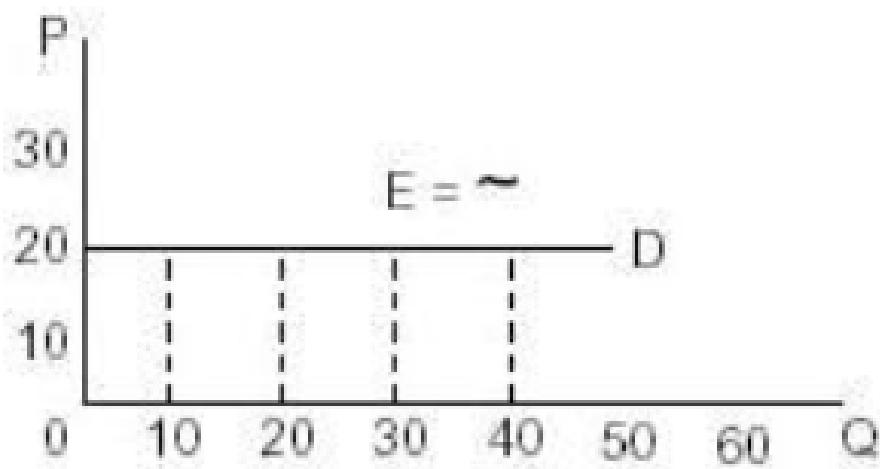
○ Elastis ($E > 1$)

- Persentase perubahan kuantitas permintaan > persentase perubahan harga.
- Ini sering terjadi pada produk yang mudah dicari substitusinya.
- Misalnya, pakaian, makanan ringan, dll.
- Ketika harganya naik, konsumen akan dengan mudah menemukan barang penggantinya.
- Perubahan harga yang kecil akan menimbulkan perubahan yang besar terhadap permintaan.



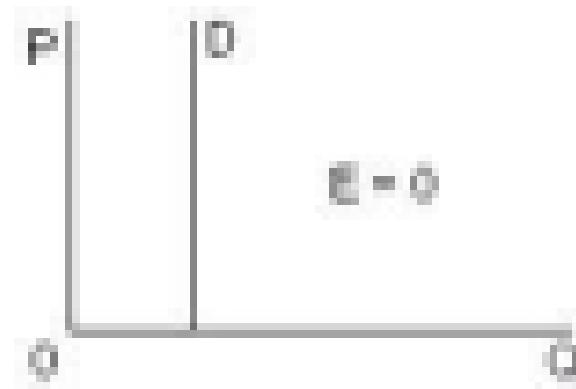
○ Elastis Sempurna ($E = \infty$)

- Dimana pada suatu harga tertentu pasar sanggup membeli semua barang yang ada di pasar. Namun, kenaikan harga sedikit saja akan menjatuhkan permintaan menjadi 0.
- Kurvanya berbentuk horizontal.
- Contoh: 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.



○ In Elastis Sempurna ($E = 0$)

- Perubahan harga tidak mempengaruhi jumlah yang diminta.
- Kurvanya berbentuk vertikal, berarti bahwa berapapun harga yang ditawarkan, kuantitas barang/jasa tetap tidak berubah.
- Contoh:
 - tanah (meskipun harganya naik terus, kuantitas yang tersedia tetap terbatas).
 - Lukisan milik pelukis yang telah meninggal (berapapun harga yang ditawar atas lukisan, penjual tidak akan mampu menambah kuantitas lukisannya)



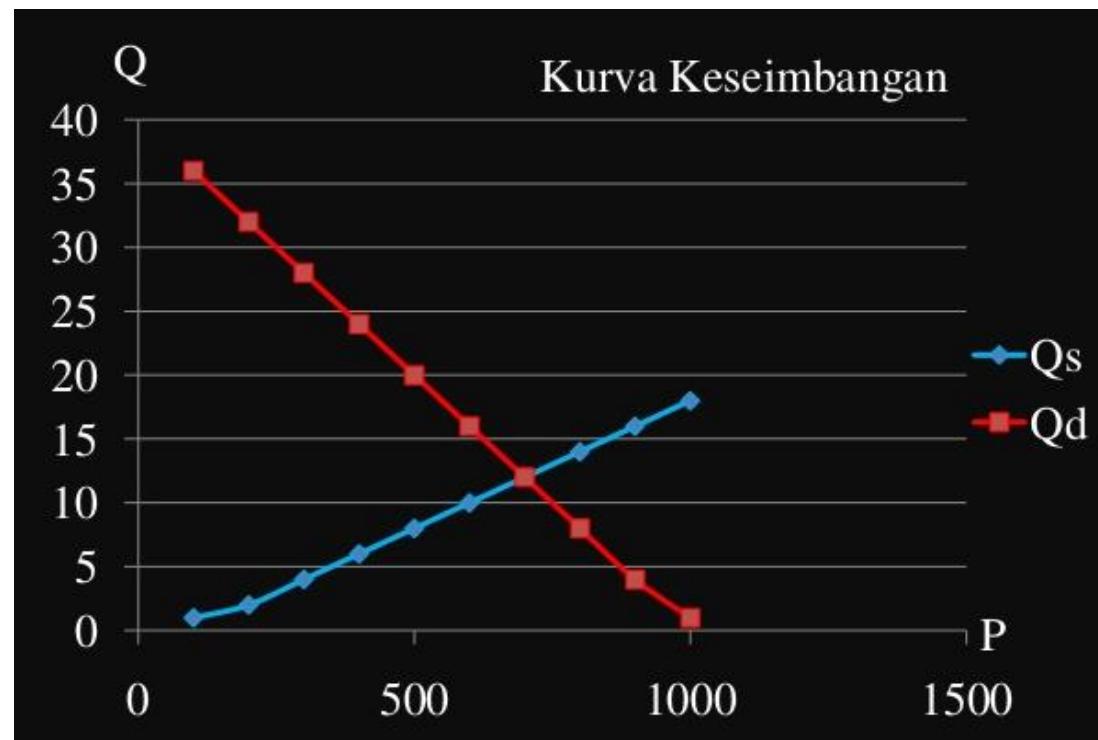
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI ELASTISITAS PERMINTAAN

- Banyaknya barang pengganti yang tersedia
- Prosentasi pendapatan yang dibelanjakan
- Jangka waktu analisis



HARGA KESEIMBANGAN (TITIK EQUILIBRIUM)

- Harga keseimbangan adalah kesepakatan harga antara pembeli dan penjual, dan bertemuanya kurva permintaan dan penawaran.



GOLONGAN PEMBELI, PENJUAL DAN PREMI

- Berdasarkan daya belinya
 - Pembeli submarginal, yaitu pembeli yang memiliki kemampuan membeli dibawah harga pasar.
 - Pembeli marginal, yaitu pembeli yang memiliki kemampuan membeli sama dengan harga pasar.
 - Pembeli supermarginal, yaitu pembeli yang memiliki kemampuan membeli diatas harga pasar.
- Berdasarkan dari kemampuan menentukan harga pasar
 - Penjual submarginal, yaitu penjual yang memiliki kemampuan menjual diatas harga pasar.
 - Penjual marginal, yaitu penjual yang memiliki kemampuan menjual sama dengan harga pasar.
 - Penjual supermarginal, yaitu penjual yang memiliki kemampuan menjual dibawah harga pasar.



- Penjual submarginal akan memperoleh premi yang disebut premi produsen.
- Premi Produsen adalah keuntungan yang diterima oleh produsen karena harga subjektifnya lebih rendah daripada harga pasar (kemampuan menjual barang dibawah harga pasar).
- Premi Konsumen adalah keuntungan yang diterima konsumen karena harga subjektifnya lebih tinggi dari harga pasar (kemampuan membeli harga barang diatas harga pasar).

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI HARGA KESEIMBANGAN

- Bertambahnya permintaan
- Berkurangnya permintaan
- Bertambahnya penawaran
- Berkurangnya penawaran



FUNGSI PENAWARAN DAN PERMINTAAN

- Fungsi adalah suatu hubungan yang memasangkan setiap elemen dari satu himpunan dengan tepat.
- Fungsi penawaran adalah penawaran yang dinyatakan dalam hubungan matematis dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya.
- Didalam suatu fungsi terdapat dua variabel:
 - Variabel bebas adalah yang dapat mempengaruhi dan yang tidak dipengaruhi variabel lain.
 - Variabel terikat adalah variabel yang dapat dipengaruhi dan tidak dapat mempengaruhi variabel lain.
- Secara matematis:

$$y = f(x)$$



- Persamaan matematis yang menjelaskan hubungan antara tingkat penawaran dengan faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran adalah:
- $S_x = f(P_x, P_y, P_i, C, \text{tek}, \text{ped}, \text{tuj}, \text{kebij})$
- Dimana:
 - S_x = penawaran akan barang X
 - P_x = harga X
 - P_y = harga Y (barang substitusi atau komplementer)
 - P_i = harga input/ faktor produksi
 - C = biaya produksi
 - tek = teknologi produksi
 - ped = jumlah pedagang/penjual
 - tuj = tujuan perusahaan
 - kebij = kebijakan pemerintah



OBSERVASI/WAWANCARA

- Mahasiswa dibagi menjadi 2 kelompok.
- Kelompok 1 mengobservasi/mewawancarai materi permintaan.
- Kelompok 2 mengobservasi/mewawancarai materi penawaran.
- Tujuan observasi adalah melakukan kunjungan ke badan usaha, dan badan usaha ditentukan oleh kelompok mahasiswa sendiri.
- Lakukan observasi dan wawancara tentang proses permintaan dan penawaran kepada beberapa badan usaha dengan membawa instrumen pengamatan dan wawancara.



LATIHAN

1. Dalam suatu pasar, perkaitan antara harga dan jumlah barang yang dijualbelikan adalah seperti ditunjukkan dalam tabel berikut:

Harga (Rp)	Permintaan (Unit)	Penawaran (Unit)
3.000	2.500	9.000
4.000	2.000	1.200
5.000	1.500	1.500
6.000	1.000	1.800

- Buatlah grafik permintaan dan penawarannya (dalam satu grafik saja)!
- Berapakah harga keseimbangannya?

2. Dalam suatu pasar, perkaitan antara harga dan jumlah barang yang dijualbelikan adalah seperti ditunjukkan dalam tabel berikut:

Harga (Rp)	Permintaan (Unit)	Penawaran (Unit)
2.000	1.500	250
3.500	1.200	500
5.500	750	800
7.000	500	1.000
7.500	400	1.700

- Tentukan Ed disaat harga naik dari Rp 5.500 menjadi Rp 7.000 dan disaat harga turun dari Rp 7.500 menjadi Rp 7.000
- Tentukan Es disaat harga naik dari Rp 2.000 menjadi Rp 3.500 dan disaat harga turun dari Rp 7.000 menjadi Rp 5.500

3. Fungsi permintaan suatu barang ditunjukkan oleh sebuah persamaan $P = 15 - Q$. sedangkan fungsi penawarannya ditunjukkan oleh persamaan $P = 3 + 0,5 Q$. Berapa harga dan jumlah barang yang diperoleh pada titik keseimbangannya.



Modul Mata Kuliah : Pengantar Ilmu Ekonomi Peternakan

Materi : Ekonomi Makro

Pertemuan ke : 10

Dosen Pengampu : Maulina Novita, S.Pt., M.Si

A. Pengertian Ilmu Ekonomi

Ilmu Ekonomi adalah ilmu tentang produksi, distribusi, dan konsumsi barang, serta berbagai masalah yang bersangkutan dengan itu, seperti tenaga kerja, pembiayaan, dan keuangan.

Ilmu Ekonomi dalam KBBI adalah ilmu pengetahuan tentang kegiatan sosial manusia dalam memenuhi kebutuhan hidup yang diperoleh dari lingkungannya.

B. Cabang Ilmu Ekonomi: Ekonomi Mikro dan Makro

Dua cabang utama dari Ilmu Ekonomi adalah Ekonomi Makro (Makroekonomi) dan Ekonomi Mikro (Mikroekonomi). Seperti tercermin pada namanya, kedua teori ekonomi ini pun bertentangan kontennya.

Secara singkat, Ekonomi Makro memfokuskan studinya pada ekonomi secara menyeluruh dan total. Sementara Ekonomi Mikro merupakan studi yang menyoal unit ekonomi secara perorangan.

Diferensiasi antara kedua teori ekonomi tersebut juga berdasarkan pada bagaimana para pakar ekonomi menekankan tema pembahasannya. Penekanan para pengamat Teori Ekonomi Makro adalah pada perilaku agen-agen ekonomi secara keseluruhan (agregat). Sementara itu mereka yang menganut Teori Ekonomi Mikro memberikan penekanan analisanya pada perilaku perorangan atau individu. Contohnya, bagaimana perilaku perusahaan selaku produsen, juga konsumen dan tenaga kerja dalam konteks yang terbatas (industri).

Perbedaan lainnya dari kedua teori ekonomi ini adalah asumsi-asumsi yang digunakan. Teori Ekonomi Mikro—yang sering juga disebut sebagai Teori Ekonomi Klasik—berasumsi bahwa struktur pasar adalah bentuk persaingan yang sempurna, informasinya pun sempurna dan simetris, ada kesamaan (*homogen*) dalam input dan *output*-nya, serta para pelaku ekonominya rasional dan bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan.

Teori ini juga menyampaikan asumsi bahwa penyesuaian melalui mekanisme pasar seketika dapat tercapai, serta uang hanya memiliki fungsi sebagai alat transaksi saja.

Dengan demikian, menurut para penganut Teori Ekonomi Klasik ini masalah ekonomi hanya pada sisi penawarannya saja. Adam Smith adalah tokoh ekonomi yang populer sebagai motor Teori Ekonomi Mikro ini.

Momentum *Great Depression* yang terjadi pada periode 1929—1933 menjadi tonggak bangkitnya Teori Ekonomi Makro. Teori ini lahir sebagai kritik atas Teori Ekonomi Klasik ala Smith.

Teori Ekonomi Makro ini dipelopori oleh John Maynard Keynes, karena itu pengikut teori ini kemudian disebut dengan Keynesian. Berkebalikan dengan asumsi para pengusung Teori Ekonomi Mikro, kaum Keynesian beranggapan bahwa struktur pasar memiliki kecenderungan yang monopolistik dengan informasi asimetris dan tak sempurna. Input dan *output* yang dijadikan pertukaran juga beragam (*heterogen*).

Keynesian juga berasumsi bahwa uang tidak hanya dianggap sebagai alat transaksi saja. Namun, uang juga dapat dimanfaatkan sebagai alat penyimpan nilai. Dengan demikian, uang sangat mungkin digunakan untuk mendapatkan keuntungan melalui tindakan yang spekulatif.

Dari serangkaian asumsi di atas, mereka yang sepakat pada Ekonomi Makro berpandangan bahwa peran pemerintah sangatlah dibutuhkan dalam pengelolaan perekonomian melalui kebijakan moneter dan fiskal.

C. Pengertian Ekonomi Makro

Ekonomi Makro mempelajari ekonomi secara keseluruhan. Studi ekonomi ini khusus belajar tentang ekonomi dalam skala besar dan menyeluruh. Karena itulah, Ekonomi Makro sering dipakai sebagai instrumen untuk melakukan analisa dan merancang serangkaian target kebijakan yang berkaitan dengan inflasi, tenaga kerja, pertumbuhan ekonomi, dan keseimbangan neraca pembayaran yang berkelanjutan.

Studi ekonomi ini juga dapat digunakan untuk melakukan analisa terhadap produsen secara menyeluruh. Konsumen pun tak ketinggalan, ilmu Ekonomi

Makro menganalisa mereka dalam konteks bagaimana mengalokasikan pendapatan untuk membeli produk barang dan menggunakan jasa.

D. Tujuan Ekonomi Makro

Tujuan Ekonomi Makro ada beberapa macam dan berpengaruh terhadap perekonomian suatu negara. Setiap tujuan tersebut ditujukan untuk memecahkan persoalan yang muncul di suatu negara.

1. Menciptakan Lapangan Pekerjaan

Kebijakan yang dihasilkan dalam Ekonomi Makro bertujuan untuk mengatur penciptaan lapangan kerja. Dengan demikian, negara mampu meminimalisir pengangguran. Hal ini karena tingginya angka pengangguran akan membawa dampak buruk bagi sebuah negara. Tingginya tingkat pengangguran pada akhirnya hanya akan menjadi beban bagi perekonomian negara tersebut.

2. Produksi dalam Negeri Tinggi

Banyak atau sedikitnya kapasitas produksi di suatu negara sangat tergantung pada tinggi rendahnya jumlah investasi yang masuk ke negara tersebut. Sementara investasi tergantung dari tingkat tabungan dalam negeri.

Lalu, tabungan dalam negeri tergantung dengan penghasilan masyarakat dan tingkat suku bunga. Karenanya, guna meningkatkan kemampuan produksi di suatu negara dapat dilakukan dengan meningkatkan penghasilan masyarakat. Caranya? Produktivitas masyarakat ditingkatkan.

3. Ekonomi Stabil

Stabilitas ekonomi pada suatu negara meliputi kestabilan harga barang, lapangan pekerjaan, serta tingkat pendapatan masyarakat. Penerapan kebijakan Ekonomi Makro bertujuan untuk menstabilkan harga barang dan lapangan pekerjaan. Pada akhirnya kondisi ini akan memberikan dampak yang baik bagi suatu negara.

4. Neraca Pembayaran Seimbang

Sudah menjadi keniscayaan bahwa setiap negara pastilah melakukan transaksi perdagangan dengan negara lain. Praktik ini juga pada akhirnya bisa membawa pengaruh terhadap kondisi ekonomi negara tersebut, makanya neraca pembayaran harus seimbang. Beberapa komponen neraca pembayaran yang penting untuk diketahui adalah lalu lintas moneter, transaksi berjalan, serta neraca perdagangan.

5. Pendapatan Penduduk yang Merata

Pembagian pendapatan penduduk secara merata dapat terjadi dengan pemerataan hasil olahan sumber daya alam dan manusia. Meratanya pembagian pendapatan tersebut diharapkan mampu meningkatkan tingkat konsumsi atau daya beli masyarakat. Dengan demikian, kehidupan yang seimbang dan damai tanpa kerusuhan pun dapat terwujud.

E. Ruang Lingkup Ekonomi Makro

Penerapan kebijakan Ekonomi Makro memiliki tiga ruang lingkup utama.

1. Penentuan Tingkat Kegiatan Perekonomian Negara

Kemampuan suatu negara dalam memproduksi barang dan jasa dijelaskan dalam Ekonomi Makro. Dengan demikian ruang lingkup ini pun memiliki sejumlah pos pengeluaran, yaitu:

- a. Pengeluaran perusahaan (investasi)
- b. Pengeluaran pemerintah
- c. Ekspor dan impor
- d. Pengeluaran rumah tangga untuk konsumsi

2. Kebijakan Pemerintah

Persoalan inflasi dan pengangguran memang tak terlepas dari perekonomian suatu negara. Pemerintah pun telah melakukan berbagai upaya untuk menanggulanginya, baik melalui instrumen kebijakan fiskal maupun moneter.

Kebijakan fiskal adalah seperangkat langkah yang dilakukan oleh pemerintah untuk mengubah jumlah dan struktur pajak. Tujuannya adalah untuk mempengaruhi kegiatan ekonomi negara dan masyarakat.

Sementara kebijakan moneter merupakan seperangkat kebijakan yang dijalankan pemerintah untuk memberikan pengaruh terhadap seberapa banyak jumlah uang yang beredar di tengah masyarakat dalam koridor perekonomian.

3. Pengeluaran Agregat

Pengeluaran agregat berarti pengeluaran yang menyeluruh. Jika pengeluaran ini tidak dapat mencapai tingkat ideal, akibatnya adalah terjadinya masalah pada perekonomian. Terwujudnya kesempatan kerja mampu mengawasi laju inflasi. Karena itu, idealnya pengeluaran agregat mampu berada pada tingkat yang dibutuhkan.

F. Kebijakan dalam Ekonomi Makro

Studi Ekonomi Makro menyoal hal-hal yang berkaitan dengan inflasi dan deflasi, tingkat pengangguran, dan tersedianya lapangan kerja. Dalam praktiknya, Ekonomi Makro mempunyai beberapa kebijakan sebagai berikut:

1. Kebijakan Fiskal

Pemasukan dan pengeluaran suatu negara adalah hal yang diatur dalam kebijakan ini. Pemasukan atau penghasilan negara bisa didapatkan dari pajak yang dibayarkan oleh setiap warga negara. Selain itu, pundi pendapatan negara lainnya adalah berasal dari non pajak, seperti, lelang, denda, pemberian negara lain, dan gratifikasi.

2. Kebijakan Moneter

Kebijakan ini menjadi pembeda antara Ekonomi Makro dan Mikro. Kebijakan moneter berfungsi untuk mengukur seberapa banyak dana yang telah dikeluarkan oleh bank sentral pada suatu negara.

Makin banyak perputaran uang yang terjadi maka akan berpengaruh terhadap tingkat inflasi. Pada akhirnya hal itu akan meningkatkan harga suatu produk. Sebaliknya apabila perputaran uang sedikit maka harga suatu produk lebih murah. Inilah yang disebut dengan deflasi.

Kebijakan moneter mempunyai peranan penting dalam kehidupan masyarakat, yaitu untuk menjaga laju pertumbuhan ekonomi di suatu negara.

3. Kebijakan Segi Penawaran

Fungsi dari kebijakan ini adalah untuk menyeimbangkan neraca keuangan di suatu perusahaan atau negara. Adalah wajar jika saat ini rata-rata perusahaan membutuhkan ahli dalam ilmu ekonomi.

Dengan ilmu itu harapannya semua proses pengelolaan keuangan terutama yang memiliki kaitan dengan produksi dapat dikurangi seminimal mungkin. Selain itu kualitas produk juga terus dapat diseimbangkan. Dengan demikian produk yang dihasilkan pun akan lebih berkualitas.

Dalam konteks Indonesia, Ekonomi Makro menjadi sistem untuk menganalisa perubahan ekonomi di tanah air yang berpotensi memberikan pengaruh terhadap perusahaan, masyarakat, dan pasar.

Dari Ekonomi Makro kita juga bisa mendapatkan penjelasan tentang terjadinya perubahan kondisi ekonomi di Indonesia, demi mendapatkan hasil analisa terbaik.

G. Tujuan Ekonomi Makro

1. Menambah Pendapatan Nasional

Dengan mengetahui berapa jumlah pendapatan nasional Indonesia maka dapat mengukur pertumbuhan ekonomi dengan lebih jelas. Kebijakan ekonomi yang diambil pun bisa lebih efektif dan efisien.

2. Menambah Kapasitas Produksi

Bertambahnya kemampuan produksi nasional akan mampu meningkatkan pembangunan ekonomi Indonesia. Cara untuk menambah kapasitas produksi tersebut salah satunya adalah dengan memperbaiki situasi untuk investasi. Dengan demikian, investasi yang masuk dapat memengaruhi produktivitas nasional.

3. Membuka Lapangan Pekerjaan

Adanya peluang kerja karena meningkatnya produktivitas nasional pada gilirannya akan mampu meningkatkan kapasitas produksi. Di sinilah peran kebijakan Ekonomi Makro di Indonesia, yaitu untuk menarik para investor agar mau menanamkan modalnya. Dengan demikian, lapangan kerja baru pun tercipta.

4. Mengendalikan Inflasi

Salah satu penyebab inflasi adalah karena terlalu besarnya permintaan terhadap sebuah komoditas. Akibatnya adalah harga komoditas tersebut melambung tinggi. Melalui Ekonomi Makro, Indonesia mampu melakukan kebijakan *cash ratio*, politik pasar terbuka, dan politik *diskonto*. Tujuannya satu, menghentikan laju inflasi di dalam negeri.

5. Mewujudkan Kestabilan Ekonomi

Analisa Ekonomi Makro di Indonesia dapat dipergunakan untuk menjaga stabilitas ekonomi negara. Kondisi yang stabil ini penting. Mengapa? Agar para pelaku ekonomi di luar negeri dapat percaya kepada Indonesia sehingga nantinya mereka mau melakukan investasi di negeri ini.

Kestabilan ekonomi Indonesia baru dapat tercapai jika dua variabel Ekonomi Makro berjalan seimbang. Kedua variabel tersebut adalah neraca pembayaran dan tingkat permintaan persediaan barang.

6. Membuat Neraca Pembayaran Luar Negeri Berada pada Posisi Seimbang

Analisa terhadap Ekonomi Makro Indonesia perlu dilakukan dengan tujuan untuk mengupayakan keseimbangan pada neraca pembayaran luar negeri.

Neraca pembayaran sendiri berisi rangkuman berbagai transaksi, seperti, penjualan dan pembelian barang dan jasa, hibah dari luar negeri, serta transaksi keuangan antar penduduk di dalam dan luar negeri. Neraca pembayaran luar negeri haruslah berada pada posisi seimbang untuk menghindari terjadinya defisit.

H. Permasalahan Ekonomi Makro di Indonesia

Ekonomi Makro juga memberikan pengaruh terhadap iklim bisnis Indonesia. Hal ini telah menjadi kepastian, karena kaidah yang berlaku adalah besarnya perubahan ekonomi dapat memberi pengaruh kepada masyarakat juga perusahaan dan pasarnya.

Ekonomi Makro juga memiliki kaitan yang erat dengan persoalan keuangan negara. Hal ini karena konsep ini mampu memberikan pengaruh terhadap stabilitas harga, pencapaian keseimbangan, tenaga kerja, dan pertumbuhan ekonomi.

Namun pada konteks bisnis di Indonesia, ada beberapa persoalan Ekonomi Makro yang sering muncul.

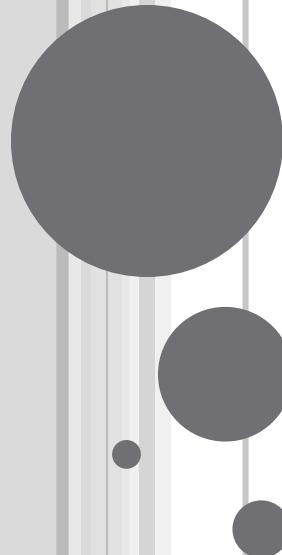
Pertama, adanya permasalahan pada perbankan dan kredit macet.

Kedua, adanya krisis nilai tukar dalam negeri terhadap utang luar negeri Indonesia.

Ketiga adalah persoalan tentang pengangguran dan kemiskinan.

Keempat, permasalahan Ekonomi Makro yang sering muncul pada konteks bisnis adalah soal pertumbuhan ekonomi itu sendiri.

Dalam rentang sejarah penegakan hukum di Indonesia, timbul banyak pertanyaan bagaimana kerugian nonhukum seperti aset yang terbengkalai menjadi mesin tua, ribuan karyawan yang di-PHK dan hal lainnya jika terjadi sebuah tindak pidana.



FAKTOR-FAKTOR PRODUKSI

**Dosen Pengampu:
Maulina Novita, S.Pt, M.Si**

FAKTOR-FAKTOR PRODUKSI

SUMBER
DAYA ALAM

MODAL

SUMBER DAYA
MANUSIA

KEMAMPUAN
WIRAJUSAHA

SUMBER DAYA ALAM

- Adalah semua kekayaan yang terdapat di alam semesta yang dapat digunakan dalam proses produksi.



SUMBER DAYA MANUSIA (TENAGA KERJA)

- Adalah faktor produksi insani secara langsung maupun tidak langsung menjalankan kegiatan produksi.



KLASIFIKASI TENAGA KERJA (BERDASARKAN KUALITASNYA)



KLASIFIKASI TENAGA KERJA (BERDASARKAN SIFAT KERJANYA)

TENAGA KERJA
ROHANI



Adalah tenaga kerja yang menggunakan pikiran, rasa dan karsa

TENAGA KERJA
JASMANI



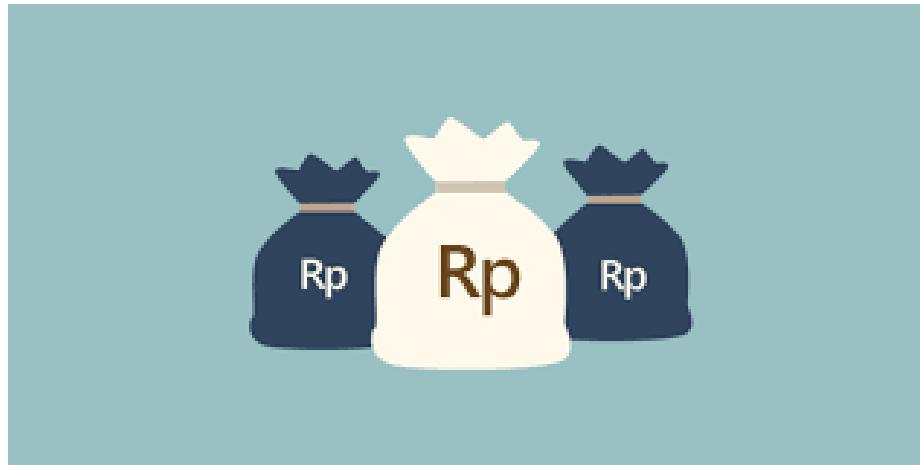
Adalah tenaga kerja yang menggunakan kekuatan fisik

KLASIFIKASI TENAGA KERJA (MENURUT AGUS AHYARI)

1. TENAGA KERJA AHLI DAN TERLATIH
2. TENAGA KERJA AHLI TETAPI BELUM TERLATIH
3. TENAGA KERJA TIDAK AHLI TETAPI TERLATIH
4. TENAGA KERJA TIDAK AHLI DAN TIDAK TERLATIH

MODAL

- Adalah faktor penunjang dalam mempercepat atau menambah kemampuan dalam memproduksi.
- Dapat berupa mesin-mesin, alat pengangkutan, sarana pengangkutan atau bangunan.



KLASIFIKASI MODAL (BERDASARKAN SIFATNYA)

MODAL LANCAR



Barang-barang modal yang habis sekali pakai dalam proses produksi

MODAL TETAP



Barang-barang modal yang dapat digunakan berkali-kali dalam proses produksi



KLASIFIKASI MODAL (BERDASARKAN BENTUKNYA)

MODAL KONKRET
(NYATA)



MODAL ABSTRAK
(TIDAK NYATA)



Modal yang dapat
dilihat secara nyata
dalam proses
produksi

Modal yang tidak dapat
dilihat tetapi
mempunyai nilai dalam
perusahaan



KLASIFIKASI MODAL (BERDASARKAN SUMBERNYA)

MODAL SENDIRI



MODAL ASING



Modal yang berasal
dari dalam
perusahaan sendiri

Modal yang berasal dari
luar perusahaan



KLASIFIKASI MODAL (BERDASARKAN KEPEMILIKANNYA)

MODAL INDIVIDU



Modal yang sumbernya dari perorangan dan hasilnya menjadi sumber pendapatan bagi pemiliknya.

Contoh: rumah pribadi yang disewakan

MODAL MASYARAKAT



Modal yang dimiliki oleh pemerintah dan digunakan untuk kepentingan umum dalam proses produksi

Contoh: RSU, jalan, jembatan



KEMAMPUAN WIRAUSAHA

- Adalah keahlian atau keterampilan yang digunakan seseorang dalam mengkoordinir faktor-faktor produksi untuk menghasilkan barang dan jasa.

ENTREPRENEUR



Orang yang memiliki kemampuan mengelola, menyatukan faktor-faktor produksi, dan dapat mengendalikan perusahaan secara baik dengan menghasilkan produk dan memperoleh keuntungan dan berani menanggung risiko.

KEAHLIAN (SKILL) YANG HARUS DIMILIKI OLEH SEORANG PENGUSAHA:

TECNIKAL
SKILLS

HUMAN
RELATION
SKILLS

CONCEPTUAL
SKILLS

DECISION
MAKING
SKILLS

TIME
MANAGEMENT
SKILLS

GLOBAL
MANAGEMENT
SKILLS

TECNOLOGICAL
SKILLS

TEKNOLOGI

- Adalah seluruh kemajuan teknologi yang digunakan oleh sebuah perusahaan dalam memproduksi sebuah barang.
- Terkadang biaya teknologi tidak seimbang dengan biaya produksi.
- Semakin canggih teknologi yang digunakan oleh sebuah perusahaan, maka produk yang dipasarkan akan semakin bersaing.

TUGAS

- SEBUTKAN DAN JELASKAN MACAM-MACAM FAKTOR PRODUKSI YANG DAPAT DIGUNAKAN DALAM SEBUAH USAHA PETERNAKAN!



PEMBENTUKAN HARGA

PENGERTIAN HARGA PASAR

Harga pasar merupakan tinggi rendahnya tingkat harga yang terjadi atas kesepakatan antara produsen/penawaran dengan konsumen atau permintaan. Terbentuknya harga pasar dipengaruhi oleh faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan dan penawaran. Pembeli selalu menginginkan harga yang murah, supaya dengan uang yang dipunyainya bisa mendapatkan barang yang banyak. Sebaliknya, penjual menginginkan harga tinggi, dengan harapan ia bisa mendapatkan keuntungan yang banyak.

Perbedaan itulah yang bisa menimbulkan tawar-menawar harga. Harga yang sudah disepakati oleh kedua belah pihak disebut dengan harga pasar. Pada harga tersebut jumlah barang yang ditawarkan sama dengan jumlah barang yang dipinta. Dengan demikian harga pasar disebut juga dengan harga keseimbangan (equilibrium). Melalui penetapan harga, akan terlihat posisi kelayakan produk dari nilai ekonomisnya. Terdapat tiga cara untuk menunjukkan keadaan keseimbangan pasar, yakni:

- Dengan contoh yang memakai angka
- Dengan memakai kurva permintaan dan penawaran
- Menentukan secara matematik

Menurut *Machfoedz 2005*, tujuan dari penetapan suatu harga adalah untuk mencapai target perusahaan, mendapatkan laba dari penjualan, meningkatkan serta mengembangkan produksi produk, juga meluaskan target pemasaran.

Menurut *Harini 2008*, penetapan harga memiliki tujuan, yaitu:

1. Mencapai Penghasilan atas Investasi

Biasanya besar keuntungan dari suatu investasi telah ditetapkan persentasenya dan untuk mencapainya diperlukan penetapan harga tertentu dari barang yang dihasilkannya.

2. Kestabilan Harga

Hal ini biasanya dilakukan untuk perusahaan yang kebetulan memegang kendali atas harga. Usaha pengendalian harga diarahkan terutama untuk mencegah terjadinya perang harga, khususnya bila menghadapi permintaan yang sedang menurun.

3. Mempertahankan atau Meningkatkan Bagian dalam Pasar

Apabila perusahaan telah mendapatkan pangsa pasar yang luas, mereka harus berusaha mempertahankannya atau justru mengembangkannya. Untuk itu kebijaksanaan dalam penetapan harga jangan sampai merugikan bisnis.

4. Menghadapi atau Mencegah Persaingan

Apabila perusahaan baru mencoba-coba memasuki pasar dengan tujuan mengetahui pada harga berapa mereka akan menetapkan penjualan. Ini artinya, perusahaan belum memiliki tujuan dalam menetapkan harga coba-coba tersebut.

5. Penetapan Harga untuk Memaksimalkan Laba

Tujuan ini biasanya menjadi acuan setiap bisnis untuk bertahan hidup, karena setiap bisnis memerlukan laba.

PROSES TERBENTUKNYA HARGA PASAR

Secara umum, terdapat 4 metode untuk menetapkan harga, yaitu:

1. Berbasis Permintaan

Suatu metode yang menekankan pada berbagai faktor yang memengaruhi selera dan kesukaan pelanggan berdasarkan kemampuan dan kemauan pelanggan untuk membeli, manfaat yang diberikan produk dan perilaku konsumen secara umum.

2. Berbasis Biaya

Faktor penetapan harga yang dipengaruhi aspek penawaran atau biaya, dan bukannya aspek permintaan. Harga akan ditentukan berdasarkan biaya produksi dan pemasaran produk yang ditambah dengan jumlah tertentu sehingga menutupi biaya langsung, *overhead*, dan juga laba/rugi.

3. Berbasis Laba

Penetapan harga yang didasarkan pada keseimbangan biaya dan pendapatan. Metode ini memiliki 3 pendekatan, yaitu:

- a. Target *profit pricing* (penetapan harga berdasarkan target keuntungan)
- b. Target *return on sales pricing* (target harga berdasarkan penjualan)
- c. Target *return on investment pricing* sebuah perusahaan.

4. Berbasis Persaingan

Penetapan harga yang dilakukan dengan mengikuti apa yang dilakukan pesaing. Metode ini memiliki 3 pendekatan melalui sistem penjualan di bawah harga normal pesaing untuk menarik konsumen, menyamakan harga agar persaingan tidak terlalu besar atau memberi harga lebih tinggi dari pesaingnya dengan asumsi bahwa produk yang mereka tawarkan memiliki kualitas lebih baik.

Faktor terpenting dalam pembentukan sebuah harga yaitu kekuatan permintaan dan penawaran. Permintaan dan penawaran akan berada dalam keseimbangan pada harga pasar bila jumlah yang diminta sama dengan jumlah yang ditawarkan. Bisa disimpulkan bahwa suatu proses terbentuknya harga pasar terjadi apabila:

- Antara penjual dan pembeli terjadi suatu proses tawar-menawar.

- Adanya suatu kesepakatan harga ketika jumlah barang yang diminta sama dengan jumlah barang yang ditawarkan.

Kebijaksanaan harga maksimum mengakibatkan terjadinya kelebihan permintaan. Hal ini bisa menciptakan pasar gelap, yakni suatu kegiatan jual beli yang dilakukan tidak secara terbuka dan bertentangan dengan kebijakan harga maksimum yang dilaksanakan.

Untuk sebuah proses penetapan harga, suatu bisnis harus memiliki wawasan tentang kondisi produk, keuangan dan hasil akhir berupa profit atau keuntungan yang ingin dicapai. Untuk mengetahui semua proses ini dengan baik, maka suatu bisnis membutuhkan perhitungan akuntansi yang tidak hanya memuat angka-angka nominal pengeluaran dan pemasukan, namun juga sistem akuntansi yang mampu menyajikan suatu prediksi berbentuk tabel maupun grafik data untuk memudahkan penilaian secara cepat dan akurat.