

ILMU EKONOMI SERI 1

EKONOMI MIKRO DALAM 5 MENIT SEHARI

(CARA CEPAT DAN MUDAH
MEMAHAMI DASAR-DASAR)

OLEH: DR. ALIT ASMARA JAYA

JAYA MAKMUR GROUP

KATA PENGANTAR

Om Swastyastu

Salam Sejahtera,

Banyak buku literatur membahas tentang ekonomi mikro yang seringkali menyulitkan pemahaman mahasiswa dan butuh waktu lama untuk hanya memahami konsep dasar. Pemahaman konsep dan teori dasar sebagai awal dari masuk pada konsep atau teori lainnya yang terkait dalam ekonomi mikro, penting bagi mahasiswa. Apa yang disampaikan dalam ebook ini, akan menjadi pijakan dalam memahami pembahasan lebih dalam hal-hal lainnya yang terkait khususnya dalam konteks ekonomi mikro.

Ebook ini dirancang untuk memberikan pengetahuan dasar ekonomi mikro dalam potongan kecil yang dapat dipelajari setiap hari dengan waktu relative cepat. Setiap bab fokus pada satu konsep utama dan menyajikan informasi yang mudah dipahami dan aplikatif. Bagi pengguna yang tertarik untuk mendalami lebih lanjut, dapat merujuk kepada daftar bacaan yang tercantum pada halaman akhir ebook ini.

Harapan penulis, semoga buku ini dapat membantu mahasiswa dan pembaca lainnya memahami konsep maupun teori dasar ekonomi mikro secara umum. Dengan demikian persoalan proses belajar mahasiswa atau pembaca untuk bisa memahami konsep-konsep dasar ekonomi mikro dengan cepat dan mudah, dapat teratasi. Saran perbaikan kami harapkan agar ebook ini

menjadi lebih sempurna ke depan. Demikian penulis sampaikan sebagai pengantar dan berharap ebook ini dapat memberikan manfaat.

Om Shanti, Shanti, Shanti, Om

Denpasar, Agustus 2024

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Kata Pengantar	ii
Daftar Isi.....	iv
Daftar Tabel.....	vi
Datar Gambar.....	vii
Bab I Pendahuluan: Tentang Ilmu Ekonomi	1
Bab II Mengapa Ekonomi Mikro Penting?	9
Bab III Konsep Dasar Permintaan dan Penawaran... ..	15
Bab IV Elastisitas: Mengukur Responsivitas.....	20
Bab V Teori Konsumen: Mengapa Kita Membeli?	27
Bab VI Teori Produsen: Bagaimana Perusahaan Beroperasi?	39
Bab VII Struktur Pasar: Dari Persaingan Sempurna Hingga Monopoli.....	48
Bab VIII Keseimbangan Pasar: Menemukan	

Titik Temu	60
Bab IX Kegagalan Pasar dan Peran Pemerintah... ..	68
Bab X Eksternalitas dan Barang Publik	72
Bab XI Analisis Ekonomi Mikro dalam Kehidupan Sehari-hari	78
Bab XII Penutup	87
Daftar Bacaan.....	89
Tentang Penulis.....	92

DAFTAR TABEL

7.1 Ringkasan Model Perilaku Oligopoli	55
7.2 Rangkuman Ciri-Ciri Struktur Pasar	58

DAFTAR GAMBAR

3.1 Grafik Permintaan	18
3.2 Grafik Penawaran.....	19
5.1 Grafik Indiferensi	34
5.2 Grafik Garis Anggaran.....	36
5.3 Grafik Keseimbangan Konsumen	38
6.1 Grafik Biaya-Biaya	44
6.2 Grafik Hasil Yang Semakin Berkurang	45
8.1 Grafik Keseimbangan Pasar	63
8.2 Grafik Pergeseran Titik Keseimbangan	65

BAB I

TENTANG ILMU EKONOMI

1.1 APA ITU ILMU EKONOMI

Kita sering mendengar istilah ekonomi dalam kehidupan sehari-hari. Sebagian masyarakat pastinya sudah mengenal dan paham bahwa ekonomi merupakan sebuah ilmu sebagaimana bidang-bidang ilmu lainnya seperti ilmu fisika, ilmu matematika, ilmu alam, ilmu politik dan lain-lain. Untuk lebih jelasnya mari kita bahas tentang ilmu ekonomi.

Pengertian Ilmu Ekonomi

- Ilmu ekonomi adalah studi tentang bagaimana individu dan masyarakat memilih untuk menggunakan sumber daya yang terbatas untuk memproduksi barang dan jasa dan mendistribusikannya untuk konsumsi, baik sekarang maupun di masa depan.
- Ilmu ekonomi bertujuan untuk memahami perilaku ekonomi dan mengembangkan model serta teori yang dapat digunakan untuk memprediksi dan menganalisis fenomena ekonomi.

1.2 SEJARAH DAN PERKEMBANGAN ILMU EKONOMI

1. Zaman Kuno Dan Pertengahan

- Ekonomi sebagai sebuah disiplin ilmu belum ada, tetapi konsep-konsep ekonomi sudah dibahas oleh para filsuf seperti Aristoteles dan Plato. Mereka membahas tentang keadilan dalam perdagangan dan alokasi sumber daya.
- Pada zaman pertengahan, pemikiran ekonomi banyak dipengaruhi oleh ajaran-ajaran agama, terutama di Eropa dengan Scholastics yang membahas harga yang adil dan riba.

2. Masa Merkantilisme (1500-1700)

- Pada periode ini, ekonomi fokus pada kekayaan negara yang diukur dengan jumlah logam mulia (emas dan perak). Teori merkantilisme mendukung intervensi pemerintah dalam ekonomi untuk mencapai surplus perdagangan.

3. Revolusi Industri dan Klasik (1700-1850)

- Adam Smith, dengan bukunya "*The Wealth of Nations*" (1776), sering dianggap sebagai bapak ekonomi modern. Ia memperkenalkan konsep pasar bebas dan "invisible hand".
- Ekonom klasik lainnya termasuk David Ricardo dan Thomas Malthus, yang membahas teori perdagangan internasional dan pertumbuhan populasi.

4. Ekonomi Neoklasik (1850-1940)

- Munculnya teori marginalisme yang fokus pada keputusan marginal dan utilitas marginal. Tokoh utama termasuk Alfred Marshall, yang menyusun dasar-dasar ekonomi mikro modern.

5. Ekonomi Keynesian dan Modern (1940-sekarang)

- John Maynard Keynes, melalui karyanya "*The General Theory of Employment, Interest, and Money*" (1936), mengembangkan teori yang menekankan peran pemerintah dalam mengatasi siklus ekonomi.
- Perkembangan lebih lanjut dalam teori ekonomi termasuk ekonomi mikro, ekonomi makro, dan ekonomi pembangunan.

1.3 PEMBAGIAN ILMU EKONOMI

1. Ekonomi Mikro

- Studi tentang perilaku individu dan perusahaan dalam membuat keputusan mengenai penggunaan sumber daya. Ini termasuk teori permintaan dan penawaran, elastisitas, teori produksi, dan struktur pasar.
- Contoh: Analisis bagaimana perubahan harga suatu barang mempengaruhi permintaan barang tersebut.

2. Ekonomi Makro

- Studi tentang fenomena ekonomi secara keseluruhan, seperti inflasi, pengangguran, pertumbuhan ekonomi, dan kebijakan fiskal dan moneter.
- **Contoh:** Analisis dampak kebijakan moneter terhadap tingkat inflasi dan pengangguran.

3. Ekonomi Pembangunan

- Studi tentang bagaimana negara berkembang dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi mereka. Fokus pada isu-isu seperti kemiskinan, ketimpangan, dan strategi pembangunan ekonomi.
- **Contoh:** Evaluasi program-program pengentasan kemiskinan di negara-negara berkembang.

4. Ekonomi Internasional

- Studi tentang perdagangan internasional, kebijakan perdagangan, dan pasar valuta asing. Ini juga mencakup analisis globalisasi ekonomi.
- **Contoh:** Analisis dampak tarif terhadap perdagangan internasional dan kesejahteraan ekonomi.

5. Ekonomi Publik

- Studi tentang peran pemerintah dalam ekonomi, termasuk analisis pajak, pengeluaran pemerintah, dan distribusi pendapatan.
- **Contoh:** Evaluasi efektivitas program subsidi pemerintah.

1.4 PERKEMBANGAN DAN CABANG-CABANG BARU DALAM ILMU EKONOMI

Dalam perkembangannya muncul cabang-cabang baru dalam Ilmu Ekonomi karena hal-hal sebagai berikut:

1. Kompleksitas dan Spesialisasi

- Kompleksitas Masalah Ekonomi: Seiring dengan perkembangan zaman, masalah ekonomi yang dihadapi masyarakat menjadi semakin kompleks. Misalnya, isu-isu lingkungan, kesehatan global, dan perubahan teknologi membutuhkan pendekatan khusus yang tidak selalu dapat dijelaskan dengan teori ekonomi umum.
- Spesialisasi dalam Studi Ekonomi: Kebutuhan untuk mendalami isu-isu spesifik dalam konteks yang berbeda mendorong munculnya spesialisasi. Ekonom memerlukan pemahaman mendalam dalam area tertentu untuk dapat memberikan analisis yang lebih akurat dan solusi yang tepat.

2. Dinamika Sosial dan Teknologi

- Perubahan Teknologi: Revolusi teknologi, seperti internet dan digitalisasi, telah mengubah cara ekonomi beroperasi. Ini menciptakan kebutuhan untuk studi khusus dalam bidang seperti ekonomi digital atau ekonomi teknologi.
- Perubahan Sosial: Isu-isu sosial seperti kesehatan masyarakat, pendidikan, dan ketidaksetaraan memerlukan pendekatan ekonomi yang berbeda dan lebih fokus, yang

mengarah pada munculnya bidang ekonomi kesehatan dan ekonomi pendidikan.

3. Kebutuhan Kebijakan yang Spesifik

- Kebijakan Publik yang Terarah: Pemerintah dan organisasi internasional membutuhkan analisis ekonomi yang terfokus untuk merancang kebijakan yang efektif. Misalnya, ekonomi lingkungan membantu dalam merancang kebijakan untuk perubahan iklim dan pelestarian alam.

Cabang-cabang Baru dalam Ilmu Ekonomi antara lain:

1. Ekonomi Maritim

- Fokus: Studi tentang perdagangan laut, pelayaran, industri perikanan, dan ekonomi pesisir.
- Alasan: Pentingnya lautan dalam perdagangan global dan ekonomi wilayah pesisir yang memerlukan pendekatan khusus.
- Contoh: Analisis dampak kebijakan pelabuhan terhadap perdagangan internasional.

2. Ekonomi Kesehatan

- Fokus: Analisis sistem kesehatan, biaya perawatan kesehatan, kebijakan kesehatan, dan dampak ekonomi dari kesehatan masyarakat.
- Alasan: Kompleksitas sektor kesehatan yang memerlukan pemahaman khusus tentang interaksi antara ekonomi dan kesehatan.

- Contoh: Studi tentang efektivitas biaya dari program vaksinasi.

3. Ekonomi Sumber Daya Alam

- Fokus: Pengelolaan dan pelestarian sumber daya alam, analisis biaya-manfaat dari eksploitasi sumber daya, dan kebijakan lingkungan.
- Alasan: Isu-isu keberlanjutan dan perlindungan lingkungan yang semakin mendesak.
- Contoh: Analisis dampak ekonomi dari kebijakan pelestarian hutan.

4. Ekonomi Digital

- Fokus: Dampak teknologi digital pada ekonomi, e-commerce, big data, dan ekonomi platform.
- Alasan: Perubahan besar dalam cara bisnis beroperasi dan transaksi dilakukan akibat teknologi digital.
- Contoh: Analisis model bisnis platform seperti Amazon dan Google.

Teori ekonomi umum tidak cukup mampu mengatasi adanya kebutuhan perkembangan zaman karena antara lain hal-hal sebagai berikut:

1. Konteks Spesifik

- Konteks Spesifik yang Berbeda: Setiap cabang ekonomi baru beroperasi dalam konteks yang sangat spesifik yang mungkin tidak sepenuhnya dijelaskan oleh teori ekonomi umum. Misalnya, ekonomi kesehatan membutuhkan

pemahaman tentang perilaku manusia dalam konteks kesehatan, yang berbeda dengan perilaku konsumen umum.

2. Pendekatan Multidisipliner

- Pendekatan Multidisipliner: Banyak cabang baru dalam ekonomi mengintegrasikan konsep dari disiplin lain, seperti kedokteran, biologi, teknologi informasi, dan ilmu lingkungan, yang memerlukan pendekatan analitis yang berbeda.

3. Kebutuhan Kebijakan Khusus

- Kebutuhan untuk Kebijakan Khusus: Pembuat kebijakan memerlukan analisis yang lebih mendalam dan spesifik untuk merancang intervensi yang efektif dalam bidang-bidang tertentu, yang memerlukan studi ekonomi yang terfokus.

BAB II

APA ITU EKONOMI MIKRO DAN MENGAPA EKONOMI MIKRO PENTING?

2.1 PENGERTIAN EKONOMI MIKRO

Ekonomi mikro adalah cabang dari ilmu ekonomi yang mempelajari perilaku individu dan perusahaan dalam membuat keputusan mengenai alokasi sumber daya yang terbatas. Fokus utamanya adalah pada interaksi antara penawaran dan permintaan di pasar, serta bagaimana harga barang dan jasa ditentukan. Ekonomi mikro menganalisis berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan ekonomi, seperti preferensi konsumen, teknologi produksi, dan struktur pasar.

2.2 MENGAPA EKONOMI MIKRO PENTING?

Ekonomi mikro adalah cabang dari ilmu ekonomi yang mempelajari bagaimana individu dan perusahaan membuat keputusan mengenai penggunaan sumber daya yang terbatas. Pemahaman ekonomi mikro sangat penting karena memengaruhi banyak aspek kehidupan sehari-hari kita, mulai dari keputusan pembelian barang dan jasa, hingga strategi bisnis perusahaan besar. Belajar ekonomi mikro memiliki banyak manfaat yang signifikan, baik bagi individu maupun

masyarakat secara keseluruhan. Berikut adalah beberapa alasan pentingnya mempelajari ekonomi mikro:

1. Memahami Pasar dan Harga

Ekonomi mikro membantu kita memahami bagaimana pasar bekerja dan bagaimana harga ditentukan. Dengan mempelajari interaksi antara penawaran dan permintaan, individu dapat membuat keputusan yang lebih baik dalam hal konsumsi dan produksi.

2. Pengambilan Keputusan yang Efisien

Dalam ekonomi mikro, kita mempelajari teori perilaku konsumen dan produsen. Pengetahuan ini memungkinkan individu dan perusahaan untuk membuat keputusan yang lebih efisien, memaksimalkan utilitas dan keuntungan.

3. Kebijakan Publik dan Peraturan

Pengetahuan ekonomi mikro penting bagi pembuat kebijakan untuk merancang peraturan dan kebijakan yang efektif. Misalnya, memahami bagaimana pajak mempengaruhi perilaku konsumen dan produsen dapat membantu dalam merumuskan kebijakan fiskal yang lebih baik.

4. Alokasi Sumber Daya yang Optimal

Ekonomi mikro mempelajari bagaimana sumber daya yang terbatas dapat dialokasikan dengan cara yang paling efisien. Ini membantu dalam mengoptimalkan penggunaan sumber daya alam dan manusia untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

5. Meningkatkan Kemampuan Analitis

Mempelajari ekonomi mikro mengasah kemampuan analitis individu. Dengan memahami konsep seperti elastisitas, marginal utility, dan biaya peluang, kita dapat menganalisis situasi ekonomi secara lebih kritis dan rasional.

6. Analisis Kesejahteraan Ekonomi

Dengan konsep seperti efisiensi Pareto, ekonomi mikro dapat menganalisis bagaimana alokasi sumber daya yang optimal dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Surplus konsumen dan produsen adalah ukuran kesejahteraan yang digunakan untuk mengevaluasi keuntungan yang diperoleh oleh individu dan perusahaan dari partisipasi di pasar. Distribusi pendapatan juga menjadi perhatian untuk memastikan keadilan ekonomi.

7. Aplikasi dalam Dunia Nyata

Pengetahuan mikroekonomi diterapkan di berbagai bidang seperti pasar tenaga kerja, di mana analisis permintaan dan penawaran tenaga kerja membantu dalam memahami tingkat upah dan pengangguran. Di pasar keuangan, konsep mikroekonomi digunakan untuk menganalisis perilaku investasi dan harga aset. Selain itu, dalam konteks globalisasi, mikroekonomi membantu memahami dampak perdagangan internasional terhadap ekonomi domestik.

2.3 TUJUAN DAN MANFAAT MEMPELAJARI EKONOMI MIKRO

Mempelajari ilmu ekonomi khususnya ekonomi mikro disamping sebagai pengetahuan, juga bagaimana kita berinteraksi dan mengalami secara langsung maupun tidak langsung dalam keseharian yang tanpa kita sadari, sebenarnya bersentuhan dengan ilmu ekonomi. Berikut kita lihat dibawah ini apa yang menjadi tujuan mempelajari ekonomi mikro dan manfaat yang diberikan.

1. Tujuan Mempelajari Ekonomi Mikro

- Memahami Interaksi Pasar

Tujuan utama mempelajari ekonomi mikro adalah untuk memahami bagaimana pasar bekerja. Ini melibatkan analisis interaksi antara penawaran dan permintaan, serta bagaimana harga barang dan jasa ditentukan.

- Menganalisis Perilaku Konsumen dan Produsen

Ekonomi mikro bertujuan untuk mengkaji bagaimana konsumen membuat keputusan tentang apa yang akan dibeli dan berapa banyak yang akan dibeli, serta bagaimana produsen menentukan apa yang akan diproduksi dan berapa banyak yang akan diproduksi.

- Mengoptimalkan Alokasi Sumber Daya

Salah satu tujuan penting dari ekonomi mikro adalah untuk memastikan bahwa sumber daya yang terbatas

dialokasikan secara efisien. Ini membantu dalam memaksimalkan kesejahteraan masyarakat.

- **Membantu Pembentukan Kebijakan Ekonomi**

Mempelajari ekonomi mikro bertujuan untuk memberikan dasar bagi pembuat kebijakan dalam merancang kebijakan ekonomi yang efektif dan efisien.

- **Mengembangkan Kemampuan Analitis**

Tujuan lain dari ekonomi mikro adalah untuk mengembangkan kemampuan analitis individu dalam mengevaluasi berbagai situasi ekonomi dan membuat keputusan yang rasional.

2.4 MANFAAT MEMPELAJARI EKONOMI MIKRO

1. Keputusan Konsumsi yang Lebih Baik

Dengan memahami teori perilaku konsumen, individu dapat membuat keputusan konsumsi yang lebih bijaksana, mengalokasikan pendapatan mereka dengan cara yang memaksimalkan utilitas.

2. Pengambilan Keputusan Bisnis yang Efisien

Pemahaman tentang biaya produksi, elastisitas permintaan, dan strategi penetapan harga membantu perusahaan dalam membuat keputusan bisnis yang efisien dan meningkatkan keuntungan.

3. Perumusan Kebijakan Publik yang Efektif

Pengetahuan ekonomi mikro membantu pembuat kebijakan merancang kebijakan yang lebih efektif dalam mengatasi masalah seperti pengangguran, inflasi, dan ketidakmerataan pendapatan.

4. Peningkatan Efisiensi Pasar

Memahami prinsip-prinsip ekonomi mikro membantu dalam menciptakan pasar yang lebih efisien, di mana barang dan jasa dapat diproduksi dan didistribusikan dengan cara yang memaksimalkan kesejahteraan sosial.

5. Pemahaman Yang Lebih Baik Tentang Struktur Pasar

Ekonomi mikro memberikan wawasan tentang berbagai struktur pasar, seperti persaingan sempurna, monopoli, oligopoli, dan persaingan monopolistik, serta implikasi masing-masing terhadap efisiensi dan kesejahteraan masyarakat.

6. Peningkatan Kemampuan Manajemen Pribadi

Pengetahuan ekonomi mikro membantu individu dalam mengelola keuangan pribadi mereka dengan lebih baik, termasuk dalam hal investasi, tabungan, dan pengeluaran.

7. Strategi Bisnis

- Memberikan pandangan tentang bagaimana perusahaan menetapkan harga, memproduksi barang, dan bersaing di pasar.
- Membantu dalam memahami perilaku konsumen dan pasar.

BAB III

KONSEP DASAR PERMINTAAN DAN PENAWARAN

3.1 DEFINISI DAN PRINSIP DASAR PERMINTAAN DAN PENAWARAN

Dalam ekonomi mikro, konsep permintaan dan penawaran sebagai 2 (dua) konsep dasar untuk memahami lebih jauh tentang bagaimana harga-harga barang dan jasa terbentuk. Adapun pengertian permintaan dan penawaran sebagaimana dikemukakan di bawah ini:

1. Permintaan adalah keinginan dan kemampuan konsumen untuk membeli barang atau jasa pada berbagai tingkat harga selama periode tertentu. Permintaan tidak hanya bergantung pada keinginan, tetapi juga pada kemampuan membeli.
2. Penawaran adalah keinginan dan kemampuan produsen untuk menjual barang atau jasa pada berbagai tingkat harga selama periode tertentu. Penawaran menunjukkan seberapa banyak barang yang bersedia dijual oleh produsen pada tingkat harga tertentu

3.2 HUKUM PERMINTAAN DAN PENAWARAN

Dari pengertian permintaan dan penawaran di atas, dalam mekanisme prosesnya akan menentukan seberapa besar jumlah yang diminta dan ditawarkan, akan dipengaruhi oleh tingkat harga. Dengan mekanisme tersebut membentuk suatu model yang disebut dengan hukum permintaan dan hukum penawaran. Adapun yang dimaksud dengan hukum permintaan dan penawaran adalah:

1. Hukum Permintaan menyatakan bahwa, *ceteris paribus* (dengan asumsi faktor lain tetap), ketika harga suatu barang naik, jumlah barang yang diminta akan turun, dan sebaliknya. Ini mencerminkan hubungan negatif atau berbanding terbalik antara harga dan jumlah yang diminta.
2. Hukum Penawaran menyatakan bahwa, *ceteris paribus*, ketika harga suatu barang naik, jumlah barang yang ditawarkan akan meningkat, dan sebaliknya. Ini mencerminkan hubungan positif atau hubungan yang searah antara harga dan jumlah yang ditawarkan.

3.3 FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN DAN PENAWARAN

1. *Permintaan:*

- Harga Barang: Hubungan negatif antara harga dan jumlah yang diminta.
- Pendapatan Konsumen: Kenaikan pendapatan biasanya meningkatkan permintaan untuk barang normal.

- Harga Barang Terkait: Pengaruh barang substitusi dan komplementer.
- Preferensi Konsumen: Perubahan selera atau preferensi dapat mempengaruhi permintaan.
- Ekspektasi Masa Depan: Harapan terhadap harga atau pendapatan di masa depan.

2. Penawaran:

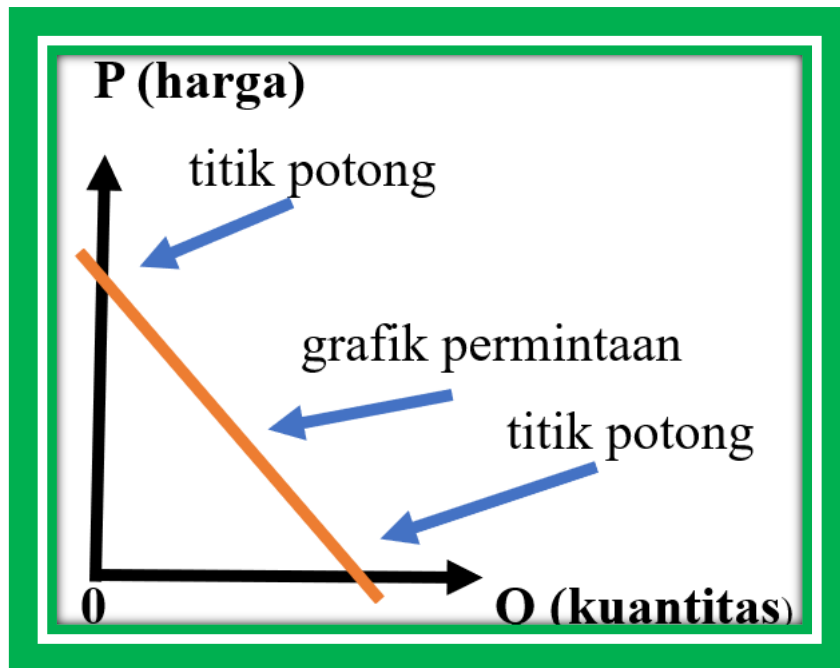
- Harga Barang: Hubungan positif antara harga dan jumlah yang ditawarkan.
- Biaya Produksi: Kenaikan biaya produksi dapat menurunkan penawaran.
- Teknologi: Kemajuan teknologi dapat meningkatkan penawaran.
- Harga Barang Terkait: Pengaruh harga barang lain yang diproduksi oleh perusahaan.
- Ekspektasi Masa Depan: Harapan terhadap harga di masa depan.

3.4 GRAFIK PERMINTAAN DAN PENAWARAN

1. Permintaan

Grafik permintaan terdiri dari komponen:

- Sumbu vertikal mewakili harga.
- Sumbu horizontal mewakili kuantitas.
- Grafik permintaan biasanya miring ke bawah dari kiri atas ke kanan bawah.

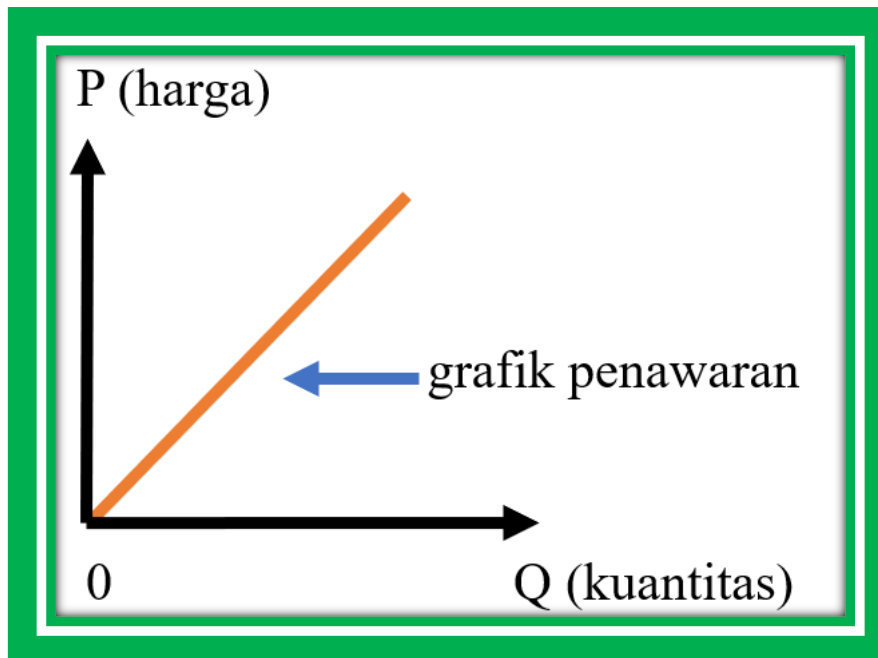


Gambar 3.1
Grafik Permintaan

2. Penawaran

Grafik penawaran terdiri dari komponen:

- Sumbu vertikal mewakili harga.
- Sumbu horizontal mewakili kuantitas.
- Grafik penawaran biasanya dari kiri bawah ke kanan atas.



Gambar 3.2
Grafik Penawaran

Contoh Aplikasi

Contoh: Pasar Buah Apel

Jika harga apel turun dari Rp 20.000/kg menjadi Rp 15.000/kg, jumlah apel yang diminta akan meningkat. Sebaliknya, jika biaya produksi apel turun karena teknologi baru, penawaran apel akan meningkat, menyebabkan penurunan harga di pasar jika permintaan tetap konstan.

BAB IV

ELASTISITAS: MENGUKUR RESPONSIVITAS

4.1 PENGERTIAN ELASTISITAS

Elastisitas adalah ukuran seberapa sensitif jumlah yang diminta atau ditawarkan terhadap perubahan dalam salah satu faktor yang mempengaruhinya, seperti harga, pendapatan, atau harga barang lain. Elastisitas adalah konsep penting dalam ekonomi karena membantu memahami dan memprediksi reaksi pasar terhadap perubahan kondisi ekonomi.

4.2 PENTINGNYA ELASTISITAS

Elastisitas adalah konsep penting dalam ekonomi karena membantu memahami dan menganalisis bagaimana perubahan dalam harga, pendapatan, atau harga barang lain memengaruhi permintaan dan penawaran. Berikut adalah beberapa alasan mengapa elastisitas penting.

1. Pengambilan Keputusan Bisnis

Elastisitas membantu perusahaan menentukan harga optimal untuk produk mereka. Jika permintaan elastis, penurunan harga dapat meningkatkan total pendapatan karena peningkatan jumlah yang terjual akan lebih besar daripada

penurunan harga per unit. Sebaliknya, jika permintaan inelastis, perusahaan dapat meningkatkan harga untuk meningkatkan total pendapatan karena penurunan jumlah yang terjual akan lebih kecil daripada peningkatan harga per unit.

2. Strategi Pemasaran

Dengan memahami elastisitas, perusahaan dapat merancang strategi pemasaran yang lebih efektif. Misalnya, untuk barang dengan permintaan elastis, diskon dan promosi dapat meningkatkan penjualan secara signifikan. Untuk barang dengan permintaan inelastis, perusahaan dapat fokus pada peningkatan nilai dan kualitas produk.

3. Manajemen Produksi

Elastisitas juga membantu dalam perencanaan produksi. Jika penawaran elastis, perusahaan dapat dengan cepat menyesuaikan produksi sesuai dengan perubahan harga pasar. Ini penting untuk menghindari kelebihan produksi atau kekurangan pasokan.

4. Perumusan Kebijakan Publik

- Pemahaman elastisitas membantu pemerintah dalam merancang kebijakan pajak yang efektif. Jika permintaan untuk suatu barang inelastis, penerapan pajak tidak akan banyak mengurangi jumlah yang diminta, sehingga pemerintah dapat mengumpulkan lebih banyak pendapatan tanpa mengurangi konsumsi secara signifikan.

- Elastisitas juga relevan dalam pemberian subsidi. Barang yang memiliki permintaan elastis akan lebih sensitif terhadap subsidi, sehingga konsumsi dapat ditingkatkan secara signifikan. Regulasi juga dapat dirancang berdasarkan elastisitas untuk mencapai tujuan tertentu, seperti mengurangi konsumsi barang yang merugikan kesehatan.

5. Analisis Kesejahteraan

Elastisitas memungkinkan analisis dampak kebijakan terhadap kesejahteraan konsumen dan produsen. Dengan mengetahui elastisitas, pemerintah dapat mengevaluasi efek dari intervensi pasar dan membuat keputusan yang meningkatkan kesejahteraan secara keseluruhan.

6. Pemahaman Perilaku Konsumen dan Produsen

- Elastisitas harga permintaan menunjukkan seberapa besar konsumen akan mengubah jumlah yang mereka beli sebagai respons terhadap perubahan harga. Ini membantu perusahaan dan pemerintah memahami bagaimana perubahan harga akan mempengaruhi konsumsi.
- Elastisitas pendapatan permintaan menunjukkan seberapa besar permintaan akan berubah sebagai respons terhadap perubahan pendapatan. Ini penting untuk analisis siklus bisnis dan perencanaan ekonomi jangka panjang.
- Elastisitas silang permintaan menunjukkan bagaimana perubahan harga barang lain akan mempengaruhi

permintaan untuk barang tertentu. Ini penting dalam analisis kompetisi dan substitusi barang.

7. Analisis Pasar

Elastisitas membantu menganalisis struktur pasar dan tingkat persaingan. Pasar dengan permintaan elastis cenderung lebih kompetitif, sementara pasar dengan permintaan inelastis mungkin menunjukkan kekuatan pasar yang lebih besar.

8. Persaingan dan Strategi Pasar

Pemahaman elastisitas memungkinkan perusahaan mengembangkan strategi untuk bersaing lebih efektif. Mereka dapat menyesuaikan harga, produk, dan promosi berdasarkan elastisitas permintaan dan penawaran.

9. Dampak Perubahan Ekonomi

Elastisitas membantu dalam memahami dampak perubahan ekonomi, seperti resesi atau ekspansi ekonomi, terhadap pasar. Ini memungkinkan perencanaan dan penyesuaian yang lebih baik untuk menghadapi perubahan kondisi ekonomi.

4.3 JENIS-JENIS ELASTISITAS

Merupakan istilah untuk menyebut seberapa besar jumlah perubahan yang terjadi sebagai respon atau akibat dari adanya perubahan pada harga barang tertentu, pendapatan atau perubahan harga barang lain.

1. Elastisitas Harga Permintaan (*Price Elasticity of Demand*):

- Mengukur responsivitas jumlah yang diminta terhadap perubahan harga barang.
- Formula:

$$\text{PED} = \frac{\text{perubahan \% pada jumlah permintaan barang}}{\text{perubahan \% pada harga barang}} \quad \text{atau} \quad \frac{\% \delta Qd}{\% \delta P}$$

- Kategori: Elastis, Inelastis, Unitari Elastis dan tak terhingga.

Dikatakan Elastis bila $E_d > 1$, Inelastis bila $E_d < 1$, Unitari Elastis bila $E_d = 1$ dan E_d tak terhingga.

2. Elastisitas Harga Penawaran (*Price Elasticity of Supply*):

- Mengukur responsivitas jumlah yang ditawarkan terhadap perubahan harga barang.
- Formula:

$$\text{ES} = \frac{\text{perubahan persentase pada jumlah barang}}{\text{perubahan persentase pada harga barang}} \quad \text{atau} \quad \frac{\% \delta Qs}{\% \delta P}$$

3. Elastisitas Pendapatan Permintaan (*Income Elasticity of Demand*):

- Mengukur responsivitas jumlah yang diminta terhadap perubahan pendapatan konsumen.
- Formula:

$$\mathbf{YED} = \frac{\text{perubahan persentase pada jumlah barang}}{\text{perubahan persentase pada jumlah pendapatan}} \quad \text{atau} \quad \frac{\% \delta Q}{\% \delta Y}$$

4. Elastisitas Silang Permintaan (*Cross-Price Elasticity of Demand*):

- Mengukur responsivitas jumlah yang diminta dari suatu barang terhadap perubahan harga barang lain.
- Formula:

$$\mathbf{XED} = \frac{\text{perubahan persentase pada jumlah barang A}}{\text{perubahan persentase pada harga barang B}} \quad \text{atau} \quad \frac{\% \delta QA}{\% \delta PB}$$

Contoh Aplikasi Elastisitas

Studi Kasus: Permintaan buah jeruk

Kondisi di pasaran menunjukkan terjadi perubahan harga jeruk dari Rp. 4 naik menjadi Rp 6. Dengan perubahan tersebut terjadi penurunan jumlah permintaan jeruk dari 1.000 menjadi

800. Berdasarkan kondisi tersebut, elastisitas harga permintaan jeruk (PED) dapat dihitung. Dengan formula PED hasil perhitungan menunjukkan angka sebesar minus 4. Hal tersebut berarti elastisitas harga permintaan jeruk adalah elastis (4). Yang dilihat angka mutlaknya, tanda minus sebagai cerminan sebagaimana hukum permintaan menunjukkan respon yang negatif dengan adanya perubahan harga.

BAB V

TEORI KONSUMEN: MENGAPA KITA MEMBELI?

5.1 PENDAHULUAN

Teori konsumen adalah cabang ekonomi mikro yang mempelajari bagaimana individu memutuskan untuk menghabiskan pendapatan mereka pada berbagai barang dan jasa. Teori ini berfokus pada preferensi, utilitas, dan keterbatasan anggaran yang dihadapi oleh konsumen. Teori konsumen merupakan salah satu pilar utama dalam ekonomi mikro yang menjelaskan bagaimana konsumen memutuskan untuk membelanjakan pendapatan mereka pada berbagai barang dan jasa. Teori ini penting karena memberikan wawasan tentang perilaku konsumen, membantu memahami pola permintaan, dan memandu pengambilan keputusan baik oleh individu maupun pembuat kebijakan.

5.2 PENTINGNYA TEORI KONSUMEN

Teori konsumen memainkan peran penting dalam membantu berbagai pihak memahami perilaku dan preferensi konsumen, memungkinkan penentuan strategi yang lebih tepat dalam pengambilan keputusan ekonomi, pengembangan produk, dan

kebijakan publik. Dengan demikian, teori ini menjadi alat yang sangat berharga dalam menciptakan ekonomi yang lebih efisien dan berkelanjutan. Lebih jauh berikut dibawah ini alasan mengapa teori konsumen penting.

1. Memahami Perilaku Konsumen

○ Preferensi dan Pilihan

Teori konsumen membantu kita memahami bagaimana konsumen membuat pilihan di antara berbagai barang dan jasa berdasarkan preferensi mereka. Preferensi ini mencerminkan rasa suka atau tidak suka konsumen terhadap barang dan jasa.

○ Utilitas dan Kepuasan

Konsep utilitas digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan atau kebahagiaan yang diperoleh konsumen dari mengkonsumsi barang dan jasa. Teori konsumen menjelaskan bagaimana konsumen berusaha memaksimalkan utilitas mereka dalam keterbatasan anggaran.

○ Anggaran dan Pembatasan Pendapatan

Teori konsumen juga mempertimbangkan pembatasan pendapatan yang dihadapi oleh konsumen. Ini membantu menjelaskan bagaimana konsumen mengalokasikan pendapatan mereka di antara berbagai barang dan jasa untuk mencapai kepuasan maksimum.

2. Analisis Permintaan

○ Kurva Permintaan

Teori konsumen membantu membentuk kurva permintaan, yang menunjukkan hubungan antara harga suatu barang dan jumlah yang diminta. Ini penting untuk memahami bagaimana harga mempengaruhi keputusan pembelian.

○ Elastisitas Permintaan

Elastisitas permintaan, yang mengukur seberapa responsif permintaan terhadap perubahan harga, dapat dianalisis menggunakan teori konsumen. Ini memberikan wawasan tentang sensitivitas harga dan pendapatan terhadap permintaan.

○ Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan

Teori konsumen mempertimbangkan berbagai faktor yang mempengaruhi permintaan, termasuk pendapatan, preferensi, harga barang substitusi dan komplementer, serta ekspektasi masa depan.

3. Pengambilan Keputusan Konsumen

○ Maksimisasi Utilitas

Teori konsumen menjelaskan bagaimana konsumen berusaha memaksimalkan utilitas mereka dengan memilih kombinasi barang dan jasa yang memberikan kepuasan terbesar dalam batasan anggaran.

○ Efek Substitusi dan Efek Pendapatan

Perubahan harga dapat menyebabkan efek substitusi (konsumen beralih ke barang lain yang lebih murah) dan

efek pendapatan (perubahan daya beli konsumen). Teori konsumen membantu memisahkan dan menganalisis kedua efek ini.

○ Model Pilihan Konsumen

Model seperti kurva indifferen dan garis anggaran digunakan untuk menggambarkan pilihan konsumen dan analisis kesejahteraan. Ini membantu memahami bagaimana konsumen membuat keputusan yang optimal.

4. Aplikasi Kebijakan Publik

○ Penetapan Pajak dan Subsidi

Pemahaman tentang perilaku konsumen penting untuk merancang pajak dan subsidi yang efektif. Misalnya, pajak yang dikenakan pada barang dengan permintaan inelastis akan menghasilkan pendapatan yang tinggi tanpa mengurangi konsumsi secara signifikan.

○ Kebijakan Kesejahteraan

Teori konsumen dapat digunakan untuk mengevaluasi dampak kebijakan kesejahteraan, seperti transfer tunai atau kupon makanan, terhadap kesejahteraan konsumen dan alokasi sumber daya.

○ Regulasi Harga

Pemahaman tentang respons konsumen terhadap perubahan harga membantu dalam merancang regulasi harga yang dapat mengendalikan inflasi dan menjaga stabilitas ekonomi.

5. Aplikasi dalam Bisnis

○ Strategi Pemasaran

Perusahaan menggunakan teori konsumen untuk memahami preferensi dan perilaku pembelian konsumen, yang membantu dalam merancang strategi pemasaran yang efektif.

○ Penetapan Harga

Pengetahuan tentang elastisitas permintaan memungkinkan perusahaan menetapkan harga yang optimal untuk produk mereka guna memaksimalkan pendapatan.

○ Segmentasi Pasar

Teori konsumen membantu perusahaan mengidentifikasi segmen pasar yang berbeda berdasarkan perilaku dan preferensi konsumen, sehingga dapat menargetkan produk dan layanan secara lebih efektif.

5.3 PREFERENSI DAN UTILITAS

1. *Preferensi:*

- Preferensi menggambarkan bagaimana konsumen memilih di antara berbagai kombinasi barang dan jasa berdasarkan kepuasan yang diperoleh.
- Preferensi bisa bersifat ordinal (perbandingan) atau kardinal (pengukuran numerik).

2. *Utilitas:*

- Utilitas adalah ukuran kepuasan atau kebahagiaan yang diperoleh dari konsumsi barang dan jasa.
- Utilitas Total: Total kepuasan yang diperoleh dari konsumsi seluruh unit barang.
- Utilitas Marginal: Tambahan kepuasan yang diperoleh dari konsumsi satu unit tambahan barang.

5.4 KURVA INDIFERENSI DAN GARIS ANGGARAN

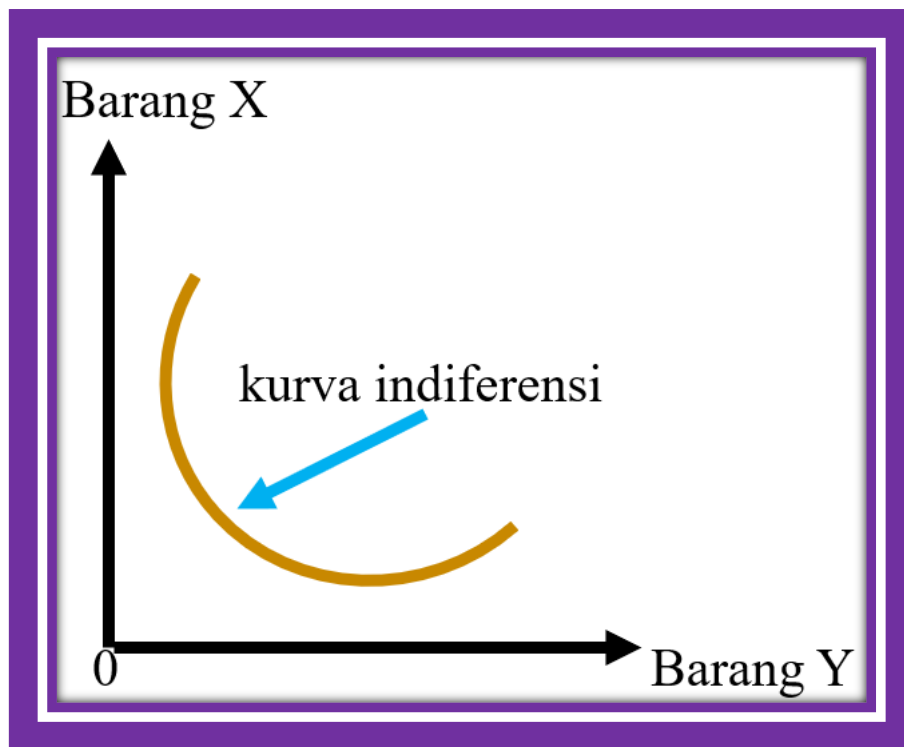
Kurva indiferensi dan garis anggaran adalah konsep penting dalam teori konsumen yang membantu kita memahami bagaimana konsumen membuat keputusan tentang konsumsi barang dan jasa.

1. *Kurva Indiferensi:*

- Kurva indiferensi adalah grafik yang menggambarkan kombinasi dua barang yang memberikan tingkat kepuasan atau utilitas yang sama bagi konsumen. Dengan kata lain, setiap titik pada kurva tersebut menunjukkan kombinasi barang-barang yang diinginkan di mana konsumen tidak memiliki preferensi yang berbeda di antara kombinasi tersebut, karena semua memberikan utilitas yang sama. Kurva ini sering digunakan dalam teori ekonomi untuk menganalisis preferensi konsumen dan memahami keputusan konsumsi.
- Kurva indiferensi menurun dari kiri atas ke kanan bawah, menunjukkan bahwa jika jumlah satu barang meningkat,

jumlah barang lain harus menurun agar tingkat kepuasan tetap sama.

- Cembung terhadap titik asal, menunjukkan bahwa konsumen lebih suka kombinasi campuran dari dua barang daripada hanya memiliki satu barang dalam jumlah besar.
- Tidak berpotongan, kurva indiferensi yang berbeda tidak pernah berpotongan karena setiap kurva mewakili tingkat utilitas yang berbeda.
- Tingkat Marginal Substitusi (MRS) menunjukkan jumlah barang satu yang harus dikurangi untuk mendapatkan tambahan satu unit barang lain tanpa mengubah tingkat utilitas.
- Berikut contoh kurva indiferensi



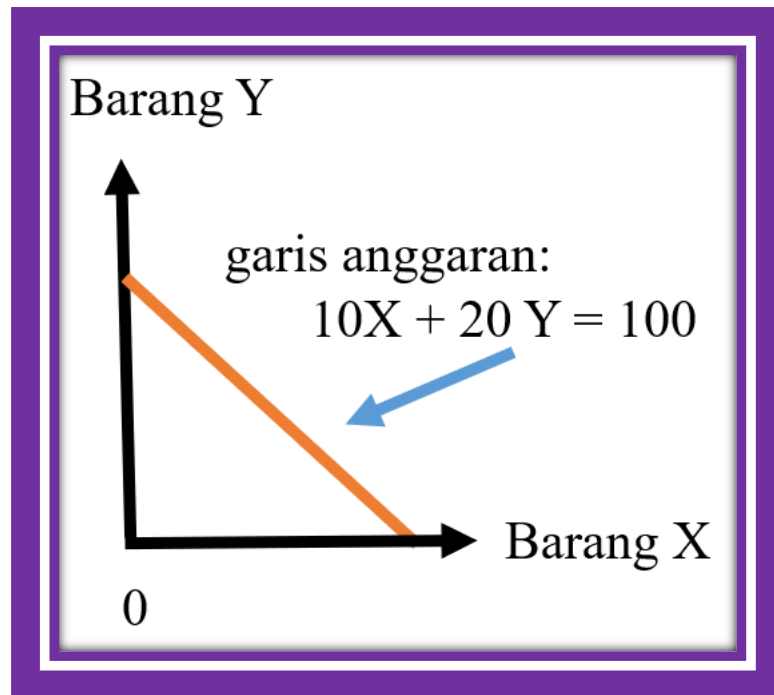
Gambar 5.1
Grafik Indiferensi

2. Garis Anggaran

- Kurva anggaran, juga dikenal sebagai garis anggaran, adalah grafik yang menunjukkan kombinasi maksimum dari dua barang yang dapat dibeli oleh konsumen dengan anggaran atau pendapatan tertentu, mengingat harga barang-barang tersebut. Garis anggaran ini menggambarkan batas dari pilihan konsumsi yang tersedia bagi konsumen berdasarkan keterbatasan anggaran.
- Kurva ini menurun dari kiri atas ke kanan bawah karena untuk membeli lebih banyak satu barang, konsumen harus mengurangi jumlah barang lain yang dibeli, mengingat anggaran tetap.

- Kemiringan garis anggaran ditentukan oleh rasio harga dua barang tersebut. Jika harga salah satu barang naik atau turun, kemiringan garis akan berubah.
- Garis anggaran akan memotong sumbu X pada titik di mana seluruh anggaran digunakan untuk membeli barang X saja dan memotong sumbu Y pada titik di mana seluruh anggaran digunakan untuk membeli barang Y saja.
- Rumus garis anggaran yaitu $P_xX + P_yY = M$, dimana:
 - P_x adalah harga barang X,
 - P_y adalah harga barang Y
 - X adalah jumlah barang X
 - Y adalah jumlah barang Y
 - M adalah total anggaran atau pendapatan konsumen
- Berikut contoh kurva anggaran:

Misalkan, seorang konsumen memiliki anggaran sebesar Rp.100, harga barang X (misalnya makanan) adalah Rp. 10 per unit, dan harga barang Y (misalnya pakaian) adalah Rp. 20 per unit. Garis anggaran dapat digambarkan sebagai berikut: $10X + 20Y = 100$



Gambar 5.2
Grafik Garis Anggaran

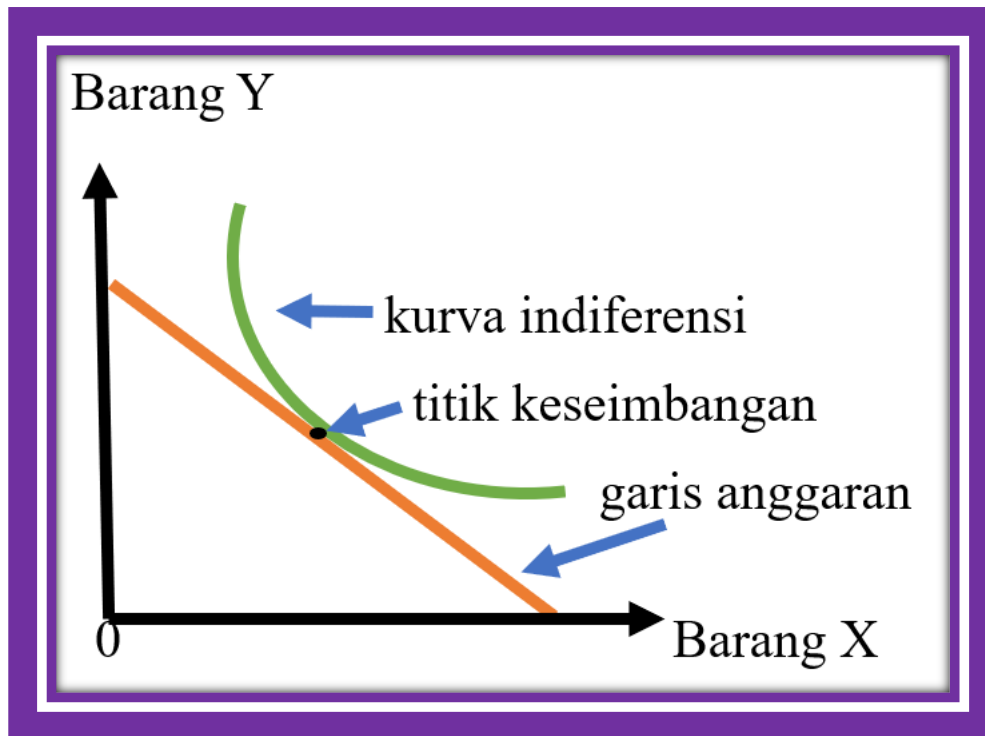
Gambar kurva anggaran ini akan menunjukkan semua kombinasi dari makanan dan pakaian yang dapat dibeli dengan anggaran tersebut.

5.5 TEORI PILIHAN KONSUMEN

Teori pilihan konsumen adalah bagian dari ekonomi mikro yang mempelajari bagaimana konsumen membuat keputusan tentang alokasi sumber daya yang terbatas, seperti uang, untuk memaksimalkan kepuasan atau utilitas dari berbagai barang dan jasa. Teori ini berusaha menjelaskan proses pengambilan keputusan konsumen berdasarkan preferensi mereka dan batasan anggaran yang mereka hadapi.

1. Keseimbangan Konsumen:

- Keseimbangan konsumen adalah kondisi di mana seorang konsumen memaksimalkan kepuasan atau utilitasnya, mengingat keterbatasan anggaran dan harga barang-barang yang tersedia. Dalam keadaan ini, konsumen tidak dapat meningkatkan utilitasnya dengan mengubah kombinasi barang yang dibeli, karena sudah mencapai kombinasi optimal yang memberikan utilitas maksimum
- Keseimbangan konsumen dicapai ketika dua kondisi berikut terpenuhi:
 - **Garis Anggaran Menyentuh Kurva Indiferensi:** Keseimbangan terjadi pada titik di mana garis anggaran bersinggungan dengan kurva indiferensi tertinggi yang masih dapat dicapai dengan anggaran yang tersedia. Ini menunjukkan bahwa konsumen mendapatkan kombinasi barang-barang yang memberikan utilitas maksimum dengan anggaran yang dimiliki.
 - **Tingkat Marginal Substitusi Sama dengan Rasio Harga:** Tingkat marginal substitusi (Marginal Rate of Substitution, MRS) antara dua barang harus sama dengan rasio harga barang-barang tersebut.
 - **Grafik keseimbangan konsumen dapat dilihat sebagai berikut:**



Gambar 5.3
Grafik Keseimbangan Konsumen

Contoh Aplikasi

Studi Kasus: Memilih antara Kopi dan Teh

Seorang konsumen memiliki Rp 50.000 dan bisa memilih antara kopi seharga Rp 10.000 per cangkir dan teh seharga Rp 5.000 per cangkir. Kurva indiferensi dan garis anggaran akan membantu konsumen menentukan kombinasi kopi dan teh yang memberikan kepuasan maksimum. Sebagai ilustrasi kurva indiferensi bisa berbentuk seperti contoh di atas.

BAB VI

TEORI PRODUSEN:

BAGAIMANA PERUSAHAAN BEROPERASI?

6.1 PENDAHULUAN

Teori produsen mempelajari bagaimana perusahaan membuat keputusan mengenai produksi dan penawaran barang dan jasa. Fokus utama adalah pada biaya produksi, fungsi produksi, dan strategi untuk memaksimalkan keuntungan. Teori produsen adalah bagian dari teori ekonomi mikro yang melibatkan analisis terhadap proses produksi, biaya, dan perilaku produsen dalam merespon perubahan pasar.

6.2 KOMPONEN UTAMA TEORI PRODUSEN

Adapun komponen utama dari teori produsen dalam penjabarannya meliputi hal-hal sebagai berikut:

1. Fungsi Produksi

Fungsi produksi dapat dinyatakan dalam bentuk matematis seperti $Q = f(L, K)$, di mana Q adalah output, L adalah tenaga kerja, dan K adalah modal. Fungsi ini menunjukkan bagaimana berbagai kombinasi input menghasilkan output tertentu.

2. Biaya Produksi

Biaya produksi meliputi biaya tetap (FC), biaya variabel (VC), dan biaya total (TC). Biaya rata-rata (AC) dan biaya marginal (MC) juga penting dalam analisis biaya produksi.

3. Kurva Biaya

Kurva biaya menggambarkan hubungan antara biaya dan tingkat output. Kurva biaya total, biaya rata-rata, dan biaya marginal membantu produsen dalam menentukan tingkat produksi yang efisien.

4. Skala Ekonomi

Skala ekonomi terjadi ketika peningkatan produksi menyebabkan penurunan biaya rata-rata jangka panjang. Ini bisa disebabkan oleh efisiensi operasional, pembelian bahan baku dalam jumlah besar, atau teknologi yang lebih baik.

6.3 PENTINGNYA TEORI PRODUSEN

Teori produsen penting untuk dipahami dalam praktek sehari-hari oleh para pelaku usaha. Pentingnya tersebut dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. Pengambilan Keputusan Produksi

Teori produsen membantu perusahaan dalam menentukan tingkat output optimal yang memaksimalkan keuntungan dengan mempertimbangkan biaya produksi dan harga pasar.

2. Analisis Biaya dan Efisiensi

Dengan memahami berbagai jenis biaya dan kurva biaya, perusahaan dapat mengidentifikasi cara untuk mengurangi biaya dan meningkatkan efisiensi operasional.

3. Penetapan Harga dan Penawaran

Teori produsen menyediakan dasar untuk penetapan harga dan penawaran di pasar. Ini membantu perusahaan dalam merespons perubahan permintaan dan persaingan.

4. Kebijakan Publik dan Regulasi

Pembuat kebijakan menggunakan teori produsen untuk merancang regulasi yang mendorong efisiensi dan persaingan serta mengatasi masalah eksternalitas dan monopoli.

5. Aplikasi dalam Bisnis dan Ekonomi

Dalam kaitannya dengan penerapan dalam dunia bisnis, meliputi hal-hal sebagai berikut:

○ Strategi Bisnis

Perusahaan menggunakan teori produsen untuk mengembangkan strategi bisnis, seperti diversifikasi produk, peningkatan kapasitas, dan investasi teknologi baru.

○ Perencanaan Kapasitas

Teori produsen membantu dalam perencanaan kapasitas produksi untuk memastikan bahwa perusahaan dapat memenuhi permintaan tanpa mengalami overproduksi atau kekurangan kapasitas.

○ Evaluasi Investasi

Analisis biaya-manfaat dari investasi baru, seperti mesin atau teknologi, dapat dilakukan menggunakan prinsip-prinsip teori produsen untuk menentukan kelayakan investasi.

○ Analisis Pasar

Dengan memahami bagaimana biaya dan produksi berinteraksi, perusahaan dapat menganalisis pasar untuk mengidentifikasi peluang pertumbuhan dan potensi tantangan.

6.4 FUNGSI PRODUKSI

Fungsi produksi adalah alat analitis yang penting dalam memahami bagaimana input mempengaruhi output dalam proses produksi. Fungsi ini membantu perusahaan dalam merencanakan, mengoptimalkan, dan mengevaluasi operasi mereka untuk mencapai efisiensi dan profitabilitas maksimum. Melalui analisis fungsi produksi, perusahaan dapat membuat keputusan strategis mengenai alokasi sumber daya, investasi, dan peningkatan teknologi.

1. Pengertian Fungsi Produksi

Adapun fungsi produksi memiliki pengertian yaitu:

- Menunjukkan hubungan antara input yang digunakan dan output yang dihasilkan.
- Bentuk umum: $Q = f(L, K)$, dimana Q adalah output, L adalah tenaga kerja, dan K adalah modal.

2. Hukum Hasil Berkurang

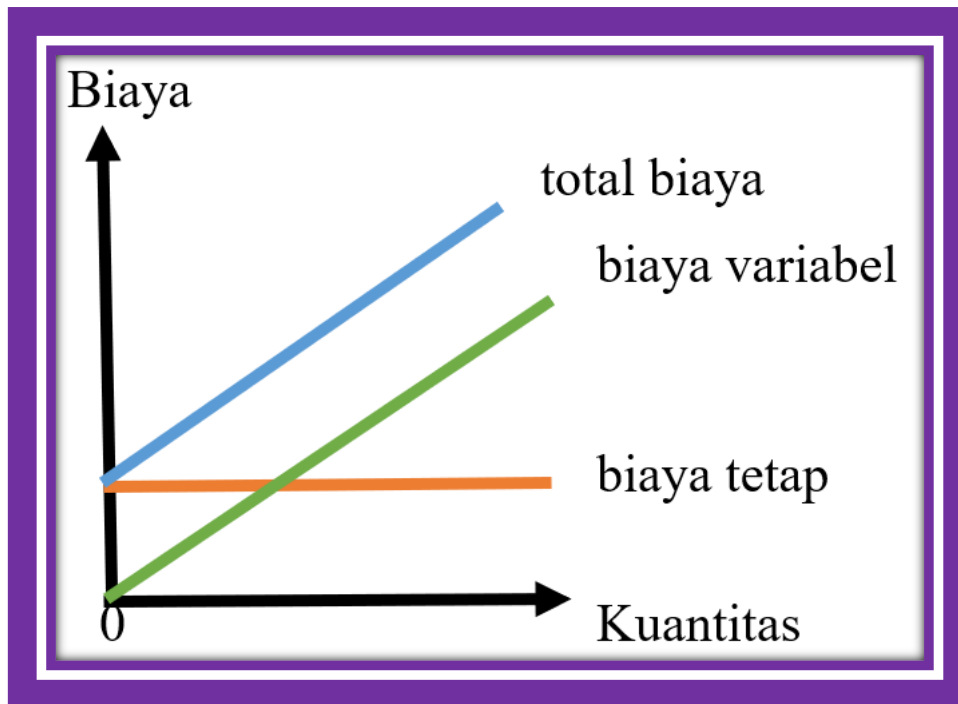
Fungsi lain terkait dengan produksi/output yaitu menyangkut Hukum Hasil Berkurang (*The Law of Diminishing Return*) yang menyatakan bahwa setelah titik tertentu, tambahan input akan menghasilkan tambahan output yang semakin kecil.

6.3 BIAYA PRODUKSI

Biaya-biaya terkait produksi meliputi sebagai berikut:

1. *Jenis Biaya*

- Biaya Tetap (*Fixed Costs/FC*): Biaya yang jangka waktu pendek, tidak berubah dengan perubahan tingkat produksi.
- Biaya Variabel (*Variable Costs/VC*): Biaya yang berubah sesuai dengan tingkat produksi.
- Biaya Total (*Total Costs/TC*): merupakan penjumlahan jumlah biaya tetap dan biaya variabel ($TC = FC + VC$).
- Kurva biaya-biaya di atas dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 6.1
Grafik Biaya-Biaya

- Biaya Marginal (*Marginal Cost/MC*): Tambahan biaya untuk memproduksi satu unit tambahan barang.
- Biaya Jangka Panjang: biaya yang ketika semua faktor produksi tidak ada yang dianggap tetap, sehingga perusahaan dapat mengubah skala operasinya sepenuhnya. Keuntungan biaya yang akan diperoleh, saat perusahaan memperluas produksi.
- Skala Hasil yang Menurun: Kenaikan input untuk menghasilkan output, pada titik tertentu setelahnya output mengalami penurunan

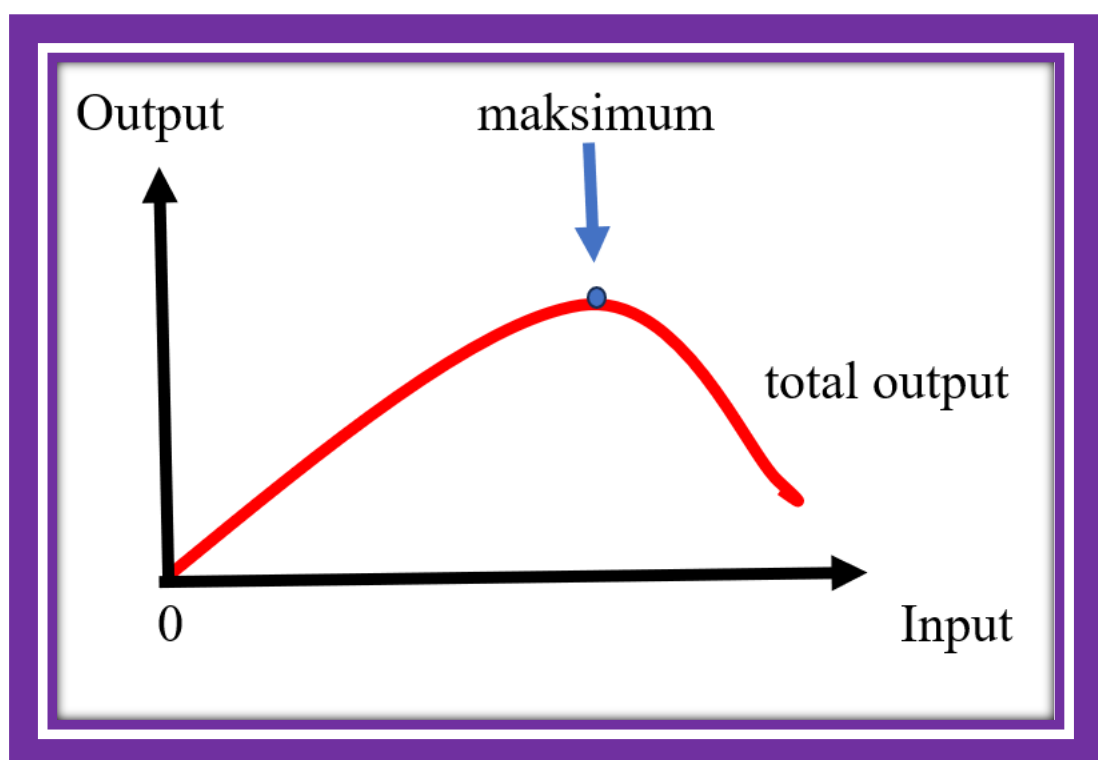
2. *Maximasi Keuntungan*

Tujuan utama produsen adalah memaksimalkan keuntungan, yang dihitung sebagai:

Keuntungan=Total Pendapatan–Total Biaya. Produsen akan berusaha menemukan kombinasi input yang menghasilkan output maksimal dengan biaya terendah.

3. Hukum Pengembalian yang Semakin Berkurang (*Law of Diminishing Returns*)

Hukum ini menyatakan bahwa jika satu input ditambah terus menerus sementara input lainnya tetap, pada suatu titik tambahan output yang dihasilkan dari tambahan input tersebut akan semakin menurun.



Gambar 6. 2
Grafik Hasil Yang Semakin Berkurang

6.4 ANALISIS BIAYA

Dalam memperoleh keuntungan maksimum, analisis terhadap biaya-biaya berikut ini memerlukan analisis lebih dalam yakni:

1. Biaya Marjinal (MC):

- Penting dalam menentukan jumlah optimal yang harus diproduksi untuk memaksimalkan keuntungan.
- Aturan Keuntungan Maksimum: Produksi pada tingkat di mana biaya marjinal sama dengan pendapatan marjinal ($MC = MR$).

2. Analisis Jangka Pendek dan Jangka Panjang

- Jangka pendek: Periode di mana setidaknya satu faktor produksi adalah tetap. Dalam periode ini, produsen hanya bisa menyesuaikan input variabel.
- Jangka panjang: Periode di mana semua faktor produksi bisa diubah. Produsen bisa menyesuaikan semua input untuk menemukan kombinasi yang paling efisien.

Contoh Aplikasi

Studi Kasus: Produksi Pakaian

Sebuah pabrik pakaian menghadapi keputusan untuk meningkatkan produksi dengan menambah lebih banyak tenaga kerja atau mesin. Dengan memahami fungsi produksi dan biaya marjinal, pabrik dapat memutuskan kombinasi input yang paling efisien. Contoh lain misalkan sebuah pabrik sepatu ingin menentukan jumlah optimal tenaga kerja dan mesin untuk

memproduksi sepatu secara efisien. Mereka akan menganalisis fungsi produksi mereka, menghitung biaya tetap dan variabel, dan menerapkan prinsip-prinsip teori produsen untuk memaksimalkan keuntungan mereka.

BAB VII

STRUKTUR PASAR: DARI PERSAINGAN SEMPURNA HINGGA MONOPOLI

7.1 PENDAHULUAN

Struktur pasar adalah konsep dalam ekonomi yang menggambarkan bagaimana berbagai pasar dalam perekonomian dikelompokkan berdasarkan karakteristik tertentu seperti jumlah penjual, jenis produk yang dijual, dan tingkat persaingan. Struktur pasar membantu memahami dinamika pasar, perilaku perusahaan, dan dampaknya terhadap harga serta output. Struktur pasar berkisar dari persaingan sempurna hingga monopoli, dengan berbagai bentuk di antaranya. Struktur pasar memainkan peran penting dalam menentukan harga, kuantitas, dan efisiensi distribusi sumber daya dalam ekonomi.

7.2 KOMPONEN UTAMA STRUKTUR PASAR

Beberapa poin berikut ini menjadi komponen utama dalam membentuk struktur pasar yang ada.

1. Jumlah dan Kekuatan Penjual

Jumlah penjual dan pembeli menentukan tingkat persaingan dalam pasar. Semakin banyak penjual, semakin tinggi persaingan dan semakin kecil kekuatan individual penjual untuk mengatur harga.

2. Hambatan Masuk dan Keluar Pasar

Hambatan seperti biaya tinggi, regulasi ketat, atau teknologi yang sulit dikuasai dapat mencegah perusahaan baru masuk atau keluar pasar, memengaruhi tingkat persaingan.

3. Diferensiasi Produk

Tingkat di mana produk dianggap berbeda oleh konsumen. Semakin tinggi diferensiasi, semakin besar kekuatan penjual untuk mengatur harga.

4. Informasi Pasar

Akses terhadap informasi lengkap dan sempurna oleh penjual dan pembeli. Di pasar dengan informasi asimetris, satu pihak memiliki keuntungan informasi yang bisa mempengaruhi harga dan keputusan.

7.3 PENTINGNYA STRUKTUR PASAR

Pemahaman struktur pasar dalam perekonomian memiliki peran penting terutama untuk kepentingan berikut ini:

1. Penetapan Harga dan Produksi

Struktur pasar memengaruhi bagaimana harga dan kuantitas ditetapkan. Dalam persaingan sempurna, harga ditentukan

oleh pasar. Dalam monopoli, penjual memiliki kekuatan lebih besar untuk menetapkan harga.

2. Efisiensi Ekonomi

Struktur pasar memengaruhi alokasi sumber daya dan efisiensi produksi. Pasar persaingan sempurna cenderung lebih efisien dalam jangka panjang dibandingkan monopoli.

3. Inovasi dan Kualitas Produk

Pasar yang lebih kompetitif mendorong inovasi dan peningkatan kualitas produk karena penjual berusaha menarik konsumen. Monopoli mungkin kurang insentif untuk inovasi tanpa tekanan persaingan.

4. Pengaruh terhadap Konsumen dan Produsen

Struktur pasar mempengaruhi kesejahteraan konsumen dan produsen. Persaingan sempurna biasanya menguntungkan konsumen dengan harga lebih rendah dan variasi produk lebih banyak. Monopoli dapat menguntungkan produsen dengan keuntungan lebih tinggi, tetapi bisa merugikan konsumen dengan harga lebih tinggi.

5. Aplikasi dalam Analisis Ekonomi

○ Kebijakan Persaingan

Memahami struktur pasar penting untuk merancang kebijakan yang mendorong persaingan sehat, mencegah praktik anti-kompetitif, dan memastikan efisiensi pasar.

○ Regulasi dan Kebijakan Publik

Pemerintah menggunakan analisis struktur pasar untuk membuat regulasi yang melindungi konsumen, mengatur monopoli, dan mendorong inovasi serta investasi.

6. *Studi Kasus dan Contoh Nyata*

Analisis struktur pasar dapat diterapkan pada kasus nyata seperti pasar teknologi, telekomunikasi, atau industri farmasi untuk memahami dinamika persaingan dan kekuatan pasar.

7.4 PERSAINGAN SEMPURNA

Salah satu struktur pasar yang dikenal adalah persaingan sempurna dengan ciri-cirinya sebagai berikut:

- Banyak penjual dan pembeli.
- Produk yang homogen.
- Tidak ada hambatan masuk atau keluar pasar.
- Informasi sempurna.
- Harga ditentukan oleh pasar (*price taker*).
- Dalam pasar persaingan sempurna, keuntungan diperoleh melalui efisiensi dan skala ekonomi:

➤ Jangka Pendek:

Harga = Biaya Marginal ($P = MC$): Perusahaan menghasilkan output sampai harga sama dengan biaya marginal.

Keuntungan Ekonomi: Dalam jangka pendek, perusahaan bisa memperoleh keuntungan ekonomi jika harga di atas

biaya total rata-rata (ATC). Jika $P > ATC$, maka ada keuntungan ekonomi.

➤ Jangka Panjang:

Harga = Biaya Total Rata-rata Minimum ($P = ATC$ minimum): Dalam jangka panjang, masuknya perusahaan baru akan menurunkan harga sampai mencapai titik di mana harga sama dengan biaya total rata-rata minimum, sehingga keuntungan ekonomi menjadi nol. Perusahaan hanya memperoleh keuntungan normal.

➤ Keseimbangan Jangka Pendek dan Panjang:

Jangka pendek: Perusahaan dapat memperoleh laba supernormal atau mengalami kerugian.

Jangka panjang: Perusahaan hanya dapat memperoleh laba normal karena masuknya perusahaan baru atau keluarnya perusahaan lama.

7.5 PERSAINGAN MONOPOLISTIK

Struktur pasar yang lain dikenal dengan nama persaingan monopolistik yang bercirikan sebagai berikut:

- Banyak penjual dan pembeli.
- Produk yang terdiferensiasi.
- Beberapa hambatan masuk dan keluar pasar.
- Perusahaan memiliki kekuatan harga terbatas.

- Dalam pasar persaingan monopolistik, perusahaan memperoleh keuntungan melalui diferensiasi produk dan inovasi:
 - Diferensiasi Produk: Perusahaan menawarkan produk yang berbeda untuk menciptakan ceruk pasar yang unik.
 - Penetapan Harga: Perusahaan memiliki kekuatan harga karena diferensiasi, memungkinkan mereka menetapkan harga di atas biaya marginal ($P > MC$).
 - Keuntungan Ekonomi: Dalam jangka pendek, perusahaan bisa memperoleh keuntungan ekonomi jika harga di atas biaya total rata-rata ($P > ATC$). Namun, dalam jangka panjang, masuknya perusahaan baru akan mengurangi keuntungan ekonomi menjadi nol.

7.6 OLIGOPOLI

Struktur pasar *oligopoly* merupakan bentuk lain dari struktur pasar yang ada dengan ciri-cirinya seperti:

- Beberapa penjual yang dominan.
- Produk bisa homogen atau terdiferensiasi.
- Hambatan masuk yang signifikan.
- Interdependensi antar perusahaan.
- Dalam pasar oligopoli, beberapa perusahaan besar mendominasi dan keuntungan diperoleh melalui kolusi atau persaingan non-harga:

- Kolusi: Dalam beberapa kasus, perusahaan dapat berkolusi untuk menetapkan harga lebih tinggi dan membagi pasar untuk memaksimalkan keuntungan bersama.
- Persaingan Non-Harga: Perusahaan mungkin menggunakan strategi seperti diferensiasi produk, iklan, dan promosi untuk menarik konsumen dan meningkatkan pangsa pasar.
- Penetapan Harga: Perusahaan menetapkan harga berdasarkan reaksi pesaing. Keuntungan diperoleh jika perusahaan dapat mempertahankan harga di atas biaya total rata-rata ($P > ATC$).

Perilaku pasar dalam struktur pasar oligopoli terdapat 5 model yaitu:

- Model Cournot: Perusahaan bersaing dalam jumlah output.
- Model Bertrand: Perusahaan bersaing dalam harga.
- Model Kartel: Perusahaan bekerja sama untuk menetapkan harga dan output.
- Kurva Permintaan Bengkok: Perusahaan bereaksi berbeda terhadap kenaikan atau penurunan harga.
- Ringkasan model perilaku oligopoli sebagai berikut:

Tabel 7.1
Ringkasan Model Perilaku Oligopoli

Model	Penentu Strategi	Fokus Kompetisi	Asumsi Utama	Implikasi
Kurva Permintaan Bengkok	Harga	Stabilitas Harga	Pesaing bereaksi berbeda terhadap kenaikan/penurunan harga	Harga stabil meskipun ada perubahan biaya
Cournot	Kuantitas	Kuantitas Output	Perusahaan menganggap output pesaing tetap	Keseimbangan Nash dalam kuantitas
Bertrand	Harga	Harga	Perusahaan menetapkan harga secara bersamaan	Harga turun hingga biaya marginal
Stackelberg	Kuantitas	Pemimpin-Pengikut	Satu perusahaan sebagai pemimpin pasar	Pemimpin memiliki keuntungan strategis
Kartel/Kolusi	Harga dan Kuantitas	Kolaborasi	Perusahaan bekerja sama untuk memaksimalkan keuntungan	Keuntungan tinggi melalui penetapan harga dan output

7.7 MONOPOLI

Struktur pasar monopoli memiliki ciri-ciri sebagaimana disebutkan dibawah ini:

- Satu penjual yang dominan.
- Tidak ada substitusi dekat untuk produk.1.
- Hambatan masuk yang sangat tinggi.
- Perusahaan adalah *price maker*.
- Dalam pasar monopoli, perusahaan adalah satu-satunya penjual dan memiliki kekuatan pasar untuk menetapkan harga di atas biaya marginal:

- Penetapan Harga: Monopolis menetapkan harga dengan memaksimalkan keuntungan di mana biaya marginal (MC) sama dengan pendapatan marginal (MR).
- Keuntungan Ekonomi: Harga yang ditetapkan biasanya lebih tinggi daripada biaya total rata-rata ($P > ATC$), sehingga monopolis memperoleh keuntungan ekonomi yang signifikan.

Struktur pasar monopoli memiliki dampak dalam hal-hal seperti:

- Harga menjadi lebih tinggi sementara output lebih rendah dibandingkan pasar persaingan sempurna.
- Kesejahteraan masyarakat atau konsumen bisa berkurang karena daya beli yang lebih rendah.
- Perusahaan pemegang monopoli memiliki kontrol yang kuat atas kondisi pasar

7.8 MONOPSONI

Struktur pasar yang terakhir disebut dengan monopsoni. Memiliki kekhasan sebagai ciri utamanya yakni pembeli hanya satu yang menguasai pasar, sementara penawaran banyak. Ini merupakan kebalikan dari struktur pasar monopoli. Adapun selengkapnya ciri-cirinya sebagai berikut:

- Hanya satu pembeli yang menguasai pasar.
- Pembeli memiliki kekuatan untuk mempengaruhi harga.
- Penjual banyak dan terfragmentasi.

- Dalam monopsoni, satu pembeli memiliki kekuatan untuk menetapkan harga beli yang lebih rendah:
 - Penetapan Harga: Monopsonis menetapkan harga beli yang lebih rendah dari harga yang akan ditetapkan dalam pasar persaingan sempurna.
 - Keuntungan: Keuntungan diperoleh melalui pembelian input (misalnya, tenaga kerja atau bahan baku) dengan harga lebih rendah.

Secara keseluruhan rangkuman jenis-jenis struktur pasar dapat dilihat pada table 7.2

Tabel 7.2
Rangkuman Ciri-Ciri Struktur Pasar

Jenis Struktur Pasar	Jumlah Penjual dan Pembeli	Diferensiasi Produk	Hambatan Masuk	Kekuatan Harga	Contoh Industri
Persaingan Sempurna	Banyak penjual dan pembeli	Homogen	Tidak ada	Penentu harga	Pertanian, komoditas
Monopoli	Satu penjual, banyak pembeli	Unik, tidak ada substitusi	Tinggi	Penentu harga	Perusahaan listrik, air
Persaingan Monopolistik	Banyak penjual dan pembeli	Beragam, tetapi mirip	Rendah	Sebagian	Restoran, produk ritel
Oligopoli	Beberapa penjual dominan, banyak pembeli	Dapat homogen atau berbeda	Tinggi	Koordinasi harga	Otomotif, telekomunikasi
Duopoli	Dua penjual dominan, banyak pembeli	Homogen atau berbeda	Tinggi	Koordinasi harga	Pesawat komersial (Boeing vs Airbus)
Monopsoni	Banyak penjual, satu pembeli	Tidak relevan	Rendah	Penentu harga	Pemerintah sebagai pembeli tunggal

Struktur pasar mempengaruhi bagaimana harga ditetapkan, bagaimana perusahaan bersaing, dan bagaimana konsumen mendapatkan manfaat dari produk dan layanan yang tersedia. Setiap jenis struktur pasar memiliki dinamika dan tantangan tersendiri, serta implikasi berbeda bagi strategi bisnis dan kebijakan ekonomi. Dengan memahami karakteristik masing-masing struktur pasar, perusahaan dan pembuat kebijakan

dapat mengambil keputusan yang lebih tepat dalam konteks ekonomi tertentu.

Contoh Aplikasi

Studi Kasus: Perkebunan Kelapa Sawit

Struktur pasar monopsoni dalam industri perkebunan kelapa sawit di Indonesia menunjukkan bagaimana kekuatan pasar dapat digunakan oleh perusahaan besar untuk menetapkan upah yang lebih rendah dan membatasi kondisi kerja. Untuk mengatasi dampak negatif ini, kebijakan pemerintah dan inisiatif sektor swasta yang lebih inklusif diperlukan untuk meningkatkan kesejahteraan pekerja dan mendiversifikasi ekonomi lokal. Pasar tenaga kerja sering kali menjadi contoh monopsoni karena hanya ada satu pembeli yaitu perusahaan yang membutuhkan tenaga kerja bertindak selaku pembeli. Penyedia tenaga kerja banyak.

BAB VIII

KESEIMBANGAN PASAR: MENEMUKAN TITIK TEMU

8. 1. PENDAHULUAN

Keseimbangan pasar terjadi ketika jumlah barang atau jasa yang ditawarkan sama dengan jumlah barang atau jasa yang diminta pada tingkat harga tertentu. Keseimbangan pasar terjadi ketika jumlah barang yang diminta (Q_d) sama dengan jumlah barang yang ditawarkan (Q_s) pada harga tertentu (P). Titik tersebut sebagai titik keseimbangan atau *equilibrium point*. Pada titik tersebut, tidak ada kecenderungan bagi harga untuk berubah, karena keinginan pembeli dan penjual telah terpenuhi. Ini adalah titik di mana harga stabil dan tidak ada tekanan untuk berubah, kecuali ada perubahan pada faktor-faktor luar.

8.2 PENTINGNYA KESEIMBANGAN PASAR

Keseimbangan pasar dalam perekonomian suatu negara memiliki kepentingan dalam memajukan perekonomian negara tersebut. Pentingnya tersebut karena alasan-alasan sebagai berikut:

1. Stabilitas Ekonomi

Keseimbangan pasar menciptakan stabilitas harga dan kuantitas di pasar, mengurangi fluktuasi yang tajam dan tidak diinginkan.

2. Alokasi Sumber Daya yang Efisien

Pada titik keseimbangan, sumber daya dialokasikan secara efisien karena barang dan jasa diproduksi dan dikonsumsi pada tingkat yang diinginkan oleh masyarakat.

3. Penetapan Harga yang Wajar

Harga keseimbangan mencerminkan nilai yang adil bagi konsumen dan produsen, memastikan transaksi yang saling menguntungkan.

8.3 PROSES TERJADINYA KESEIMBANGAN PASAR

Keseimbangan pasar terbentuk melalui mekanisme interaksi antara penawaran dan permintaan. Berikut adalah langkah-langkah yang biasanya terjadi:

1. Permintaan (Demand)

Permintaan menggambarkan jumlah barang atau jasa yang ingin dibeli konsumen pada berbagai tingkat harga dalam periode waktu tertentu. Hukum permintaan menyatakan bahwa, dengan asumsi faktor lain tetap, jika harga barang meningkat, jumlah barang yang diminta akan menurun, dan sebaliknya.

2. Penawaran (Supply)

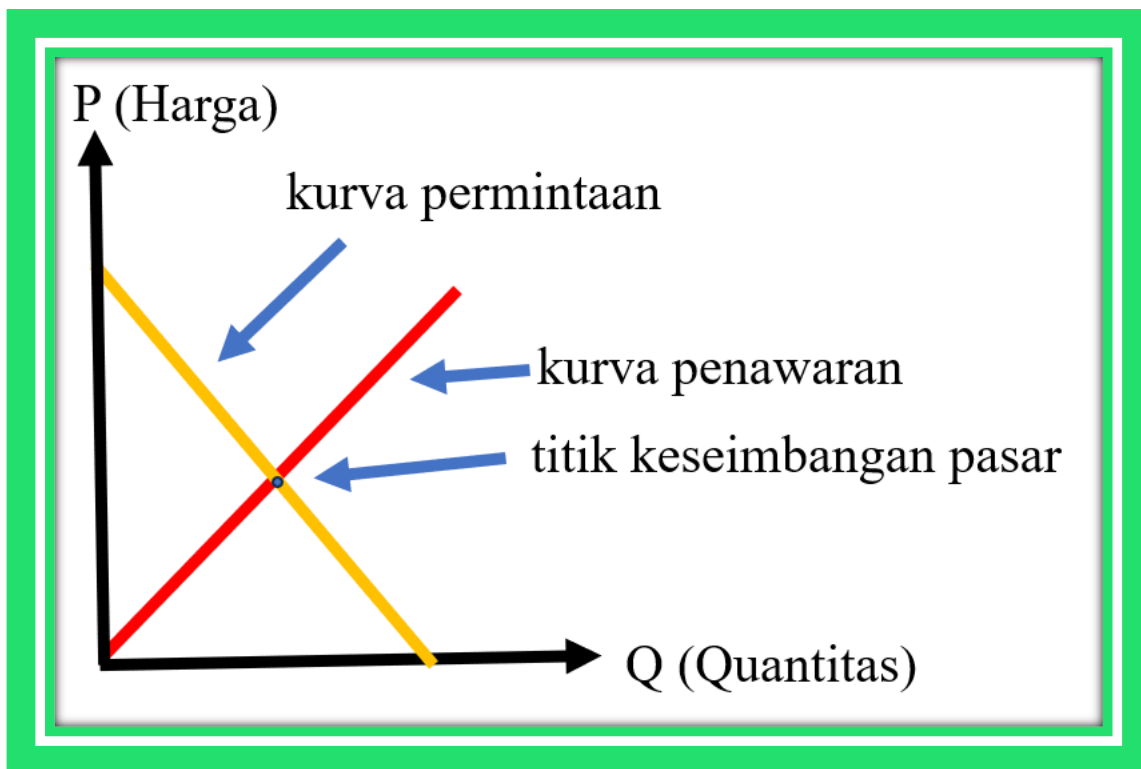
Penawaran menggambarkan jumlah barang atau jasa yang tersedia dan mampu dijual oleh produsen pada berbagai tingkat harga dalam periode waktu tertentu. Hukum penawaran menyatakan bahwa, dengan asumsi faktor lain tetap, jika harga barang meningkat, jumlah barang yang ditawarkan akan meningkat, dan sebaliknya.

3. Titik Keseimbangan (Equilibrium Point)

Titik keseimbangan pasar tercapai pada harga di mana jumlah barang yang diminta sama dengan jumlah barang yang ditawarkan. Titik ini disebut sebagai harga keseimbangan (*equilibrium price*) dan kuantitas keseimbangan (*equilibrium quantity*).

4. Grafik Keseimbangan Pasar

Grafik keseimbangan pasar dapat digambarkan dengan sumbu vertikal mewakili harga (P) dan sumbu horizontal mewakili kuantitas (Q). Kurva permintaan (D) dan kurva penawaran (S) akan bertemu pada satu titik, yang merupakan titik keseimbangan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada grafik sebagai berikut:



Gambar 8.1

Grafik Keseimbangan Pasar

8.4 PERUBAHAN DALAM KESEIMBANGAN PASAR

Perubahan dalam faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran atau permintaan dapat menggeser kurva permintaan atau penawaran, sehingga mengubah keseimbangan pasar. Beberapa faktor tersebut termasuk:

1. *Perubahan Permintaan*

Perubahan dalam faktor-faktor seperti pendapatan, selera, harga barang substitusi atau komplementer, dan ekspektasi dapat menggeser kurva permintaan, mengubah keseimbangan.

2. Perubahan Penawaran

Perubahan dalam biaya produksi, teknologi, jumlah produsen, dan regulasi pemerintah dapat menggeser kurva penawaran, mengubah keseimbangan.

3. Peran Pemerintah

Pemerintah dapat mempengaruhi keseimbangan pasar melalui pajak, subsidi, dan regulasi lainnya yang mempengaruhi harga dan kuantitas yang diproduksi dan dikonsumsi.

4. Perubahan dalam Selera Konsumen

Jika preferensi konsumen berubah, misalnya karena tren baru, permintaan barang tertentu dapat meningkat atau menurun.

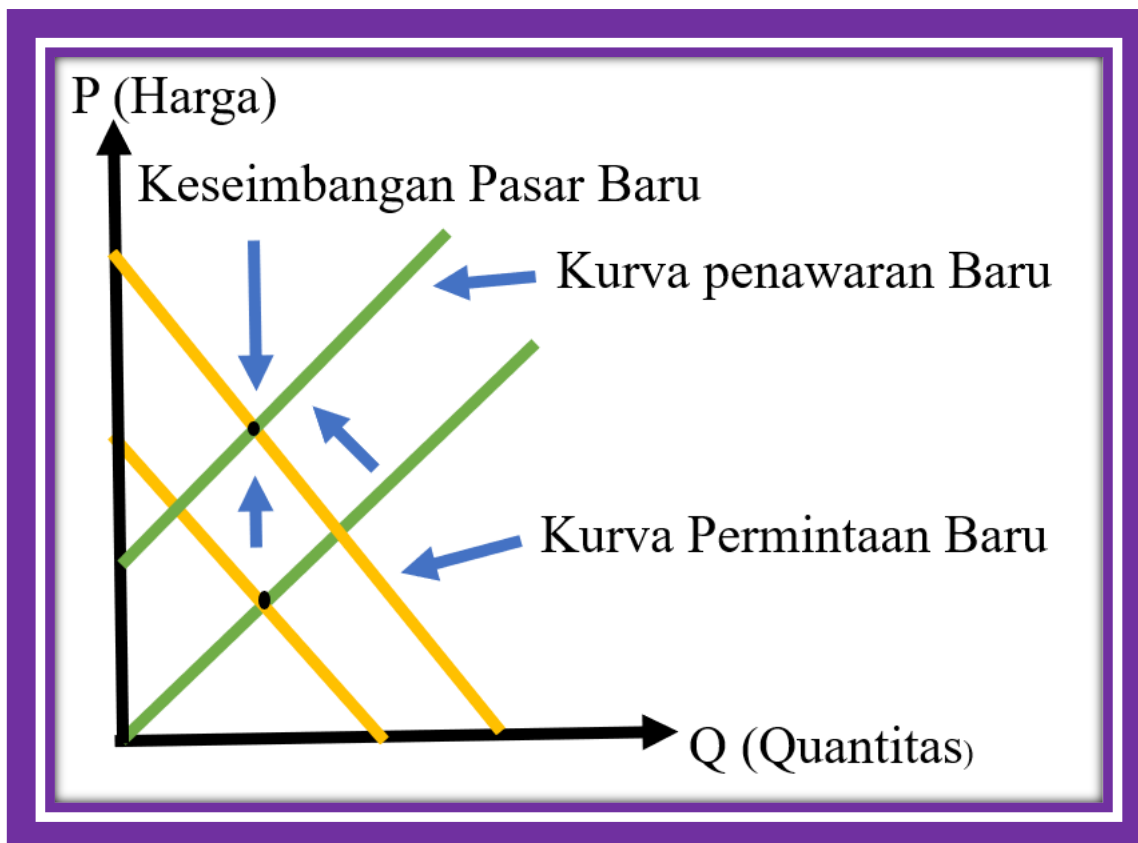
5. Perubahan Harga Barang Substitusi

Jika harga barang substitusi naik, permintaan barang asli mungkin meningkat karena konsumen beralih ke barang yang lebih murah.

6. Perubahan Biaya Produksi

Jika biaya produksi barang meningkat, penawaran barang tersebut mungkin menurun karena produsen mengurangi jumlah produksi.

Contoh pergeseran titik keseimbangan karena faktor-faktor di atas, dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



Gambar 8.2

Grafik Pergeseran Titik Keseimbangan

8.5 SURPLUS PENAWARAN DAN SURPLUS PERMINTAAN

Dalam proses dan terjadinya kondisi keseimbangan pasar, terjadi suatu keadaan yang disebut dengan surplus penawaran dan surplus permintaan. Berikut ini penjelasannya.

1. Pengertian Surplus Penawaran dan Permintaan

Surplus dalam konteks ekonomi merujuk pada kondisi di mana kuantitas yang ditawarkan atau diminta lebih besar dibandingkan dengan kuantitas keseimbangan pada harga

tertentu. Terdapat dua jenis surplus yaitu Surplus Penawaran (*Excess Supply*) dan Surplus Permintaan (*Excess Demand*)

2. *Surplus Penawaran (Excess Supply)*

○ Definisi

Surplus penawaran terjadi ketika jumlah barang atau jasa yang ditawarkan oleh produsen melebihi jumlah barang atau jasa yang diminta oleh konsumen pada tingkat harga tertentu. Ini berarti ada kelebihan barang di pasar.

○ Penyebab

Surplus penawaran biasanya disebabkan oleh harga yang ditetapkan terlalu tinggi, sehingga konsumen enggan membeli dalam jumlah yang cukup untuk mengimbangi penawaran.

○ Dampak

Ketika terjadi surplus penawaran, produsen mungkin terpaksa menurunkan harga untuk menarik lebih banyak pembeli dan mengurangi kelebihan stok. Hal ini akan menggeser pasar menuju keseimbangan baru.

3. *Surplus Permintaan (Excess Demand)*

○ Definisi

Surplus permintaan terjadi ketika jumlah barang atau jasa yang diminta oleh konsumen melebihi jumlah barang atau jasa yang ditawarkan oleh produsen pada tingkat harga tertentu. Ini berarti ada kekurangan barang di pasar.

○ Penyebab

Surplus permintaan biasanya disebabkan oleh harga yang ditetapkan terlalu rendah, sehingga konsumen membeli dalam jumlah yang lebih besar daripada yang bersedia dijual oleh produsen.

○ Dampak

Ketika terjadi surplus permintaan, produsen mungkin menaikkan harga untuk menyeimbangkan jumlah barang yang diminta dengan jumlah barang yang ditawarkan. Hal ini juga akan menggeser pasar menuju keseimbangan baru.

4. Penyesuaian Menuju Keseimbangan

Baik surplus penawaran maupun surplus permintaan menyebabkan penyesuaian harga di pasar. Dalam kasus surplus penawaran, harga cenderung turun, sedangkan dalam kasus surplus permintaan, harga cenderung naik. Penyesuaian ini terus berlangsung sampai pasar mencapai keseimbangan baru.

Contoh Aplikasi

Studi Kasus: Pasar Minyak

Jika ada penurunan produksi minyak global, kurva penawaran akan bergeser ke kiri, menyebabkan kenaikan harga minyak dan penurunan kuantitas keseimbangan. Sebaliknya, peningkatan teknologi pengeboran minyak dapat menggeser kurva penawaran ke kanan, menurunkan harga minyak dan meningkatkan kuantitas keseimbangan.

BAB IX

KEGAGALAN PASAR DAN PERAN PEMERINTAH

9.1 PENDAHULUAN

Kegagalan pasar terjadi ketika mekanisme pasar gagal menghasilkan alokasi sumber daya yang efisien, sehingga barang dan jasa tidak didistribusikan dengan cara yang memaksimalkan kesejahteraan sosial. Hal tersebut dapat menyebabkan kerugian kesejahteraan dan memerlukan intervensi pemerintah. Ada beberapa penyebab utama kegagalan pasar, termasuk eksternalitas, barang publik, informasi asimetris, dan kekuatan pasar (monopoli atau oligopoli). Kegagalan pasar dapat mengakibatkan hilangnya kesejahteraan ekonomi, di mana total surplus (gabungan surplus konsumen dan produsen) tidak dimaksimalkan. Hal ini dapat menyebabkan ketidakadilan sosial dan ekonomi.

9.2 PENYEBAB KEGAGALAN PASAR

Terdapat beberapa faktor utama yang menyebabkan kegagalan pasar, di antaranya:

1. Eksternalitas

Eksternalitas terjadi ketika tindakan seseorang atau perusahaan mempengaruhi pihak lain yang tidak terlibat langsung dalam transaksi. Eksternalitas dapat bersifat positif atau negatif.

- Eksternalitas Negatif: Contoh klasik adalah polusi udara dari pabrik yang merugikan masyarakat sekitar.
- Eksternalitas Positif: Misalnya, vaksinasi yang memberikan manfaat kesehatan kepada masyarakat luas selain individu yang divaksin.

2. Barang Publik

Barang publik adalah barang yang tidak bersifat eksklusif dan non-rival, artinya konsumsi oleh satu individu tidak mengurangi ketersediaan untuk individu lain. Contoh: pertahanan nasional, penerangan jalan.

3. Informasi Asimetris

Informasi asimetris terjadi ketika salah satu pihak dalam transaksi memiliki informasi yang lebih baik dibandingkan pihak lain. Hal ini dapat menyebabkan masalah seperti seleksi *advers* dan risiko moral.

- Seleksi *Advers*: Terjadi ketika pihak yang kurang informasi membuat keputusan yang tidak optimal, seperti dalam pasar asuransi.

- Risiko Moral: Terjadi ketika pihak yang lebih mengetahui, mengambil risiko lebih besar karena beban risiko ditanggung oleh pihak lain.

4. Monopoli dan Kekuasaan Pasar

Kekuatan pasar terjadi ketika satu atau beberapa penjual atau pembeli memiliki kemampuan untuk mempengaruhi harga dan kuantitas di pasar, seperti dalam monopoli atau oligopoli.

- Monopoli: Satu penjual mendominasi pasar dan menetapkan harga yang lebih tinggi daripada harga kompetitif.
- Oligopoli: Beberapa penjual mendominasi pasar dan mungkin bekerja sama untuk menetapkan harga yang lebih tinggi.

9.3 PERAN PEMERINTAH: SOLUSI KEGAGALAN PASAR

Pemerintah dan regulasi sering kali diperlukan untuk mengatasi kegagalan pasar. Beberapa solusi yang umum diterapkan meliputi:

- Intervensi Pemerintah: Subsidi, pajak, dan regulasi untuk mengoreksi eksternalitas.
- Penyediaan Barang Publik: Pemerintah menyediakan barang publik yang tidak dapat disediakan oleh pasar.
- Regulasi Informasi: Pengaturan yang memastikan transparansi informasi dalam transaksi pasar.

- Antitrust Laws: Hukum dan kebijakan untuk mencegah monopoli dan menjaga persaingan pasar.

Contoh Aplikasi

- Polusi Udara: Perusahaan pabrik mengeluarkan polusi yang merugikan kesehatan masyarakat tanpa biaya tambahan bagi perusahaan tersebut.
- Asuransi Kesehatan: Informasi asimetris antara perusahaan asuransi dan pemegang polis yang mengakibatkan premi yang tinggi atau rendahnya klaim.
- Internet dan Infrastruktur: Penyediaan akses internet di daerah terpencil yang mungkin tidak menguntungkan bagi perusahaan swasta tetapi sangat penting untuk kesejahteraan sosial.

BAB X

EKSTERNALITAS DAN BARANG PUBLIK

10.1 PENDAHULUAN

Eksternalitas adalah dampak dari kegiatan ekonomi suatu pihak yang mempengaruhi pihak lain tanpa adanya kompensasi. Eksternalitas dapat bersifat positif atau negatif. Eksternalitas dan barang publik adalah dua jenis kegagalan pasar yang memerlukan perhatian khusus. Memahami ini penting untuk mengetahui bagaimana intervensi bisa dilakukan.

10.2 PENTINGNYA MEMAHAMI EKSTERNALITAS DAN BARANG PUBLIK

Penting untuk memahami eksternalitas dan barang publik karena pertimbangan sebagai berikut:

1. Kegagalan Pasar

Kedua konsep ini sering menyebabkan kegagalan pasar, di mana pasar gagal mengalokasikan sumber daya secara efisien.

2. Kebijakan Publik

Pemerintah sering campur tangan untuk mengatasi eksternalitas dan menyediakan barang publik karena pasar tidak akan menyediakannya dalam jumlah yang optimal.

10.3 EKSTERNALITAS

Eksternalitas adalah dampak dari kegiatan ekonomi suatu pihak yang mempengaruhi pihak lain tanpa adanya kompensasi. Eksternalitas dapat bersifat positif atau negatif.

1. Eksternalitas Negatif

Eksternalitas negatif terjadi ketika aktivitas ekonomi suatu pihak menyebabkan kerugian bagi pihak lain. Contoh umum termasuk:

- Polusi Udara: Pabrik yang mengeluarkan polusi yang merugikan kesehatan masyarakat sekitar.
- Kebisingan: Bandara atau jalan raya yang menyebabkan kebisingan dan mengurangi kenyamanan penduduk sekitar.
- Pencemaran Air: Limbah industri yang mencemari sumber air yang digunakan oleh masyarakat.

2. Eksternalitas Positif

Eksternalitas positif terjadi ketika aktivitas ekonomi suatu pihak memberikan manfaat bagi pihak lain. Contoh umum termasuk:

- Vaksinasi: Orang yang divaksinasi membantu mencegah penyebaran penyakit, sehingga melindungi orang lain di sekitarnya.
- Pendidikan: Individu yang berpendidikan tinggi cenderung meningkatkan produktivitas dan berkontribusi pada perkembangan ekonomi.
- Ruang Hijau: Taman atau ruang hijau yang disediakan oleh individu atau organisasi meningkatkan kualitas udara dan memberikan tempat rekreasi bagi masyarakat.

10.4 SOLUSI UNTUK MENGATASI EKSTERNALITAS

Untuk mengatasi eksternalitas, diperlukan intervensi dari pemerintah atau lembaga terkait. Beberapa solusi meliputi:

- Pajak *Pigovian*: Pengenaan pajak pada aktivitas yang menghasilkan eksternalitas negatif untuk menginternalisasikan biaya sosial.
- Subsidi: Pemberian subsidi untuk aktivitas yang menghasilkan eksternalitas positif.
- Regulasi dan Standar: Pengaturan batasan emisi dan standar lingkungan untuk mengurangi dampak eksternalitas negatif.
- Perdagangan Emisi: Sistem perdagangan emisi yang memungkinkan perusahaan membeli dan menjual hak untuk mengeluarkan polusi dalam batas tertentu.

10.4 BARANG PUBLIK

Barang publik adalah jenis barang atau jasa yang memiliki karakteristik khusus yang membuatnya berbeda dari barang dan jasa lainnya yang biasanya diproduksi dan dikonsumsi dalam perekonomian. Barang publik bersifat *non-rivalrous* dan *non-excludable*, yang berarti bahwa penggunaan barang tersebut oleh satu individu tidak mengurangi ketersediaannya untuk individu lain, dan tidak ada individu yang dapat dikecualikan dari mengakses barang tersebut.

Beberapa hal tentang barang publik dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. *Pengertian Barang Publik*

Dampak aktivitas ekonomi yang mempengaruhi pihak ketiga dan tidak tercermin dalam biaya atau harga pasar. Barang publik memiliki dua karakteristik utama:

- Non-eksklusif: Tidak mungkin atau sangat sulit untuk mengecualikan orang dari penggunaan barang tersebut.
- Non-rival: Konsumsi oleh satu individu tidak mengurangi ketersediaan barang tersebut untuk individu lain.

Contoh Barang Publik

Beberapa contoh barang publik yang umum meliputi:

- Pertahanan Nasional: Perlindungan yang diberikan oleh militer kepada seluruh warga negara.
- Penerangan Jalan: Lampu jalan yang menerangi jalanan umum di malam hari.

- Udara Bersih: Kualitas udara yang baik yang dapat dinikmati oleh semua orang di suatu wilayah.

2. Masalah Penyediaan Barang Publik

Penyediaan barang publik sering kali menghadapi tantangan karena sifat non-eksklusif dan non-rival. Beberapa masalah utama meliputi:

- Masalah *Free Rider*: Individu atau kelompok yang menikmati manfaat dari barang publik tanpa berkontribusi pada biaya penyediaannya. Contoh: seseorang yang menikmati keamanan dari pertahanan nasional tanpa membayar pajak.
- Pendanaan: Sulitnya menentukan siapa yang harus membayar dan berapa besar kontribusi setiap individu atau kelompok untuk penyediaan barang publik.

3. Solusi untuk Penyediaan Barang Publik

Untuk mengatasi masalah dalam penyediaan barang publik, beberapa solusi yang dapat diterapkan meliputi:

- Pajak dan Anggaran Pemerintah: Pembiayaan barang publik melalui pajak yang dikumpulkan oleh pemerintah.
- Keterlibatan Swasta dan Filantropi: Partisipasi sektor swasta dan individu melalui donasi atau kontribusi sukarela.
- Kolaborasi Komunitas: Kerjasama antar anggota komunitas untuk menyediakan dan memelihara barang publik secara bersama-sama.

Contoh Aplikasi

Studi Kasus: Penyediaan Vaksin

Pemerintah menyediakan vaksin secara gratis atau dengan biaya rendah untuk memastikan cakupan luas dan mengurangi penyebaran penyakit, mengatasi eksternalitas positif.

BAB XI

ANALISIS EKONOMI MIKRO DALAM KEHIDUPAN SEHARI-HARI

11.1 PENDAHULUAN

Ekonomi mikro tidak hanya teori di dalam buku teks, tetapi juga alat praktis untuk memahami dan memecahkan masalah sehari-hari. Bab ini akan menunjukkan bagaimana konsep-konsep ekonomi mikro diterapkan dalam berbagai situasi nyata setiap hari.

11.2 TEORI PERMINTAAN DAN PENAWARAN

Kasus: Penurunan Harga *Smartphone*

Analisis:

- Permintaan (*Demand*): Ketika harga *smartphone* turun, lebih banyak konsumen yang mampu dan mau membeli *smartphone* tersebut. Hal ini menggambarkan hukum permintaan, di mana jumlah barang yang diminta akan meningkat jika harga barang tersebut turun, *ceteris paribus*.
- Penawaran (*Supply*): Produsen *smartphone* mungkin meningkatkan produksi mereka untuk memenuhi peningkatan permintaan. Namun, jika biaya produksi

meningkat atau terdapat keterbatasan bahan baku, penawaran bisa terhambat.

- Keseimbangan Pasar (*Market Equilibrium*): Penurunan harga akan menyebabkan peningkatan permintaan dan kemungkinan peningkatan penawaran hingga mencapai titik keseimbangan baru di mana kuantitas yang diminta sama dengan kuantitas yang ditawarkan.

11.3 ELASTISITAS HARGA

Kasus: Kenaikan Harga Bahan Bakar

Analisis:

- Elastisitas Permintaan: Permintaan bahan bakar cenderung inelastis karena bahan bakar merupakan kebutuhan penting bagi banyak orang. Artinya, meskipun harga bahan bakar naik, jumlah permintaan tidak akan banyak berkurang.
- Elastisitas Pendapatan: Konsumen dengan pendapatan lebih tinggi mungkin kurang sensitif terhadap kenaikan harga bahan bakar dibandingkan dengan konsumen berpendapatan rendah.
- Dampak Ekonomi: Kenaikan harga bahan bakar dapat meningkatkan biaya transportasi dan produksi, yang pada gilirannya bisa menaikkan harga barang dan jasa lain (inflasi).

11.4 TEORI UTILITAS

Kasus: Pilihan Konsumsi Makanan

Analisis:

- Utilitas Total dan Marginal: Konsumen memutuskan apa yang akan mereka makan berdasarkan utilitas (kepuasan) yang mereka peroleh dari setiap pilihan makanan. Misalnya, pada awalnya makan pizza mungkin memberikan kepuasan tinggi (utilitas marginal tinggi), tetapi setelah beberapa potong, tambahan pizza mungkin memberikan kepuasan yang semakin menurun (utilitas marginal menurun).
- Keseimbangan Konsumen: Konsumen akan mencoba memaksimalkan kepuasan mereka dengan mengalokasikan anggaran mereka sedemikian rupa sehingga utilitas marginal per unit uang yang dikeluarkan sama untuk semua barang dan jasa yang mereka beli.

11.5 TEORI BIAYA PELUANG

Kasus: Memilih antara Pekerjaan dan Pendidikan Lanjutan

Analisis:

- Biaya Peluang (*Opportunity Cost*): Jika seseorang memutuskan untuk melanjutkan pendidikan pascasarjana daripada bekerja, biaya peluangnya adalah gaji yang mereka korbankan selama mereka belajar. Sebaliknya, jika mereka memilih untuk bekerja, biaya peluangnya adalah pengetahuan tambahan dan potensi peningkatan gaji masa

depan yang mungkin mereka peroleh dari pendidikan lanjutan.

- Keputusan Rasional: Individu akan membuat keputusan berdasarkan perbandingan keuntungan (misalnya, peningkatan karir dan gaji masa depan) dengan biaya yang ditimbulkan (biaya pendidikan dan hilangnya pendapatan).

11.6 TEORI PRODUKSI DAN BIAYA

Kasus: Skalabilitas Usaha Kecil

Analisis:

- Skala Ekonomi (*Economies of Scale*): Sebuah usaha kecil yang memproduksi roti mungkin menemukan bahwa dengan meningkatkan produksi, biaya per unit roti bisa menurun karena pembelian bahan baku dalam jumlah besar bisa mendapatkan diskon dan efisiensi produksi.
- Biaya Tetap dan Variabel: Biaya tetap seperti sewa toko tetap sama, tetapi biaya variabel seperti bahan baku akan berubah seiring dengan jumlah produksi. Pemilik usaha perlu menghitung total biaya dan biaya rata-rata untuk menentukan harga jual yang optimal dan strategi produksi.

11.7 HARGA KESEIMBANGAN PASAR

Kasus: Pasar Buah Apel

Analisis:

- Permintaan dan Penawaran: Keseimbangan pasar terjadi ketika jumlah apel yang diminta konsumen sama dengan jumlah apel yang ditawarkan penjual pada harga tertentu. Misalnya, jika harga apel berada di Rp10.000 per kg, mungkin terdapat keseimbangan di mana 1.000 kg apel diminta dan ditawarkan.
- Keseimbangan Baru: Jika ada gagal panen yang mengurangi jumlah apel yang tersedia, kurva penawaran bergeser ke kiri, menyebabkan kenaikan harga keseimbangan dan penurunan jumlah keseimbangan.
- Mekanisme Pasar: Pasar akan secara alami bergerak menuju keseimbangan melalui perubahan harga yang mengoordinasikan keputusan konsumen dan produsen.

11.8 TEORI KONSUMEN

Kasus: Pembelian Barang Mewah vs. Barang Biasa

Analisis:

- Preferensi Konsumen: Konsumen memiliki preferensi yang mencerminkan bagaimana mereka menilai kombinasi berbagai barang dan jasa. Barang mewah seperti mobil sport memberikan utilitas lebih tinggi, tetapi juga lebih mahal.
- Keterbatasan Anggaran: Konsumen harus memutuskan bagaimana mengalokasikan pendapatan mereka untuk memaksimalkan kepuasan. Misalnya, seorang konsumen mungkin memutuskan untuk membeli satu mobil sport atau

menggunakan uang yang sama untuk membeli beberapa barang biasa.

- Kurva Indiferen dan Garis Anggaran: Kurva indiferen menunjukkan kombinasi barang yang memberikan tingkat kepuasan yang sama, sedangkan garis anggaran menunjukkan kombinasi barang yang dapat dibeli dengan pendapatan tertentu.

11.9 TEORI PRODUSEN

Kasus: Produksi Kue oleh Sebuah Toko Roti

Analisis:

- Fungsi Produksi: Toko roti menggunakan input seperti tepung, gula, dan tenaga kerja untuk menghasilkan output berupa kue. Fungsi produksi menggambarkan hubungan antara jumlah input yang digunakan dan jumlah output yang dihasilkan.
- Biaya Produksi: Toko roti menghadapi biaya tetap (misalnya, sewa tempat) dan biaya variabel (misalnya, bahan baku). Biaya total adalah jumlah dari biaya tetap dan biaya variabel.
- Efisiensi Produksi: Toko roti harus mengelola proses produksi untuk mencapai efisiensi, yaitu meminimalkan biaya per unit kue yang diproduksi.

11.10 STRUKTUR PASAR

Kasus: Pasar Persaingan Sempurna vs. Monopoli

Analisis:

- Pasar Persaingan Sempurna: Banyak penjual dan pembeli, produk homogen, dan bebas masuk/keluar pasar. Contoh: pasar sayur di suatu kota. Harga ditentukan oleh pasar, dan perusahaan adalah pengambil harga (price taker).
- Monopoli: Satu penjual menguasai pasar, produk unik tanpa substitusi dekat, dan ada hambatan masuk yang signifikan. Contoh: perusahaan listrik negara. Perusahaan adalah penentu harga (price maker).
- Pasar Oligopoli dan Monopolistik: Dalam oligopoli, beberapa perusahaan mendominasi pasar (misalnya, industri otomotif). Dalam pasar monopolistik, banyak penjual dengan produk berbeda (misalnya, restoran).

11.11 KEGAGALAN PASAR & PERAN PEMERINTAH

Kasus: Polusi Udara

Analisis:

- Kegagalan Pasar: Kegagalan pasar terjadi ketika pasar gagal mendistribusikan sumber daya secara efisien. Contohnya, polusi udara merupakan eksternalitas negatif yang tidak tercermin dalam biaya produksi.

- Peran Pemerintah: Pemerintah dapat campur tangan dengan kebijakan seperti pajak karbon untuk menginternalisasi eksternalitas negatif, regulasi lingkungan, atau subsidi untuk energi bersih.
- Kesejahteraan Sosial: Tujuan intervensi pemerintah adalah untuk meningkatkan kesejahteraan sosial dengan mengoreksi kegagalan pasar.

11.12. EKSTERNALITAS & BARANG PUBLIK

Kasus: Vaksinasi dan Taman Kota

Analisis:

- Eksternalitas Positif: Vaksinasi tidak hanya melindungi individu yang divaksinasi tetapi juga orang lain dengan mengurangi penyebaran penyakit. Pemerintah mungkin memberikan subsidi atau mengadakan kampanye vaksinasi untuk meningkatkan tingkat vaksinasi.
- Barang Publik: Taman kota adalah contoh barang publik, yang bersifat non-rival dan non-ekskludabel. Semua orang dapat menikmatinya tanpa mengurangi ketersediaannya untuk orang lain, dan tidak ada yang dapat dikecualikan dari menggunakannya.
- Masalah Penyediaan: Pasar cenderung tidak menyediakan barang publik secara efisien karena manfaatnya tersebar luas dan sulit untuk menagih pembayaran dari pengguna. Oleh

karena itu, pemerintah sering kali harus menyediakan barang publik.

BAB XII

PENUTUP

Melalui buku ini, anda telah mempelajari dasar-dasar ekonomi mikro dengan cara yang cepat dan mudah. Anda sekarang memiliki pemahaman tentang:

1. Ilmu ekonomi secara umum, sejarah dan pembagiannya
2. Konsep permintaan dan penawaran.
3. Elastisitas dan cara mengukur responsivitas pasar.
4. Teori konsumen dan produsen.
5. Struktur pasar dari persaingan sempurna hingga monopoli.
6. Keseimbangan pasar dan kegagalan pasar.
7. Eksternalitas dan barang publik.
8. Penerapan ekonomi mikro dalam kehidupan sehari-hari.

Kasus-kasus yang disampaikan dalam buku ini memberikan contoh nyata bagaimana prinsip-prinsip dari ilmu ekonomi diterapkan. Dengan demikian teori-teori maupun konsep-konsep yang disampaikan, sebagai dasar rujukan dalam praktek-praktek keseharian menjadikan semakin pentingnya kebermanfaatan yang diperoleh masyarakat sebagai pembeli, konsumen dan produsen.

Meskipun buku ini memberikan pengantar yang solid, pendalaman lebih lanjut melalui buku-buku bacaan akan sangat bermanfaat. Anda dapat mengeksplorasi topik-topik ekonomi mikro dengan lebih detail dan mendapatkan wawasan yang lebih

luas. Dengan pendalaman melalui daftar bacaan dalam buku ini, anda dapat pemahaman dan keterampilan lebih luas tentang ekonomi mikro, membantu anda menerapkan konsep-konsep ini dengan lebih efektif dalam berbagai konteks.

Terima kasih telah menggunakan buku ini sebagai panduan anda dalam memahami dasar-dasar ekonomi mikro. Semoga pengetahuan yang anda peroleh bermanfaat bagi mahasiswa dan pembaca.

DAFTAR BACAAN

- Adiwarman A. Karim. (2010). *Ekonomi Mikro Islami*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. ISBN: 978-979-769-293-8.
- Andreu Mas-Colell, Michael D. Whinston, dan Jerry R. Green. (1995). *Microeconomic Theory*. New York: Oxford University Press. ISBN: 978-0195073409.
- Arifin Satria. (2012). *Ekonomi Mikro: Teori dan Kebijakan*. Jakarta: Penerbit Kencana. ISBN: 978-602-8722-25-1.
- Bambang Riyanto. (2010). *Ekonomi Mikro untuk Manajer*. Yogyakarta: Penerbit BPFE-Yogyakarta. ISBN: 978-979-503-632-0.
- Deliarnov. (2008). *Ekonomi Mikro: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Penerbit PT RajaGrafindo Persada. ISBN: 978-979-769-162-7.
- Hal R. Varian. (2019). *Intermediate Microeconomics: A Modern Approach* (Edisi ke-9). New York: W.W. Norton & Company. ISBN: 978-0393689862.
- Muhammad Noor. (2013). *Pengantar Ekonomi Mikro*. Jakarta: Penerbit PT Erlangga. ISBN: 978-979-075-724-5.

- N. Gregory Mankiw. (2020). *Principles of Microeconomics* (Edisi ke-8). Boston: Cengage Learning. ISBN: 978-0357133484.
- Nyoman Mahaendra Yasa, Made Kembar Sri Budhi, dan Paulus Kurniawan. (2018). *Being Smart in Microeconomics and Macroeconomics*. Bali: Udayana University Press. ISBN: 978-602-294-293-1.
- Rini Octavia. (2011). *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Penerbit Kencana Prenada Media Group. ISBN: 978-979-148-538-3.
- Robert S. Pindyck dan Daniel L. Rubinfeld. (2017). *Microeconomics* (Edisi ke-9). Boston: Pearson. ISBN: 978-0134184241.
- Sadono Sukirno. (2006). *Ekonomi Mikro*. Jakarta: Penerbit PT RajaGrafindo Persada. ISBN: 979-421-832-2.
- S. Munir. (2015). *Dasar-Dasar Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: Penerbit Andi. ISBN: 978-979-295-451-1.
- Steven E. Landsburg. (2013). *Price Theory and Applications* (Edisi ke-8). Boston: Cengage Learning. ISBN: 978-1285423524.
- Suherman Rosyidi. (2006). *Teori Ekonomi Mikro*. Jakarta: Penerbit PT Bumi Aksara. ISBN: 979-526-353-1.

Y. Sri Susilo. (2014). *Ekonomi Mikro: Pendekatan Pengantar untuk Mahasiswa*. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media. ISBN: 978-602-258-021-5.

TENTANG PENULIS



Dr. I Gst. Ngr. Alit Asmara Jaya, S.E., M.Si lahir tanggal 20 September 1958 di Denpasar, Bali. Berkarir di sebuah bank BUMN selama 33 tahun sejak tahun 1982 dengan menduduki berbagai jabatan dan terakhir sebagai salah satu top manajemen di perusahaan anak bank milik pemerintah tahun 2016.

Selama berkarir di bank, pernah menjadi kepala proyek pengembangan Layanan Bank Tanpa Kantor atau dikenal juga dengan *Branchless Banking*. Model layanan tersebut sekarang banyak diterapkan di industri perbankan.

Saat ini penulis menjalani profesi sebagai dosen praktisi di beberapa Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas di Denpasar untuk kelas reguler dan program internasional. Penulis juga sebagai narasumber seminar dan fasilitator *training* bidang perbankan. Sebagai dosen tamu di beberapa Fakultas Ekonomi & Bisnis beberapa Universitas.