

KULIAH OL-2 PENGANTAR ILMU EKONOMI

SUPPLY-DEMAND CONCEPT (KONSEP PENAWARAN – PERMINTAAN)

Tujuan Pembelajaran:

1. Mahasiswa mengerti dan memahami prinsip dasar konsep penawaran dan permintaan.
2. Mahasiswa mengerti dan memahami berbagai factor yang mempengaruhi penawaran, fungsi, serta bentuk kurva penawaran.
3. Mahasiswa mengerti dan memahami berbagai factor yang mempengaruhi permintaan, fungsi, serta bentuk kurva permintaan.
4. Mahasiswa mengerti dan memahami definisi *equilibrium*.

Prinsip Dasar Konsep Penawaran dan Permintaan

) Supply atau penawaran yaitu banyaknya barang atau jasa yang tersedia dan dapat ditawarkan oleh produsen kepada konsumen pada setiap tingkat harga selama periode waktu tertentu.

“Banyaknya barang atau jasa yang tersedia dan dapat ditawarkan oleh produsen kepada konsumen”, didefinisikan sebagai jumlah barang primer (sandang, pangan, ataupun papan), atau barang sekunder (kendaraan, alat komunikasi, dan lain-lain), atau barang tertier (berbentuk layanan seperti pendidikan, kesehatan, dan lain-lain), yang dibutuhkan konsumen dalam satuan tertentu, yang dapat disediakan oleh produsen (pembuat/ penjual barang atau penyedia layanan). Sedangkan “pada setiap tingkat harga selama periode waktu tertentu”, dapat didefinisikan bahwa barang atau layanan yang dibutuhkan konsumen tersebut, memiliki tingkat harga tertentu yang berlaku pada periode waktu tertentu pula.

Faktor – faktor yang mempengaruhi supply (penawaran)

Berbagai barang atau jasa yang tersedia yang dapat ditawarkan oleh produsen (pembuat/ penjual barang atau penyedia layanan) kepada konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, yaitu:

- Biaya produksi
- Tingkat teknologi
- Jumlah klien
- Tujuan perusahaan

1. Biaya produksi

Biaya-biaya produksi dipengaruhi oleh beberapa factor berikut ini, seperti:

- a. Biaya-biaya untuk berbagai faktor produksi merupakan pengeluaran yang sangat penting di dalam perusahaan.

Biaya-biaya seperti investasi mesin dan alat kerja untuk menghasilkan barang atau layanan yang dibutuhkan konsumen, biaya pengadaan material, biaya

untuk training atau pelatihan karyawan, biaya energy, ongkos produksi hingga biaya pengiriman, biaya pemasaran, dan lain-lain, akan sangat menentukan harga jual barang atau jasa yang ditetapkan produsen pada konsumen. Makin efisien dan produktif pengelolaan suatu usaha, akan menghasilkan biaya produksi yang makin rendah, sehingga harga jual yang ditawarkanpun makin rendah, sehingga berpeluang mendapatkan permintaan yang banyak dari konsumen.

- b. Kenaikan biaya produksi dapat mengurangi penawaran
Adanya kenaikan biaya produksi yang disebabkan oleh sesuatu hal, misalnya Pemerintah mengumumkan adanya kenaikan tariff listrik untuk industry, maka berdampak pada biaya produksi yang makin meningkat, hal ini dapat menimbulkan pengaruh pada perusahaan untuk melakukan penyesuaian harga jual sehingga terjadi pengurangan permintaan pada konsumen, yang berakibat perusahaan mengurangi jumlah produksinya.
- c. Jika tingkat keuntungan suatu usaha tidak menarik lagi, ia akan berpindah ke usaha lain.
Adanya kenaikan biaya produksi mengakibatkan penurunan tingkat keuntungan perusahaan bahkan dapat menyebabkan usahanya merugi. Tingkat persaingan harga yang tinggi, misalnya banyaknya barang impor dengan harga murah di pasaran, tentunya juga dapat menyebabkan penurunan jumlah permintaan konsumen. Tingkat keuntungan yang rendah atau bahkan menimbulkan kerugian dapat menyebabkan perusahaan menutup usahanya dan beralih ke usaha yang lain.

2. Tingkat teknologi

Faktor yang juga mempengaruhi supply (penawaran) adalah kemajuan teknologi. Teknologi permesinan, teknologi komunikasi dan informasi, hingga teknologi internet sangat mempengaruhi kemampuan suatu perusahaan untuk dapat memperoleh informasi tentang kebutuhan konsumennya, kemudian memproduksi barang dan mengirimkannya ke konsumen atau memberikan layanan yang diperlukan dalam waktu yang lebih singkat.

- a. Kemajuan teknologi dapat menimbulkan akibat;
 - Produksi dapat ditambah dengan lebih cepat.
Dengan menggunakan mesin produksi yang lebih modern dan lebih canggih sehingga memungkinkan perusahaan untuk memproduksi varian produk yang lebih beragam dan kecepatan produksi yang lebih tinggi, maka dapat meningkatkan jumlah produk yang dihasilkannya.
 - Ongkos produksi semakin murah
Menggunakan mesin produksi yang lebih modern dan canggih cenderung mengurangi jumlah tenaga kerja dan energy yang dibutuhkan, penggunaan material yang lebih efisien, sehingga

secara keseluruhan dapat menekan biaya produksi menjadi lebih rendah.

- b. Kemajuan teknologi cenderung menaikkan penawaran. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi misalnya internet, menyebabkan kebutuhan konsumen dapat terdeteksi sedini mungkin. Gaya hidup yang sedang trend, kebutuhan barang atau jasa yang sedang *in*, dapat diketahui dengan cepat dan mudah oleh para produsen sehingga mereka dapat menyiapkan, memproses atau memproduksi, serta mengirimkan atau merealisasikan kebutuhan tersebut dengan cepat sampai di tujuan.

3. Jumlah klien atau konsumen

Faktor yang juga mempengaruhi supply atau penawaran adalah jumlah klien atau konsumen.

- a. Peningkatan jumlah klien terhadap suatu barang atau jasa pelayanan, akan meningkatkan penawaran terhadapnya. Maraknya produk tertentu di pasaran karena tingginya permintaan konsumen, tentunya akan menyebabkan banyak perusahaan atau produsen berupaya untuk menghasilkan produk sejenis. Misalnya bisnis makanan atau kuliner berupa martabak berbagai rasa. Karena memberikan berbagai citarasa baru dengan tetap masih memiliki ciri khas rasa martabak, maka menjadi makanan yang sedang di gandrungi dan dinikmati oleh banyak konsumen. Hal ini berdampak pada makin meningkatnya jumlah pengusaha martabak dengan memberikan berbagai citarasa produknya dengan keunikan rasa tersendiri.

4. Tujuan perusahaan

Faktor lain yang juga mempengaruhi supply atau penawaran adalah tujuan perusahaan. Artinya, dalam pengelolaan bisnisnya, ada perusahaan yang berorientasi pada jumlah produk yang banyak walaupun berharga rendah, akan tetapi ada juga yang berorientasi pada nilai jual produk yang tinggi walaupun jumlah produk yang dihasilkan hanya sedikit.

- a. Penawaran disesuaikan dengan tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan:
 - Perusahaan yang menekankan keuntungan maksimal dengan produksi kurang maksimal.
Ini adalah contoh perusahaan yang berorientasi pada jumlah produk yang banyak sehingga keuntungan yang diperolehnya maksimal walaupun produknya berharga rendah. Produk berharga rendah di sini tidak diartikan berkualitas rendah akan tetapi mengarah pada kemampuan daya beli masyarakat yang lebih luas. Kalau daya beli masyarakat di suatu wilayah tertentu misalnya rendah, maka produk yang dibuatnyapun yang berbiaya rendah sehingga harga jualnya tetap dapat dijangkau oleh masyarakat luas. Produk berbiaya rendah misalnya produk yang dibuat masih menggunakan teknologi sederhana. Atau diproduksi oleh tenaga kerja biasa yang tidak berketrampilan khusus.

- Perusahaan yang menekankan produksi maksimal dengan keuntungan kurang maksimal.

Perusahaan ini adalah perusahaan yang berorientasi pada produk-produk eksklusif atau berkelas. Produk yang dibuat menggunakan material pilihan yang berkualitas dan langka, produk yang mengedepankan teknologi yang canggih dan modern, dibuat oleh tangan-tangan trampil yang bersertifikat keahlian tertentu, dan lain sebagainya. Produk ini dibuat dalam jumlah terbatas karena memang ditujukan pada konsumen berkelas dan bercita rasa seni yang tinggi. Dengan jumlah produk yang terbatas maka keuntungan perusahaan pun tidak maksimal.

Fungsi penawaran

Dalam mengelola usahanya produsen harus mempertimbangkan beberapa hal sebagai berikut:

- Harga berbanding lurus dengan jumlah penawaran.
- Jika harga tinggi, maka produsen akan berlomba-lomba menjajakan barangnya sehingga penawaran meningkat.
- Jika harga turun, maka produsen akan menunda penjualan atau menyimpan produknya di gudang sehingga jumlah penawaran akan berkurang.
- Sisi penawaran dapat disajikan melalui tabel penawaran pasar seperti contoh di bawah ini.
 - Yaitu suatu tabel untuk menunjukkan jumlah barang atau pelayanan yang ditawarkan pada setiap level tarif/ harga.

Contoh;

Tabel di bawah ini menunjukkan bahwa suatu produk/ barang atau layanan/ jasa pada tingkat harga tertentu, menyajikan banyaknya jumlah perusahaan/ lembaga yang berminat untuk memproduksi barang/ jasa tersebut.

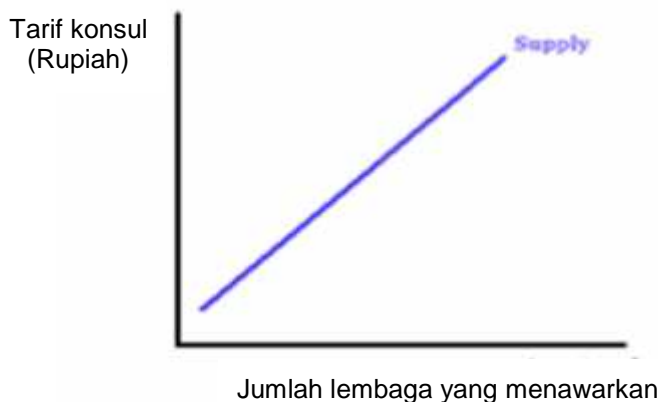
Tabel 1. Penawaran jasa konsultasi sertifikasi ISO 9001:2015 tahun 2016

Tarif jasa konsultasi perjam	Jumlah lembaga yang menawarkan
Rp 500.000,00	18.000
Rp 450.000,00	17.000
Rp 400.000,00	16.000
Rp 350.000,00	15.000
Rp 300.000,00	14.000
Rp 250.000,00	13.000
Rp 200.000,00	12.000

Interpretasi (Supply)...

- Semakin tinggi tarif konsultasi, semakin banyak jumlah lembaga yang berminat untuk menawarkan jasa konsultasi tersebut. Hal ini disebabkan setiap lembaga/ perusahaan selalu berharap memperoleh keuntungan yang semakin besar.
- Semakin rendah tarif konsultasi, semakin sedikit jumlah lembaga yang berminat untuk menawarkan jasa konsultasi tersebut. Tentunya dengan keuntungan yang semakin sedikit menyebabkan semakin sedikit perusahaan yang berminat.

Dari table 1 di atas maka data jumlah lembaga yang menawarkan jasa konsultasi/ sertifikasi ISO 9001:2015 pada setiap tingkatan harga dapat digambarkan dalam bentuk kurva seperti terlihat pada kurva supply (penawaran) di bawah ini. Tingkat harga/ tariff di letakkan pada garis vertical (sumbu Y pada koordinat Cartesian), dan jumlah lembaga/ perusahaan produsen atau penyedia jasa diletakkan pada garis horizontal (sumbu X). Dengan menghubungkan setiap data pada sumbu X dan sumbu Y maka akan didapat titik-titik yang menunjukkan hubungan kedua variable X-Y tersebut. Dan dari setiap data pada sumbu X-Y table 1 di atas maka diperoleh garis kurva yang disebut dengan kurva supply (penawaran).



Gambar 1. Kurva Supply (Penawaran)

Contoh;

Masih dengan contoh kasus pada jasa konsultasi sertifikasi ISO 9001:2015 di atas, maka pada tabel di bawah ini menunjukkan bahwa suatu produk/ barang atau layanan/ jasa pada tingkat harga tertentu, menyajikan banyaknya jumlah konsumen yang berminat untuk memproduksi barang/ jasa tersebut.

Tabel 2. Permintaan jasa konsultasi sertifikasi ISO 9001:2015 tahun 2016

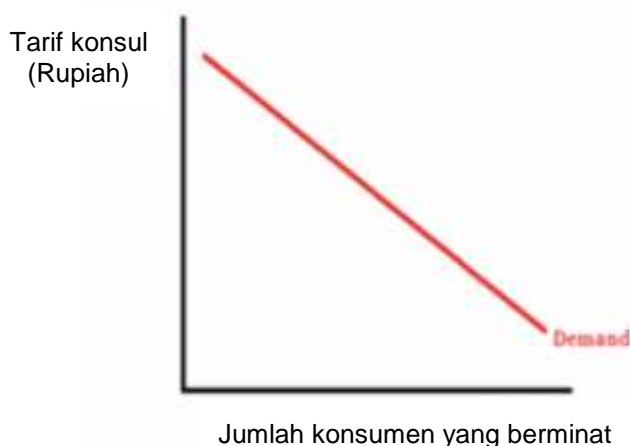
Tarif jasa konsultasi perjam	Jumlah konsumen yang berminat
Rp 500.000,00	18.000

Rp 450.000,00	17.000
Rp 400.000,00	16.000
Rp 350.000,00	15.000
Rp 300.000,00	14.000
Rp 250.000,00	13.000
Rp 200.000,00	12.000

Interpretasi (Demand)...

- Semakin tinggi tarif konsultasi, semakin sedikit jumlah konsumen yang berminat. Tentunya ini terjadi karena konsumen berharap memperoleh tariff atau harga serendah mungkin.
- Semakin rendah tarif konsultasi, semakin banyak jumlah konsumen yang berminat. Konsumen berharap dengan tariff/ harga serendah mungkin, maka dana yang tersedia dapat dialokasikan untuk menutupi kebutuhan yang lainnya.

Dari table 2 di atas maka data jumlah konsumen yang berminat pada jasa konsultasi/ sertifikasi ISO 9001:2015 pada setiap tingkatan harga dapat digambarkan dalam bentuk kurva seperti terlihat pada kurva demand (permintaan) di bawah ini. Seperti juga pada proses pembuatan kurva supply di atas, maka untuk pembuatan kurva demand tingkat harga/ tariff di letakkan pada garis vertical (sumbu Y), dan jumlah konsumen diletakkan pada garis horizontal (sumbu X). Dengan menghubungkan setiap data pada sumbu X dan sumbu Y maka akan didapat titik-titik yang menunjukkan hubungan kedua variable X-Y tersebut. Dan dari setiap data pada sumbu X-Y table 2 di atas maka diperoleh garis kurva yang disebut dengan kurva demand (permintaan).



Gambar 2. Kurva Demand (Permintaan)

Perbandingan Permintaan & Penawaran

-) Yaitu perbandingan antara jumlah yang diminta oleh pembeli dengan jumlah yang ditawarkan oleh penjual.
-) Ada tiga keadaan yang mungkin terwujud;
 - Kelebihan penawaran
 - Kelebihan permintaan
 - Keseimbangan

Ceteris Paribus

Asumsi Ceteris Paribus (bahasa latin): Dengan asumsi hal-hal lainnya dianggap sama. Pada pembahasan penawaran dan permintaan dengan asumsi ceteris paribus, maka hanya 2 variabel yaitu harga (variable terikat) dan jumlah (variable bebas) yang dianggap saling mempengaruhi pasar. Misalnya harga beras meningkat pada saat jumlah permintaan beras juga meningkat, atau sebaliknya harga beras turun akibat permintaan juga sedang menurun. Artinya: factor-faktor lain yang dapat diprediksi maupun yang tidak dapat diprediksi dianggap tidak mempengaruhi factor harga (variable terikat) beras tersebut. Faktor-faktor lain misalnya kenaikan harga beras tadi juga bisa disebabkan oleh kenaikan biaya distribusi, atau kenaikan harga beras tersebut dipicu oleh kenaikan harga barang substitusinya seperti gandum atau jagung, dan lain sebagainya. Maka pada kondisi ceteris paribus, situasi dan kondisi factor-faktor lainnya dianggap sama.

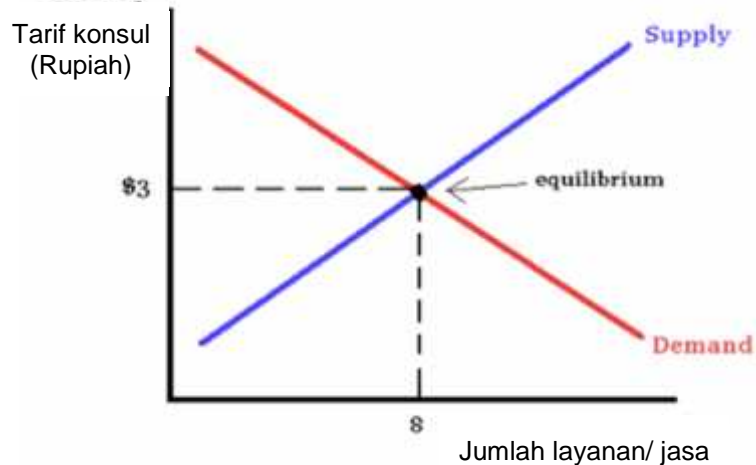
Kelebihan penawaran:

-) Yaitu jumlah yang ditawarkan melebihi daripada jumlah yang diminta oleh pembeli.
-) Pada tingkat harga berapa terjadi kelebihan penawaran...???

Keseimbangan (Equilibrium)

-) Yaitu jumlah yang diminta sama dengan jumlah yang ditawarkan.
-) Pada tingkat harga berapa terjadi keseimbangan...???
-) Tarif jasa konsultasi dimana jumlah yang diminta sama dengan yang ditawarkan yaitu pada harga Rp 350.000,00. (lihat tabel 1 dan tabel 2 di atas).

Dari tabel 1 dan 2 di atas maka data jumlah lembaga yang menawarkan jasa maupun jumlah konsumen yang berminat pada jasa konsultasi/ sertifikasi ISO 9001:2015 pada setiap tingkatan harga dapat digambarkan dalam bentuk kurva supply dan demand seperti terlihat pada gambar di bawah ini. Pada gambar tersebut tampak terjadi perpotongan diantara kedua kurva yaitu pada tarif 350.000,00, yang artinya pada tariff tersebut terjadi keseimbangan antara supply (penawaran) dan permintaan (demand). Tariff 350.000,00 tersebut dapat diterima oleh kedua belah pihak. Titik keseimbangan itu disebut Equilibrium.



Gambar 3. Kurva supply-demand dan titik Equilibrium

Pengaruh perubahan permintaan & penawaran terhadap Equilibrium

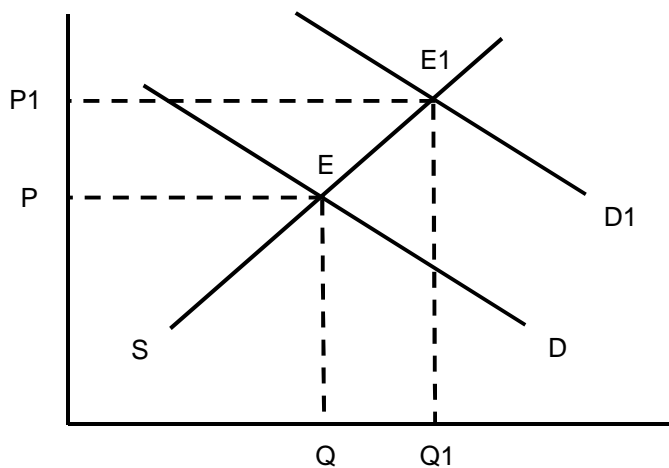
Kurva supply demand tidak selamanya statis (diam), tetapi selalu bergerak dinamis, sejalan dengan berbagai situasi dan kondisi yang terjadi di masyarakat yang dapat mempengaruhi factor-faktor produksi ataupun permintaan konsumen sehingga berdampak pada pergeseran keseimbangan titik equilibrium. Pergeseran equilibrium dapat digambarkan seperti berikut ini:

- Permintaan bertambah, maka kurva permintaan bergeser ke kanan
- Permintaan berkurang, maka kurva permintaan bergeser ke kiri
- Penawaran bertambah, maka kurva penawaran bergeser ke kanan
- Penawaran berkurang, maka kurva penawaran bergeser ke kiri

Pertambahan Permintaan

Permintaan bertambah, maka kurva permintaan bergeser ke kanan

Sebagai contoh: Terjadi pertambahan permintaan terhadap seragam sekolah siswa Sekolah Dasar pada periode menjelang tahun ajaran baru bulan Mei-Juni. Permintaan di periode tersebut seragam sekolah di setiap tingkatan harga mengalami peningkatan jumlah permintaan. Sehingga titik keseimbangannyaapun (equilibrium) bergeser. Kondisi ini dapat digambarkan seperti terlihat pada Gambar Pergeseran Equilibrium karena Pertambahan Permintaan di bawah ini.



Gambar 4. Kurva Pergeseran Equilibrium karena Pertambahan Permintaan

Keterangan:

- P = price (harga)
- Q = quantity (jumlah)
- D = demand (permintaan)
- S = supply (penawaran)
- E = equilibrium (titik keseimbangan)

Analisa Kurva Pergeseran Equilibrium akibat Pertambahan Permintaan

Dari Gambar 4 Kurva Pergeseran Equilibrium akibat Pertambahan Permintaan di atas, maka dapat di jabarkan sebagai berikut:

- Kurva permintaan bergeser dari posisi D ke posisi D1
- Keadaan keseimbangan bergeser dari titik E ke E1
- Apa yang terjadi pada harga & jumlah...?
 - Harga naik dari P ke P1
 - Jumlah bertambah dari Q ke Q1

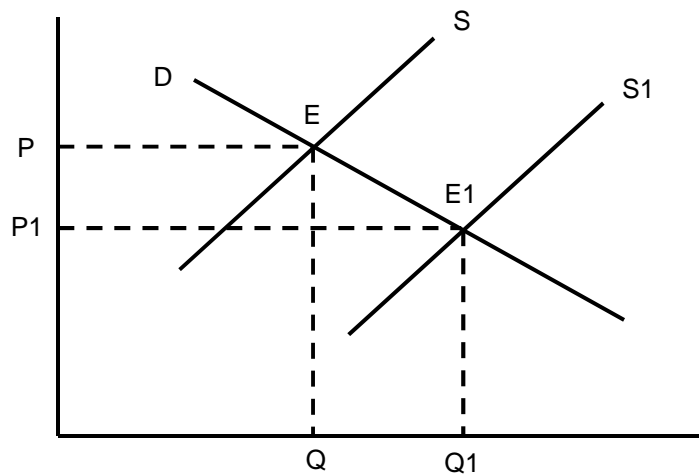
Dengan demikian fenomena yang tergambar pada gambar kurva di atas dapat kita nyatakan dengan: Walaupun terjadi kenaikan harga dari P ke P1 akan tetapi jumlah permintaan tetap meningkat yaitu dari Q ke Q1, ditandai dengan bergesernya titik keseimbangan dari E ke E1.

Pertambahan Penawaran:

Penawaran bertambah, maka kurva penawaran bergeser ke kanan

Sebagai contoh, terjadi peningkatan penawaran dengan memanfaatkan teknologi internet melalui situs-situs belanja online. Situs-situs tersebut mempromosikan diri melalui media televisi, cetak, hingga penyedia layanan komunikasi dan informasi elektronik (IT provider). Hal ini memberikan dampak pada peningkatan jumlah

produsen/ pembuat barang ataupun penyedia layanan yang berminat pada penawaran produk atau layanan sejenis. Melalui media internet mereka dapat mempromosikan beragam produk mereka dengan biaya yang jauh lebih rendah dibandingkan promosi dengan cara konvensional. Sehingga kemajuan teknologi tersebut memberikan dampak pada peningkatan penawaran. Dengan terjadinya peningkatan penawaran maka titik keseimbangannyaapun (equilibrium) bergeser ke kanan. Kondisi ini dapat digambarkan seperti terlihat pada Gambar Pergeseran Equilibrium karena Pertambahan Penawaran di bawah ini.



Gambar 5. Kurva Pergeseran Equilibrium akibat Pertambahan Penawaran

Analisa Kurva Pergeseran Equilibrium karena Pertambahan Penawaran:

Dari Gambar 5 Kurva Pergeseran Equilibrium akibat Pertambahan Penawaran di atas, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

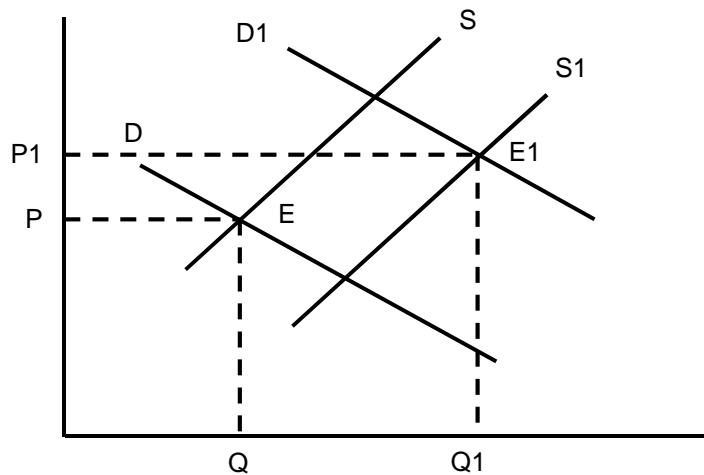
- Kurva penawaran bergeser dari posisi S ke posisi S1
- Keadaan keseimbangan bergeser dari titik E ke titik E1
- Apa yang terjadi pada harga & jumlah...?
 - Harga turun dari P ke P1
 - Jumlah bertambah dari Q ke Q1

Dengan demikian maka gambar kurva di atas dapat kita maknai dengan menyatakan bahwa: Walaupun terjadi penurunan harga dari P ke P1 akan tetapi jumlah penawaran dari produsen tetap meningkat yaitu dari Q ke Q1, ditandai dengan bergesernya titik keseimbangan dari E ke E1.

Pertambahan Permintaan & Penawaran yang terjadi serentak:

Penawaran bertambah maka kurva penawaran bergeser ke kanan, saat bersamaan terjadi peningkatan permintaan maka kurva permintaan juga bergeser ke kanan.

Kadangkala terjadi sesuatu hal yang mengakibatkan situasi dan kondisi pasar berubah. Terjadi peningkatan permintaan pada produk tertentu dan di saat yang sama juga terjadi peningkatan penawaran pada produk tersebut. Jika kedua kejadian ini di gambarkan pada kurva supply dan demand, maka terlihat kedua kurva yaitu kurva supply dan demand masing-masing akan bergeser ke kanan. Artinya kurva keseimbangan (equilibrium) juga akan bergeser ke kanan.



Gambar 6. Kurva Pergeseran Equilibrium karena Peningkatan Permintaan & Penawaran yang terjadi serentak

Analisa Kurva Pergeseran Equilibrium karena Peningkatan permintaan & penawaran serentak:

Dari Gambar 6 Kurva Pergeseran Equilibrium akibat Peningkatan Penawaran dan Permintaan secara serentak di atas, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

- Kurva permintaan bergeser dari posisi D ke posisi D1
- Kurva penawaran bergeser dari posisi S ke posisi S1
- Keadaan keseimbangan bergeser dari titik E ke titik E1
- Apa yang terjadi pada harga & jumlah...?
 - Harga naik dari P ke P1
 - Jumlah bertambah dari Q ke Q1

Dengan demikian maka gambar kurva di atas dapat kita maknai dengan menyatakan bahwa: Walaupun terjadi peningkatan harga dari P ke P1 akan tetapi ternyata jumlah penawaran dari produsen serta jumlah permintaan dari konsumen tetap meningkat yaitu dari Q ke Q1, ditandai dengan bergesernya titik keseimbangan dari titik E ke titik E1.