

S E R I D I K T A T K U L I A H

Pengantar

Ekonomi Mikro

Perilaku
Harga Pasar
dan
Konsumen

SOEDIJONO REKSOPRAJITNO



PENERBIT GUNADARMA

Pengantar
Ekonomi Mikro
Perilaku Harga Pasar dan Konsumen

PENGANTAR
EKONOMI MIKRO
PERILAKU HARGA PASAR DAN KONSUMEN

Oleh : Soedijono Reksoprajitno

Design & Lay Out : **QX** Graphic Design

Diterbitkan pertama kali oleh Gunadarma
© Hak Cipta dilindungi undang-undang
Jakarta 1993

Daftar Isi

PRAKATA DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. ILMU EKONOMI	1
1.2. EKONOMI MIKRO DALAM KERANGKA ILMU EKONOMI	2
1.3. PELAKU-PELAKU EKONOMI	2
1.4. MATERI-BAHAS EKONOMI MIKRO	4
1.5. RENCANA BUKU	6
BAB II METODOLOGI	7
2.1. METODOLOGI ILMU EKONOMI	7
2.2. ASUMSI-ASUMSI YANG DIPAKAI TEORI EKONOMI MIKRO	9
BAGIAN PERTAMA PERILAKU HARGA PASAR	13
BAB III PERMINTAAN	14
3.1. KURVA PERMINTAAN INDIVIDUAL	14
3.2. BENTUK-BENTUK KURVA PERMINTAAN	17
3.3. PERMINTAAN LAWAN JUMLAH YANG DIMINTA	20
3.4. BEBERAPA PENYEBAB PERUBAHAN PERMINTAAN	22
3.5. CATATAN MATEMATIKA	24
BAB IV PENAWARAN	26
4.1. KURVA PENAWARAN INDIVIDUAL	26

4.2.	PENAWARAN LAWAN JUMLAHYANG DITAWARKAN	26
4.3.	BENTUK KURVA PENAWARAN	29
4.4.	CATATAN MATEMATIKA	31

BAB V TEORI HARGA PASAR 32

5.1.	PERMINTAAN PASAR	32
5.2.	PENAWARAN PASAR	34
5.3.	HARGA PASAR	34
5.4.	PERUBAHAN HARGA PASAR	38
5.5.	PENGARUH PERUBAHAN PERMINTAAN DITINJAU MENURUT DIMENSI WAKTU	42
5.6.	KONSEPSI MAKSIMUM DAN KONSEPSI MINIMUM KURVA PERMINTAAN DAN KURVA PENAWARAN	44
5.7.	PASAR KOMPETITIF	46
5.8.	CATATAN MATEMATIKA	48

BAB VI BEBERAPA CONTOH PENERAPAN TEORI HARGA PASAR 50

6.1.	HARGA BERLIAN LAWAN HARGA UDARA	50
6.2.	JASA WISATA KE BULAN	51
6.3.	ANTRIAN DAN JATAH	52
6.4.	PAJAK PENJUALAN	53
6.5.	SPEKULASI	55
6.6.	PERDAGANGAN ANTAR-DAERAH	59
6.7.	PENGARUH ONGKOS TRANSPOR TERHADAP PERDAGANGAN ANTAR DAERAH	62

BAB VII ELASTISITAS HARGA 64

7.1.	BEBERAPARUMUS DASAR ELASTISITAS HARGA	64
7.2.	RUMUS DASAR ELASTISITAS JARAK	65
7.3.	RUMUS ELASTISITAS JARAK DENGAN MODIFIKASI	67
7.4.	MENGHITUNG ELASTISITAS TITIK	68
7.5.	MENGHITUNG ELASTISITAS TITIK KURVA PERMINTAAN BERBENTUK LENGKUNG	71

7.6.	ELASTISITAS HARGA SEPANJANG GARIS PERMINTAAN	72
7.7.	ELASTISITAS DAN PENGELUARAN KONSUMEN	77
7.8.	ELASTISITAS KURVA PENAWARAN	79

BAB VIII FUNGSI PERMINTAAN DAN BEBERAPA KONSEPSI ELASTISITAS	87
---	-----------

8.1.	FUNGSI PERMINTAAN	87
8.2.	FUNGSI PERMINTAAN LAWAN KURVA PERMINTAAN	89
8.3.	ELASTISITAS PENDAPATAN	91
8.4.	ELASTISITAS SILANG	93

BAGIAN KEDUA PERILAKU KONSUMEN	95
---------------------------------------	-----------

BAB IX TEORIKONSUMEN : PENDEKATAN GUNA KARDINAL	96
--	-----------

9.1.	TEORI KONSUMEN	96
9.2.	PENDEKATAN GUNA KARDINAL	97
9.3.	GUNA BATAS YANG MENURUN	98
9.4.	HUBUNGAN ANTARA GUNA MARGINAL, GUNA TOTAL DAN GUNA RATA-RATA	100
9.5.	TITIK JENUH KONSUMSI	102
9.6.	ALOKASI PENDAPATAN	103
9.7.	TRANSAKSI TUKAR-MENUKAR	106
9.8.	MENURUNKAN KURVA PERMINTAAN	106

BAB X TEORI KONSUMEN : PENDEKATAN KURVA TAK-ACUH	111
---	------------

10.1.	PENDEKATAN KURVA TAK-ACUH	111
10.2.	KURVA TAK-ACUH DAN MEDAN TAK-ACUH	112
10.3.	SIFAT-SIFAT KURVA TAK-ACUH	114
10.4.	GARIS ANGGARAN PENGELUARAN	118
10.5.	EKULIBRIUM KONSUMEN	112
10.6.	KURVA KONSUMSI PENDAPATAN	124
10.7.	KURVA KONSUMSI - HARGA DAN KURVA PERMINTAAN	127

BAB XI ANALISIS KURVA TAK-ACUH LANJUTAN	130
11.1. ANALISIS PENGARUH HARGA	130
11.2. ELASTISITAS PERMINTAAN DAN KURVA KONSUMSI HARGA	134
11.3. BARANG-BARANG KOMPLEMENTER SEMPURNA	137
11.4. BARANG-BARANG SUBSTITUTIF SEMPURNA	140
BAB XII TEORI KONSUMEN : PENDEKATAN ATRIBUT	148
12.1. GARIS KOMBINASI ATRIBUT	148
12.2. GARIS DEPAN EFISIENSI	149
12.3. MEDAN INDIFEREN KONSUMEN	151
12.4. EKULIBRIUMKONSUMEN	151
DAFTAR ACUAN UTAMA	154
BEBERAPA SOAL LATIHAN	157
KOSAKATA (GLOSSARY)	162
KUNCI JAWABAN SOAL LATIHAN	173

Prakata

Buku ini merupakan salah satu dari serangkaian buku Seri Diktat Kuliah yang diterbitkan oleh penerbit Gunadarma, yang merupakan hasil revisi dan perluasan diktat *Pengantar Ekonomi Mikro* yang pernah diterbitkan sebelumnya. Berbeda dengan edisi sebelumnya, edisi sekarang ini banyak diwarnai oleh contoh penerapan teori, dan beberapa penggunaan persamaan matematik sangat sederhana dengan pertimbangan bahwa, Buku ini ditulis terutama untuk mereka yang baru pertama kali mempelajari teori ekonomi mikro yang nantinya akan berkecimpung dalam dunia perusahaan atau nantinya akan mempelajari *Analisa Ekonomi Untuk Perusahaan*, yang biasa disebut *Marginal Economic*. Buku berikutnya yang direncanakan akan berjudul *Ekonomi Mikro: Pengantar Analisa Ekonomi Untuk Perusahaan*, dari segi materinya dapat dianggap sebagai pelengkap buku ini, dari segi berat ringannya analisa dapat dianggap satu tingkat lebih lanjut daripada analisa yang disajikan dalam buku ini. Dari segi pendekatannya akan menyerupai buku pengantar *Managerial Economics*.

Dari keterangan di atas dapatlah kiranya dipahami bahwa buku ini lebih tepat untuk dipergunakan pada tahun pertama jurusan Manajemen dan Akuntansi pada Fakultas Ekonomi dan Akademi dalam bidang Manajemen dan Akuntansi, seperti misalnya Akademi Manajemen Perusahaan, Akademi Perniagaan, Akademi Perbankan, Akademi Akuntansi dan sebagainya, sebagai buku pegangan mata kuliah *Pengantar Ekonomi Mikro*. Sedangkan buku kedua yang berjudul *Ekonomi Mikro: Pengantar Analisa Ekonomi Untuk Perusahaan*, dalam penyajiannya sudah mulai dipergunakannya *matematika kalkulus sederhana* dan akan diperhatikannya beberapa aspek masalah perusahaan seperti misalnya aspek pemasaran, aspek finansial dan aspek persaingan, tepat kalau dipergunakan untuk mata kuliah bidang ekonomi mikro semester berikutnya (mata kuliah teori ekonomi mikro).

Dengan disertai ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua saja baik secara langsung maupun secara tidak langsung telah terwujudnya buku ini, penulis berharap semoga buku ini dapat ikut serta membantu khususnya para mahasiswa dalam usaha menyelami serta menghayati analisa ekonomi mikro untuk perusahaan.

Soedijono Reksoprajitno

Bab I Pendahuluan

1.1. ILMU EKONOMI

Masalah ekonomi timbul sebagai akibat adanya kenyataan-kenyataan di bawah ini:

1. jumlah dan macam ragam kebutuhan manusia sangat banyak, dan
2. alat pemuas kebutuhan, relatif dibandingkan dengan kebutuhan manusia tersebut di atas, sangat terbatas.

Dari masa pra sejarah sampai jaman modern seperti sekarang ini belum pernah di jumpai suatu masyarakat atau suatu bangsa yang kebutuhan hidupnya telah dapat terpenuhi seluruhnya. Masyarakat yang dikatakan masih primitif kebutuhan mereka baik jumlah maupun macamnya relaif tidak banyak bila dibandingkan dengan kebutuhan masyarakat modern. Akan tetapi oleh karena kemampuannya untuk menghasilkan barang-barang da jasa-jasa yang langsung dapat memenuhi kebutuhan mereka sangat kecil juga, maka banyak dari kebutuhan mereka yang pemenuhannya terbatas dalam angan-angan mereka belaka.

Dengan semakin majunya peradaban manusia, manusia menjadi semakin cerdas dan semakin banyak alat kapital yang mereka miliki; yang semuanya ini meningkatkan kemampuan mereka dalam menghasilkan barang-barang dan jasa-jasa yang selanjutnya dapat mereka pergunakan untuk memenuhi kebutuhan mereka. Akan tetapi meningkatnya kemampuan mereka menghasilkan barang-barang dan jasa-jasa tersebut hampir senantiasa diikuti, dibarengi, bahkan tidak jarang pula didahului oleh timbulnya kebutuhan-kebutuhan baru. Meningkatnya kebutuhan mereka tersebut demikian cepatnya, sehingga bangsa yang paling maju di dunia dewasa ini, masih pula merasakan keterbatasan mereka dalam memenuhi kebutuhan mereka yang semakin beraneka ragam tersebut.

Menghadapi kenyataan tidak dapat terpenuhinya semua kebutuhan mereka, maka dengan sadar atau tidak manusia bertendensi untuk bersikap *rasional*, yaitu sepanjang mereka mempunyai pilihan, mereka akan memilih pilihan yang mendatangkan manfaat sebesar-besarnya dari penggunaan alat pemuas kebutuhan tertentu, atau memilih pilihan yang menurut perhitungan mereka memerlukan korban paling kecil di antara pilihan-pilihan lain untuk maksud pemenuhan kebutuhan tertentu.

Ilmu yang mempelajari bagaimana manusia dalam usaha memenuhi kebutuhan-kebutuhannya mengadakan pemilihan di antara berbagai alternatif pemakaian atas alat-alat pemuas kebutuhan yang tersedianya relatif terbatas inilah yang kita sebut *ilmu ekonomi pemuas atau economics*.¹

1.2. EKONOMI MIKRO DALAM KERANGKA ILMU EKONOMI

Ilmu ekonomi biasa dibagi dalam tiga kelompok dasar, yaitu kelompok *ekonomi deskriptif*, kelompok *teori ekonomi* dan kelompok *ekonomi terapan*. Ekonomi deskriptif atau *descriptive economics*, mengumpulkan keterangan-keterangan faktual yang relevan mengenai sesuatu masalah ekonomi. Teori ekonomi yang biasa juga disebut *ekonomi theory* atau *economic principles*, yang selanjutnya dapat dipecah lagi ke dalam dua kelompok besar, yaitu kelompok *teori ekonomi mikro* dan kelompok *teori ekonomi makro*, tugas utamanya ialah mencoba menerangkan secara umum perilaku sistem perekonomian. Apabila yang merupakan materi pembahasan adalah perilaku pelaku-pelaku ekonomi yang berada di dalam sistem perekonomian, maka teori ekonomi tersebut masuk kategori teori ekonomi mikro. Sedangkan apabila yang merupakan materi pembahasan adalah mekanisme bekerjanya perekonomian sebagai suatu keseluruhan, maka teori ekonomi tersebut kita kategorikan sebagai teori ekonomi makro. Akhirnya, yang dilakukan oleh *ekonomi terapan*, atau *applied economics* ialah menggunakan hasil-hasil pemikiran yang terkumpul dalam teori ekonomi untuk menerangkan keterangan-keterangan yang dikumpulkan oleh ekonomi deskriptif.² Dengan menggunakan kerangka penggolongan ilmu ekonomi tersebut di atas dapatlah dikatakan bahwa materi yang disajikan dalam buku ini kalau dilihat isinya dapat dimasukkan ke dalam kelompok *teori ekonomi mikro*, yang lazim pula disebut *teori harga* atau *price theory*, dan yang biasa juga disingkat *ekonomi mikro* atau *microeconomics*.

1.3. PELAKU-PELAKU EKONOMI

Di atas telah disinggung bahwa ekonomi mikro berusaha menerangkan perilaku *pelaku-pelaku ekonomi*. Oleh karena itu ada manfaatnya apabila untuk sejenak perhatian kita, kita arahkan guna mengetahui macam kegiatan yang dilakukan oleh pelaku-pelaku ekonomi tersebut dan hubungan-hubungan yang lazim terjadi di antara mereka.

Dalam perekonomian manapun, baik primitif maupun modern, baik kapitalis, sosialis maupun komunis, dapat dibedakan tiga kelompok pengambil keputusan ekonomi yang untuk selanjutnya kita sebut *pelaku-pelaku ekonomi* atau *subyek-subyek ekonomi*. Ketiga kelompok pelaku-pelaku ekonomi tersebut ialah:

A. Rumah tangga keluarga,

¹Untuk menyelami berbagai macam definisi *ilmu ekonomi*, lihat misalnya, Paul A. Samuelson, *Economics*, Ninth Edition Tokyo: McGraw-Hill/Kagokusha, Ltd., 1973, hal. 3

²Mengenai penggolongan ilmu ekonomi lihat misalnya Alfred W. Stonier dan Douglas C. Hague, *A Textbook of Economic Theory* Third Edition New York: John & Sons Inc. 1964, hal. 1

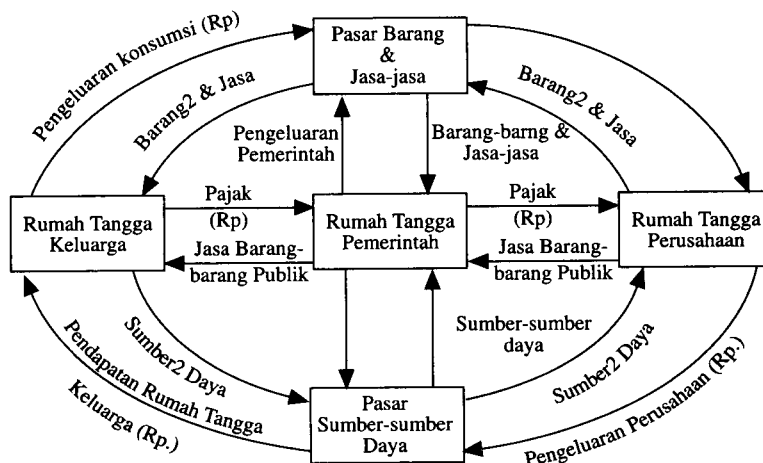
- B. Rumah tangga perusahaan, dan
- C. Rumah tangga pemerintah.

Dari ketiga kelompok tersebut masing-masing mempunyai pola aktivitas ekonomi tertentu yang sedikit banyak dipengaruhi oleh sistem perekonomian yang berlaku. Pada dasarnya kegiatan-kegiatan ekonomi yang khas bagi masing-masing golongan pelaku ekonomi tersebut di atas dapat kita ikhtisarkan sebagai berikut:

- A. *Rumah Tangga Keluarga*. Dalam literatur kelompok pelaku ekonomi ini biasa disebut sebagai *household*, dan dapat berupa organisasi keluarga atau dapat pula berupa orang perorangan. Orang perorangan kita anggap sebagai rumah tangga keluarga beranggota tunggal. Kegiatan-kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh rumah tangga keluarga pada pokoknya meliputi:
 - 1. menjual atau menyewakan sumber-sumber daya yang mereka miliki dengan mendapatkan pendapatan yang dapat berupa upah, gaji, sewa, bunga dan laba sebagai hasil penjualan atau hasil persewaan sumber-sumber daya mereka,
 - 2. membayar pajak,
 - 3. membeli dan mengkonsumsi barang-barang dan jasa-jasa pribadi yang dihasilkan oleh rumah-rumah tangga perusahaan, dan
 - 4. memanfaatkan jasa pemakaian barang-barang dan jasa-jasa publik yang disediakan oleh pemerintah.
- B. *Rumah Tangga Perusahaan*. Pelaku-pelaku ekonomi yang tergolong dalam kategori ini mempunyai bentuk yuridis yang bermacam-macam. Ada yang berbentuk perseorangan terbatas, persekutuan komanditer, persekutuan dengan firma, perusahaan perseorangan, perusahaan negara, koperasi dan sebagainya lagi. Rumah-rumah tangga perusahaan, yang dengan singkat kita sebut juga *produsen*, perusahaan atau badan usaha melaksanakan kegiatan-kegiatan ekonomi yang pada dasarnya adalah seperti di bawah ini:
 - 1. membeli sumber-sumber daya dari rumah-rumah tangga keluarga dan rumah tangga pemerintah,
 - 2. membayar pajak,
 - 3. memanfaatkan barang-barang dan jasa-jasa publik yang disediakan oleh pemerintah,
 - 4. menggunakan sumber-sumber daya seperti dimaksudkan di atas untuk menghasilkan barang-barang dan jasa-jasa, dan
 - 5. menjual barang-barang dan jasa-jasa yang mereka hasilkan, kepada rumah-rumah tangga keluarga, rumah tangga pemerintah, dan juga kepada sesama rumah tangga perusahaan.
- C. *Rumah Tangga Pemerintah*. Pelaku ekonomi ini, yang biasa hanya disebut pemerintah, menjalankan macam kegiatan ekonomi seperti berikut:
 - 1. membeli sumber-sumber daya, (untuk sistem perekonomian kita terutama sumber daya manusia), barang-barang dan jasa-jasa dari rumah-rumah tangga keluarga dan rumah-rumah tangga perusahaan,

2. dengan sumber-sumber daya, barang-barang dan jasa-jasa yang dibelinya, rumah tangga pemerintah menghasilkan serta menyajikan jasa barang-barang publik untuk dapat dimanfaatkan oleh rumah-rumah tangga keluarga dan rumah-rumah tangga perusahaan,
3. memungut pajak dari rumah-rumah tangga keluarga dan rumah-rumah tangga perusahaan dengan maksud antara lain untuk membiayai pembelian barang-barang, jasa-jasa serta sumber-sumber daya yang diperlukan seperti yang dimaksudkan pada butir ke 1 di atas,
4. bertindak sebagai pengatur perekonomian, pemerintah berkewajiban:
 - (a) mengusahakan pembagian pendapatan nasional yang adil,
 - (b) mengusahakan tingkat pendapatan nasional dan tingkat kesempatan kerja yang tinggi,
 - (c) mengusahakan tingkat harga yang relatif stabil, dan
 - (d) mengusahakan pertumbuhan ekonomi yang memadai.

Untuk mendapatkan gambaran yang lebih baik mengenai hubungan-hubungan ekonomi di antara ketiga pelaku ekonomi tersebut, kegiatan-kegiatan ekonomi seperti disebutkan di atas kita ikhtisarkan dalam bentuk *lingkaran aliran aktivitas ekonomi* yang biasa juga disebut *circular flow diagram* seperti terlihat pada Gambar 1.3.1.



Gambar 1.3.1. : Lingkaran Aliran Aktivitas Ekonomi

1.4. MATERI BAHAS EKONOMI MIKRO

Di atas telah diungkapkan bahwa cabang ilmu ekonomi yang dapat kita sebut *ilmu ekonomi mikro*, *teori ekonomi mikro*, *microeconomics*, atau singkatnya *ekonomi mikro*, biasa didefinisikan sebagai cabang ilmu ekonomi yang khusus mempelajari perilaku pelaku-pelaku ekonomi. Apabila kita berpegang teguh pada definisi ini kita harus

berkesimpulan bahwa materi-materi ilmu ekonomi mikro berupa perilaku ekonomi rumah tangga keluarga, perilaku ekonomi rumah tangga perusahaan dan perilaku ekonomi rumah tangga pemerintah.

Akan tetapi rupa-rupanya para pemikir ekonomi berfikir pragmatis. Dalam mengisi literatur ekonomi mikro para pemikir ekonomi tidak mau terikat kepada definisi ilmu ekonomi mikro seperti yang mereka lafalkan. Pertama-tama dapat diketengahkan bahwa dengan mendasarkan kepada pertimbangan bahwa transaksi yang dilakukan oleh pemerintah di samping nilainya secara keseluruhan sangat besar juga tujuan utamanya sering-sering adalah untuk mempengaruhi jalannya perekonomian, maka kebanyakan pemikir ekonomi tidak memasukkan teori perilaku ekonomi rumah tangga pemerintah ke dalam disiplin ilmu ekonomi mikro.³

Untuk singkatnya di bawah ini secara lebih lengkap diperinci materi bahas yang banyak termuat dalam buku-buku teks ekonomi mikro:

1. *Teori Konsumen*. Bagian daripada ilmu ekonomi mikro ini pada pokoknya membahas perilaku ekonomi rumah-rumah tangga keluarga dalam menggunakan penghasilan mereka yang jumlahnya terbatas untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka dengan memperoleh tingkat kepuasan yang maksimal. Selanjutnya dapat diketengahkan bahwa teori konsumen ini memberi dasar teoritik *konsepsi kurva permintaan konsumen*, suatu konsepsi yang peranannya sangat besar dalam kita mencoba menerangkan perilaku harga pasar.
2. *Teori Badan Usaha*. Bagian ini membahas tentang perilaku rumah tangga perusahaan dalam menentukan jumlah barang atau jasa yang dihasilkan, dalam menentukan harga satuan barang atau jasa yang dihasilkan, dan dalam menentukan kombinasi sumber-sumber daya yang dipergunakan dalam proses produksi, yang semuanya ini didasarkan kepada asumsi bahwa yang ingin dikejar oleh rumah tangga perusahaan adalah keuntungan sebesar-besarnya. Teori ini memberikan dasar teoritik *konsepsi kurva penawaran produsen*.
3. *Teori Harga Pasar*. Bagian daripada ilmu ekonomi mikro ini pada dasarnya membahas perilaku harga pasar barang-barang dan jasa-jasa. Teori ini, seperti disinggung di atas banyak memanfaatkan kesimpulan-kesimpulan teoritik teori konsumen dan teori badan usaha, khususnya konsepsi permintaan dan konsepsi penawaran yang dihasilkan oleh kedua teori tersebut.
4. *Teori Distribusi Pendapatan*. Bagian daripada ilmu ekonomi mikro ini mencoba menerangkan perilaku harga sumber-sumber daya, yang dapat berubah *upah* untuk sumber daya manusia, *bunga modal* untuk sumber daya modal, dan *sewa* untuk

³Penulis terkenal Kenneth E. Boulding, misalnya, membenarkan dimasukkannya apayang ia sebut *Economics of Government* ke dalam disiplin ilmu ekonomi mikro, sekalipun dilain pihak ia dapat menerima alasan mengapa *Economics of Government* tersebut pada umumnya dikelompokkan ke dalam disiplin ilmu ekonomi makro. Lihat Kenneth E. Boulding, *Economic Analysis, Volume II : Macroeconomics*, Fourth Edition, New York : Harper&RawPublishers, 1966, halaman 2.

sumber daya alam. Teori distribusi pendapatan ini banyak menggunakan kesimpulan teoritik teori rumah tangga perusahaan dan teori perilaku rumah tangga keluarga.

5. *Teori Keseimbangan Umum*. Teori-teori yang disebutkan di atas, yaitu teori konsumen, teori produsen, teori harga pasar dan teori distribusi pendapatan semuanya didasarkan kepada asumsi tidak adanya saling pengaruh mempengaruhi atau interdependensi antara kegiatan ekonomi pelaku ekonomi yang satu dengan kegiatan ekonomi pelaku ekonomi lainnya. Dunia yang nyata menunjukkan adanya hubungan interdependensi tersebut. Teori ekonomi mikro yang dalam usaha menerangkan pembentukan harga, penentuan kuantitas barang atau jasa yang dihasilkan dan yang dikonsumsi, dan sebagainya seperti yang telah diuraikan di atas, mengikut sertakan ke dalam analisis unsur *saling pengaruh mempengaruhi* di antara pelaku-pelaku ekonomi tersebut, biasa disebut *analisis keseimbangan umum* atau *general equilibrium analysis*.⁴
6. *Ekonomi Kemakmuran atau Welfare Economics*. Teori-teori ekonomi mikro seperti yang kita uraikan di atas, dari butir ke 1 sampai dengan butir ke 5, tidak satupun yang memperhatikan *skala preferensi masyarakat*. Di lain pihak cabang ilmu ekonomi mikro yang disebut *welfare economics*, dalam mencoba menerangkan perilaku konsumen, produsen, harga dan sebagainya memperhatikan norma-norma etik masyarakat.

1.5. RENCANA BUKU

Seperti diuraikan pada bagian *Pengantar*, buku ini disusun dengan tujuan untuk memberikan dasar bagi para pembaca yang ingin menyelami cabang ilmu ekonomi perusahaan yang terkenal dengan sebutan *managerial economics*. Berbeda dengan mereka yang mengkhususkan diri pada bidang *ekonomi umum* di mana *teori keseimbangan umum* dan *teori ekonomi kemakmuran* tidak boleh diabaikan, untuk mereka yang mengkhususkan diri pada *ekonomi perusahaan*, penguasaan teori konsumen, teori produsen, teori harga pasar dan teori distribusi pendapatan, kiranya cukup memadai untuk dipergunakan sebagai kebal guna mempelajari *managerial economics*.

Buku Ekonomi Mikro ini direncanakan terdiri dari dua jilid. Jilid pertama, yaitu buku ini, berisikan *teori harga pasar* yang mengisi Bagian I, dan *teori konsumen* yang mengisi Bagian II. Jilid kedua, yang akan diberi judul *Ekonomi Mikro: Pengantar Analisis Ekonomi untuk Perusahaan*, akan memuat antara lain teori-teori ekonomi mengenai fungsi produksi, fungsi biaya, fungsi pendapatan, bentuk-bentuk asar, dan teori distribusi pendapatan dengan meninjaunya terutama dari segi kepentingan pengambilan keputusan perusahaan.

⁴ Mengenai definisi *general equilibrium analysis*, lihat misalnya, Robert Haney Scott, *The Pricing System*, San Francisco : Holdenday, 1973, halaman 6.

Bab II Metodologi

2.1. METODOLOGI ILMU EKONOMI

Seperti telah disinggung di atas, ilmu ekonomi mencoba menerangkan perilaku umat manusia dalam menggunakan alat-alat pemuas kebutuhan yang adanya terbatas untuk memenuhi kebutuhan mereka yang bisa dikatakan jumlahnya tidak terbatas. Untuk mengetahui bagaimana tugas tersebut dilaksanakan, dalam bab ini kita sajikan beberapa pasal yang menyangkut metodologi.

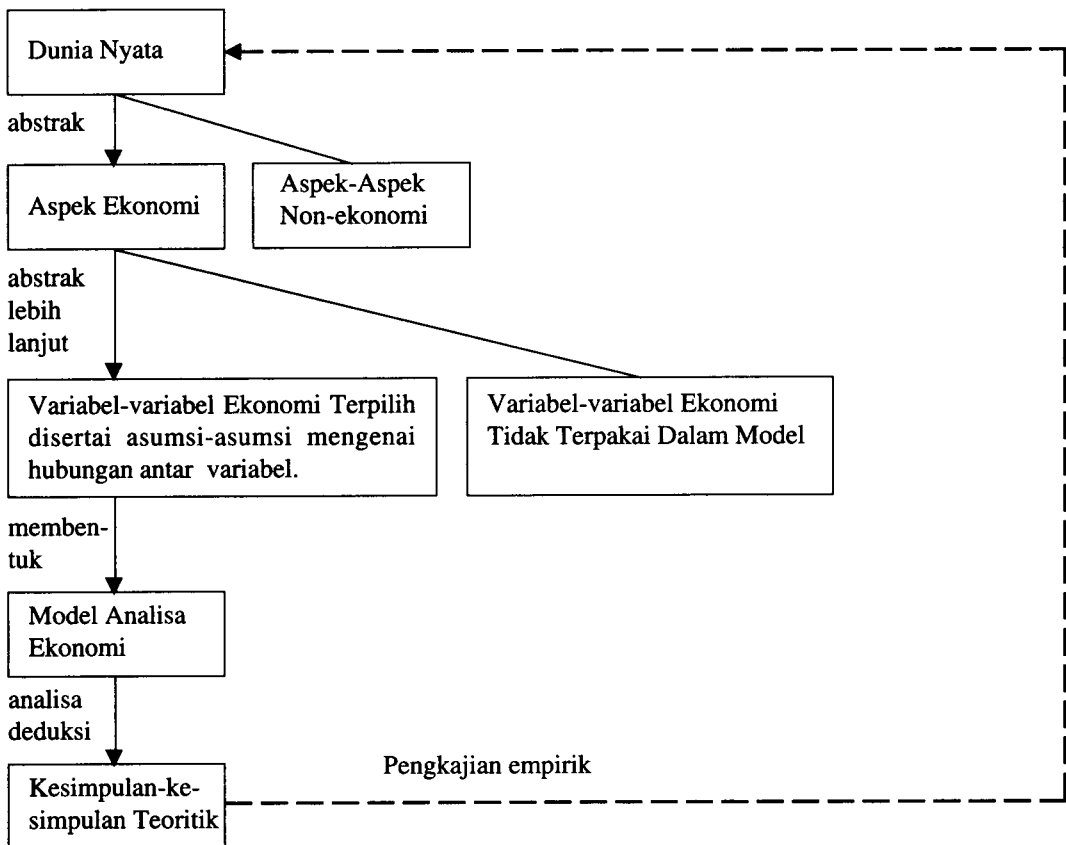
Gambar 2.1.1. mengkhitiskan secara garis besar urutan langkah-langkah kegiatan dalam ilmu ekonomi, khususnya yang menyangkut bidang teori. Pertama-tama kita perbicarakan sedikit mengenai dunia nyata. Menurut kenyataan dunia yang nyata amat sangat kompleks. Perbuatan seseorang demikian juga gejala-gejala yang terjadi dalam suatu perekonomian banyak faktor yang ikut mempengaruhi atau bahkan menentukannya. Faktor-faktor seperti misalnya politik, sosial, psikologi dan sebagainya lagi juga besar pengaruhnya terhadap perilaku seseorang atau suatu masyarakat. Teori ekonomi pada azasnya hanya menelaah salah satu dari sekian banyak aspek kehidupan seseorang atau suatu masyarakat, yaitu *aspek ekonominya*. Ini berarti bahwa kita dapat membedakan aspek-aspek ekonomi dari aspek-aspek lainnya, sekalipun kita tidak memisahkannya.

Oleh karena yang menarik perhatian kita hanyalah aspek ekonomi, maka aspek-aspek lainnya kita abaikan. Inilah yang kita sebut sebagai tindakan abstraksi. Uraian kita pada sub bab 1.3 mengenai pelaku-pelaku ekonomi misalnya, juga merupakan hasil abstraksi kenyataan.

Meskipun semua aspek yang bukan ekonomi, telah kita kesampingkan, namun masalahnya juga sering masih terlalu kompleks untuk bisa diperoleh gambaran yang jelas dan kesimpulan yang berarti, oleh karena pada umumnya tidak sedikit jumlah macam variabel ekonomi yang secara langsung ataupun tidak langsung mempunyai hubungan dengan masalah-masalah yang kita persoalkan. Oleh karena itu terpaksa memilih di antara variabel-variabel tersebut mana yang kita perkirakan mempunyai peranan yang besar, dan yang bisa dipakai dalam model analisis ekonomi yang akan kita bentuk. *Model analisis ekonomi atau economic model* oleh Robert Y. Awh didefinisikan sebagai konstruksi teoritik atau kerangka analitik yang terdiri dari satu rangkaian

asumsi-asumsi dari mana kesimpulan-kesimpulan kita turunkan.⁵ Di dalam menyusun model analisis ekonomi tersebut kita menentukan asumsi-asumsi mengenai hubungan-hubungan di antara variabel-variabel yang kita pilih tersebut.

Langkah selanjutnya ialah, dari asumsi-asumsi yang kita pilih dan kita susun sebagai *model ekonomi* tersebut kita turunkan kesimpulan-kesimpulan teoritik. Menurunkan kesimpulan-kesimpulan dari hal yang umum ke hal yang khusus biasa disebut melakukan *analisis deduksi*. Yang dilakukan oleh *teori ekonomi mikro* pada umumnya hanya sampai dengan langkah ini. Kesimpulan-kesimpulan teoritik ini nantinya dapat pula dipergunakan untuk menyusun model-model analisis ekonomi lainnya.



Gambar 2.1.1. : Langkah-langkah Dasar Penyusunan Teori Ekonomi

⁵Robert Y. Awh, *Microeconomics : Theory and Applications*, Santa Barbara : John Wiley & Sons. Inc., 1976, hal. 4.

Kesimpulan-kesimpulan teoritik yang dihasilkan tersebut apabila diturunkan secara betul dikatakan *berlaku secara abstrak universal*, yaitu berlaku di manapun juga dan bilamanapun juga, asalkan dipenuhi syarat bahwa kenyataan dalam dunia nyata sejalan dengan asumsi-asumsi yang terbentuk dalam *model analisis ekonomi* yang kita pakai. Apabila ternyata asumsi yang kita pakai tidak sesuai dengan dunia nyata, maka hasil kesimpulan yang kita turunkan tendensinya juga menyimpang dari kenyataan. Sebagai contoh misalnya saja:

Dengan menggunakan asumsi bahwa rumah tangga perusahaan selalu berusaha memaksimumkan keuntungan, kita sampai pada kesimpulan bahwa meningkatnya permintaan akan produk yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan akan mengakibatkan bertambah besarnya keuntungan yang diperoleh atau bertambah kecilnya kerugian yang diderita oleh perusahaan bersangkutan.

Bisa saja terjadi bahwa karena sesuai hal sebuah rumah tangga perusahaan tidak bersikap rasional; hingga meningkatnya permintaan akan produk yang dihasilkannya tidak mengakibatkan meningkatkan keuntungan, hal mana misalnya disebabkan tambahan hasil penjualan dipergunakan untuk membiayai bertambahnya jumlah karyawan perusahaan.

Apabila banyak kesimpulan-kesimpulan teoritik yang menyimpang dari kenyataan, maka kalau kita tidak hati-hati, kita dapat mengambil kebijaksanaan-kebijaksanaan yang hasilnya justru berlawanan dengan yang kita harapkan. Oleh karena itu kita perlu menguji validitas daripada teori dengan cara membandingkan kesimpulan-kesimpulan teoritik dengan dunia empirik. Pengujian teori tidak semudah yang kita ungkapkan, oleh karena sekali lagi dunia yang nyata sangat kompleks. Pada umumnya buku teks ekonomi mikro tidak mempersoalkan hal ini. Akhirnya dapat disebutkan di sini bahwa metode-metode yang banyak dipakai dalam melaksanakan pengkajian teori ekonomi secara empirik dapat diperoleh dalam literatur *statistik ekonomi* dan di bidang *ekonometrika*.

2.2. ASUMSI-ASUMSI YANG DIPAKAI TEORI EKONOMI MIKRO

Di atas telah disebutkan bahwa teori ekonomi, khususnya teori ekonomi mikro, bekerja dengan menggunakan asumsi-asumsi. Dari asumsi-asumsi tersebut ada yang berlaku sangat umum dalam arti dipakai oleh teori ekonomi, baik teori ekonomi mikro saja atau oleh teori ekonomi makro saja; dan akhirnya ada pula yang hanya dipakai untuk bagian-bagian tertentu ekonomi mikro maupun bagian-bagian tertentu ekonomi mikro. Di bawah ini disajikan sedikit uraian mengenai beberapa asumsi yang mendasari kebanyakan teori-teori ekonomi mikro.

A. *Asumsi Umum*. Asumsi asumsi di bawah ini dipakai baik oleh teori ekonomi mikro maupun kebanyakan teori ekonomi lainnya:

1. *Asumsi Rasionalitas*. Asumsi ini berlaku untuk semua teori ekonomi. Pelaku ekonomi yang diasumsikan bersikap rasional biasa disebut juga *homo ekonomikus* atau *economic man*. Penggunaan asumsi ini pada teori konsumen terwujud dalam bentuk asumsi bahwa rumah tangga keluarga senantiasa berusaha memaksimumkan kepuasan; yaitu yang dalam literatur terbiasa dengan sebutan *utility maximization*

assumption. Sebaliknya dalam teori rumah tangga perusahaan, asumsi yang sama terjelma dalam bentuk asumsi bahwa rumah tangga perusahaan senantiasa berusaha memperoleh keuntungan sebesar-besarnya. Asumsi ini dalam literatur dikenal sebagai *profit maximization assumption*.

2. *Asumsi Ceteris Paribus*. Sebutan lain untuk asumsi ini ialah asumsi *other things being equal* atau *lain-lain hal tetap sama* atau *lain-lain hal tidak berubah*. Yang dikehendaki oleh asumsi ini ialah bahwa yang mengalami perubahan hanyalah variabel yang secara eksplisit dinyatakan berubah, sedangkan variabel-variabel lain yang tidak disebutkan berubah, sepanjang dalam model analisis tidak diasumsikan sebagai variabel yang nilainya ditentukan oleh variabel lain harus dianggap tidak berubah.
3. *Asumsi Penyederhaan*. Meskipun asbtraksi sudah banyak sekali mengurangi kompleksnya permasalahan, agar supaya permasalahannya lebih mudah dianalisis dan difahami, sering-sering kita perlu menyederhanakan persoalan lebih lanjut. Misalnya saja menurut kenyataan jumlah macam barang dan jasa yang dihadapi rumah tangga keluarga tidak terhitung banyaknya. Akan tetapi, nanti akan kita saksikan misalnya pada Bab X, penggunaan analisis indifferen untuk menerangkan teori permintaan, jumlah macam barang yang bisa termuat dalam grafik paling banyak hanya dua. Ini memaksa kita menggunakan asumsi bahwa konsumen hanya menghadapi dua macam barang atau jasa.

B. *Asumsi Khusus Ekonomi Mikro*

Sebetulnya tidak banyak asumsi yang hanya dipergunakan oleh teori ekonomi mikro, dalam arti tidak dipergunakan sama sekali oleh teori ekonomi mikro. Hal ini kiranya mudah difahami kalau kita ingat bahwa yang membentuk perilaku perekonomian sebagai suatu keseluruhan tidak lain adalah perilaku para pelaku ekonomi itu sendiri, dengan demikian tidaklah mengherankan kalau kita jumpai bahwa teori ekonomi makro banyak menggunakan teori-teori atau kesimpulan-kesimpulan teoritik ekonomi mikro sebagai dasar analisisnya.

Oleh karena itulah maka yang kita maksud dengan asumsi khusus teori ekonomi mikro, hanyalah terbatas kepada asumsi-asumsi yang banyak dipakai oleh ekonomi mikro akan tetapi tidak selalu dipakai oleh teori-teori ekonomi yang lain. Dengan menggunakan batasan ini kita dapat menyebut beberapa contoh asumsi khusus teori ekonomi mikro. Antara lain yang penting ialah asumsi ekuilibrium parsial dan asumsi tidak adanya hambatan atas proses penyesuaian.

1. *Asumsi ekuilibrium parsial*. Untuk sebagian besar model-model analisis ekonomi mikro, seperti juga halnya dengan seluruh isi buku ini, didasarkan kepada asumsi berlakunya ekuilibrium parsial, yang mengasumsikan tidak adanya hubungan timbal-balik antara perbuatan-perbuatan ekonomi yang dilakukan oleh pelaku-pelaku ekonomi dengan perekonomian di mana pelaku-pelaku ekonomi tersebut berada. Misalnya saja, sebagai akibat berubahnya cita rasa, para konsumen tiba-tiba mengurangi pengeluaran konsumsinya. Kalau tidak dipergunakan asumsi ekuilibrium parsial, maka dalam kita membuat analisis kita harus memperhitungkan pengaruh penurunan pengeluaran

konsumsi tersebut terhadap pendapatan nasional, yang seterusnya juga terhadap pendapatan mereka, dan yang selanjutnya akan berpengaruh juga terhadap pola pengeluaran para konsumen tersebut. Dengan menggunakan asumsi ekuilibrium parsial unsur pemantulan semacam itu tidak kita perhatikan.

2. *Asumsi tidak adanya hambatan atas proses penyesuaian.* Kelak kita akan menyaksikan misalnya, apabila harga suatu barang mengalami perubahan, maka berapapun kecilnya perusahaan tersebut, selalu diasumsikan bahwa konsumen melaksanakan penyesuaian tersebut. Faktor-faktor, seperti misalnya faktor psikologi, sosiologi, politik dan sebagainya, dapat merupakan penghambat terhadap penyesuaian tersebut. Misalnya meskipun kita tahu bahwa dengan menurunnya harga barang Z, tingkat kepuasan akan meningkat dengan cara mengurangi konsumsi barang Y dan meningkatkan konsumsi barang Z, namun tidak dapat dijamin bahwa kita akan melaksanakan penyesuaian tersebut. Misalnya saja dikarenakan toko langganan kita tidak menjual barang Z, mungkin kita enggan untuk mengadakan penyesuaian tersebut. Dalam teori ekonomi mikro kita mengasumsikan bahwa hambatan-hambatan terhadap penyesuaian tersebut tidak ada.

C. *Asumsi khusus model analisis ekonomi mikro*

Di samping menggunakan asumsi umum teori ekonomi dan asumsi-asumsi khusus teori ekonomi mikro, seperti yang telah diuraikan di atas, kita juga menggunakan asumsi-asumsi yang lebih khusus lagi yaitu asumsi-asumsi yang hanya dipergunakan dalam model-model analisis tertentu. Asumsi-asumsi ini akan diuraikan pada waktu teori-teori atau model-model analisis bersangkutan kita bahas.

Bagian Pertama

Perilaku Harga Pasar

Bab III Permintaan

3.1. KURVA PERMINTAAN INDIVIDUAL

Yang dimaksud dengan *kurva permintaan individual* akan sesuatu barang ialah suatu kurva atau suatu daftar yang menunjukkan jumlah-jumlah suatu barang untuk setiap satuan waktu yang oleh seorang konsumen ingin dan sanggup untuk membelinya ingin mengetahui kurva permintaan konsumen A akan beras, kita dapat memperolehnya dengan cara menyodorkan daftar seperti terlihat pada Tabel 3.1.1 untuk diisi oleh konsumen A tersebut.

Tabel 3.1.1. : Tabel Permintaan Konsumen Individual

Daftar Permintaan Individual Akan Beras		Pada Gb. 3.1.1. Merupakan titik : (kolom 3)
Nama Konsumen : A		
Apabila harga beras per kg : (kolom 1)	Saya ingin dan sanggup membeli beras per bulan sebanyak : (kolom 2)	
Rp 0,-	16 kg	D _z
Rp 100,-	14 kg	b
Rp 200,-	12 kg	c
Rp 300,-	10 kg	d
Rp 400,-	8 kg	e
Rp 500,-	6 kg	f
Rp 600,-	4 kg	g
Rp 700,-	2 kg	h
Rp 800,-	0 kg	D
Rp 900,-	0 kg	k
Rp 1.000,-	0 kg	m

● 1. 1990年10月1日起，凡在我国境内销售货物的单位和个人，均须依法缴纳增值税。

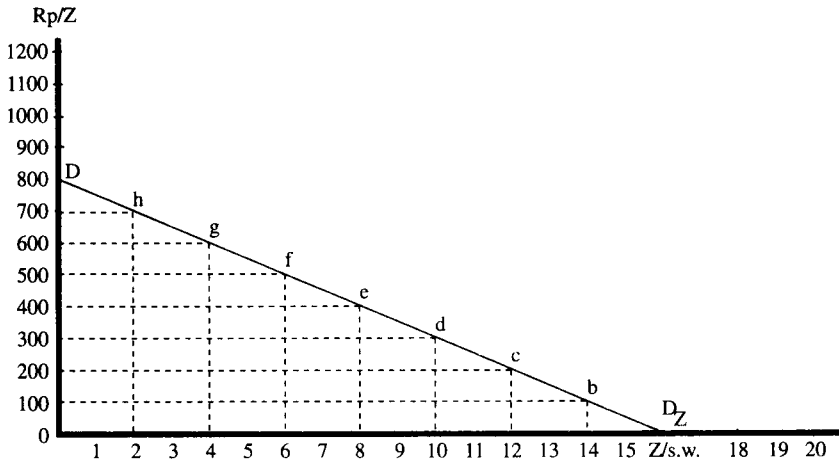
Di samping dapat diungkapkan dalam bentuk tabel, permintaan akan suatu barang dari seorang konsumen dapat pula diungkapkan dalam bentuk grafik atau dalam bentuk persamaan matematika. Kalau dalam bentuk tabel permintaan akan suatu barang sering disebut *skedul permintaan* atau *demand schedule*, atau juga bisa hanya disebut *tabel permintaan*. Kalau sebuah permintaan diungkapkan dalam bentuk grafik tepatnya disebut *kurva permintaan*, atau *garis permintaan* apabila permintaan diungkapkan dalam bentuk persamaan matematika seharusnya persamaan matematika tersebut dapat disebut sebagai *fungsi permintaan*.

Akan tetapi rupa-rupanya para ahli ekonomi berfikir pragmatis. Sepanjang yang dimaksud sama, istilah manapun boleh dipakai. Dengan sikap tersebut para ahli ekonomi kelihatannya paling suka menggunakan istilah-istilah *kurva permintaan* dan *skedul permintaan*. Istilah-istilah lainnya relatif jarang dipakai. Khusus untuk istilah *fungsi permintaan* perlu sekali dimintakan perhatian di sini bahwa seyogyanya tidak dipergunakan untuk menggantikan istilah kurva atau skedul permintaan. Adapun sebabnya ialah istilah *fungsi permintaan* oleh para ahli ekonomi dipergunakan dalam artian yang sedikit berbeda dengan istilah kurva permintaan. Kalau kurva atau skedul permintaan hanya menghubungkan kuantitas yang diminta dengan harga satuan barang tersebut, fungsi permintaan menghubungkan kuantitas yang diminta di samping dengan harga barang tersebut juga dengan faktor-faktor lainnya yang besar pengaruhnya terhadap jumlah barang yang konsumen ingin dan sanggup untuk membelinya, seperti misalnya, pendapatan konsumen yang bersangkutan, harga barang pengganti, harga barang komplementer dan cita rasa atau kesukaan si konsumen.⁶

Dalam bentuk grafik, kurva permintaan konsumen A akan beras terlihat sebagai garis DD_2 Gambar 3.1.1. Seperti halnya dalam kebanyakan literatur pada gambar tersebut sumbu vertikal dipergunakan untuk mengukur *harga satuan* barang bersangkutan, sedangkan sumbu horisontalnya dipakai untuk mengukur *kuantitas* barang yang bersangkutan.

Sumbu vertikal, oleh karena merupakan skala harga per satuan atau per unit barang, kita tandai dengan tanda Rp/Z, atau kadang-kadang hanya kita tulis HZ, atau bahkan hanya H, di mana H merupakan singkatan *harga*. Untuk mudahnya Z kita penggunaan sebagai barang yang kita permasalahan. Jadi yang kita sebut barang Z dapat pisang goreng, dapat baju, dapat sepeda, dapat jasa hiburan, dan seterusnya. Dalam contoh Tabel 3.1.1 yang dimaksud barang Z di sini adalah beras. Oleh karena pada kolom harga Tabel 3.1.1 harga dinyatakan per kilogram, maka tanda Rp/Z pada sumbu vertikal Gambar 3.1., dapat pula

diganti dengan tanda Rp/kg beras; yang maknanya yaitu harga dinyatakan dalam rupiah untuk tiap kilogram beras.

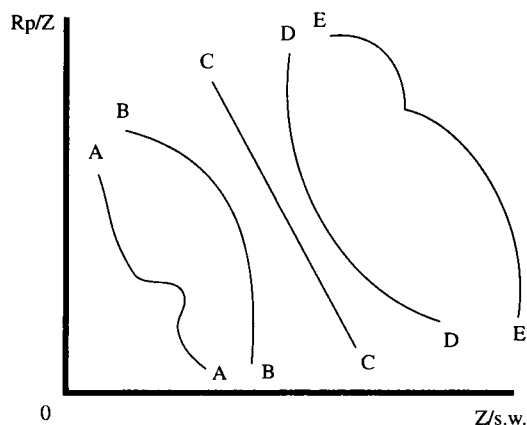


Gambar 3.1.1. : Permintaan Konsumen Individual Dalam Bentuk Grafik

Sumbu horisontal, di lain pihak, dipergunakan sebagai skala kuantitas. Pada gambar tersebut kita lihat tanda Z/s.w., yang cara membacanya ialah jumlah barang Z per satuan waktu. Kalau sumbu harga tentu saja dinyatakan dalam rupiah, yang oleh karenanya kita tandai Rp/Z; sumbu kuantitas dengan sendirinya dinyatakan dalam satuan fisik, yaitu misalnya dalam meter, desimeter, kilogram, kuintal, liter, mililiter, hektar, ekor, buah, biji, dan sebagainya lagi. Tetapi untuk mudahnya dalam literatur teori ekonomi biasanya tidak disebutkan. Tanda s.w. adalah singkatan *satuan waktu*. Satuan waktu ini dapat satu tahun, satu bulan, satu semester, satu jam, satu minggu dan sebagainya. Meskipun dalam literatur sering tidak disebut-sebut, namun dalam praktek kita tidak boleh melupakannya. Sebab kalau kita melupakannya, maka kurva permintaan yang kita perbincangkan tidak mempunyai arti sama sekali. Misalnya saja kalau ada pernyataan “Si A konsumsi berasnya tiga kilogram”. Dari pernyataan ini kita tidak dapat menyimpulkan apakah si A makannya luar biasa banyaknya, ataukah luar biasa sedikitnya, ataukah biasa, sebab kita tidak tahu apakah 3 kilogram tersebut per hari, per triwulan atau per tahun. Kalau satuan waktunya disebutkan, barulah pernyataan tersebut mempunyai arti. Yaitu apakah satuan waktunya satu hari, kita dapat mengatakan bahwa si A makannya nasi luar biasa banyaknya. Kalau suatu waktunya satu minggu, kesimpulan kita ialah si A makannya nasi cukupan, tidak luar biasa. Tetapi kalau satuan waktunya satu bulan atau lebih, kita bisa mengatakan bahwa si A makannya nasi luar biasa sedikitnya.

3.2. BENTUK-BENTUK KURVA PERMINTAAN

Kurva permintaan dalam contoh Tabel 3.1.1 dan Gambar 3.1.1 menggunakan asumsi bahwa hubungan antara jumlah barang Z yang diminta dengan harga per unit barang Z adalah negatif dalam arti bahwa lebih tingginya harga barang Z mengakibatkan lebih sedikitnya jumlah barang Z yang diminta, dan sebaliknya menurunnya harga barang Z mengakibatkan bertambahnya jumlah barang Z yang diminta. Dalam dunia yang nyata boleh dikatakan bahwa kurva permintaan konsumen individual untuk hampir semua barang dan jasa berlaku hubungan yang negatif antara perubahan harga dengan perubahan jumlah barang yang diminta. Hukum ekonomi yang mengungkapkan kenyataan ini biasa disebut sebagai *hukum permintaan* atau *the law of demand*. Kurva-kurva permintaan konsumen individual AA, BB, CC, DD dan EE pada Gambar 3.2.1 semuanya memenuhi hukum permintaan tersebut, mengingat bahwa masing-masing kurva permintaan tersebut bentuknya ke kanan menurun. Selanjutnya perlulah kiranya diketengahkan di sini bahwa untuk selanjutnya apabila kita menjumpai ungkapan *kurva permintaan dengan bentuk normal*, yang kita maksud ialah kurva-kurva permintaan yang memenuhi hukum permintaan tersebut.



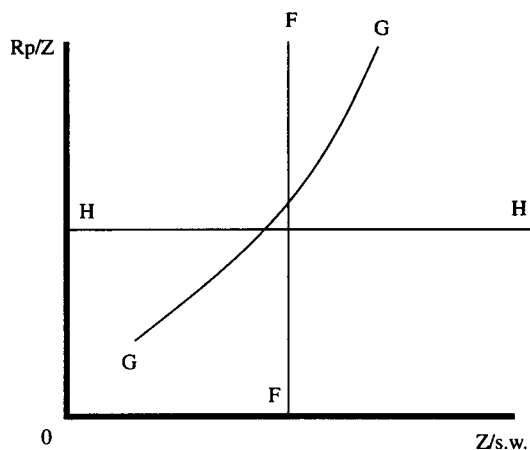
Gambar 3.2.1. : Beberapa Bentuk Kurva Permintaan Yang Memenuhi Hukum Permintaan.

Kurva-kurva permintaan yang tergolong sebagai menyimpang dari hukum permintaan kemungkinan ada tiga yaitu:

1. *Kurva Permintaan Sejajar dengan Sumbu Harga*. Pada Gambar 3.2.2 kurva permintaan FF memenuhi syarat ini. Kalau kita sudah sampai pada uraian mengenai elastisitas kita kan mengetahui bahwa kurva permintaan yang sejajar dengan sumbu harga disebut sebagai kurva permintaan *inelastik sempurna*.

Kurva permintaan konsumen individual yang inelastik sempurna ini banyak kita

jumpai dalam dunia yang nyata dengan catatan bahwa kemungkinan-kemungkinan harga yang jauh di atas harga yang berlaku tidak turut diperhitungkan dalam penggambaran kurva permintaan tersebut. Misalnya saja kurva konsumen individual akan beras. Untuk konsumen yang pendapatannya rendah, kenaikan harga beras bertendensi mengurangi jumlah beras yang diminta. Sebaliknya menurunnya harga beras bertendensi menaikkan jumlah beras yang diminta. Jadi dengan perkataan lain untuk para konsumen yang tergolong dalam kelompok konsumen ini berlaku hukum permintaan. Tidak demikian halnya dengan konsumen yang penghasilannya tinggi. Dengan harga beras yang berlaku konsumsi berasnya sudah mencapai titik jenuh, sehingga menurunnya harga beras tidak akan mempengaruhi jumlah beras yang ia minta. Ini berarti bahwa harga-harga di bawah harga yang sekarang berlaku kurva permintaan akan beras konsumen tersebut sejajar dengan sumbu harga. Apakah sejajarnya dengan sumbu harga ini berlaku juga untuk harga-harga di atas harga yang berlaku? Ini juga sebagian besar tergantung kepada pendapatan konsumen. Semakin tinggi pendapatan konsumen tendensinya semakin panjang bagian daripada kurva permintaannya yang sejajar dengan sumbu harga. Akan tetapi bagaimanapun tinggi pendapatan seseorang, tetap ada batasnya. Oleh karena itu kita tidak dapat mengharapkan untuk menemukan kurva permintaan yang sejajar dengan sumbu harga ke atas tanpa batas. Mulai harga tertentu pastilah kurva permintaan tersebut berbelok mendekat ke sumbu harga, dan akhirnya berimpit dengan sumbu harga. Sebaliknya semakin rendah pendapatan konsumen tendensinya semakin pendek bagian daripada kurva permintaannya yang sejajar dengan sumbu harga. Untuk mereka yang pendapatannya rendah bahkan dapat terjadi seluruh bagian kurva permintaan berlaku hukum permintaan dan tidak ada bagian yang sejajar dengan sumbu harga.



Gambar 3.2.2. : Bentuk-bentuk Kurva Permintaan Menyimpang Dari Hukum Permintaan

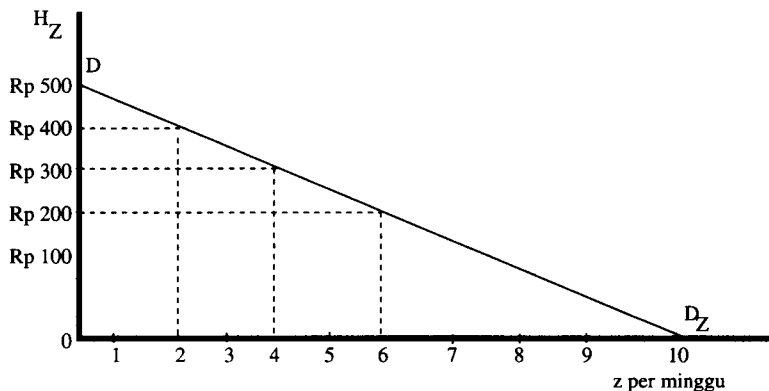
2. *Kurva Permintaan Mempunyai Bentuk ke Kanan Naik*. Hubungan antara harga dengan kuantitas dalam kasus ini adalah positif. Pada Gambar 3.2.2 kurva permintaan yang memenuhi ketentuan ini ialah kurva permintaan GG. Salah satu kurva permintaan yang berbentuk demikian ialah kurva permintaan akan *barang Giffen*. Sir Robert Giffen (1837-1910) pertama kali menemukan kenyataan bahwa meningkatnya harga kentang mengakibatkan bertambahnya jumlah kentang yang dikonsumsi masyarakat. Sebaliknya menurunnya harga kentang mengakibatkan berkurangnya jumlah kentang yang dikonsumsi masyarakat. Kasus yang diketemukan oleh Giffen ini terdapat di Irlandia. Oleh karena kasus ini berlawanan dengan hukum permintaan yang berlakunya sangat umum, maka kasus tersebut terkenal dengan sebutan *Giffen paradox*. Paradox Giffen ini terjadinya dapat diuraikan sebagai berikut. Pada waktu itu kentang bagi masyarakat Irlandia merupakan bahan makanan yang menguasai sebagian besar pendapatan mereka yang pada waktu itu masih sangat rendah. Dengan menurunnya harga kentang, maka jumlah uang yang dipergunakan untuk membeli kentang berkurang. Ini memungkinkan mereka mengalihkan sebagian dari pendapatannya untuk membeli daging. Dengan perut mereka yang besarnya terbatas maka konsumsi daging yang meningkat tersebut menyebabkan konsumsi kentang mereka kurangi. Kebanyakan pengamat ekonomi berpendapat bahwa dalam perekonomian modern seperti sekarang ini kasus barang Giffen tidak lagi mudah kita jumpai, sekalipun *barang-barang inferior* yang bukan barang Giffen masih, dan mungkin juga untuk waktu-waktu mendatang, tetap banyak kita jumpai.
3. *Kurva Permintaan Sejajar dengan Sumbu Kuantitas*. Dalam Gambar 3.2.2 kurva permintaan yang memenuhi ketentuan ini ialah kurva permintaan HH. Nanti kalau kita sudah sampai kepada permasalahan tentang elastisitas kita akan menemukan bahwa kurva permintaan yang sejajar dengan sumbu kuantitas biasa disebut kurva permintaan *elastik sempurna*. Kurva permintaan konsumen individual tidak mungkin mempunyai bentuk sejajar dengan sumbu kuantitas, mengingat bahwa dengan pendapatan yang jumlahnya terbatas dan bentuk kurva guna batas yang dimiliki konsumen yang menurun tidak memungkinkan konsumen yang rasional bertindak demikian.⁷ Sebelum kita meninggalkan uraian mengenai bentuk-bentuk kurva permintaan, perlu kiranya dicatat bahwa terlepas daripada kenyataan-kenyataan di atas, dalam kebanyakan literatur diasumsikan bahwa disamping kurva-kurva permintaan seperti yang terlukis pada Gambar 3.2.1, kurva permintaan dengan bentuk vertikal sejajar dengan sumbu harga, dan juga kurva permintaan dengan bentuk horisontal sejajar dengan sumbu kuantitas digolongkan sebagai *kurva-kurva permintaan berbentuk normal*. Untuk selanjutnya, kita juga akan menggunakan kebiasaan tersebut.

⁷Mengenai *menurunnya guna batas*, lihat antara lain halaman 125.

3.3. PERMINTAAN LAWAN JUMLAH YANG DIMINTA

Dalam percakapan sehari-hari kita jarang membedakan antara *permintaan* dengan *jumlah yang diminta*. Akan tetapi dalam kita menganalisis masalah-masalah ekonomi perbedaan antara *permintaan* dengan *jumlah yang diminta* relevan sekali. Sebab menurut pengertian ekonomi dapat terjadi permintaan bertambah tetapi jumlah yang diminta berkurang. Demikian pula sebaliknya dapat terjadi permintaan berkurang tetapi jumlah yang diminta bertambah.

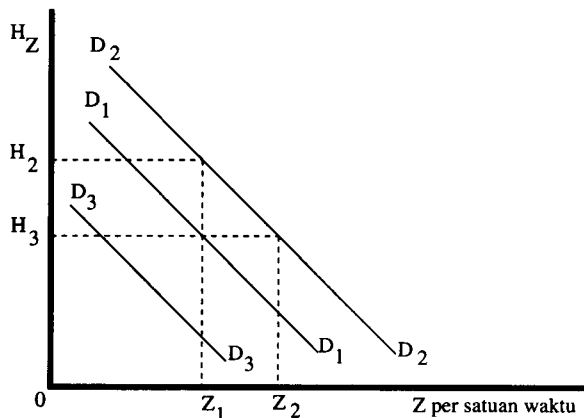
Dalam ilmu ekonomi yang dimaksud dengan permintaan adalah seluruh bagian dari sebuah kurva permintaan. Permintaan akan suatu barang dikatakan berubah apabila kurva permintaan mengalami perubahan. Apabila kurva permintaan tidak mengalami perubahan dikatakan *tidak ada perubahan permintaan*. Apabila kurva permintaan tidak mengalami perubahan, dalam arti tidak bergeser ke kanan atau ke kiri, ke atas atau ke bawah, yang mungkin berubah adalah *kuantitas yang diminta*. Dalam hal ini kuantitas yang diminta mengalami perubahan sebagai akibat daripada adanya *perubahan harga* barang tersebut, dan bukan sebagai akibat berubahnya permintaan. Untuk jelasnya kita perhatikan Gambar 3.1. dan Gambar 3.3.2.



Gambar 3.3.1. : Perubahan Jumlah Yang Diminta.

Dalam Gambar 3.3.1 di mana DD_z merupakan garis permintaan seorang konsumen akan barang Z dinyatakan dalam satuan waktu mingguan. Kalau harga per unit barang Z yang harus dibayar konsumen tersebut Rp 300 per kilogramnya, maka konsumen tersebut akan membeli barang Z sebanyak 4 kilogram tiap minggunya. Sekarang kalau harga perkilogramnya naik menjadi Rp 400 maka jumlah barang Z yang akan dibeli oleh konsumen tersebut per minggunya akan menurun menjadi 2 kilogram. Sebaliknya apabila harga turun menjadi Rp 200 per kilogram, konsumen tersebut akan membeli 6 kilogram untuk setiap minggunya. Dalam kejadian-kejadian seperti ini jumlah barang Z yang dibeli oleh konsumen tersebut berubah-ubah sebagai akibat daripada *perubahan*

harga barang bersangkutan, sedangkan garis permintaannya itu sendiri tidak mengalami perubahan, yaitu tetap DD_Z . Kejadian seperti inilah yang kita sebut *perubahan jumlah barang Z yang diminta* dan bukan *perubahan permintaan akan barang Z*. Selama garis permintaan itu tidak bergeser dari tempatnya yang semula permintaan tidak mengalami perubahan.



Gambar 3.3.2. : **Perubahan Permintaan**

Sekarang kita beralih pada Gambar 3.3.2 di mana D_1D_1 merupakan garis permintaan akan barang Z pada periode ke 1, D_2D_2 merupakan garis permintaan akan barang Z pada periode ke 2, dan D_3D_3 merupakan garis permintaan akan barang Z pada periode ke 3.

Pada gambar tersebut bergesernya garis permintaan dari D_1D_1 ke D_2D_2 merupakan *perubahan permintaan*. Oleh karena bergesernya ke kanan, atau dapat juga dikatakan ke atas, yang dengan perkataan lain menjauhi titik silang sumbu 0, dikatakan bahwa *permintaan akan barang Z bertambah*, yaitu dari D_1D_1 ke D_2D_2 . Sebaliknya kalau bergeser ke kiri, atau dapat pula dikatakan bergeser ke bawah, yaitu bergeser mendekat ke titik silang sumbu 0, yang dalam contoh kita terjadi di antara periode ke 2 dan ke 3, dikatakan bahwa *permintaan akan barang Z berkurang*, yaitu dari D_2D_2 ke D_3D_3 .

Mengenai apakah *bertambahnya* atau *meningkatnya* permintaan akan barang Z akan diikuti atau disertai dengan bertambahnya jumlah barang Z yang diminta tergantung kepada apakah meningkatnya permintaan tersebut disertai dengan perubahan harga barang Z ataukah tidak. Dengan menggunakan asumsi *ceteris paribus* atau *lain-lain hal tidak berubah* dapat dikatakan bahwa dengan meningkatkan permintaan akan barang Z berarti:

- (1) pada harga yang sama jumlah barang Z yang diminta lebih banyak daripada sebelumnya, dan
- (2) untuk membeli barang Z dengan jumlah yang sama konsumen mau membelinya dengan harga yang lebih tinggi daripada sebelumnya.

Dengan menggunakan Gambar 3.3.2 pernyataan (1) dapat kita saksikan, bahwa dengan meningkatnya permintaan akan barang Z dari D_1D_1 ke D_2D_2 , dengan harga satuan barang Z yang tidak berubah setinggi OH_1 , mengakibatkan jumlah barang Z yang dibeli bertambah dari semula sebanyak OZ_1 unit sekarang menjadi OZ_2 unit. Selanjutnya pernyataan (2) dapat kita tunjukkan bahwa dengan bergesernya kurva permintaan akan barang Z tersebut untuk memperoleh kuantitas barang Z yang jumlahnya sama sebesar OZ_1 unit, konsumen yang semula hanya mau membayarnya dengan harga OH_1 , sekarang mau membayarnya dengan harga OH_2 rupiah per unit.

3.4. BEBERAPA PENYEBAB PERUBAHAN PERMINTAAN

Sesudah kita mengetahui perbedaan antara *perubahan jumlah barang yang diminta* dengan *perubahan permintaan*, langkah selanjutnya ialah meneliti tentang faktor-faktor penyebab berubahnya permintaan. Dengan perkataan lain apa yang kita cari ialah kejadian-kejadian yang dapat mengakibatkan bergesernya kurva permintaan ke kanan atau ke kiri, ke atas atau ke bawah. Di bawah ini secara singkat diuraikan mengenai kejadian-kejadian tersebut.

1. *Perubahan Pendapatan Konsumen.* Untuk barang-barang yang normal, bertambah besarnya pendapatan yang diperoleh konsumen bertendensi mengakibatkan bergesernya kurva permintaan konsumen tersebut ke kanan. Menurunnya pendapatan si konsumen sebaliknya bertendensi menyebabkan bergesernya kurva permintaan konsumen tersebut ke kiri. Hanya untuk barang-barang yang *inferior*, yaitu barang konsumsi yang tidak disukai oleh konsumen dan hanya dikonsumsi kalau terpaksa, meningkatnya pendapatan konsumen bertendensi mengakibatkan menurunnya permintaan akan barang inferior tersebut. Misalnya untuk kebanyakan penduduk Indonesia, ketela merupakan bahan makanan pokok yang tidak begitu disukai. Dengan pendapatan yang rendah seorang konsumen terpaksa mengkonsumsi ketela sebagai bahan makanan pokok. Dengan meningkatnya pendapatan yang ia peroleh ia akan mengurangi permintaannya akan ketela. Ia berangsur-angsur menggantikan konsumsi ketelanya dengan konsumsi beras. Inferior tidaknya suatu barang merupakan suatu pengertian nisbi. Kita dapat mengatakan bahwa untuk bepergian dari Yogya ke Jakarta misalnya, jasa kereta api kelas III adalah inferior terhadap jasa kereta api kelas II, tetapi jasa kereta api kelas II ini adalah inferior juga yaitu terhadap jasa kereta api kelas I. Selanjutnya jasa kereta api kelas I adalah inferior terhadap jasa angkutan udara kelas ekonomi. Demikian seterusnya. Seorang konsumen dengan pendapatannya yang terhitung tidak tinggi misalnya dalam pengonsumsiannya jasa angkutan berada pada pemilihan antara jasa angkutan kereta api kelas III dan kelas II. Apabila pendapatannya suatu ketika menurun, maka permintaan akan jasa kereta api kelas III akan naik, sedangkan permintaan akan jasa kereta api kelas II menurun. Pada waktu yang sama konsumen lainnya berada pada pilihan antara jasa kereta api BIMA kelas I dan angkutan udara kelas ekonomi. Meningkatnya pendapatan konsumen tersebut bertendensi mengakibatkan bergesernya permintaan akan karcis pesawat terbang ke kanan dan bergesernya permintaan akan karcis kereta api BIMA kelas I ke kiri.

2. *Perubahan Harga Barang Pengganti.* Sebagai alat pemuas kebutuhan makan, daging ayam dan daging sapi bagi kebanyakan konsumen merupakan dua barang yang mempunyai *hubungan substitusi*, dalam arti bahwa daging ayam dapat menggantikan daging sapi sebagai lauk, atau sebaliknya daging sapi dapat menggantikan daging ayam sebagai lauk. Apabila demikian, maka dengan menurunnya harga daging ayam, permintaan akan daging sapi bertendensi menurun. Sebaliknya dengan meningkatnya harga daging ayam, maka kurva permintaan akan daging sapi akan bergeser ke kanan. Dari contoh-contoh ini kita dapat menarik kesimpulan bahwa apabila barang Y merupakan barang pengganti barang Z maka menurunnya harga barang Y akan mengakibatkan berkurangnya permintaan akan barang Z. Sebaliknya meningkatnya harga barang Y mempunyai tendensi mengakibatkan meningkatnya permintaan akan barang Z.
3. *Perubahan Harga Barang Komplementer.* Film dan alat pemotret misalnya, dikatakan mempunyai *hubungan komplementer*. Untuk menggunakan film diperlukan alat pemotret, sebaliknya alat pemotret tanpa adanya film tidak akan berfungsi. Mengingat akan adanya hubungan yang komplementer tersebut dapat diramalkan bahwa meningkatnya harga film akan menyebabkan berkurangnya permintaan akan alat pemotret. Sebaliknya, apabila harga alat pemotret menjadi lebih mahal dibandingkan dengan sebelumnya, maka kurva permintaan akan film mempunyai tendensi untuk bergeser ke kiri.
4. *Perubahan Cita Rasa Konsumen.* Cita rasa atau selera konsumen, mungkin disebabkan oleh perubahan umur, perubahan pendapatan, perubahan lingkungan dan sebagainya dapat mengalami perubahan. Perubahan tersebut dapat berupa meningkatnya kegemaran konsumen akan suatu barang atau jasa, dapat pula berupa menurunnya kegemaran tersebut. Menurunnya kegemaran akan suatu barang dengan sendirinya akan tercermin oleh bergesernya kurva permintaan konsumen individual tersebut ke kiri. Sebaliknya meningkatnya kegemaran akan suatu barang bagi seorang konsumen akan tercermin dalam bentuk bergesernya kurva permintaan akan barang tersebut ke kanan.

Dengan diketahuinya kejadian-kejadian yang dapat menyebabkan bergesernya kurva permintaan konsumen individual ke kanan atau ke kiri, ke atas atau ke bawah, mudalah kiranya difahami beberapa kesimpulan di bawah ini:

1. Dengan harga barang Z yang tidak berubah, meningkatnya pendapatan yang diterima oleh seorang konsumen bertendensi mengakibatkan jumlah barang Z yang diminta oleh konsumen tersebut bertambah. Sebaliknya, dengan harga barang Z yang tidak berubah, menurunnya jumlah pendapatan seorang konsumen bertendensi mengakibatkan jumlah barang Z yang diminta oleh konsumen tersebut berkurang. Pernyataan ini berlaku selama barang Z merupakan barang normal. Untuk *barang-barang inferior* yang berlaku adalah sebaliknya.
2. Dengan harga barang Z yang tidak berubah, menurunnya harga barang pengganti barang Z bertendensi mengakibatkan jumlah barang Z yang diminta oleh seorang konsumen berkurang. Sebaliknya dengan harga barang Z yang tidak berubah,

meningkatnya harga barang pengganti terhadap barang Z akan mengakibatkan jumlah barang Z yang diminta oleh konsumen bertambah.

3. Dengan harga barang Z yang tidak berubah, menurunnya harga barang yang mempunyai hubungan komplementer dengan barang Z bertendensi mengakibatkan bertambahnya jumlah barang Z yang diminta oleh seorang konsumen. Sebaliknya, dengan harga barang Z yang tidak berubah, meningkatnya harga barang yang mempunyai hubungan komplementer dengan barang Z bertendensi mengakibatkan berkurangnya jumlah barang Z yang diminta.
4. Dengan harga barang Z yang tidak berubah, bertambahnya kegemaran konsumen akan barang Z bertendensi mengakibatkan jumlah barang yang diminta oleh konsumen tersebut bertambah. Sebaliknya, dengan harga barang Z yang tidak berubah, kekurangan kegemaran seorang konsumen akan barang Z bertendensi mengakibatkan jumlah barang Z yang diminta oleh konsumen tersebut berkurang.

3.5. CATATAN MATEMATIKA

Seperti di atas telah kita singgung bahwa paling sedikit tersedia empat cara untuk mengungkapkan kurva permintaan, yaitu dengan menggunakan kata-kata, dengan menggunakan tabel, dengan menggunakan grafik dan yang terakhir ialah dengan menggunakan persamaan matematika. Dari ke empat cara tersebut masing-masing di samping mempunyai beberapa kelebihan juga mempunyai beberapa kelemahan. Tiga di antara cara tersebut sudah kita uraikan dan pula sudah banyak kita pergunakan. Yang perlu kita uraikan sekarang ialah cara yang ke empat, yaitu menggunakan persamaan matematika.

Kurva permintaan yang mempunyai bentuk garis lurus dalam bentuk persamaan garis dapat diungkapkan sebagai berikut:

$$Z = Z_0 + aH \dots\dots\dots (3.5.1)$$

di mana:

Z : jumlah barang Z yang diminta untuk setiap satu waktu

Z_0 : jumlah barang Z yang diminta pada harga satuan barang Z setinggi nol

H : harga satuan barang Z

$a = \frac{\Delta Z}{\Delta H}$: angka konstan yang menunjukkan besar kecilnya sudut kurva permintaan. Untuk barang-barang yang kurva permintaannya memenuhi hukum permintaan, angka konstan a mempunyai tanda minus.

Apabila Z_1 menunjukkan kuantitas barang Z yang diminta pada harga satuan setinggi H_1 dan Z_2 menunjukkan kuantitas barang Z yang diminta pada harga satuan setinggi H_2 , maka dengan menyelesaikan pasangan persamaan ganda:

$$\begin{array}{l} Z_1 = Z_o + aH_1 \\ Z_2 = Z_o + aH_2 \end{array} \quad \dots\dots\dots (3.5.2)$$

kita dapat menemukan nilai Z_o dan a .

Untuk jelasnya kita perhatikan kurva permintaan DD_z pada Gambar 3.1.1. Oleh karena kurva permintaan ini juga mempunyai bentuk *garis lurus*, maka untuk menemukan persamaan garis kurva permintaan tersebut kita cukup mengambil dua titik kedudukan pada kurva permintaan DD_z . Misalnya saja kita ambil titik d di mana $H = 300$, $Z = 10$ dan titik h di mana $H = 700$, $Z = 2$. Kalau angka-angka ini kita masukkan ke dalam pasangan persamaan (3.5.2) kita menemukan:

$$\begin{array}{l} 10 = Z_o + 300a \\ 2 = Z_o + 700a \end{array} \quad \dots\dots\dots (3.5.3)$$

Kalau pasangan persamaan ganda ini kita selesaikan, kita menemukan

$$Z = 16 \text{ dan } a = -0,02$$

Ini berarti bahwa kurva permintaan DD_z mempunyai persamaan garis:

$$Z = 16 - 0,02H \quad \dots\dots\dots (3.5.4)$$

Bab IV Penawaran

4.1. KURVA PENAWARAN INDIVIDUAL

Yang dimaksud dengan *kurva penawaran produsen individual*, yang dapat pula kita sebut secara lebih singkat *kurva penawaran individual* akan sesuatu barang adalah kurva yang menunjukkan jumlah-jumlah barang tersebut untuk setiap satuan waktu yang *sebuah* rumah tangga perusahaan ingin dan sanggup untuk menghasilkan dan menjualnya pada berbagai kemungkinan harga barang bersangkutan.

Seperti halnya dengan kurva permintaan, kurva penawaran dapat pula diperoleh dengan cara menyodorkan tabel seperti terlihat pada Tabel 4.1.1 yang kolom (2)nya diisi oleh pihak perusahaan bersangkutan. Kalau hasil pengisian terlihat seperti Tabel 4.1.1 tersebut, maka ini berarti bawah kita telah menemukan kurva atau *skedul penawaran individual barang Z perusahaan Firma Anda*.

Tidak berbeda dengan kurva permintaan, kurva penawaran juga dapat diungkapkan dalam bentuk *tabel*, dalam bentuk *grafik* atau dalam bentuk *persamaan matematik*. Kurva penawaran akan barang Z Firma Anda, kalau dinyatakan dalam bentuk grafik terlihat dalam Gambar 4.1.1 sebagai kurva SS_Z .

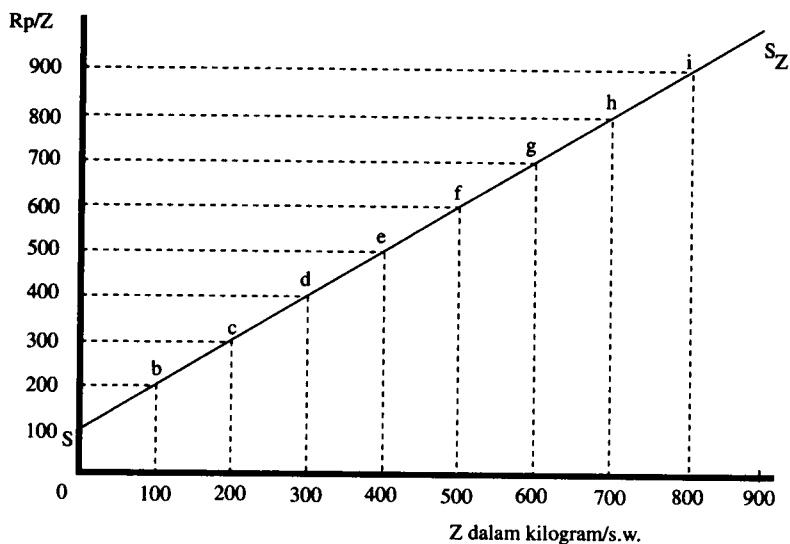
4.2. PENAWARAN LAWAN JUMLAH YANG DITAWARKAN

Pada waktu kita menerangkan permintaan, kita membedakan antara berubahnya permintaan dengan berubahnya jumlah yang diminta. Untuk penawaran juga demikian, kita perlu membedakan antara penawaran dengan *kuantitas yang ditawarkan*. Kalau penawaran yang dimaksud adalah seluruh kurva penawaran, sebaliknya kuantitas yang ditawarkan yang dimaksud ialah titik tertentu pada sebuah kurva penawaran. Ini berarti juga bahwa kita perlu membedakan antara *perubahan penawaran* dengan *perubahan jumlah yang ditawarkan*.

Kita perhatikan Gambar 4.2.1. Dengan kurva penawaran akan barang ZS_0S_0 , sebagai akibat meningkatkan harga barang Z dari semula setinggi OH_0 menjadi OH_1 , jumlah barang Z yang ditawarkan bertambah dari semula sejumlah OZ_0 sekarang menjadi sejumlah OZ_1 . Perubahan ini tidak dapat disebut sebagai bertambahnya penawaran, oleh karena kurva penawaran tidak bergeser ke kanan. Tetapi kita sebut sebagai *bertambahnya jumlah*

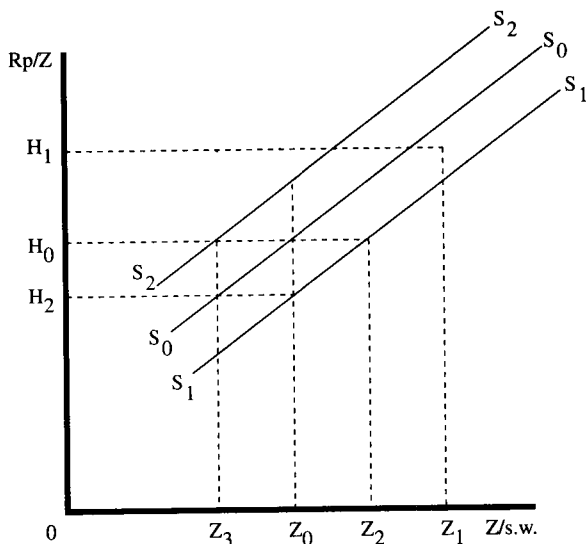
Tabel 4.1.1. : Skedul Penawaran Produsen Individual

Tabel Penawaran Individual Beras		
Rumah tangga perusahaan : FIRMA ANDA		
apabila harga barang Z perkilogram (1)	sayaingin dan bersediamenjual barang Z per satuan waktu (2)	pada gambar 4.1.1. merupakan titik : (3)
Rp 0,-	0 kilogram	O
Rp 100,-	0 kilogram	S
Rp 200,-	100 kilogram	b
Rp 300,-	200 kilogram	c
Rp 400,-	300 kilogram	d
Rp 500,-	400 kilogram	e
Rp 600,-	500 kilogram	f
Rp 700,-	600 kilogram	g
Rp 800,-	700 kilogram	h
Rp 900,-	800 kilogram	i



Gambar 4.1.1. : Kurva Penawaran Produsen Individual

barang Z yang ditawarkan, oleh karena perubahan tersebut hanya merupakan perpindahan dari satu titik ke titik lain, dengan nilai yang lebih besar pada kurva penawaran yang sama.



**Gambar 4.2.1. : Perubahan Penawaran Lawan
Perubahan Jumlah Yang Ditawarkan**

Apabila kurva penawaran bergeser, barulah dikatakan terjadi *perubahan penawaran*. Bergesernya kurva penawaran *ke kanan* atau *ke bawah*, misalnya dari S_0S_0 ke S_1S_1 dikatakan penawaran akan barang Z *meningkat* atau *bertambah*. Bertambahnya penawaran suatu barang dapat kita tandai: dengan harga barang yang tidak berubah, yang dalam contoh tetap setinggi OH_0 , jumlah barang Z yang ditawarkan bertambah menjadi OZ_2 , atau dengan kuantitas barang Z yang ditawarkan yang jumlahnya tetap sama, yaitu dalam contoh tetap sebanyak OZ_0 , produsen mau menerima harga penjualan barang Z yang lebih rendah daripada sebelumnya. Dalam contoh kita, dengan kuantitas yang sama sebesar OZ_0 produsen yang semula baru bersedia menjual jumlah tersebut dengan harga paling tidak setinggi OH_0 per unit, sekarang mau dibayar dengan harga OH_2 per unit.

Sebaliknya gejala ekonomi berupa bergesernya kurva penawaran *ke kiri* atau *ke atas*, misalnya dari semula S_0S_0 atau dari semula S_1S_1 ke S_2S_2 dikatakan adanya gejala *menurunnya penawaran barang Z*. Sebagai akibat menurunnya penawaran, maka dengan harga-harga yang sama, kuantitas barang Z yang ditawarkan berkurang. Misalnya kalau penawaran berkurang dari S_0S_0 ke S_2S_2 , maka dengan harga barang Z setiap setinggi OH_0 , jumlah barang Z yang ditawarkan berkurang dari semula sebanyak OZ_0 menjadi sebanyak OZ_3 .

Dari uraian di atas jelaslah bahwa kuantitas yang ditawarkan dapat berubah sebagai akibat berubahnya harga barang tersebut, berubahnya penawaran akan barang tersebut atau kombinasi kedua perubahan tersebut. Tetapi hendaknya diingat bahwa perubahan harga yang dibarengi oleh perubahan penawaran, meskipun kemungkinannya sangat kecil, bisa tidak mengakibatkan berubahnya jumlah yang ditawarkan.

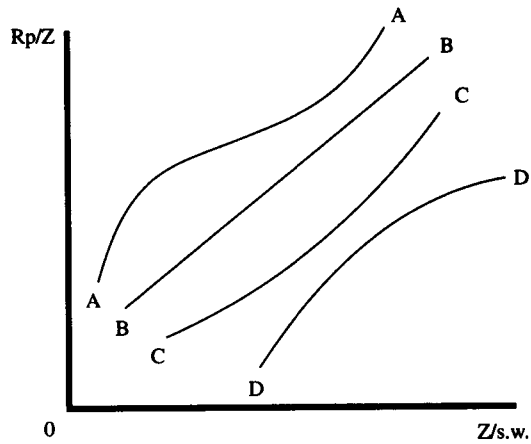
Mengenai *perubahan penawaran*, faktor-faktor penyebabnya bermacam-macam, antara lain ialah:

1. *Berubahnya harga input variabel*. Apabila harga faktor produksi variabel yang dipakai dalam menghasilkan suatu barang meningkat, maka tendensinya kurva penawaran akan barang yang dihasilkan tersebut bergeser ke atas atau ke kiri. Ini kita katakan bahwa penawaran akan barang tersebut berkurang atau menurun.
2. *Perubahan teknologi*. Misalnya dulu orang menanam padi tidak mempergunakan pupuk buatan. Sebagai akibat diketemukannya pupuk buatan, meskipun ongkos total per hektar naik, ongkos produksi pada per kuintalnya menurun. Ini mengakibatkan dengan harga jual padi yang tingginya sama petani bersedia menjual padi dengan jumlah yang lebih banyak. Gejala ini disebut bertambahnya penawaran padi.
3. *Perubahan produktivitas sumberdaya yang dipergunakan*. Iklim, misalnya, merupakan salah satu sumberdaya; yaitu tergolong sebagai sumberdaya alam. Dengan berubahnya sifat iklim, misalnya saja dinyatakan dalam curah hujan, kecepatan angin, temperatur dan sebagainya, dapat menyebabkan musim panen kadang-kadang sangat baik dan kadang-kadang mengalami kegagalan. Ini membawa akibat berupa bergesernya kurva penawaran ke kanan pada tahun-tahun panen berhasil baik dan ke kiri pada tahun-tahun panen mengalami kegagalan.

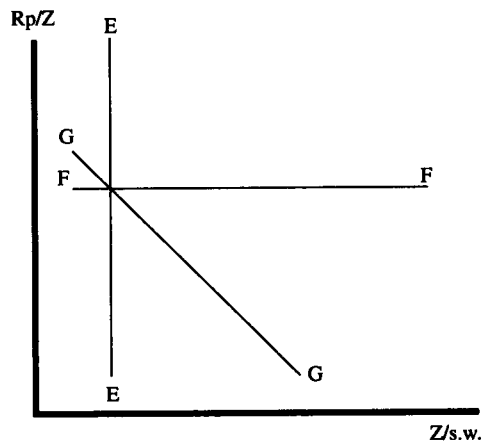
4.3. BENTUK KURVA PENAWARAN

Kalau kurva permintaan pada umumnya mempunyai bentuk ke kanan menurun, kurva penawaran akan suatu barang atau jasa pada umumnya mempunyai bentuk ke kanan naik. Sementara penulis menyebut kurva penawaran yang berbentuk ke kanan naik, dalam artian semakin tinggi harga jual suatu barang semakin banyak jumlah yang ditawarkan, sebagai kurva penawaran yang tunduk kepada *hukum penawaran*. Pada Gambar 4.3.1 kurva-kurva penawaran AA, BB, CC dan DD tunduk kepada hukum penawaran tersebut.

Di samping dengan bentuk yang dikatakan tunduk kepada hukum penawaran, sebetulnya masih ada bentuk-bentuk lainnya yang dalam praktek juga banyak kita jumpai. Gambar 4.3.2 memuat kurva-kurva penawaran yang tidak tunduk kepada hukum penawaran. Kurva EE dapat merupakan kurva penawaran untuk jangka waktu yang sangat pendek, yang karenanya dapat kita sebut sebagai *kurva penawaran seketika* atau *market period supply curve*, yaitu kurva penawaran untuk jangka waktu yang demikian pendeknya sehingga produsen sama sekali belum mampu untuk menambah atau mengurangi jumlah pemakaian faktor produksi. Kurva FF dan kurva GG kedua-duanya dapat merupakan *kurva penawaran jangka panjang*. Jangka panjangnya di sini dalam artian bahwa jangka waktu tersebut cukup panjang untuk memungkinkan produsen menyesuaikan pemakaian semua faktor



Gambar 4.3.1. : Beberapa Kurva Penawaran Yang Tunduk Kepada Hukum Penawaran.



Gambar 4.3.2. : Beberapa bentuk Kurva Penawaran Yang Tidak Tunduk Kepada Hukum Penawaran

produksi terhadap perubahan permintaan. Kurva FF merupakan *kurva penawaran jangka panjang dengan ongkos konstan* atau *constant cost long-run supply curve*, sedangkan kurva GG disebut sebagai *kurva penawaran jangka panjang dengan ongkos menurun* atau *decreasing cost long-run supply curve*.⁸

4.4. CATATAN MATEMATIKA

Menurunkan persamaan garis kurva penawaran caranya tidak berbeda dengan menurunkan persamaan garis kurva permintaan. Untuk kurva penawaran yang berbentuk garis lurus kita dapat menggunakan formula (3.5.2), yaitu:

$$\left. \begin{array}{l} Z_1 = Z_o + aH_1 \\ Z_2 = Z_o + aH_2 \end{array} \right\} \dots\dots\dots (3.5.2)$$

Berbeda dengan kurva permintaan yang pada umumnya memiliki angka koefisien arah yang bertanda minus, kurva penawaran pada umumnya memiliki angka koefisien arah yang bernilai positif.

Kalau kita misalnya ingin mengetahui persamaan garis kurva penawaran SS_z seperti terlihat pada Gambar 4.1.1 yang dinyatakan dalam bentuk tabel terlihat seperti pada Tabel 4.1.1, kita cukup mengambil dua buah titik kedudukan, yang nilai Z dan nilai H-nya kita masukkan ke dalam pasangan persamaan ganda (3.5.2). Misalnya saja kita ambil titik c dan titik g, maka kita menemukan:

$$\begin{array}{l} 200 = Z_o + 300a \\ 600 = Z_o + 700a \end{array}$$

Kalau persamaan ganda tersebut di atas kita selesaikan, kita menemukan:

$$\begin{array}{l} Z_o = -100 \\ a = 1 \end{array}$$

yang berarti bahwa kurva penawaran SS_z tersebut mempunyai persamaan garis:

$$Z = -100 + H$$

⁸Uraian lebih lanjut mengenai *kurva penawaran seketika*, dan *kurva penawaran jangka panjang*, lihat Sub-bab 5.5. halaman 52-56.

Bab V Teori Harga Pasar

Teori harga pasar merupakan teori ekonomi yang menerangkan perilaku harga pasar barang-barang atau jasa-jasa individual. Isi teori harga pasar intinya ialah: *harga suatu barang atau jasa yang pasarnya kompetitif tinggi rendahnya ditentukan oleh permintaan pasar dan penawaran pasar*. Oleh karena itu dalam bab ini berturut-turut akan diuraikan mengenai permintaan pasar, penawaran pasar, harga pasar ekuilibrium, perubahan harga pasar, dan pengaruh perubahan permintaan terhadap harga pasar ditinjau dari dimensi waktu. Di samping itu beberapa hal penting yang menyangkut teori harga pasar juga disajikan pada bagian-bagian akhir bab ini.

5.1. PERMINTAAN PASAR

Permintaan pasar suatu barang merupakan kurva gabungan atau hasil penjumlahan kurva-kurva permintaan individual akan barang tersebut yang terjangkau oleh sebuah pasar. Sebagai contoh misalnya saja: rumah-rumah tangga keluarga yang terjangkau oleh sebuah pasar mengenai pola permintaannya akan barang Z dapat dibedakan ke dalam tiga golongan, yaitu golongan pendapatan tinggi menengah dan rendah, yang masing-masing golongan tiap anggotanya berturut-turut mempunyai kurva permintaan individual yang terbentuk oleh angka-angka kolom (1) dan (2), kolom (1) dan (3), dan kolom (1) dan (4) Tabel 5.1.1, serta berturut-turut mempunyai jumlah anggota: 1000 orang, 2000 orang dan 5000 orang.

Berdasarkan data kurva-kurva permintaan individual tersebut di atas kita dapat menurunkan kurva permintaan kolektif untuk masing-masing golongan pendapatan.

Oleh karena kurva permintaan pasar merupakan kurva permintaan kolektif yang mencakup seluruh permintaan individual yang terdapat dalam suatu daerah pasar, maka pasangan kolom (1) dan kolom (8) membentuk kurva permintaan pasar barang Z, di mana kolom (8) angka-angkanya merupakan hasil penjumlahan angka-angka kolom (5), kolom (6) dan kolom (7), dan di mana:

Kolom (5) = nilai angka kol (2) x 1000

Kolom (6) = nilai angka kol (3) x 2000

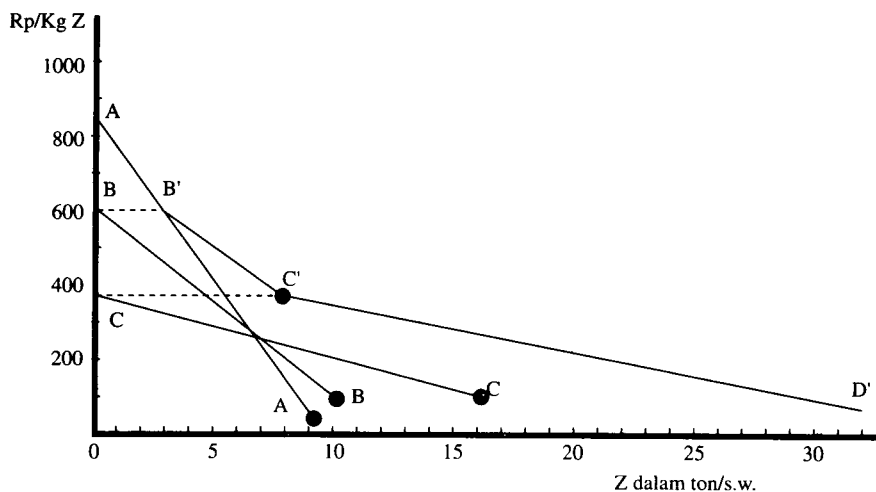
Kolom (7) = nilai angka kol (4) x 5000

Pengungkapan dengan menggunakan grafik untuk kurva-kurva permintaan tersebut dimuat pada Gambar 5.1.1. Pada Gambar ini: kurva AA merupakan kurva permintaan

Tabel 5.1.1. : Permintaan Individual dan Permintaan Pasar

Harga per kg barang Z (1)	Permintaan Individual GrupPendapatan			Permintaan Kolektif GrupPendapatan			Pasar (8)
	Tinggi (2)	Menengah (3)	Rendah (4)	Tinggi (5)	Menengah (6)	Rendah (7)	
Rp 900	0	0	0	0	0	0	0
Rp 800	1 kg	0	0	1000 kg	0	0	1 ton
Rp 700	2 kg	0	0	2000 kg	0	0	2 ton
Rp 600	3 kg	0	0	3000 kg	0	0	3 ton
Rp 500	4 kg	1 kg	0	4000 kg	2000 kg	0	6 ton
Rp 400	5 kg	2kg	0	5000 kg	4000 kg	0	9 ton
Rp 300	6 kg	3 kg	1 kg	6000 kg	6000kg	5000 kg	17 ton
Rp 200	7kg	4 kg	2 kg	7000 kg	8000 kg	10000 kg	25 ton
Rp 100	8 kg	5 kg	3 kg	8000 kg	10000 kg	15000 kg	33 ton

konsumen kolektif golongan masyarakat berpendapatan tinggi, yang dalam Tabel 5.1.1 terbentuk dari pasangan angka-angka pada kolom (1) dan kolom (5); kurva BB merupakan kurva permintaan kolektif golongan masyarakat berpendapatan menengah yang dalam tabel terbentuk dari pasangan angka-angka kolom (1) dan kolom (6); dan kurva CC merupakan kurva permintaan kolektif golongan masyarakat berpendapatan rendah yang angka-angkanya pada tabel termuat dalam bentuk pasangan kolom (1) dan (7). Akhirnya, kurva AB'C'D' merupakan kurva permintaan pasar barang Z, yang pada Tabel 5.1.1 terbentuk dari pasangan angka-angka kolom (1) dan kolom (8).



Gambar 5.1.1. : Permintaan Konsumen Individual dan Kurva-Kurva Permintaan Kolektif

5.2. PENAWARAN PASAR

Penawaran pasar suatu barang merupakan kurva gabungan atau kurva hasil penjumlahan kurva-kurva penawaran individual akan barang tersebut yang terjangkau oleh sebuah pasar. Mengenai cara menurunkan kurva penawaran pasar sama seperti menurunkan kurva permintaan pasar dari kurva-kurva permintaan individual.

Sebagai contoh misalnya, dalam sebuah daerah pasar terhadap 300 produsen barang Z yang masing-masing memiliki *kurva penawaran produsen individual* dengan persamaan garis:

$$Z_i = -10 + 0,1H \dots\dots\dots (5.2.1)$$

di mana

Z_i = jumlah barang Z yang sebuah rumah tangga perusahaan bersedia untuk menjualnya dinyatakan dalam kilogram per satuan waktu.

H = Harga per kilogram barang Z dalam rupiah.

Dari perusahaan kurva penawaran individual yang diketahui kita dapat menemukan persamaan kurva penawaran pasar barang Z. Oleh karena jumlah produsen barang Z sebanyak 300, maka kurva penawaran pasar mempunyai persamaan garis:

$$\begin{aligned} Z &= 300 \quad Z_j = 300 (-10 + 0,1H) \\ Z &= -3000 + 30H \dots\dots\dots (5.2.2) \end{aligned}$$

di mana

Z = jumlah barang Z dalam kilogram yang dihasilkan oleh semua produsen barang Z.

Dalam bentuk tabel kurva-kurva penawaran Z terlihat seperti pada Tabel 5.2.1. Pada tabel ini pasangan kolom (1) dan (2) membentuk kurva penawaran individual barang Z, sedangkan pasangan kolom (1) dan (3) membentuk kurva penawaran pasar barang Z.

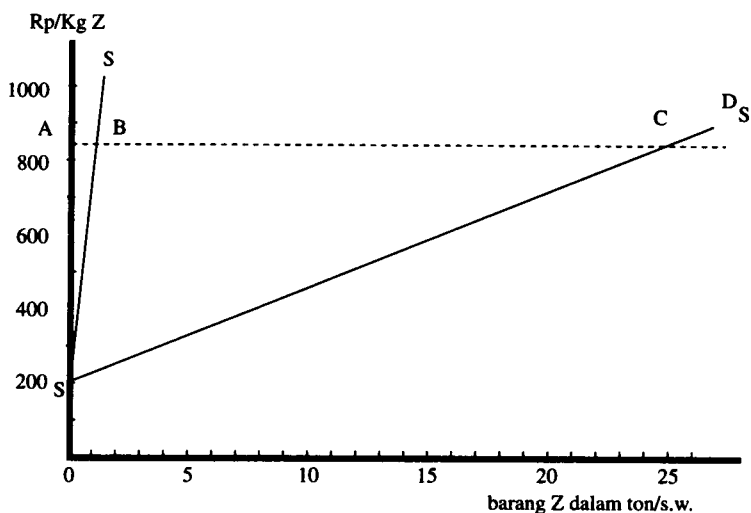
Kurva penawaran produsen individual akan barang Z dan kurva penawaran pasar barang Z dalam bentuk grafik diungkapkan berturut-turut sebagai garis Ss dan SSz. Gambar 5.2.1. Oleh karena dari ketiga ratus rumah tangga perusahaan yang tercakup dalam daerah pasar mempunyai garis penawaran individual yang sama, maka dengan sendirinya kurva penawaran pasar SSz tentu bermula dari titik pertemuan kurva penawaran individual Ss dengan sumbu harga. Selanjutnya dapat pula dikemukakan bahwa jarak titik-titik kedudukan pada kurva penawaran pasar SSz ke sumbu harga selalu sama dengan 300 z jarak antar titik-titik kedudukan kurva penawaran individual terhadap sumbu harga. Titik kedudukan C pada garis SSz misalnya, jaraknya dari A sama dengan 300 x jarak AB

5.3. HARGA PASAR

Setelah kita mengetahui hal ihwal mengenai kurva permintaan pasar dan kurva penawaran pasar, kita dapat menerangkan terbentuknya harga pasar. Untuk ini kita perhatikan Gambar

Tabel 5.2.1. : Penawaran Individual dan Penawaran Pasar

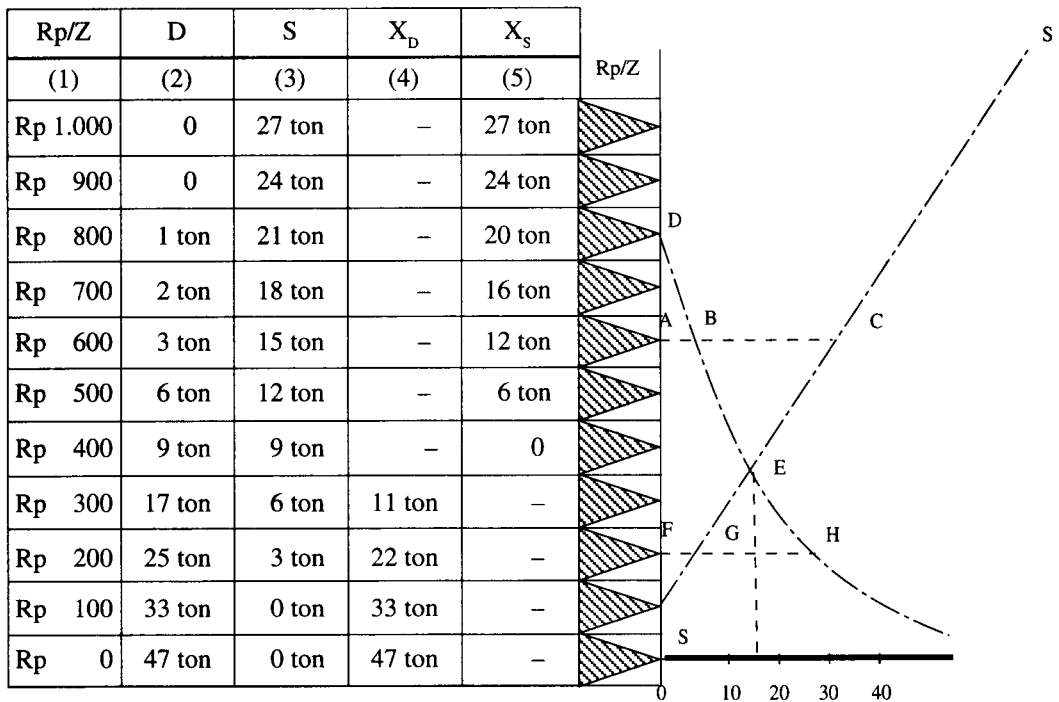
Harga Per kg barang Z	Jumlah barang Z yang seorang produsen ingin menjual	Jumlah barang Z yang seluruh produsen ingin menjual
(1)	(2)	(3)
Rp 1000	90 kg	27 ton
Rp 900	80 kg	24 ton
Rp 800	70kg	21 ton
Rp 700	60 kg	18 ton
Rp 600	50kg	12 ton
Rp 500	40 kg	9 ton
Rp 400	30 kg	6 ton
Rp 300	20 kg	3 ton
Rp 200	10 kg	0
Rp 100	0	0
Rp 0	0	



Gambar 5.2.1. : Kurva Penawaran Individual dan kurva Penawaran pasar

5.3.1. di mana pada tabel disampingnya dimuat nilai-nilai variabel-variabel berikut :

- (1) Kemungkinan harga satuan barang Z,
- (2) Jumlah barang Z yang diminta (D) persatuan waktu,
- (3) Jumlah barang Z yang ditawarkan (S) persatuan waktu,
- (4) *Excess demand* atau *kelebihan permintaan* (X_D), yang merupakan kelebihan jumlah yang diminta (D) dari jumlah yang ditawarkan (S),
- (5) *Excess supply* atau *kelebihan penawaran* (X_S), yang merupakan kelebihan jumlah yang ditawarkan (S) dari jumlah yang diminta (D).



Gambar 5.3.1. : **Harga Pasar**

Dari gambar jelas bahwa titik potong antara kurva permintaan pasar (DD) dan kurva penawaran pasar (SS) terdapat pada harga per satuan barang Z setinggi Rp 400 dan jumlah yang dijual-belikan sebanyak 9 ton. Pada harga tersebut nilai X_D maupun X_S masing-masing sebesar nol, yang mempunyai makna bahwa pada harga Rp400/Z tidak terdapat kelebihan permintaan ataupun kelebihan penawaran. Jumlah yang para konsumen ingin dan sanggup membelinya sama dengan jumlah yang oleh para produsen ingin dan sanggup untuk menjualnya. Dalam keadaan seperti ini dengan sendirinya tidak timbul adanya gejala perubahan harga barang Z. Oleh karena itu harga Rp 400/Z dalam contoh di atas, yaitu harga setinggi titik potong antara kurva permintaan pasar dengan kurva penawaran pasar, disebut sebagai *harga ekuilibrium* barang Z.

Pasar barang atau jasa dikatakan berada dalam keadaan *disekuilibrium* apabila harga barang atau jasa tersebut serta kuantitas yang ditawarkan dan atau yang diminta mempunyai kecenderungan untuk mengalami perubahan. Keadaan ini terjadi apabila harga yang terjadi di pasar berada di atas atau di bawah harga ekuilibrium. Pada harga Rp600/Z misalnya, jumlah yang diminta sebanyak 3 ton, yaitu sepanjang AB, sedangkan jumlah yang ditawarkan sebanyak 15 ton, yaitu sepanjang AC. Oleh karena itu terdapat *kelebihan penawaran* atau *excess supply* sebanyak 15 ton - 3 ton = 12 ton. Yang dalam grafik $XS = AC - AB = BC$.

Adanya kelebihan penawaran mempunyai makna bahwa barang yang dihasilkan oleh produsen sebagian, yaitu sebesar kelebihan penawaran, tidak laku terjual. Untuk menghindari kerugian yang lebih besar, maka tendensinya produsen yang menghadapi kelebihan penawaran menurunkan harga jualnya. Oleh karena konsumen bersikap rasional dan barang yang dibelinya homogen maka mereka cenderung memilih untuk membeli yang lebih murah. Ini berarti harga pasar barang Z menurun. Menurunnya harga barang Z akan diikuti oleh meningkatnya jumlah barang Z yang diminta dan menurunnya jumlah barang Z yang ditawarkan. Dengan demikian, yaitu sebagai akibat meningkatnya nilai D dan menurunnya nilai S, jumlah kelebihan penawaran akan mengecil. Meskipun mengecil, selama kelebihan penawaran masih kita jumpai, harga barang Z bertendensi terus menurun.

Sebaliknya pada harga-harga di bawah titik potong kurva permintaan pasar dengan kurva penawaran pasar, terjadi *kelebihan permintaan*. Pada harga Rp200/Z misalnya, yang dalam grafik adalah OF, jumlah yang ditawarkan hanya sebanyak 3 ton atau FG, sedangkan yang diminta 25 ton atau FH. Ini berarti terdapat kelebihan permintaan sebesar 22 ton atau GH. Dengan adanya kelebihan permintaan berarti ada sebagian dari keinginan untuk membeli barang Z yang tidak terpenuhi. Oleh karenanya untuk dapat memperoleh barang Z dengan jumlah seperti yang diinginkan, konsumen tendensinya mau menawar dengan harga yang lebih tinggi. Akibatnya harga pasar barang Z naik. Naiknya harga barang Z bertendensi menurangi jumlah barang Z yang diminta dan meningkatkan jumlah barang Z yang ditawarkan. Dan karenanya juga memperkecil kelebihan permintaan. Pada harga Rp 300/Z misalnya kelebihan permintaan tinggal sebanyak 11 ton. Akan tetapi meningkatnya harga barang Z disitu, sebab pada harga Rp 300/Z tersebut masih kita jumpai adanya kelebihan permintaan. Meningkatnya harga akan terhenti pada ketinggian Rp 400/Z yaitu di mana tidak ada kelebihan permintaan maupun kelebihan penawaran.

Uraian di atas dapat kita ringkas sebagai berikut :

1. Harga di atas titik potong antara kurva permintaan dengan kurva penawaran mengakibatkan adanya kelebihan penawaran. Kelebihan penawaran akan mengakibatkan harga barang tersebut turun. Penurunan harga tersebut mengakibatkan mengecilnya kelebihan penawaran. Selama masih terdapat kelebihan penawaran masih akan terjadi proses penurunan harga yang diikuti oleh menurunnya kelebihan penawaran. Penurunan harga akan terhenti setelah kelebihan penawaran mencapai nol. Keadaan ini tercapai pada harga yang ditunjukkan oleh titik potong antara kurva permintaan dengan kurva penawaran pasar.

2. Pada harga-harga di bawah titik potong antara kurva permintaan pasar dengan kurva penawaran pasar juga disebut harga *disekuilibrium* dan mengakibatkan adanya *kelebihan permintaan*. Kelebihan permintaan akan mengakibatkan meningkatnya harga. meningkatnya harga mengurangi besarnya kelebihan permintaan. Proses ini akan terus berjalan selama harga yang terjadi masih berada di bawah titik potong antara kurva permintaan dan penawaran pasar. Setelah harga mencapai ketinggian titik potong tersebut barulah proses perubahan harga terhenti.
3. Titik potong antara kurva permintaan pasar dengan kurva penawaran pasar disebut *titik ekuilibrium*. Harga setinggi yang ditunjukkan oleh *titik ekuilibrium* disebut harga ekuilibrium, oleh karena harga tersebut tidak mempunyai tendensi untuk berubah. Sedangkan kuantitas yang ditunjuk oleh titik ekuilibrium disebut *kuantitas ekuilibrium*, mengingat bahwa dengan kurva permintaan pasar dan kurva penawaran yang ada kuantitas tersebut tidak mempunyai kecenderungan untuk berubah. Kuantitas ekuilibrium ini menunjukkan baik jumlah produksi ekuilibrium maupun juga jumlah konsumsi ekuilibrium barang bersangkutan oleh masyarakat yang terjangkau oleh pasar bersangkutan.

5.4. PERUBAHAN HARGA PASAR

Data statistik harga barang-barang dan jasa-jasa menunjukkan ada yang berubah dari musim ke musim, bulan ke bulan, minggu ke minggu, hari ke hari, bahkan ada juga yang berubah dari jam ke jam. Untuk barang-barang dan jasa-jasa yang pasarnya kompetitif, baik dalam bentuk persaingan sempurna maupun dalam bentuk persaingan murni,⁹ perubahan tersebut selalu dapat dihubungkan dengan perubahan-perubahan permintaan pasar, penawaran pasar atau kombinasi dari perubahan-perubahan tersebut. Di bawah ini diuraikan berbagai kemungkinan perubahan harga untuk barang-barang dan jasa-jasa yang permintaan dan penawarannya berbentuk normal.

Yang dimaksud dengan permintaan pasar yang *mempunyai bentuk normal* di sini adalah seperti telah diuraikan di depan, yaitu bentuk permintaan pasar di mana berlaku *hukum permintaan*, yaitu jumlah barang yang diminta berubahnya berlawanan arah dengan perubahan harga barang bersangkutan. Sedangkan yang kita maksud dengan kurva penawaran pasar yang berbentuk normal ialah kurva penawaran pasar di mana berlaku *hukum penawaran*, yaitu bahwa kuantitas barang yang ditawarkan berubahnya searah dengan perubahan harga barang bersangkutan.

Dengan menunjuk pada Gambar 5.4.1. berbagai macam kemungkinan berubahnya permintaan pasar dan atau penawaran pasar beserta pengaruhnya terhadap *harga pasar ekuilibrium* dan kuantitas ekuilibrium barang bersangkutan dapat diikhtisarkan sebagai berikut :

⁹Uraian mengenai pasar *persaingan sempurna* dan pasar *persaingan murni*, lihat sub-bab 5.7.

A. Permintaan Berubah, Penawaran Tetap¹⁰

A.1. Permintaan Bertambah, Penawaran Tetap :

1. Harga ekuilibrium naik. Yaitu dari H_0 ke H_1 .
2. Kuantitas ekuilibrium naik. Yaitu dari Z_0 ke Z_1 .

A.2. Permintaan Berkurang, Penawaran Tetap :

1. Harga ekuilibrium turun. Yaitu dari H_0 ke H_1 .
2. Kuantitas ekuilibrium berkurang, yaitu dari Z_0 ke Z_1 .

B. Penawaran Berubah, Permintaan Tetap

B.1. Penawaran Bertambah, Permintaan Tetap :

1. Harga ekuilibrium menurun. Yaitu dari H_0 ke H_1 .
2. Kuantitas ekuilibrium bertambah. Yaitu dari Z_0 ke Z_1 .

B.2. Penawaran Berkurang, Permintaan Tetap :

1. Harga ekuilibrium naik. Yaitu dari H_0 ke H_1 .
2. Kuantitas ekuilibrium berkurang. Yaitu dari Z_0 ke Z_1 .

C. Permintaan Berubah, Penawaran Berubah

C.1. Permintaan Bertambah, Penawaran Bertambah :

1. Harga ekuilibrium tidak dapat dipastikan perubahannya. Dapat naik, dapat turun, dan dapat pula tidak berubah, tergantung kepada perbedaan intensitas perubahan pada permintaan dan penawaran dan juga tergantung kepada perbedaan elastisitas. Untuk kasus ini perubahan harga tidak dapat dipastikan oleh karena unsur bertambahnya permintaan bertendensi menaikkan harga, sebaliknya bertambahnya penawaran bertendensi menurunkan harga (Lihat kasus A.1. dan B.1.).
2. Kuantitas ekuilibrium bertambah. Yaitu dari Z_0 ke Z_1 . Bertambahnya kuantitas ekuilibrium ini dapat dipastikan mengingat bahwa bertambahnya permintaan dan bertambahnya penawaran terhadap kuantitas ekuilibrium membawa akibat yang sama; yaitu masing-masing mempunyai akibat berupa meningkatnya kuantitas ekuilibrium (Lihat kasus A.1. dan B.1.).

C.2. Permintaan Berkurang, Penawaran Berkurang :

1. Harga ekuilibrium tidak dapat dipastikan perubahannya. Dapat naik, dapat turun dan dapat pula tidak berubah. Jadi sama dengan kasus C.1. Perubahan harga tidak dapat dipastikan mengingat di satu pihak berkurangnya permintaan bertendensi menurunkan harga, (lihat kasus A.2.), sedangkan berkurangnya penawaran bertendensi meningkatkan harga (lihat kasus B.2.).

¹⁰Meskipun tanpa kata predikat "pasar", dengan sendirinya yang dimaksud dengan permintaan dan penawaran di sini adalah permintaan dan penawaran pasar.

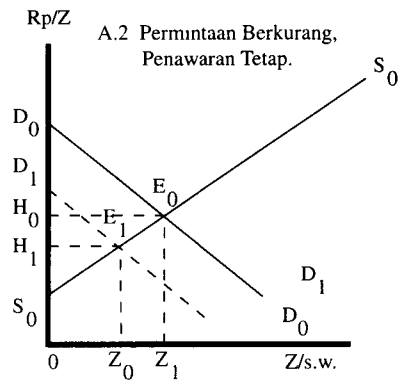
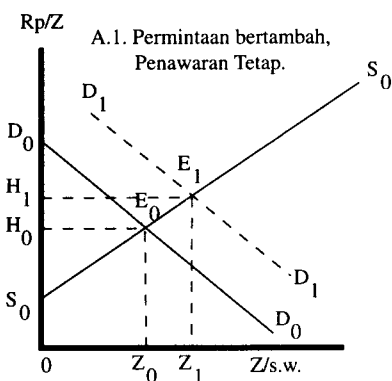
2. Kuantitas ekuilibrium menurun. Ini dapat dipastikan, oleh karena baik menurunnya permintaan maupun menurunnya penawaran kedua-duanya bertendensinya menurunkan kuantitas ekuilibrium. (Lihat kasus A.2. dan B.2.).

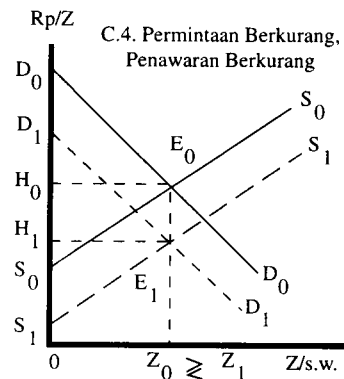
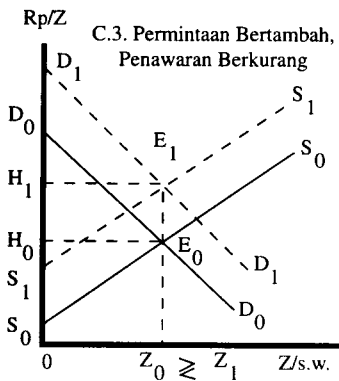
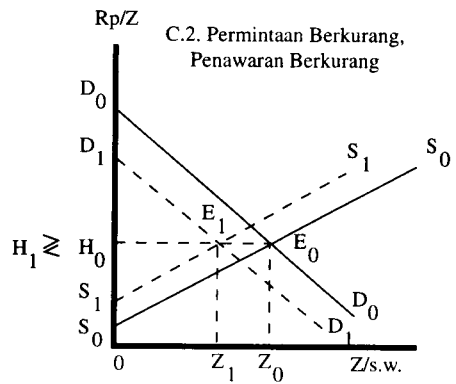
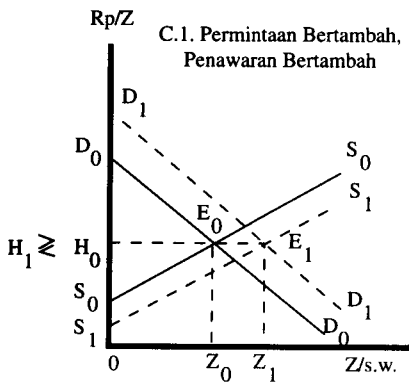
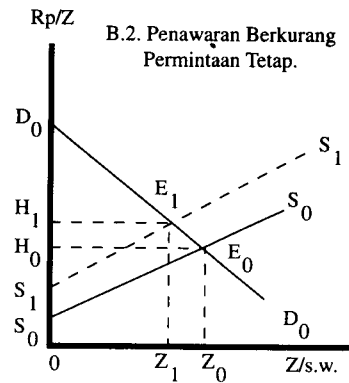
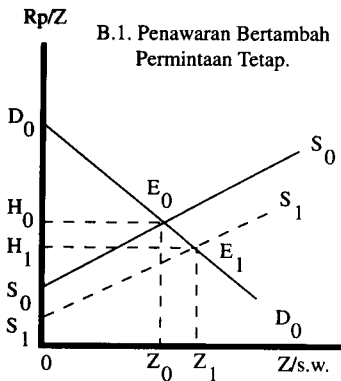
C.3. Permintaan Bertambah, Penawaran Berkurang :

1. Harga ekuilibrium naik. Yaitu dari H_0 ke H_1 . Kenaikkan harga ekuilibrium ini dapat dipastikan mengingat bahwa baik bertambahnya permintaan maupun berkurangnya penawaran bertendensi mengakibatkan meningkatnya harga ekuilibrium (Lihat kasus A.1. dan B.2.)
2. Kuantitas ekuilibrium perubahan tidak dapat dipastikan. Ini kita tandai $Z_0 \geq Z_1$. Hal ini dikarenakan, di satu pihak bertambahnya permintaan bertendensi meningkatkan kuantitas ekuilibrium, (lihat kasus A.1.), di lain pihak berkurangnya penawaran bertendensi menurunkan kuantitas ekuilibrium (lihat kasus B.2.).

C.4. Permintaan Berkurang, Penawaran Bertambah :

1. Harga ekuilibrium turun. Yaitu dari H_0 ke H_1 . Hal ini dapat dipastikan mengingat berkurangnya permintaan bertendensi menurunkan harga ekuilibrium (lihat kasus A.2.), dan di lain pihak bertambahnya penawaran juga bertendensi menurunkan harga ekuilibrium (lihat kasus B.1.)
2. Kuantitas ekuilibrium perubahannya tidak dapat diramalkan. Yaitu dengan kata lain $Z_0 \geq Z_1$. Hal ini dikarenakan perubahan kuantitas ekuilibrium yang diakibatkan oleh perubahan permintaan dengan yang diakibatkan oleh perubahan penawaran mempunyai arah yang berlawanan. Yaitu berkurangnya permintaan bertendensi menurunkan kuantitas ekuilibrium (lihat kasus A.2.), sedangkan bertambahnya penawaran bertendensi memperbesar kuantitas ekuilibrium (lihat kasus B.1.).

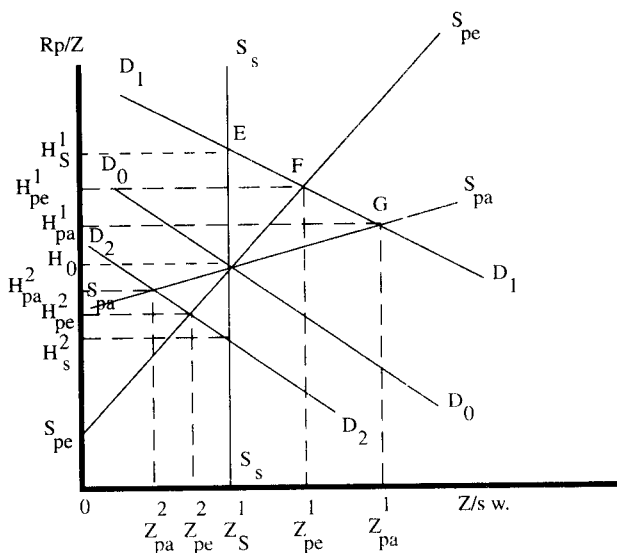




Gambar 5.4.1. : Berbagai Kemungkinan Perubahan Harga Ekuilibrium

5.5. PENGARUH PERUBAHAN PERMINTAAN DITINJAU MENURUT DIMENSI WAKTU

Kita telah mengetahui bahwa bertambahnya permintaan mempunyai tendensi mengakibatkan meningkatnya harga pasar. Mengingatnya harga pasar, yang dari sudut pandangan produsen merupakan kenaikan harga jual mereka, bertendensi menimbulkan keinginan para produsen untuk menjual lebih banyak daripada sebelumnya. Akan tetap keinginan untuk meningkatkan volume penjualan mereka tersebut tidaklah mereka laksanakan seketika. Pertama-tama mereka akan mempertimbangkan apakah harga jual yang lebih tinggi daripada sebelumnya tersebut akan berlangsung lama ataukah tidak. Untuk memperoleh keyakinan tersebut pada umumnya memerlukan waktu. Kedua ialah bahwa untuk dapat menjual jumlah lebih banyak dibandingkan sebelumnya produsen harus memproduksi jumlah yang lebih banyak. Untuk menghasilkan hasil produksi yang lebih banyak, mereka perlu membeli bahan yang lebih banyak, mungkin juga perlu menambah karyawan mungkin juga perlu menambah mesin, dan seterusnya. Untuk menambah tersedianya persediaan hasil produksi, menambah tersedianya bahan-bahan baku tersebut diperlukan waktu. Apalagi menambah jumlah karyawan. Lebih-lebih lagi kalau mereka ingin menambah mesin, waktu yang diperlukan akan lebih lama lagi. Kenyataan semacam ini mendorong para pemikir ekonomi untuk membedakan tiga macam *periode pasar* atau *market period*, yaitu : (1) *periode pasar seketika* atau *immediate market periode*, (2) *periode pasar jangka pendek* atau *short-run market period* dan (3) *periode pasar jangka panjang* atau *long run market period*. Masing-masing dari ketiga macam periode pasar ini mempunyai harga dan kuantitas ekuilibrium. Untuk menerangkan mengenai perbedaan harga dan kuantitas ekuilibrium dari berbagai pasar tersebut kita pergunakan Gambar 5.5.1.



Gambar 5.5.1. : Pengaruh Perubahan Permintaan Terhadap Harga, Menurut Dimensi Waktu

Periode Pasar Seketika

Periode pasar seketika adalah periode yang demikian pendeknya hingga tidak memungkinkan bagi produsen untuk mengubah jumlah hasil produksinya. Dengan demikian maka dalam *periode pasar seketika* kuantitas yang ditawarkan adalah *tetap* atau *fixed*, sehingga kurva penawarannya sejajar dengan sumbu harga. Pada Gambar 5.5.1. kurva *penawaran pasar seketika* digambarkan oleh kurva $S_s S_s$. Dengan kurva penawaran pasar seketika $S_s S_s$ ini bertambahnya permintaan dari $D_0 D_0$ ke $D_1 D_1$ menghasilkan *harga ekuilibrium pasar seketika* OH^1_s dan *kuantitas ekuilibrium pasar seketika* OZ^1_s .

Periode Pasar Jangka Pendek

Kalau dalam periode pasar seketika yang biasa jugahnya disingkat *periode pasar* atau *market periode* para produsen belum sempat menambah atau mengurangi jumlah hasil produksinya sehingga *supply-nya fixed*, maka dalam periode jangka pendek produsen sudah dapat memperbesar atau memperkecil hasil produksinya dan juga belum memungkinkan timbulnya produsen-produsen baru dalam hal ada kenaikan permintaan, atau tutupnya produsen-produsen tertentu dalam hal ada penurunan permintaan pasar. Dengan demikian bentuk kurva penawaran sudah mengikuti hukum penawaran, yaitu ke kanan naik. Pada gambar 5.5.1. kurva penawaran pasar jangka pendek digambar sebagai garis $S_{pe} S_{pe}$. Dengan kurva penawaran pasar jangka pendek $S_{pe} S_{pe}$ ini harga ekuilibrium jangka pendek tercapai pada ketinggian H^1_{pe} dan kuantitas ekuilibrium jangka pendek tercapai pada jumlah OZ^1_{pe} per satuan waktunya.

Periode Jangka-Panjang

Dalam periode jangka panjang produsen-produsen tidak hanya cukup waktu untuk menyesuaikan jumlah hasil produksinya dengan cara menambah atau mengurangi penggunaan faktor-faktor produksi variabel, akan tetapi juga cukup waktu untuk menambah atau mengurangi kapasitas produksinya sesuai dengan kenaikan atau penurunan permintaan pasar yang terjadi. Di samping itu periode jangka panjang juga harus cukup panjang untuk memungkinkan perusahaan-perusahaan baru *memasuki industry* atau perusahaan-perusahaan yang kurang efisien *meninggalkan industry*. Dengan demikian mudahlah kiranya untuk difahami bahwa perbedaan diantara ketiga periode pasar tersebut diungkapkan sebagai berikut. *Periode pasar seketika* adalah jangka waktu yang demikian pendek sehingga semua faktor produksi bagi semua produsen merupakan *faktor produksi tetap*. *Periode pasar jangka pendek* merupakan jangka waktu di mana sebagian *faktor produksi* merupakan faktor produksi variabel sedang selebihnya merupakan faktor produksi tetap. *Periode pasar jangka-panjang* merupakan kurun waktu yang cukup panjang yang memungkinkan semua *faktor produksi* merupakan *faktor produksi variabel*.

Mengingat akan hal-hal tersebut maka mudahlah difahami bahwa kurva penawaran pasar jangka panjang lebih datar daripada kurva penawaran jangka-pendek. Bahkan mungkin terjadi bahwa kurva penawaran pasar jangka panjang sejajar dengan sumbu

kuantitas atau bahkan mempunyai lereng yang negatif dalam arti ke kanan menurun.¹¹ Dalam contoh Gambar 5.5.1. kurva penawaran pasar jangka panjang untuk barang Z tergambar sebagai garis $S_{pa}S_{pa}$. Dengan kurva penawaran jangka panjang ini harga dan kuantitas ekuilibrium jangka panjang tercapai pada titik G, yang menghasilkan harga ekuilibrium jangka panjang OH^1_{pa} dan kuantitas ekuilibrium jangka panjang OZ^1_{pa} .

Dari Gambar 5.5.1. kalau kita bandingkan antara ketiga periode pasar tersebut, maka sebagai akibat daripada bertambahnya permintaan pasar dari D_0D_0 ke D_1D_1 seketika harga barang X naik dari H_0 ke H^1_s . Kemudian dengan bertambahnya penawaran sebagai akibat daripada bertambah besarnya hasil produksi para produsen dalam periode jangka pendek, harga akan menurun ke H^1_{pe} dan kuantitas ekuilibrium yang semula sebanyak OZ^1_s bertambah menjadi OZ^1_{pe} . Menurunnya harga dan bertambahnya kuantitas ekuilibrium akan diteruskan oleh kenaikan hasil produksi sebagai akibat daripada tersedianya kapasitas produksi yang lebih besar yang dimiliki baik oleh produsen-produsen baru maupun produsen-produsen lama, sampai tercapainya harga OH^1_{pa} dan kuantitas OZ^1_{pa} .

Pembedaan antara ketiga macam periode pasar tersebut berlaku juga untuk kasus penurunan permintaan pasar, yang secara singkat dapat diikhtisarkan sebagai berikut. Dengan kurva-kurva penawaran pasar seketika S_sS_s , kurva penawaran pasar jangka pendek $SpeSpe$, dan kurva penawaran pasar jangka panjang $S_{pa}S_{pa}$, berkurangnya permintaan pasar dari D_0D_0 ke D_2D_2 akan diikuti mula-mula oleh penurunan harga barang Z dari OH_0 ke OH^2_s dengan kuantitas ekuilibrium pasar seketika tetap sebesar OZ^1_s . Dengan berlalunya periode pasar jangka pendek harga ekuilibrium akan diteruskan naik sampai terhenti pada harga OH^2_{pa} dan kuantitas ekuilibrium akan dilanjutkan untuk menurun sampai tercapai kuantitas ekuilibrium jangka panjang OZ^2_{pa} . Selama permintaan pasar tidak lagi mengalami perubahan, maka harga ekuilibrium akan tetap pada ketinggian OH^2_{pa} kuantitas ekuilibrium OZ^2_{pa} .

5.6. KONSEPSI MAKSIMUM DAN KONSEPSI MINIMUM KURVA PERMINTAAN DAN KURVA PENAWARAN.

Kita sudah berkali-kali menyebut dan bahkan mempergunakan istilah-istilah *kurva permintaan dan kurva penawaran*. Dengan demikian dapatlah diartikan kita telah dapat menyelami arti kedua istilah tersebut dengan baik. Namun demikian kiranya ada manfaatnya bagi kita untuk mencoba memahami dengan lebih teliti mengenai kedua pengertian tersebut, agar supaya kita dapat menghindarkan diri sejauh mungkin dari penarikan kesimpulan-kesimpulan yang keliru atau menyesatkan.

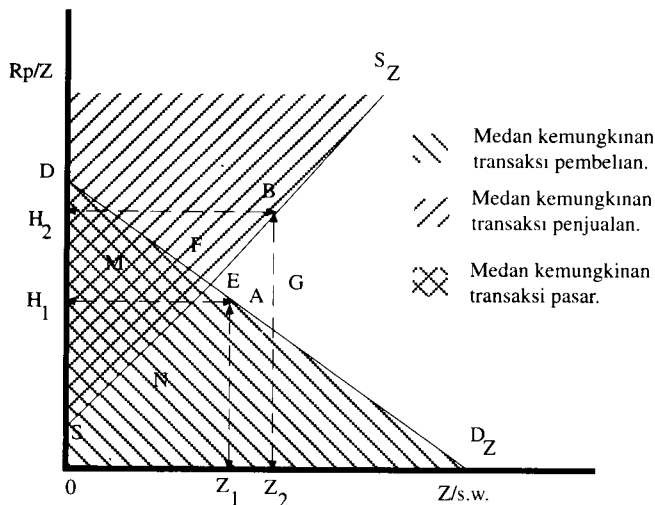
Sebenarnya baik pengertian kurva permintaan maupun kurva penawaran menyangkut suatu medan. Kurva permintaan dan kurva penawaran sebetulnya hanya merupakan batas

¹¹Mengenai kurva penawaran jangka panjang yang mempunyai lereng negatif atau yang sejajar dengan sumbu kuantitas, lihat halaman 36/38.

yang memisahkan antara medan dengan kemungkinan-kemungkinan dapat terjadi transaksi dengan medan yang tidak memiliki kemungkinan dapat terjadinya transaksi. Dalam hubungan ini dapatlah dikatakan bahwa :

- kurva permintaan merupakan *konsepsi maksimum* baik dari segi *kuantitas* maupun dari segi *harga*, dan
- kurva penawaran merupakan *konsepsi maksimum* dari segi *kuantitas* akan tetapi merupakan *konsepsi minimum* dari segi *harga*.

Kita perhatikan Gambar 5.6.1. Bidang yang membentang dari garis permintaan DD_Z ke kiri dan ke bawah sampai mencapai sumbu harga dan sumbu kuantitas, yaitu yang dalam gambar ditandai dengan garis-garis tipis dengan arah dari kiri ke bawah ke kanan atas dan membentuk segi tiga DD_ZO merupakan daerah di mana dari segi konsumen atau pembeli, transaksi pembelian bisa terjadi. Daerah ini kita beri sebutan *medan kemungkinan transaksi pembelian*. Kurva permintaan dikatakan merupakan *konsepsi maksimum dari segi kuantitas* dalam arti bahwa pada harga OH_1 misalnya, konsumen *paling banyak* mau membeli barang Z sebanyak yang ditunjukkan oleh titik A pada kurva permintaan DD_Z ; yaitu *maksimum* sebanyak OZ_1 . Konsumen tidak akan membeli lebih daripada OZ_1 , meskipun bisa kurang dari OZ_1 . Sebaliknya yang dimaksud dengan *konsepsi maksimum dari segi harga* ialah bahwa untuk mau membeli sebanyak OZ_1 konsumen memasyaratkan harga paling tinggi setinggi OH_1 ; lebih rendah mungkin, tetapi lebih tinggi tidak mungkin.



Gambar 5.6.1. : Medan Kemungkinan Transaksi Pembelian Penjualan Dan Pasar

Selanjutnya mengenai kurva penawaran, di atas telah dikatakan bahwa kurva penawaran merupakan konsepsi maksimum dari segi kuantitas. Maksudnya ialah kuantitas-kuantitas yang ditunjukkan oleh titik-titik kedudukan ialah kuantitas-kuantitas yang ditunjukkan oleh titik-titik kedudukan yang ada pada kurva penawaran SS_Z semuanya menunjukkan kuantitas-kuantitas maksimum; jadi persis seperti yang berlaku untuk kurva permintaan. Dari segi harga, di lain pihak, kurva penawaran merupakan konsepsi minimum dalam arti bahwa harga-harga yang ditunjukkan oleh titik kedudukan pada kurva penawaran menunjukkan harga-harga terendah. Jadi misalnya dalam gambar dengan kurva penawaran SS_Z untuk mendorong produsen mau menghasilkan dan menjual barang Z sebanyak OS_2 , harga jual harus bisa ditetapkan minimum setinggi OH_2 .

Dari uraian di atas dapatlah dikatakan bahwa bidang yang dimulai dari kurva penawaran SS_Z ke kiri dan ke atas yang pada gambar ditandai dengan garis-garis tipis dengan arah dari kiri atas ke kanan bawah, dapat kita sebut sebagai *medan kemungkinan transaksi penjualan*.

Selanjutnya dari gambar dapat kita saksikan bahwa medan kemungkinan transaksi penjualan bertumpang tindih dengan medan kemungkinan transaksi pembelian. Bagian yang bertumpangtindih ini dalam contoh Gambar 5.6.1. merupakan segi tiga DES dan yang kita sebut sebagai *medan kemungkinan transaksi pasar*. Hanya dalam medan kemungkinan transaksi pasar inilah transaksi jual beli dapat terjadi.

Dengan menyadari bahwa kurva penawaran merupakan konsepsi maksimum baik dari segi harga maupun dari segi kuantitas dan kurva penawaran merupakan konsepsi maksimum dari segi kuantitas akan tetapi minimum dari segi harga, kita dapat terhindar dari kesalahan untuk mengasumsikan dapat terjadinya transaksi-transaksi pada titik-titik kedudukan F, G dan N pada Gambar 5.6.1. Dari empat titik kedudukan F, G, M dan n, hanya titik M saja transaksi dapat terjadi, sekalipun transaksi tersebut berada dalam keadaan disequilibrium. Transaksi jual beli antara produsen dengan konsumen tidak akan terjadi pada titik-titik kedudukan F, G, maupun N mengingat bahwa : (a) pada titik F meskipun produsen mau mengadakan transaksi akan tetapi konsumen tidak menghendaknya, karena titik F berada di luar medan kemungkinan transaksi pembelian; (b) pada titik N, sebaliknya konsumen menghendaknya, produsen tidak bersedia mengadakan transaksi penjualan; dan (c) pada titik G baik konsumen maupun produsen tidak menghendaki mengadakan jual beli sebanyak dan dengan ketinggian harga seperti ditunjukkan oleh titik G.

5.7. PASAR KOMPETITIF

Teori harga pasar, yang merupakan pokok pembicaraan bab ini dan yang isinya menyebutkan bahwa harga suatu barang ditentukan oleh permintaan pasar dan penawaran pasar akan barang bersangkutan, hanya berlaku dalam bentuk pasar tertentu, yaitu bentuk *pasar persaingan* yang dapat pula disebut *pasar kompetitif*.

Biasanya dibedakan dua macam bentuk pasar persaingan di mana teori harga pasar seperti disebutkan di atas berlaku. Yaitu *pasar persaingan murni* atau *pure competition* dan *persaingan sempurna* atau *perfect competition*. Apabila dari enam syarat tersebut di

bawah ini semua dipenuhi maka pasar dikatakan mempunyai bentuk pasar *persaingan sempurna*, sedangkan apabila hanya lima syarat yang pertama yang terpenuhi maka pasar dikatakan mempunyai bentuk *pasar persaingan murni*. Keenam syarat yang dimaksudkan ialah :

1. *Banyak Pembeli*. Yang dimaksud di sini ialah bahwa jumlah pembeli barang tersebut sedemikian banyak sehingga tidak seorang pembelipun secara individual dapat mempengaruhi harga di pasar. Dengan perkataan lain, besarnya transaksi pembelian oleh masing-masing konsumen individual adalah sangat kecil dibandingkan dengan volume transaksi keseluruhan yang terjadi dipasar, sehingga perubahan jumlah pembelian yang dilakukan oleh seorang pembeli individual tidak akan mengakibatkan berubahnya harga pasar.
2. *Banyak Penjual*. Yang dimaksud di sini juga bahwa jumlah penjual atau produsen daripada barang tersebut adalah sedemikian banyaknya sehingga tidak ada seorang produsenpun secara individual dapat mempengaruhi harga pasar.
3. *Produknya Homogen*. Homogen tidaknya suatu produk terutama ditentukan oleh pembeli. Barang yang sama dibungkus dan diberi merek dagang yang berbeda misalnya, bisa dianggap berbeda oleh pembeli; yang oleh karenanya kita kategorikan sebagai barang yang heterogen. Untuk produk yang homogen pembeli tidak dapat, atau mungkin juga tidak perlu, membedakan produk mana yang dihasilkan oleh produsen A dan produk mana yang dihasilkan oleh produsen B.
4. *Bebas Keluar - Masuk "Industry"*. Yang dimaksud dengan industry dan yang kita istilahkan dengan bidang usaha, dapat didefinisikan sebagai keseluruhan daripada rumah-rumah¹ hingga perusahaan yang menghasilkan produk yang sama.¹² Yang dimaksudkan bebas memasuki atau ke luar dari industry ialah tidak adanya rintangan-rintangan, baik rintangan buatan manusia ataupun rintangan alamiah yang menghalang-halangi seseorang atau suatu badan usaha untuk ikut berusaha dalam bidang usaha tersebut maupun untuk meninggalkan bidang usaha tersebut. Lazimnya suatu bidang usaha atau *industry*, dimasuki oleh rumah-rumah tangga perusahaan baru, pada masa-masa bidang usaha tersebut mempunyai prospek yang baik. Sebaliknya bidang usaha atau *industry* tersebut akan *ditinggalkan* oleh sementara rumah-rumah tangga perusahaan yang ada, pada masa-masa bidang usaha tersebut mempunyai prospek tidak menguntungkan.
5. *Sumber-sumber Daya Mempunyai Mobilitas Yang Tinggi*. Sumber-sumber daya yang diperlukan untuk menghasilkan barang, yang pada umumnya dibedakan antara sumberdaya manusia, sumberdaya alam dan sumberdaya modal, semuanya harus mempunyai mobilitas yang tinggi dalam arti mudah bergerak untuk meninggalkan atau memasuki bidang usaha tersebut.

¹²Bandingkan C.E. Ferguseo, *Microeconomic Theory, Thrd Edition*, Richard D. Irwin, Inc., Homewood, Illinois, 1972, hal. 254.

6. *Pengetahuan sempurna daripada pelaku-pelaku ekonomi.* Yang dimaksud dengan pelaku-pelaku ekonomi di sini khususnya ialah rumah-rumah tangga keluarga sebagai pembeli dan rumah-rumah tangga perusahaan sebagai penghasil dan penjual barang-barang dan jasa-jasa konsumsi. Untuk memenuhi persyaratan bentuk pasar persaingan rumah-rumah tangga keluarga harus mempunyai pengetahuan yang sempurna mengenai pasar dalam arti bahwa mereka harus tahu antara lain harga-harga barang yang sama yang dibayar oleh sesama pembeli atau yang diterima oleh setiap penjual. Syarat yang sama perlu pula dipenuhi oleh para produsen.

Kalau kita teliti ke enam syarat tersebut di atas, syarat nomor 5 sebenarnya sudah tercakup dalam syarat nomor 4. Yaitu dengan cara lain dapat diungkapkan bahwa untuk terpenuhinya syarat nomor 4 perlu dipenuhi syarat nomor 5. Apabila sumberdaya tidak cukup mobil, tidak mungkin terdapat *free entry*. Selanjutnya, kalau kita perhatikan syarat nomor 4, sebenarnya sedikit-banyak juga merupakan syarat untuk bisa terealisasi syarat nomor 2. Yang kita maksud ialah bahwa syarat berupa cukup banyaknya penjual tidak dapat secara terus-menerus dipenuhi kalau tidak ada kebebasan ke luar-masuk *industry*. Dengan demikian kiranya mudah difahami bahwa dalam literatur dijumpai juga sementara penulis yang tidak mengikut sertakan syarat nomor 4 dan nomor 5 sebagai syarat untuk dapat disebutkan *pasar persaingan sempurna*, dan hanya menyebutkan empat syarat, yaitu : (1) banyak penjual, (2) banyak pembeli, (3) produknya homogen, dan (4) pengetahuan yang sempurna dimiliki oleh para pembeli dan penjual. Sedangkan untuk *pasar persaingan murni*, tiga syarat yang pertama perlu dipenuhi, sedangkan syarat ke empat tidak berlaku.

5.8. CATATAN MATEMATIKA

Untuk bab ini catatan matematika yang perlu disajikan ialah cara menemukan harga pasar ekuilibrium. Dengan diketahuinya persamaan garis kurva permintaan pasar dan kurva penawaran pasar harga pasar ekuilibrium dapat kita temukan dengan menyelesaikan kedua persamaan tersebut secara simultan. Dengan cara yang sama atau dengan jalan memasukkan nilai harga ekuilibrium yang sudah kita temukan ke dalam salah satu persamaan, kita akan menemukan nilai kuantitas ekuilibrium. Kita perhatikan contoh di bawah ini.

Sebuah pasar barang Z memiliki kurva permintaan pasar dan kurva penawaran pasar dengan persamaan-persamaan fungsi :

- (a) kurva permintaan pasar : $Z = 2100 - 3H$
- (b) kurva penawaran pasar : $Z = -300 + 3H$

Berdasarkan keterangan-keterangan tersebut kita dapat menemukan harga satuan barang Z ekuilibrium :

$$\begin{aligned} Z &= 2100 - 3H \\ Z &= -300 + 3H \end{aligned}$$

$$0 = 2400 - 6H$$

$$6H = 2400$$

$$H = 400$$

Dengan memasukkan nilai $Z = \text{Rp } 400$ ke dalam persamaan ke satu, kita menemukan :

$$Z = 2100 - 3(400)$$

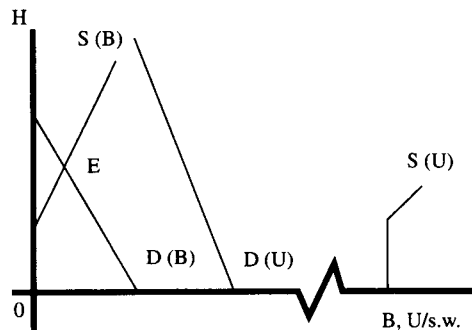
$$= 2100 - 1200 = 900$$

Hasil perhitungan di atas menunjukkan bahwa kuantitas ekuilibrium, yaitu yang menunjukkan jumlah ekuilibrium Z yang dihasilkan dan yang dikonsumsi per satuan waktu, adalah sebesar 900 satuan.

Bab VI Beberapa Contoh Penerapan Teori Harga Pasar

6.1. HARGA BERLIAN LAWAN HARGA UDARA

Dalam dunia yang nyata sering kita menjumpai kejadian-kejadian yang sepiantas lalu kelihatannya aneh. Misalnya saja kita tahu bahwa tanpa berlian kita dapat hidup, akan tetapi tanpa udara dalam waktu beberapa menit saja kita akan mati. Tetapi mengapa udara tidak mempunyai harga sedangkan berlian harganya mahal sekali ?



Gambar 6.1.1. : Harga Berlian Lawan Harga Udara

Dari Gambar 6.1.1. $D(U)$ merupakan kurva permintaan pasar akan udara, sedangkan $D(B)$ merupakan kurva permintaan akan berlian. Dari kurva ini jelas bahwa masyarakat menempatkan alat pemuas kebutuhan berupa udara jauh di atas alat pemuas kebutuhan berupa berlian tambahan pula lebih pula lebih inelastik. Tetapi mengapa harga berlian sangat tinggi, sedangkan udara sama sekali tidak mempunyai harga dan karenanya dapat pula kita sebut sebagai *barang bebas*?

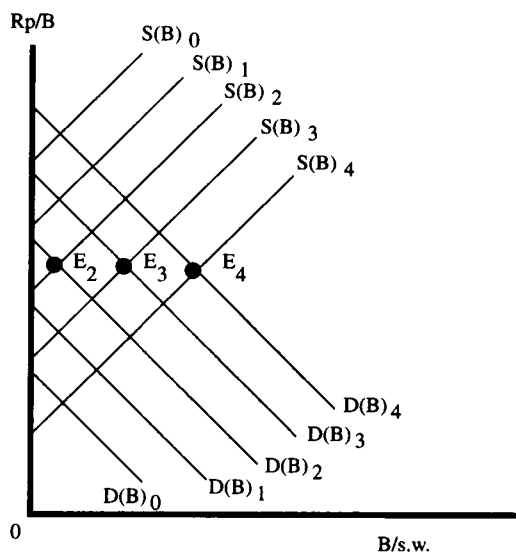
Kita harus ingat bahwa yang menentukan harga pasar bukannya permintaan pasar melulu. Penawaran juga turut menentukannya. Dari Gambar 6.1.1. oleh karena titik potong antara penawaran akan berlian, $S(B)$, dengan kurva permintaan pasar akan berlian $D(B)$

terletak tinggi di atas sumbu horisontal, maka harga berlian yang terjadi juga tinggi, yaitu setinggi E. Di lain pihak penawaran pasar akan udara karena jauh ke kanan tidak berpotongandengan kurva D (U), akibatnya udara merupakan barang bebas, sama sekali tidak ada harga pasarnya.

6.2. JASA WISATA KE BULAN

Sudah dibuktikan bahwa manusia ini mampu mendaratkan sesamanya di bulan. Ini dapat menimbulkan pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut : Mengapa sampai sekarang tidak ada perusahaan yang beroperasi dalam bidang penyajian jasa wisata ke bulan? Apakah kenyataan tersebut disebabkan tidak adanya orang yang mempunyai keinginan untuk melanong ke bulan ?

Belum adanya transaksi jual-beli jasa wisata ke bulan hingga dewasa ini bukanlah karena tiak ada perusahaan swasta yang mampu menerbangkan langganannya ke bulan; melainkan kalau diterangkan dengan menggunakan konsepsi permintaan dan penawaran jawabnya ialah bahwa sampai sekarang kurva permintaan pasar dan kurva penawaran pasar akan jasa wisata ke bulan belum menghasilkan titik potong yang terletak pada kuadran pertama.¹³ Gambar 6.2.1. menerangkan hal ini.



Gambar 6.2.1. : Antrian Dan Sistem Jatah

¹³ Titik potong kurva permintaan dan kurva penawaran dengan nilai variabel harga dan atau variabel kuantitas yang negatif dalam analisa yang disajikan tidak mempunyai relevansi dari sudut pandangan ekonomi, hingga kita abaikan.

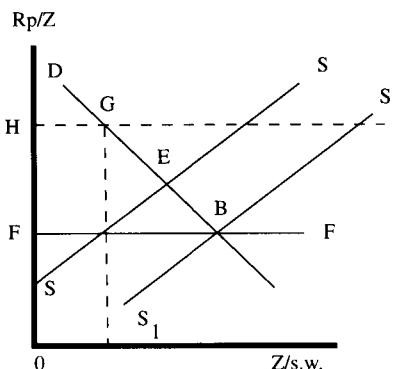
Pada gambar tersebut kurva $S(B)$ merupakan kurva penawaran pasar jasa wisata ke bulan, sedangkan $D(B)$ merupakan kurva permintaan pasar jasa wisata ke bulan. Kurun waktu sekarang kita tandai dengan tanda 0, yaitu kurun waktu 0. pada waktu kurun waktu 0 kita saksikan kurva $S(B)$ tidak saling berpotongan dengan kurva $D(B)$. Ini berarti transaksi jual-beli jasa wisata ke bulan tidak terjadi.

Akhirnya perlu diketengahkan di sini bahwa perekonomian mengalami perubahan. Demikian juga permintaan pasar dan penawaran pasar akan jasa wisata ke bulan juga dapat berubah dari kurun waktu ke satu ke kurun waktu berikutnya. Dapatlah kiranya diramalkan bahwa dengan berlalunya kurva $D(B)$ bergeser ke kanan, misalnya saja sebagai akibat semakin banyaknya jumlah si kaya dan semakin tinggi pendapatan si kaya. Di lain pihak kurva $S(B)$ mungkin juga bergeser ke kanan sebagai akibat adanya penemuan-penemuan baru yang dapat menyebabkan rendahnya biaya pembuatan pesawat yang diperlukan untuk mengangkut para wisatawan ke bulan. Dari Gambar 6.2.1. kita saksikan bahwa baru pada periode ke 2 kita jumpai adanya titik potong kurva $D(B)$ dengan kurva $S(B)$ pada kuadran positif untuk harga dan untuk kuantitas. Ini berarti bahwa pada periode ke 2 tersebut mulailah kita jumpai transaksi jual-beli jasa wisata ke bulan.

6.3. ANTRIAN DAN JATAH

Pada masa Orde Lama kita sering melihat adanya antrian membeli barang. Tetapi sekarang jarang kita jumpai antrian-antrian tersebut. Terhadap kenyataan seperti ini kita cenderung untuk menyimpulkan bahwa antrian timbul karena jumlah persediaan tidak cukup memenuhi kebutuhan masyarakat.

Kalau kita teliti betul, timbulnya antrian sebetulnya bukan disebabkan oleh karena jumlah persediaan tidak mampu mencukupi seluruh kebutuhan masyarakat, melainkan disebabkan oleh adanya *pengawasan harga* oleh pemerintah. Dengan harga tertinggi yang ditetapkan oleh pemerintah yang lebih rendah daripada titik potong kurva permintaan pasar dengan kurva penawaran pasar, akan timbul antrian. Perhatikan Gambar 6.3.1.



Gambar 6.3.1. : Antrian Dan Sistem Jatah

Apabila dengan kurva permintaan pasar DD dan kurva penawaran pasar SS yang mempunyai titik potong E, pemerintah menetapkan harga tertinggi OF, maka akan timbul kelebihan permintaan AB. Kelebihan permintaan ini dapat terjelma dalam bentuk antrian, yang panjang-pendeknya tergantung kepada bentuk kurva permintaan pasar, bentuk kurva penawaran pasar dan jarak perbedaan antara tingginya harga tertinggi yang ditetapkan pemerintah dengan titik potong kurva permintaan pasar dengan kurva penawaran pasar tersebut.

Apabila pemerintah menghendaki harga barang Z tetap setinggi OF yang tidak disertai adanya antrian, pemerintah harus memasukkan tambahan penawaran barang Z tersebut sebanyak AB sehingga kurva dari pasar lain atau kalau dari pasar yang sama haruslah dipenuhi syarat bahwa tambahan penawaran tersebut berasal dari pembelian pemerintah pada periode-periode sebelumnya.

Akan tetapi apabila pemerintah tidak berhasil memasukkan tambahan penawaran yang dibutuhkan tersebut, antrian tidak dapat dihindarkan. Untuk mengatasi masalah ini pada umumnya metode distribusi tidak lagi diserahkan kepada mekanisme pasar melainkan dipergunakan sistem jatah, yang dalam literatur biasa disebut sistem *rationing*. Dalam sistem *rationing* maupun sistem antrian, mereka yang berhasil memperoleh jatah tendensinya memperoleh *keuntungan lebih* tinggi sekitar FH per Z, oleh karena harga beli ditetapkan OF, sedangkan harga jualnya (dengan sendirinya di *pasar gelap*) adalah sekitar OH.

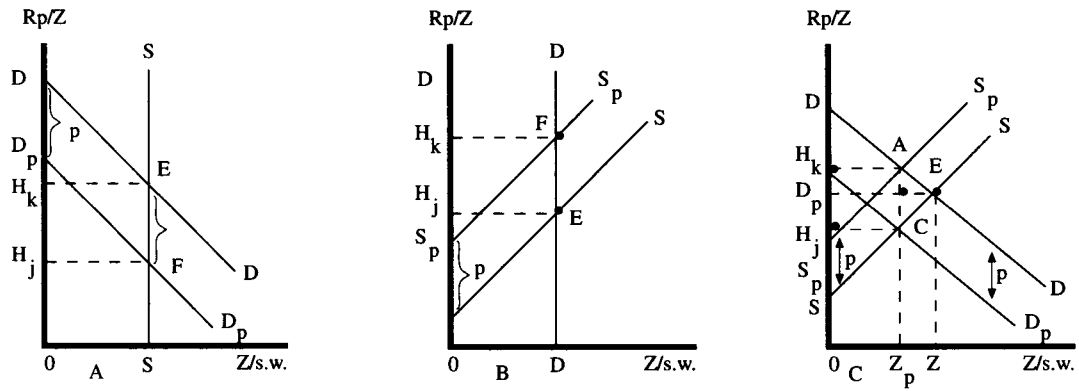
Apabila tidak ada pengawasan harga pemerintah antrian sebagai akibat daripada adanya kelebihan permintaan tidak akan terjadi, sebab kelebihan permintaan akan mengakibatkan meningkatnya harga, sedangkan meningkatnya harga akan memperkecil kelebihan permintaan. Gejala ini akan terus berlangsung sehingga kelebihan permintaan sama sekali hilang.

6.4. PAJAK PENJUALAN

Pajak penjualan dan pajak-pajak tidak langsung lainnya sangat populer; banyak dipergunakan oleh pemerintah antara lain sebagai sumber pendapatan negara. Yang tergolong dalam kategori *pajak tidak langsung*, antara lain ialah pajak penjualan, pajak penjualan impor, cukai, bea masuk, dan pajak ekspor. Semua ini disebut sebagai pajak tidak langsung oleh pihak yang menyerahkan pungutan pajak bukannya pihak yang dikenai pajak. Dalam hal ini yang bertindak sebagai pihak yang disertai tugas oleh pemerintah untuk memungut pajak adalah para penjual hasil pungutan pajak tersebut oleh para penjual diserahkan kepada pemerintah. Sebaliknya dalam hal ini oleh penjual beban pajak tersebut dilimpahkan kembali kepada pemakai barang tersebut.

Tetapi masalahnya ialah apakah betul penjual bisa melimpahkan seluruh pajak penjualan tersebut kepada pemakai? Untuk jawabannya kita perhatikan uraian di bawah ini.

Pertama-tama kita harus mengetahui bahwa pajak penjualan dapat dianggap sebagai *tambahan harga yang harus dibayar konsumen* atau sebagai *pengurangan hasil penerimaan yang diterima oleh penjual*. Untuk pendekatan yang pertama, pajak penjualan menyebabkan



Gambar 6.4.1. : Beberapa Pengaruh Pajak Penjualan

bergesernya kurva penawaran ke atas dengan jarak sebesar pajak penjualan per unit yang dikenakan. Sedangkan menurut pendekatan kedua pajak penjualan menyebabkan bergesernya kurva permintaan ke bawah juga dengan jarak sebesar pajak penjualan per unit yang dikenakan.

Di bawah ini kita uraikan tiga kasus yang berbeda mengenai pelimpahan pajak penjualan tersebut dengan menggunakan Gambar 6.4.1. :

- A. *Penawaran Inelastik Sempurna*. Dari gambar A jelas bahwa dengan kurva penawaran pasar yang inelastik sempurna, pungutan pajak penjualan sama sekali tidak dapat digesrekan kepada konsumen. Seluruh pajak menjadi beban penjual. Dengan pajak penjualan setinggi $p = EF = EEP$ volume transaksi jual-beli tetap sebesar OS unit. Pembeli, yaitu konsumen, untuk setiap unit barang Z, membayar dengan harga $OHK = SE$. Penerimaan bersih penjual atau produsen dari setiap unit barang Z yang terjual, sebelum ada pengenaan pajak penjualan adalah sebesar SE, sedangkan sesudah ada pengenaan pajak berubah menjadi hanya sebesar SF. Perbedaan sebesar EF diterima pemerintah sebagai hasil pungutan pajak.
- B. *Permintaan Inelastik Sempurna*. Dari gambar B jelas bahwa dengan kurva permintaan pasar yang inelastik sempurna seluruh beban pajak menjadi beban konsumen. Volume transaksi tidak berubah sebanyak OD unit per satuan waktunya. Harga per unit yang harus dibayar konsumen meningkat dari semula DE menjadi DF. Ini dapat ditafsirkan bahwa hasil penerimaan produsen atau penjual untuk setiap unit barang Z yang terjual tetap sebesar $OH_j = De$. Dengan demikian produsen atau penjual sama sekali tidak menanggung beban pajak. Seluruh pajak yang dibayarkan kepada pemerintah yaitu sebesar EF per Z dilimpahkan kepada pembeli.
- C. *Permintaan Dan Penawaran Berbentuk Normal*. Yang banyak terjadi dalam dunia nyata adalah kasus ini, yaitu kasus di mana kurva permintaan ke kanan menurun dan kurva penawaran ke kanan naik. Dengan dikenakannya pajak penjualan setinggi p, dengan menggunakan pendekatan yang pertama, pajak menyebabkan bergesernya kurva penawaran dari semula SS menjadi SpSp. Kalau dipergunakan pendekatan yang lain, kurva permintaan bergeser dari semula DD menjadi DpDp. Entah pendekatan yang mana yang kita pakai hasil-hasil kesimpulannya akan sama, yaitu :
 - (a) volume transaksi menurun, dari semula sebanyak OZ unit sekarang hanya OZp.
 - (b) harga satuan yang dibayar oleh pembeli semula setinggi $OHe = ZE$, sekarang meningkat menjadi setinggi $OHk = ZpA$. Ini berarti ada kenaikan sebesar AB, yang sekaligus merupakan beban pajak yang ditanggung oleh pembeli.
 - (c) penerimaan per unit yang diterima oleh penjual berkurang dari semula setinggi $OHe = ZE$, sekarang tinggal setinggi $OHj = ZpC$. Perbedaannya, yaitu sebesar BC, menunjukkan besarnya beban pajak per unit yang ditanggung oleh penjual.

6.5. SPEKULASI

Kalau kita mendengar perkataan spekulasi, tendensinya dalam angan-angan kita terbayang rakus seorang spekulan dengan bertindak menekan harga beli mereka serendah-rendahnya

dan menentukan harga jual setinggi-tingginya. Sehingga tidak sedikit orang memandang tindakan spekulasi sebagai tindakan yang tidak dapat dipertanggungjawabkan dari segi kepentingan masyarakat.

Pendapatan tersebut tidak selalu dan tidak pula sepenuhnya benar. Sebab, kita sebetulnya mengenal paling tidak dua macam spekulasi, yaitu : (1) spekulasi yang menstabilkan, yang biasa disebut juga *destabilizing speculation*. Spekulasi yang melabilkan, memang pengaruhnya terhadap perekonomian sangat merugikan. Akan tetapi spekulasi yang menstabilkan bagi masyarakat menguntungkan, bahkan boleh dikatakan diperlukan.

Di bawah ini akan diuraikan mengenai ke dua macam spekulasi tersebut. Untuk spekulasi yang menstabilkan sebagai contoh ilustrasi kita pilih spekulasi beras, sedangkan untuk spekulasi yang melabilkan sebagai contohnya kita pergunakan spekulasi valuta asing.

A. Spekulasi yang Menstabilkan¹⁴

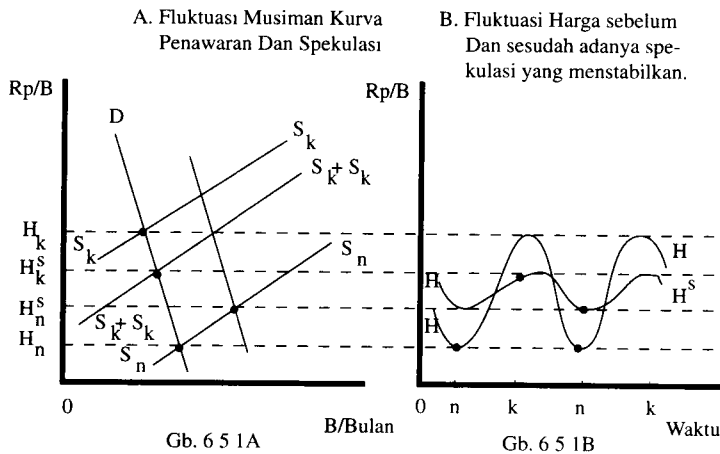
Di sini yang dimaksud dengan spekulasi ialah tindakan yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan yang timbul dari adanya perubahan harga pasar barang yang menjadi obyek spekulasi. Tindakan yang diambil oleh spekulan beras murah, menjualnya pada waktu musim paceklik pada saat mana harga beras mahal, spekulan akan memperoleh keuntungan berupa selisih harga jual dengan harga belinya sesudah dikurangi dengan semua ongkos yang dikeluarkannya.

Spekulasi yang menstabilkan pada umumnya dijumpai dalam kasus-kasus di mana penurunan harga diikuti oleh ramalan akan naiknya harga dan sebaliknya peningkatan harga diikuti oleh ramalan akan turunnya harga barang tersebut. Sebagai contohnya dapat kita ambil spekulasi beras. Seperti kita ketahui untuk beras kita mengenal *musim panen* dan *musim paceklik*. Dengan menggunakan Gambar 6.5.1A, kita melihat bahwa tanpa adanya spekulasinya, kurva penawaran akan beras digambarkan sebagai kurva $S_n S_n$ untuk kurva penawaran pada musim panen dan $SkSk$ untuk kurva penawaran akan beras untuk musim paceklik. Dengan demikian pada musim panen harga beras mencapai ekuilibrium setinggi OH_n sedangkan pada musim paceklik harga ekuilibrium beras mencapai setinggi OH_k . Fluktuasi harga beras tanpa adanya spekulasi dengan sendirinya akan berbentuk kurva gelombang HH pada Gambar 6.5.1A.

Dengan mengetahui pola fluktuasi harga beras tersebut, para spekulan mempertimbangkan bagaimana kalau membeli beras pada musim panen dan menjualnya pada waktu paceklik dengan maksud mendapatkan keuntungan. Karena perbedaan harga pada musim panen dengan pada musim paceklik cukup besar, yang berarti tindakan spekulasi diperkirakan menguntungkan, maka permintaan akan beras meningkat dari semula sebesar D sekarang

¹⁴Contoh spekulasi yang menstabilkan dalam hasil produksi pertanian beras yang diilustrasikan di sini didasarkan kepada asumsi keadaan pasar tanpa adanya usaha stabilitasi harga beras oleh pemerintah lewat BULOG. Dalam kerangka usaha stabilitasi harga beras lewat BULOG dapat dikatakan bahwa BULOG mengambil alih fungsi spekulan sebagai penstabil harga beras.

menjadi $D + D_s$ dengan perbedaan sebesar jumlah permintaan akan beras untuk maksud spekulasi. Sebagai akibat daripada adanya spekulasi tersebut harga pasar yang terjadi pada musim panen tidak lagi setinggi OH_n tetapi sekarang setinggi OH_{sn} . Perhatikan juga Gambar 6.5.1B.



Gambar 6.5.1. : Spekulasi Yang Menstabilkan

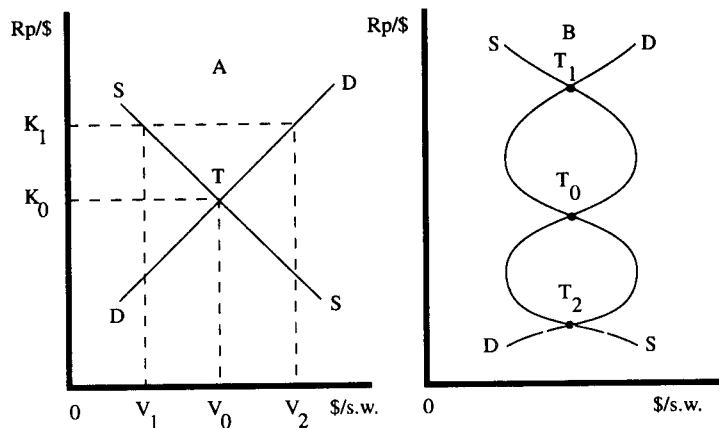
Apabila musim paceklik tiba tidak ada alasan bagi spekulan untuk menyimpan terus beras yang dibelinya pada waktu musim panen. Mereka tahu bahwa harga beras, sesudah musim paceklik lewat akan turun lagi. Dengan demikian mereka akan menjual persediaan beras yang mereka beli pada waktu musim panen. Sebagai akibatnya penawaran akan beras di pasar meningkat dari S_k ke $S_k + S_s$, dan karenanya harga ekuilibrium pada musim paceklik tidak lagi setinggi OH_k , melainkan setinggi OH_{sk} . Dengan demikian, justru sebagai akibat adanya spekulasi, harga beras menjadi lebih stabil. Pada waktu musim panen harga beras menurunnya tidak serendah tidak adanya spekulasi dan pada musim paceklik harga beras tidak meningkat setinggi tanpa adanya spekulasi. Dalam contoh Gambar 6.5.1B fluktuasi harga beras sebagai akibat adanya spekulasi berubah dari HH menjadi $H_s H_s$. Terbuktilah sekarang bahwa spekulasi ada yang pengaruhnya justru menstabilkan harga.

B. Spekulasi yang melabilkan

Contoh yang sangat baik untuk spekulasi yang melabilkan ialah spekulasi valuta asing. Spekulasi yang melabilkan in, yang biasa disebut *destabilizing speculation*, dalam bidang valuta asing terjadi apabila naiknya harga valuta asing, yang lebih lazim disebut kurs valuta asing diikuti oleh ramalan akan meningkatnya *kurs valuta asing* tersebut lebih lanjut. Sebagai akibat daripada perkiraan bahwa kurs valuta asing akan terus meningkat, para

importir akan berlomba-lomba membeli valuta asing, takut kalau harga valuta asing yang mereka butuhkan harganya naik lagi. Sebaliknya para eksportir bertendensi untuk menahan valuta asing yang ada di tangan mereka. Mereka bertendensi menunggu kurs naik lebih tinggi lagi, sebab dengan cara demikian mereka akan memperoleh keuntungan yang lebih tinggi. Sebagai akibat daripada memperoleh keuntungan yang lebih tinggi. Sebagai akibat daripada meningkatnya jumlah valuta asing yang diminta oleh para importir dan menurunnya jumlah valuta asing yang oleh para eksportir sanggup menjualnya, kelebihan permintaan atau *excess demand* akan valuta asing menjadi bertambah besar. Bertambah besarnya kelebihan permintaan ini mengakibatkan kurs valuta asing meningkat lebih cepat. Meningkatnya kurs valuta asing yang lebih cepat lebih lanjut kembali menimbulkan perkiraan atas ramalan bahwa kurs akan meningkat lebih tinggi lagi. Akibatnya kembali lagi para importir berlomba-lomba membeli valuta asing, sedangkan para eksportir menahan valuta asing yang dimilikinya. Ini lebih lanjut mengakibatkan bertambah besarnya kelebihan permintaan. Demikian seterusnya, proses kenaikan kurs valuta asing yang diikuti oleh bertambah besarnya *excess demand* yang selanjutnya mengakibatkan meningkatnya kurs valuta asing, akan berjalan terus.

Pada umumnya gejala spekulasi yang melabilkan tersebut diterangkan dengan menggunakan grafik-grafik seperti terlihat pada Gambar 6.5.2A dan Gambar 6.5.2B.



Gambar 6.5.2. : Spekulasi Yang Melabilkan

Dari Gambar 6.5.2A kita saksikan bahwa kurva permintaan akan valuta asing DD dan juga kurva penawaran valuta asing SS dalam pasar di mana terdapat destabilizing speculation kedua-duanya mempunyai bentuk yang tidak normal. Kurva permintaan mempunyai lereng yang positif, yaitu ke kanan naik, sedangkan kurva penawaran mempunyai lereng yang sudut negatif, yaitu ke kanan menurun. Dengan kurva permintaan

yang berbentuk demikian itu naiknya kurs dari Rp 0 K_0 /\$ ke Rp 0 K_1 /\$ misalnya, justru mengakibatkan bertambahnya jumlah valuta asing yang diminta. Yaitu pada Gambar 6.5.2A dari OV_0 ke OV_2 . Sebaliknya dengan kurva penawaran yang menurun ke kanan, naiknya kurs valuta asing dengan K_0K_1 justru mengakibatkan menurunnya jumlah valuta asing yang ditawarkan akan menyebabkan meningkatnya kurs valuta asing lebih tinggi lagi.

Pada Gambar 6.5.2B kita menemukan tiga buah titik potong antara kurva permintaan dan kurva penawaran. Ketiga titik potong tersebut ialah T_1 , T_0 dan T_2 . Dari ke tiga titik potong tersebut hanya titik T_0 merupakan titik ekuilibrium yang stabil oleh karena pada titik tersebut dan titik-titik di dekatnya koefisien arah garis permintaan lebih kecil daripada koefisien arah garis penawaran. Apabila terjadi kenaikan kurs valuta asing sedikit di atas T_0 , akan terjadilah kelebihan penawaran, kelebihan mana mengakibatkan menurunnya kurs valuta asing. Sebaliknya apabila kurs menurun tiak jauh di bawah T_0 akan terjadi kelebihan permintaan, hal mana menyebabkan kurs kembali meningkat menuju titik T_0 . hal ini tidak berlaku untuk titik T_1 dan T_2 . Pada titik potong T_1 dan T_2 berlaku *destabilizing speculation*, sebab naiknya kurs valuta asing mempunyai tendensi meningkatkan jumlah kelebihan permintaan, sebaliknya menurunnya kurs valuta asing meninggalkan titik-titik tersebut bertendensi untuk meningkatkan excess supply valuta asing. Kegoncangan atau fluktuasi kurs valuta asing menjadi semakin hebat.

6.6. PERDAGANGAN ANTAR-DAERAH

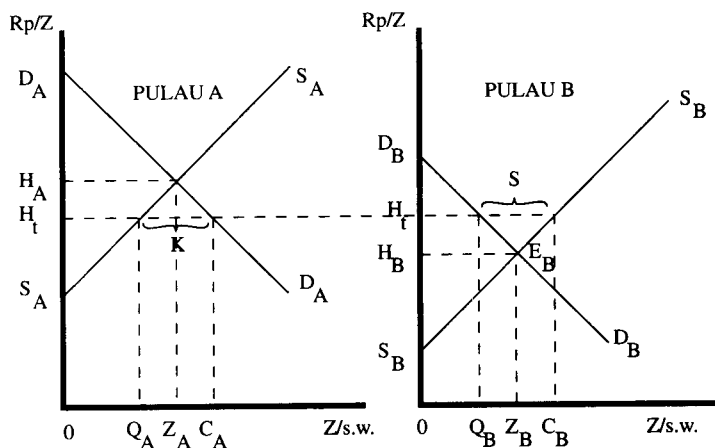
Kita mengetahui bahwa negara kita terdiri dari banyak pulau. Hal ini membawa kenyataan untuk barang yang sama harganya bisa sangat berbeda di antara daerah atau pulau yang satu dengan daerah atau pulau yang lain. Dengan lain perkataan, kita dalam praktek perlu membedakan antara pasar daerah yang satu dengan pasar daerah yang lain. Adapun mengenai batas-batas daerah/pasar tidak perlu sama dengan batas-batas administrasi pemerintah, melainkan lebih didasarkan kepada faktor-faktor ekonomi, seperti misalnya ongkos transport dan derajat mobilitas barang-barang dan sumber-sumberdaya.

Dari uraian di atas, jelaslah betapa pentingnya kita memiliki pengetahuan tentang *perdagangan antar-daerah*. Sub-bab ini disajikan untuk menguraikan tentang perdagangan antar-daerah di mana diasumsikan tidak diperlukannya biaya transpor untuk membawa barang dari daerah yang satu ke daerah yang lain. Sedangkan pada sub-bab 6.7. akan kita saksikan pengaruh biaya transport terhadap perdagangan antar daerah.

Dengan menyadari adanya perbedaan-perbedaan antara daerah dalam hal jumlah penduduk, pendapatan, baik per kapita maupun angka totalnya, kesukaan, selera atau cita rasa penduduk, keaneka-ragaman barang-barang dan jasa-jasa yang tersedia, dan seterusnya, maka kiranya mudah difahami bahwa kurva permintaan paar akan barang yang sama tendensinya berbeda-beda antara daerah yang satu dengan daerah yang lain. Untuk mudahnya kita misalnya suatu negara yang terdiri dari dua pulau, yaitu pulau A dan pulau b, yang mula-mulanya sama sekali tidak ada kontak atau hubungan di antara penduduk ke dua pulau tersebut. Pada Gambar 6.6.1. kita gambar kurva permintaan pasar masyarakat

pulau A akan barang Z sebagai kurva D_A , sedangkan kurva yang serupa untuk masyarakat pulau B kita tandai dengan tanda D_B .

Seperti halnya dengan kurva permintaan, kurva penawaran pasar akan suatu barang juga tendensinya berbeda antara daerah yang satu dengan daerah yang lain. hal ini disebabkan oleh karena pada umumnya keadaan sumber-sumber daya, baik kuantitas, kualitas serta komposisinya yang ada di daerah yang satu berbeda dengan yang ada di daerah lain. Pada Gambar 6.6.1. kurva penawaran pasar akan barang Z untuk penduduk pulau A digambar sebagai kurva S_A , sedangkan untuk penduduk pulau B sebagai kurva S_B .



Gambar 6.6.1. : Perdagangan Antar Daerah

Kalau misalnya mula-mula sama sekali tidak ada kontak antara penduduk pulau A dengan penduduk pulau B. Dalam keadaan demikian maka keadaan ekuilibrium pasar di pulau A dan di pulau B akan terbentuk dengan nilai-nilai ekuilibrium :

1. Di pulau A :
 - (a) harga ekuilibrium barang Z = OHA/Z
 - (b) jumlah konsumsi barang Z = $OZA/S.W.$
 - (c) jumlah produksi barang Z = $OZA/S.W.$
2. Di pulau B :
 - (a) harga ekuilibrium barang Z = OHB/Z
 - (b) jumlah konsumsi barang Z = $OZB/S.W.$
 - (c) jumlah produksi barang Z = $OZB/S.W.$

Dari contoh di atas jelas bahwa dalam keadaan tertutup, yaitu tidak ada hubungan dagang dengan daerah lain, dalam keadaan ekuilibrium jumlah produksi selalu sama dengan jumlah konsumsi.

Sekarang kita tinjau apa yang terjadi kalau suatu ketika timbul hubungan antara penduduk A dengan penduduk B? Dengan sendirinya, dengan adanya kontak tersebut para konsumen di pulau A akan mengetahui bahwa harga barang Z di pulau B lebih rendah bila dibandingkan dengan harga barang Z di pulau tempat kediamannya sendiri, sehingga mereka akan berusaha untuk membeli barang Z dari pulau B. Sebaliknya penduduk pulau B dengan mengetahui bahwa harga satuan barang Z di pulau A lebih tinggi daripada harga satuan barang Z di pulau tempat tinggal mereka, para produsennya, didorong oleh keinginan memperoleh keuntungan yang lebih tinggi, akan berusaha untuk menjual hasil produksinya berupa barang Z ke pulau A. Oleh karena keinginan para konsumen di pulau A untuk membeli barang Z dari pulau mempunyai sifat komplementer dengan keinginan para produsen di B untuk menjual hasil produksinya ke pulau A, maka kiranya mudah difahami kalau kemudian terjadi jual beli barang Z antara penduduk pulau B dengan penduduk pulau A.

Terjadinya transaksi jual beli barang Z antara penduduk pulau A dengan penduduk pulau B yang berupa pengalirannya barang Z dari pulau B ke pulau A, mengakibatkan di satu pihak bertambahnya jumlah barang Z yang dapat dibeli oleh para konsumen di pulau A, di lain pihak di pulau B terjadi pengurangan jumlah barang Z yang dapat di beli oleh konsumen setempat. Sebagai akibat daripada kejadian ini maka harga barang Z di pulau A mempunyai tendensi untuk turun sedangkan di pulau B bertendensi untuk naik.

Akibat selanjutnya ialah bahwa sebagai akibat menurunnya harga barang Z di pulau A, maka jumlah barang Z yang oleh para konsumen di pulau A ingin dan sanggup untuk membelinya untuk dikonsumsi bertambah. Kejadian yang sebaliknya terjadi di pulau B. Sebagai akibat meningkatnya harga barang Z di pulau B, maka kesediaan para konsumen untuk membeli barang Z akan menurun.

Produsen di lain pihak memberikan reaksi yang berkebalikan dengan reaksi para konsumen. Sebagai akibat menurunnya harga barang Z di pulau A maka para produsen barang Z di pulau A akan mengurangi produksinya. Sebaliknya para produsen di pulau B; melihat harga pasar barang yang dihasilkan naik, kesediaan mereka untuk menghasilkan barang Z meningkat.

Sebagai akibat daripada bertambahnya konsumsi dan berkurangnya produksi barang Z di pulau A menyebabkan adanya kelebihan konsumsi dari produksi. Sebaliknya di pulau B di mana terdapat peningkatan produksi dan penurunan konsumsi akan terjadi kelebihan produksi di atas konsumsi. Mudahlah kiranya difahami bahwa kelebihan konsumsi barang Z di pulau A akan dipenuhi dari pengiriman kelebihan produksi pulau B.

Proses perubahan di atas, yaitu perubahan harga, perubahan kuantitas yang dihasilkan dan perubahan kuantitas yang dikonsumsi untuk barang Z, baik di pulau A maupun pulau B akan berjalan terus dan akan berhenti hanya apabila jumlah kelebihan konsumsi barang Z oleh penduduk pulau A. Dalam contoh Gambar 6.6.1. perubahan-perubahan tersebut di atas terhenti pada ketinggian harga baik di pulau A maupun di pulau B untuk barang Z per unit setinggi OH, sebab pada ketinggian harga tersebut besarnya kelebihan konsumsi barang Z di pulau A, yang dapat pula disebut *supply efficiency*, *kekurangan penawaran* atau *kelebihan permintaan* barang Z sebesar K sama dengan besarnya *kelebihan penawaran*

barang Z, yang biasa juga disebut adanya *excess supply* atau adanya *surplus* barang Z di pulau B, yang besarnya sama dengan S.

Perlu kiranya di sini diketengahkan bahwa kesamaan harga ekuilibrium barang Z di *daerah minus* barang Z pulau A dengan harga ekuilibrium barang Z di *daerah surplus* barang Z pulau B adalah didasarkan kepada asumsi bahwa untuk memindahkan barang Z dari pulau B ke pulau A, atau sebaliknya, sama sekali tidak dibutuhkan pengeluaran biaya transpor.

Setelah kita menemukan harga ekuilibrium barang Z yang baru, yaitu setinggi O_H baik di pulau A maupun di pulau B, maka kita akan dapat mengetahui pula besarnya produksi dan konsumsi barang Z tersebut baik di A maupun di B. Di pulau A, jumlah produksi ekuilibrium barang Z sebesar OQ_A , dan jumlah konsumsi ekuilibrium barang Z sejumlah OCA . Di pulau B jumlah produksi ekuilibrium barang Z sebesar OQ_B unit dan jumlah konsumsi ekuilibrium untuk barang yang sama sebanyak OC_B .

Dari contoh di atas jelas kita saksikan bahwa :

1. Untuk daerah surplus berlaku : produksi dikurangi penjualan ke daerah lain sama dengan konsumsi;
2. Untuk daerah minus berlaku : produksi ditambah pembelian dari daerah lain sama dengan konsumsi.¹⁵

6.7. PENGARUH ONGKOS TRANSPOR TERHADAP PERDAGANGAN ANTAR DAERAH

Untuk menerangkan perdagangan antar-daerah di mana ada beban ongkos transpor, kita pergunakan Gambar 6.7.1. Dalam gambar tersebut, untuk singkatnya semua biaya selain harga barang bersangkutan yang timbul dari adanya transaksi perdagangan, seperti misalnya ongkos transpor, asuransi, ongkos administrasi, biaya provisi, komisi, ongkos modal dan sebagainya kita jadikan satu dan kita sebut *ongkos transpor*.

Dengan dimasukkannya ongkos ke dalam model, maka kebiasaan ekuilibrium akan tercapai apabila dipenuhi syarat-syarat :

- (a) harga di daerah minus pengimpor lebih tinggi bila dibandingkan dengan harga di daerah surplus pengeksport dengan perbedaan setinggi ongkos transpor per unit, dan
- (b) pada harga-harga seperti yang diungkapkan pada syarat (a) tersebut diatas, jumlah kesediaan masyarakat daerah minus untuk mengimpor barang bersangkutan sama dengan jumlah kesediaan masyarakatan daerah surplus untuk mengekspornya.

Kalau ini diterangkan pada Gambar 6.7.1., uraian singkatnya adalah sebagai berikut : Apabila t menunjukkan tingginya ongkos transpor per unit barang Z dari daerah A ke daerah B, maka nilai-nilai ekuilibrium akan kita jumpai :

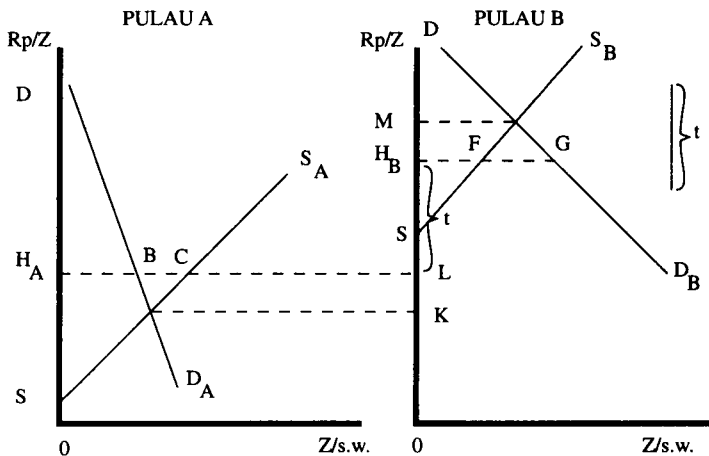
¹⁵Dengan sendirinya ini didasarkan kepada asumsi persediaan di masing-masing daerah tidak mengalami perubahan

Daerah A :

- (a) harga ekulibrium : OHA/Z ,
- (b) ekspor ekulibrium : BC unit barang $Z/S.W.$
- (c) produksi ekulibrium : HAC unit barang $Z/S.W.$
- (d) konsumsi ekulibrium : HAB unit barang $Z/S.W.$

Daerah B :

- (a) harga ekulibrium : OHB/Z ,
- (b) impor ekulibrium : FG unit barang $Z/S.W.$, di mana $FG = BC$,
- (c) produksi ekulibrium : HBF unit barang $Z/S.W.$
- (d) konsumsi ekulibrium : HBG unit barang $Z/S.W.$



Gambar 6.7.1. Perdagangan Dengan Menggunakan Ongkos Transpor

Bab VII Elastisitas Harga

Dari uraian-uraian sebelumnya kita telah mengetahui bahwa perubahan harga suatu barang bertendensi menimbulkan reaksi para pembeli barang tersebut berupa berubahnya jumlah yang diminta. Pada umumnya meningkatnya harga mengakibatkan berkurangnya jumlah barang yang diminta dan sebaliknya menurunnya harga mengakibatkan meningkatnya jumlah barang yang diminta. Kalau kita bandingkan antara barang yang satu dengan barang yang lain, kita akan menemukan bahwa intensitas reaksi pembeli terhadap perubahan harga dalam bentuk peningkatan atau penurunan jumlah yang diminta berbeda-beda. Dengan perubahan harga yang sama perubahan dalam jumlah yang diminta untuk barang satu bisa lebih banyak daripada untuk barang yang lain. Untuk mengukur intensitas reaksi pembeli terhadap perubahan harga barang yang bersangkutan para pemikir ekonomi telah menciptakan suatu alat analisis yang disebutnya *elastisitas*.

Dalam bab ini kita membatasi diri kepada elastisitas yang dapat dipergunakan untuk mengukur intensitas reaksi konsumen atau pembeli pada umumnya dalam bentuk perubahan jumlah barang yang diminta terhadap perubahan harga satuan barang tersebut, yang biasa disebut *elastisitas harga permintaan atau price elasticity of demand*, yang biasa juga hanya disingkat *elastisitas harga atau price elasticity*, atau bahkan sering pula hanya disebut elastisitas permintaan atau *demand elasticity*. Meskipun kenyataannya adalah demikian, namun kiranya lebih baik kita menggunakan sebutan yang lengkap, mengingat bahwa kita mengenal tidak hanya satu macam elastisitas harga dan juga tidak hanya satu macam elastisitas permintaan. Nanti kita akan menemukan bahwa di samping elastisitas harga permintaan. Nanti kita akan menemukan bahwa di samping elastisitas harga permintaan, juga kita jumpai *elastisitas pendapatan permintaan*, yang biasa disebut *income elasticity of demand*, *elastisitas silang* atau *cross-elasticity* dan juga *elastisitas harga penawaran*, yang biasa disebut juga *price elasticity of supply*. Tambahan pula selain daripada itu masih ada konsepsi-konsepsi elastisitas lainnya yang di luar lingkup buku ini.

7.1. BEBERAPA RUMUS DASAR ELASTISITAS HARGA

Kita mengenal beberapa bentuk perumusan dasar elastisitas harga yang dapat dipergunakan untuk menghitung tingginya koefisien elastisitas :

1. Elastisitas jarak atau arc elasticity.¹⁶ Lebih lanjut perumusan elastisitas jarak ini dibedakan antara :
 - (a) perumusan dasar elastisitas jarak, dan
 - (b) perumusan elastisitas jarak dengan modifikasi.
2. elastisitas titik atau pointelasticity. Uraian mengenai cara menghitung koefisien elastisitas titik dengan menggunakan grafik dapat dibedakan antara :
 - (a) cara menghitung koefisien elastisitas titik untuk kurva permintaan berbentuk garis lurus, dan
 - (b) cara menghitung koefisien elastisitas titik untuk kurva permintaan berbentuk garis lengkung.

Di bawah ini diuraikan cara-cara menghitung koefisien elastisitas harga permintaan dengan menggunakan sistematika di atas.

7.2. RUMUS DASAR ELASTISITAS JARAK

Yang dimaksud dengan elastisitas jarak atau arc elasticity sebuah kurva permintaan ialah elastisitas yang dihitung dari dua buah titik yang berjuahan dari sebuah kurva permintaan. kalau kita ingin mengetahui elastisitas jarak untuk kurva permintaan akan barang Z yang digambarkan oleh kurva permintaan DD pada Gambar 7.2.1. antara titik A dan titik B, maka kita dapat mempergunakan rumus dasar elastisitas harga permintaan di bawah ini.

$$E_h = \frac{\Delta Z/Z}{\Delta H/H} \dots\dots\dots (7.2.1.)$$

Mengingat bahwa $\Delta Z/Z$ merupakan angka pecahan atau persentase perubahan kuantitas barang Z yang diminta, dan $\Delta H/H$ merupakan angka pecahan atau persentase perubahan harga barang Z tersebut yang mengakibatkan berubahnya kuantitas barang yang diminta, maka kesamaan (7.2.1.) dapat pula diungkapkan sebagai berikut :

$$E_h = \frac{\% \text{ perubahan kuantitas yang diminta}}{\% \text{ perubahan harga barang bersangkutan}} \dots\dots\dots (7.2.2.)$$

di mana :

E_h : elastisitas harga permintaan

ΔZ : perubahan kuantitas barang Z yang diminta

Z : kuantitas barang Z yang diminta sebelum adanya perubahan harga

ΔH : perubahan harga barang Z

H : harga barang Z sebelum berubah.

¹⁶ Kata arc dapat diterjemahkan *lengkung*. Oleh karena itu besar kemungkinan kata *arc elasticity* oleh penulis lain diterjemahkan secara harfiah *elastisitas lengkung*.

Dari Gambar 7.2.1. kita saksikan bahwa perubahan dari titik A ke titik B mengandung makna bahwa sebagai akibat daripada menurunnya harga barang Z dari semula setinggi Rp 500/Z turun menjadi Rp 400/Z mengakibatkan jumlah barang Z yang diminta bertambah dari semula 4 unit menjadi 6 unit per satuan waktunya.

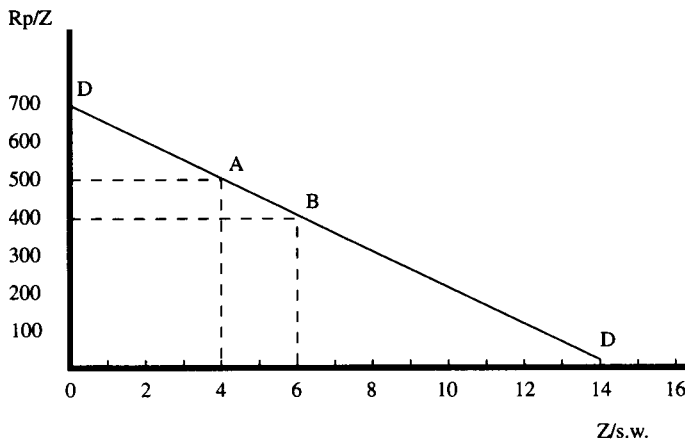
Apabila kita menggunakan perumusan (7.2.1.), kita menemukan :

$$E_h = \frac{(6 \text{ unit} - 4 \text{ unit})/4 \text{ unit}}{(\text{Rp } 400 - \text{Rp } 500)/\text{Rp } 500} = \frac{2 \text{ unit}/4 \text{ unit}}{-\text{Rp } 100/\text{Rp } 500}$$

$$= \frac{-1/2}{1/5} = -21/2$$

Apabila untuk menghitung elastisitas tersebut dipergunakan rumus (7.2.2.), hasilnya juga akan persis sama :

- berubahnya jumlah yang diminta dari 4 unit menjadi 6 barang Z berarti ada kenaikan jumlah yang diminta sebesar 50%.



Gambar 7.2.1. : Elastisitas Jarak

- berubahnya harga satuan barang Z dari Rp 500/Z menjadi Rp 400/Z dapat disebutkan sebagai adanya penurunan harga satuan barang Z setinggi 20%.
- dengan menggunakan perumusan (7.2.2) :

$$E_h = \frac{\% \text{ perubahan } Z \text{ } 50\%}{\% \text{ perubahan } H \text{ } -20\%} = -21/2$$

Dari hasil perhitungan di atas kita temukan bahwa tanda daripada koefisien elastisitas adalah *negatif*. Negatifnya koefisien elastisitas tersebut disebabkan oleh bentuk kurva permintaan yang dari kiri ke kanan menurun, yaitu sesuai dengan hukum permintaan. Mengingat bahwa kebanyakan kurva permintaan bentuk yang demikian, maka kalau toh koefisien elastisitas harga kurva permintaan tersebut tandanya tidak dicantumkan kita dapat memastikan bahwa tandanya adalah negatif juga. Oleh karena itulah maka tidak sedikit yang berpendapat dapat diabaikan. Bahkan ada yang lebih dari itu, menyarankan agar supaya hasil koefisien elastisitasnya mempunyai tanda positif disarankan agar supaya rumus-rumus koefisien elastisitas harga kurva permintaan tanda negatif. Untuk rumus koefisien elastisitas (7.2.1) misalnya, perlu diubah sedikit menjadi ;

$$E_h = \frac{- \Delta Z/Z}{\Delta H/H} \dots\dots\dots(7.2.3)$$

Dengan demikian koefisien elastisitas kurva permintaan DD pada Gambar 7.2.1. untuk jarak antara A dan B tidak lagi diketemukan setinggi $-2\frac{1}{2}$ melainkan setinggi $7\frac{1}{2}$.

7.3. RUMUS ELASTISITAS JARAK DENGAN MODIFIKASI

Rumus-rumus dasar elastisitas jarak seperti yang diungkapkan dalam (7.2.1) maupun (7.2.2) sebetulnya mempunyai kelemahan. Daripenggunaan kedua rumus elastisitas tersebut, seperti kita ketahui telah diketemukan bahwa elastisitas permintaan barang Z terhadap harga *dari titik A ke titik B* adalah setinggi 2,5. Dari hasil perhitungan tersebut, kita tidak dapat mengatakan bahwa yang tinggi elastisitasnya 2,5 adalah elastisitas permintaan terhadap harga *di antara titik A dan titik B*, sebab kalau kita perhatikan betul-betul, dengan menggunakan kedua rumus tersebut hasil perhitungan elastisitas dari titik A ke B berbeda dengan hasil perhitungan dari titik B ke A. Kalau elastisitas dari A ke B telah kita ketahui adalah setinggi 2,5, elastisitas dari B ke A adalah setinggi :

$$E_h = \frac{-4 \text{ unit} - 6 \text{ unit})/6 \text{ unit}}{(Rp 500 - Rp 400)/Rp 400} = \frac{2/6}{1/4} = 1,33$$

Untuk mengatasi kelemahan tersebut, maka dapat disarankan untuk dipergunakannya rumus yang telah dimodifikasinya. Rumus elastisitas dengan modifikasi kita sajikan dalam (7.3.1).

$$E_h = \frac{Z_1 - Z_0}{Z_1 + Z_0} : \frac{H_1 - H_0}{H_1 + H_0} \dots\dots\dots(7.3.1)$$

yang biasa ditulis juga

$$E_h = \frac{Z_1 - Z_0}{Z_1 + Z_0} \times \frac{H_1 + H_0}{H_1 - H_0} \text{ atau}$$

$$E_h = \frac{Z_1 - Z_0}{Z_1 - Z_0} : \frac{H_1 + H_0}{H_1 + H_0} \dots\dots\dots(7.3.2)$$

Kalau rumus (7.3.1) ini kita teapkan pada perhitungan koefisien elastisitas jarak antara titik A dan titik B pada kurva permintaan DD Gambar 7.2.1. kita menemukan

$$E_h = \frac{4 \text{ unit} - 6 \text{ unit}}{4 \text{ unit} + 6 \text{ unit}} : \frac{\text{Rp } 500 - \text{Rp } 400}{\text{Rp } 500 + \text{Rp } 400}$$

$$= -18, \text{ atau } 1,8$$

Koefisien elastisitas jarak yang kita temukan dengan menggunakan rumus (7.3.1) akan tidak berbeda, apakah koefisien tersebut dihitung dengan menggunakan perubahan dari titik A ke titik B ataukah dihitung dengan menggunakan perubahan dari titik B ke titik A.

7.4. MENGHITUNG ELASTISITAS TITIK

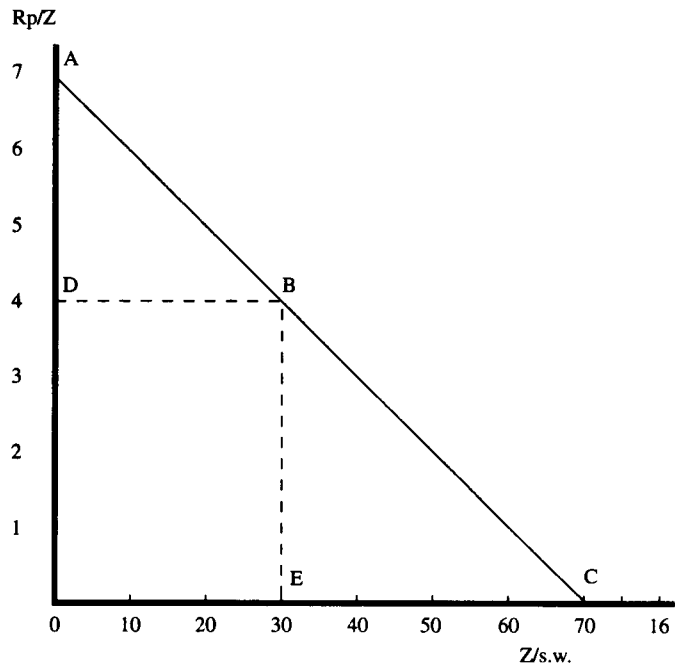
Kalau elastisitas jarak sebuah kurva permintaan menunjukkan tingginya elastisitas di antara dua titik yang berjauhan dari sebuah kurva permintaan, elastisitas titik sebuah permintaan menunjukkan tingginya elastisitas pada sebuah titik pada sebuah kurva permintaan. Rumus elastisitas (7.2.1.) masih tetap berlaku hanya saja dengan catatan bahwa perubahan harga yang diperhitungkan, yaitu ΔH , harus dibuat demikian kecil mendekati nol. Dengan perubahan nilai H yang mendekati nol, maka secara matematik rumus dasar elastisitas permintaan terhadap harga menjadi sebagai berikut :

$$E_h = \frac{dZ/Z}{dH/H} \text{ atau } E_h = \frac{-dZ/Z}{dH/H} \dots\dots\dots(7.4.1)$$

yang juga dapat kita tulis :

$$E_h = \frac{dZ}{dH} \frac{H}{Z} \text{ atau } E_h = \frac{dZ}{dH} \frac{H}{Z} \dots\dots\dots (7.4.2)$$

Cara menemukan koefisien elastisitas titik sebuah permintaan terhadap harga dapat diterangkan dengan menggunakan Gambar 7.4.1.



Gambar 7.4.1. : Cara Menghitung Elastisitas Titik

Apabila misalnya kita ingin mengetahui koefisien elastisitas kurva permintaan AC pada titik B, kita dapat menggunakan salah satu dari tiga buah rumus di bawah ini :

$$(1) \text{ EH pada titik B} = \frac{BC}{AB} \dots\dots\dots (7.4.3)$$

$$(2) \text{ Eh pada titik B} = \frac{OD}{AD} \dots\dots\dots (7.4.4.)$$

$$(3) E_h \text{ pada titik B} = \frac{EC}{OE} \dots\dots\dots (7.4.5)$$

Pembuktian atau penurunan daripada ketiga rumus tersebut adalah sebagai berikut : Kita telah mengetahui bahwa koefisien elastisitas harga kurva permintaan adalah sebagai berikut :

$$E_h = \frac{\Delta Z/Z}{\Delta H/H} = \frac{\Delta Z}{AH} \frac{H}{Z} \text{ atau } E_h = \frac{\Delta Z}{\Delta H} \frac{H}{Z}$$

Untuk kurva permintaan berbentuk baris lurus, nilai $\Delta Z/\Delta H$ merupakan kebalikan atau reciprocal daripada koefisien arah garis harga, yang nilainya adalah tetap. Pada titik B nilai

$\Delta Z/\Delta H$ adalah setinggi $\frac{DB}{AD}$, leh karena DB menunjukkan nilai ΔZ sebagai akibat dari-

pada perubahan harga dari A ke B, sedangkan AD menunjukkan perubahan harga barang Z.

Sekarang kita perhatian nilai $\frac{H}{Z}$, H menunjukkan harga Z, dengan sendirinya untuk titik kedudukan B nilainya sama dengan EB atau OD. Nilai Z, yaitu kuantitas barang Z yang diminta, pada harga EB atau OD tersebut sebanyak DB atau OE. Dengan demikian :

$$E_h = \frac{\Delta Z}{\Delta H} \frac{H}{Z}$$

dapat kita tulis :

$$E_h = \frac{DB}{AD} \times \frac{OD}{DB} = \frac{OD}{AD}$$

Ini berarti bahwa rumus (7.4.4) sudah berhasil dibuktikan.

Untuk membuktikan rumus (7.4.3) dan (7.4.5) kita perhatikan segitiga ADB dan segitiga BEC. Kedua segitiga ini adalah sebangun, oleh karena kedua segitiga tersebut mempunyai tiga sudut yang besarnya sama. Sudut ADB sama dengan sudut BEC, oleh karena kedua-duanya adalah sudut siku-siku. Sudut DAB sama besarnya dengan sudut EBC, oleh karena garis OA sejajar dengan garis EB dan CBA merupakan sebuah garis lurus. Oleh karena kedua segitiga tersebut dua sudutnya sudah terbukti sama maka sudut ketiga, yaitu sudut DBA dan ECB juga sama besar.

Oleh karena OD sama dengan EB, maka $E_h \frac{OD}{DA} = \frac{BE}{DA}$. Mengingat bahwa, seperti

kita ketahui di atas, segiita ADB sebangun dengan segitia BEC, maka $\frac{BE}{DA} = \frac{EC}{DB} =$

$\frac{EC}{OE} = \frac{BC}{AB}$ Dengan demikian terbukti bahwa rumus (7.4.3), (7.4.4) dan (7.4.5) menghasilkan nilai yang sama.

Dari ketiga rumus elastisitas titik tersebut, yang sudah untuk dipakai ialah rumus (7.4.4) dan (7.4.5). Untuk contoh Gambar 7.4.1. koefisien elastisitas permintaan terhadap harga pada titik B dapat kita peroleh :

Dengan menggunakan rumus (7.4.4) :

$$E_h \text{ pada titik B} = \frac{OD}{DA} = \frac{4}{3} = 1 \frac{1}{3}$$

Dengan menggunakan rumus (7.4.5) :

$$E_h \text{ pada titik B} = \frac{EC}{OE} = \frac{40}{30} = 1 \frac{1}{3}$$

7.5. MENGHITUNG ELASTISITAS TITIK KURVA PERMINTAAN BERBENTUK LENGKUNG

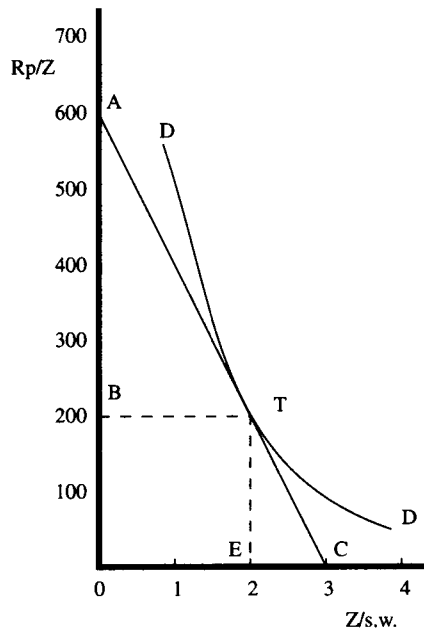
Cara menemukan koefisien elastisitas titik seperti diuraikan di atas dapat dipergunakan untuk mengukur koefisien elastisitas titik untuk kurva permintaan yang mempunyai bentuk garis lengkung. kalau misalnya kita ingin mengetahui tingginya elastisitas harga kurva permintaan DD seperti tergambar pada Gambar 7.5.1. pada titik T, maka langkah pertama yang kita kerjakan ialah membuat garis yang menyinggung kurva permintaan DD pada titik T. Pada Gambar 7.5.1. garis singgung yang kita peroleh memotong sumbu harga pada A dan memotong sumbu kuantitas pada titik C. Dengan menerapkan salah satu di antara ke tiga rumus elastisitas titik yang kita uraikan di atas, kita akan menemukan koefisien elastisitas titik kurva permintaan DD pada titik T.

Dalam contoh Gambar 7.5l.1. koefisien elastisitas harga kurva permintaan DD pada titik T ditemukan setinggi :

$$E_h \text{ pada titik T} = \frac{3 \text{ unit} - 2 \text{ unit}}{2 \text{ unit} - 0 \text{ unit}} = \frac{1 \text{ unit}}{2 \text{ unit}} = 0,5$$

atau

$$E_h \text{ pada titik T} = \frac{Rp \ 200 - Rp \ 0}{Rp \ 600 - Rp \ 200} = \frac{Rp \ 200}{Rp \ 400} = 0,5$$



Gambar 7.5.1. : Menghitung Elastisitas Titik Kurva Permintaan Berbentuk Lengkung

7.6. ELASTISITAS HARGA SEPANJANG GARIS PERMINTAAN

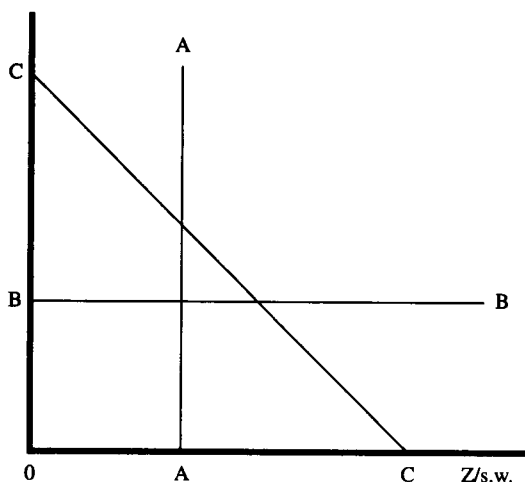
Kita telah mengetahui bahwa ada tiga kemungkinan bentuk kurva permintaan yang berbentuk garis lurus, yaitu seperti terlihat pada Gambar 7.6.1.

Entah rumus elastisitas yang manayang kita terapkan pada kurva permintaan AA, kita akan menemukan bahwa dengan perubahan harga yang manapun kuantitas yang tidak mengalami perubahan tersebut berarti nilai sebesar nol. Dengan nilai pembilang sebesar nol maka nilai akhir daripada elastisitas juga sama dengan nol. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kurva permintaan yang berbentuk garis lurus sejajar dengan sumbu harga nilai koefisien elastisitasnya sama dengan nol. Untuk permintaan seperti ini biasanya dikatakan bahwa permintaan adalah *inelastik sempurna*.

Sekarang kita perhatikan garis permintaan BB yang sejajar dengan sumbu kuantitas. Dengan sejajarnya garis permintaan dengan sumbu kuantitas, maka sekaligus harga tidak

berubah kuantitas yang diminta dapat meningkat. Ini berarti bahwa menyebut daripada rumus elastisitas adalah sebesar nol. Dengan nilai pembilang yang tidak sama dengan nol, bahkan mungkin juga tidak terhingga dalam hal sejajarnya kurva permintaan tersebut dengan garis kuantitas berlaku terus ke kanan tanpa batas, maka nilai akhir daripada koefisien elastisitas adalah tidak terhingga. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa elastisitas titik ataupun elastisitas jarak antara dua titik pada garis permintaan yang sejajar dengan sumbu kuantitas selalu mempunyai elastisitas sebesar tidak terhingga. Untuk kurva semacam ini biasanya disebut sebagai kurva permintaan yang *elastik sempurna*.

Rp/Z



Gambar 7.6.1. : Elastisitas Pada Beberapa Kemungkinan Bentuk Garis Permintaan

1. Sejajar dengan sumbu harga Contohnya ialah kurva permintaan AA.
2. Sejajar dengan sumbu kuantitas. Contohnya ialah kurva permintaan Bb.
3. Menurun dari kiri ke kanan. Contohnya ialah kurva permintaan CC.

Kurva permintaan yang mempunyai bentuk garis lurus menurun dari kiri ke kanan, seperti misalnya kurva permintaan CC pada Gambar 7.6.1. juga mempunyai keunikan. Untuk kurva permintaan dalam bentuk seperti ini, tinggi elastisitas tergantung kepada letaknya dalam kurva permintaan tersebut. Dengan perkataan lain, tingginya nilai koefisien elastisitas berubah-ubah dari ketinggian harga yang satu ke ketinggian harga yang lain. Ini dapat dibuktikan secara matematis maupun dengan mempergunakan grafik.

Untuk membuktikannya secara matematis kita ambil saja rumus elastisitas (7.2.1.).

$$E_h = \frac{\Delta Z/A}{\Delta H/H} \dots\dots\dots (7.2.1)$$

kalau kita ubah bentuknya :

$$E_h = \frac{\frac{\Delta Z/Z}{\Delta H/Z}}{\frac{\Delta Z}{Z}} : \frac{\Delta H}{H} = \frac{\Delta Z}{\Delta H} \times \frac{H}{Z}$$

di mana $\frac{\Delta Z}{\Delta H}$ menunjukkan curamnya lereng kurva permintaan. Oleh karena kurva permintaan berbentuk garis lurus maka nilai $\frac{\Delta Z}{\Delta H}$ tidak berubah. Oleh karenanya, menurunnya H sepanjang garis permintaan DD pasti akan mengakibatkan menurunnya nilai E_h , oleh karena menurunnya nilai $\frac{H}{Z}$ disertai oleh tetapnya nilai $\frac{\Delta Z}{\Delta H}$. Dalam perkalian, apabila faktor yang satu nilainya tetap, sedangkan faktor yang lainnya menurun, maka hasil perkaliannya pasti menurun. Menurunnya nilai $\frac{H}{Z}$ di samping disebabkan oleh menurunnya nilai pembilang H juga sebagai akibat daripada meningkatnya nilai penyebut Z. Sebab, seperti kita ketahui dengan negatifnya nilai $\frac{\Delta Z}{\Delta H}$ berarti bahwa menurunnya nilai H akan mengakibatkan meningkatnya nilai Z.

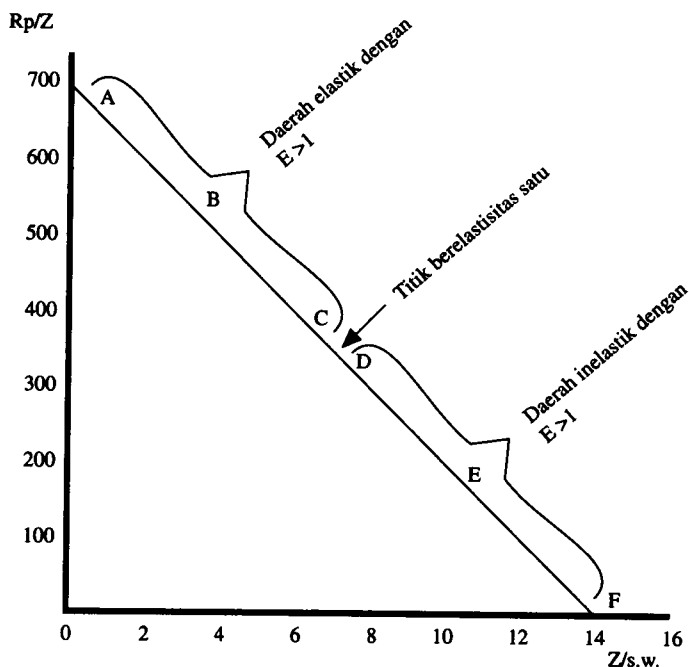
Sekarang kita tinjau masalah di atas dengan menggunakan grafik. Untuk keperluan ini kita menggunakan Gambar 7.6.2.

Dari uraian sebelumnya telah kita ketahui bahwa untuk menghitung elastisitas titik caranya ialah dengan membagi jarak dari titik tersebut ke titik potong garis permintaan dengan sumbu kuantitas dengan jarak dari titik tersebut ke titik potong garis permintaan dengan sumbu harga. Apabila ini kita terapkan pada titik-titik A, B, C, D, E, dan F pada kurva permintaan AF Gambar 7.6.2, kita menemukan angka-angka koefisien elastisitas seperti disajikan pada tabel 7.6.1.

Dari tabel 7.6.1. tersebut jelaslah bahwa untuk kurva permintaan yang berbentuk garis lurus, pada harga setinggi titik potong kurva permintaan dengan sumbu harga, koefisien elastisitasnya mempunyai nilai tidak terhingga. Dengan menurunnya harga, nilai koefisien elastisitasnya juga menurun. Angka *elastisitas sebesar satu*, yang disebut juga *unitary elasticity* tercapai pada titik yang tepat di tengah-tengah antara titik potong kurva permintaan dengan sumbu harga, A, dengan titik potong kurva permintaan dengan sumbu kuantitas, F. Titik yang memenuhi syarat tersebut ialah titik D. Kalau harga menurun lebih rendah daripada D, maka koefisien elastisitas lebih rendah daripada satu dan nilainya juga terus menurun. Angka koefisien elastisitas mencapai nilai nol tepat pada titik potong kurva permintaan dengan sumbu kuantitas.

Menurunnya koefisien elastisitas sebagai akibat daripada lebih rendahnya harga, kiranya mudah dipahami kalau kita ingat bahwa lebih rendahnya harga menyebabkan jarak antara

titik tersebut dengan titik potong kurva permintaan dengan sumbu kuantitas menjadi lebih kecil. Lebih kecilnya jarak tersebut mempunyai arti lebih rendahnya nilai pembilang rumus elastisitas titik. Menurunnya nilai pembilang tersebut dibarengi oleh meningkatnya nilai penyebutnya, yang ditandai oleh semakin jauh jaraknya dari titik potong kurva permintaan dengan sumbu harga. Semuanya ini menyebabkan semakin kecilnya nilai daripada koefisien elastisitas.



Gambar 7.6.2. : Elastisitas Harga Sepanjang Garis Permintaan

Sebagai kesimpulan daripada uraian di atas dapat diikhtisarkan bahwa tiap garis permintaan dapat dibagi ke dalam daerah elastik dan daerah inelastik yang dibatasi oleh titik berelastisitas satu. Titik berelastisitas satu ini letaknya berada tepat tengah-tengah antara titik potong kurva permintaan dengan sumbu harga dan titik potong kurva permintaan dengan sumbu kuantitas.

7.7. ELASTISITAS DAN PENGELUARAN KONSUMEN

Sudah berulang kali disebutkan bahwa hukum permintaan mengatakan jumlah kebanyakan barang yang konsumen ingin dan sanggup membelinya untuk satu satuan waktu tertentu bertendensi berubah dengan arah yang berlawanan dengan perubahan harga barang

Tabel 7.6.1. Elastisitas pada Berbagai Harga pada Sebuah Garis Permintaan

Koefisien Elastisitas Harga			
Titik	Cara Menghitung	Hasil Perhitungan	Sebutan
A	$E_h = \frac{EF}{0}$	$= \infty$	elastik sempurna
B	$E_h = \frac{EF}{AB}$	$= 2,5$	elastik
C	$E_h = \frac{CF}{AC}$	$= 1,3$	elastik
D	$E_h = \frac{DF}{AD}$	$= 1$	berelastisitas satu atau unitary leasticity
E	$E_h = \frac{EF}{AF}$	$= 0,4$	inelastik
F	$E_h = \frac{0}{AF}$	$= 0$	inelastik sempurna

bersangkutan. Singkatnya ialah bahwa meningkatnya harga per unit suatu barang pada umumnya mengakibatkan menurunnya jumlah barang tersebut yang diminta oleh konsumen; sebaliknya menurunnya harga barang tersebut bertendensi mengakibatkan bertambahnya jumlah barang tersebut yang diminta oleh konsumen. Mengenai *bertambahnya jumlah barang yang diminta* tidaklah berarti bahwa konsumen bersedia mengeluarkan jumlah uang yang lebih banyak daripada sebelumnya. Demikian juga halnya dengan *penurunan jumlah barang yang diminta* tidak berarti bahwa konsumen mengurangi kesediaannya mengeluarkan uang untuk membeli barang tersebut. Hal ini kiranya mudah difahami kalau kita ingat bahwa meningkatnya jumlah yang diminta tersebut adalah akibat daripada menurunnya harga per unit barang bersangkutan. Oleh karena pengeluaran total konsumen untuk membeli barang tersebut besarnya sama dengan jumlah yang dibeli kali harga satuan, maka apakah menurunnya harga barang tersebut akan mengakibatkan meningkatnya atau menurunnya jumlah

pengeluaran konsumen untuk membeli barang tersebut, akan tergantung kepada perbandingan persentase kenaikan jumlah yang dibelinya dengan persentase penurunan harga. Salah satu cara untuk membandingkan angka persentase perubahan tersebut ialah dengan membagi nilai persentase perubahan kuantitas yang diminta dengan nilai persentase perubahan harga yang hasilnya seperti telah kita ketahui adalah apa yang kita sebut *koefisien elastisitas*. Jadi dengan kata lain, untuk mengetahui apakah perubahan harga, naik ataukah turun, akan mengakibatkan naik turun atau tetap tidak berubahnya jumlah pengeluaran konsumen untuk membeli barang bersangkutan dapat kita ramalkan dengan meneliti tingginya koefisien permintaan konsumen tersebut.

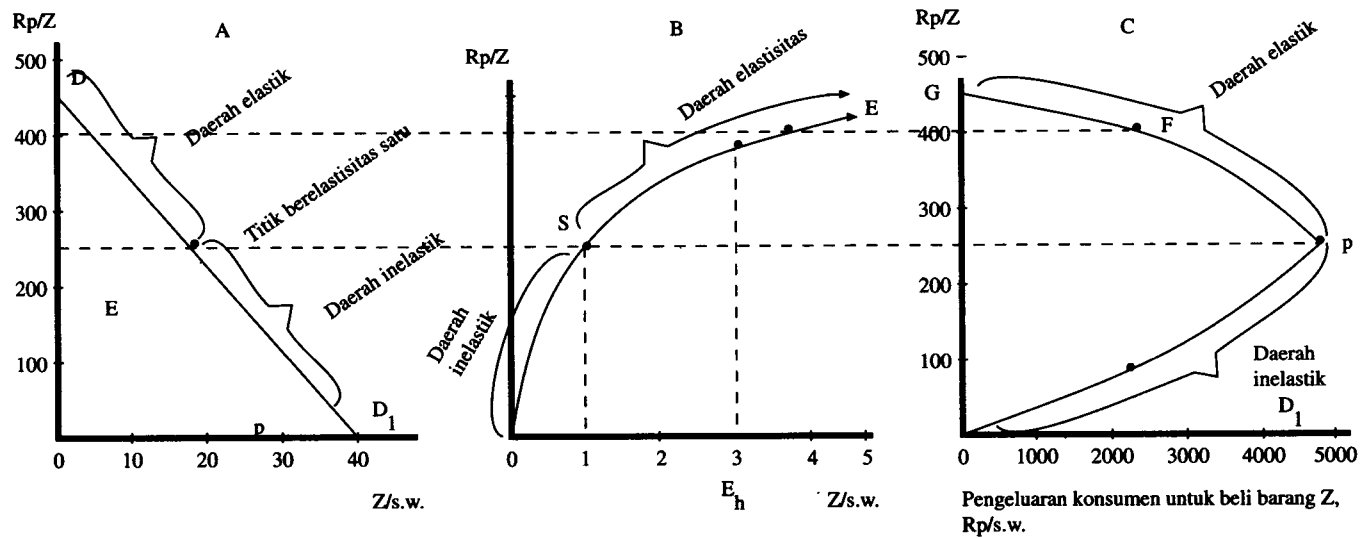
Mengenai hubungan antara tingginya elastisitas harga kurva permintaan suatu barang dengan pengeluaran total daripada konsumen untuk membeli barang bersangkutan diikhtisarkan dalam Tabel 7.7.1.

Kalau isi Tabel 7.7.1. kita terapkan pada Gambar 7.6.2, maka hubungan antara elastisitas harga kurva permintaan dengan pengeluaran konsumen untuk membeli barang bersangkutan dapat diikhtisarkan dalam grafik dengan menggunakan Gambar 7.7.1. Dalam gambar ini gambar A memuat kurva permintaan akan barang Z DD₂. Gambar B memuat kurva yang menghubungkan tingginya elastisitas harga pada berbagai harga satuan barang Z. Kurva yang dimaksud ialah kurva OE. Gambar C memuat kurva yang menunjukkan jumlah pengeluaran total konsumen untuk membeli barang Z per satuan waktunya. Untuk pengeluaran total ini, yang merupakan hasil perkalian kuantitas yang diminta dengan harga satuan barang Z yang bersangkutan, sumbu pengukuranya kita pakai sumbu horisontal yang kita tandai dengan tanda Rp/s.w.

Tabel 7.7.1. : Hubungan Antara Tingginya Elastisitas Harga Kurva Permintaan Dengan Pengeluaran Total Konsumen Untuk Membeli Barang Bersangkutan.

Dengan koefisien elastisitas	Elastisitas Permin-taan disebut :	Menurunnya harga	Naiknya harga
		mengakibatkan pengeluaran konsumen untuk membeli barang tersebut	
$E_h < 1$ $E_h = 1$ $E_h > 1$	inelastik unitary elasticity elastik	menurun tidak berubah naik	naik tidak berubah menurun

Dari gambar tersebut dapat kita saksikan bahwa mula-mula koefisien elastisitas sangat tinggi; yaitu pada titik D elastisitasnya tidak terhingga. Pada ketinggian harga ini pengeluaran total ditunjukkan oleh titik G pada gambar C, yang berarti bahwa dengan harga tersebut (juga pada harga-harga di atasnya) jumlah pengeluaran total konsumen untuk membeli barang Z sama dengan nol.



Gambar 7.7.1 : Elastisitas Harga dan Pengeluaran Total Konsumen Sepanjang Garis Permintaan

Apabila dari titik D kita menurun ke bawah sepanjang garis permintaan DD_2 , maka tingginya elastisitas terus menurun. Menurunnya elastisitas ini mencapai angka satu pada titik T. Bagian daripada kurva permintaan yang berada di atas titik T sampai dengan titik potong kurva permintaan dengan sumbu harga kita sebut *daerah elastik*. Dari gambar C dapat kita saksikan bahwa pada daerah elastik ini penurunan harga barang Z mengakibatkan meningkatnya jumlah pengeluaran konsumen per satuan waktunya; sebaliknya meningkatnya harga barang Z mengakibatkan menurunnya jumlah pengeluaran konsumen tersebut untuk membeli barang Z.

Daerah inelastik adalah sebaliknya, menurunnya harga tidak mengakibatkan meningkatnya jumlah pengeluaran total konsumen untuk membeli barang tersebut, melainkan mengakibatkan menurunnya jumlah pengeluaran total konsumen untuk membeli barang tersebut. Selanjutnya, pada daerah inelastik, ini peningkatan harga per unit barang Z akan mengakibatkan meningkatnya pengeluaran total konsumen untuk membeli barang tersebut.

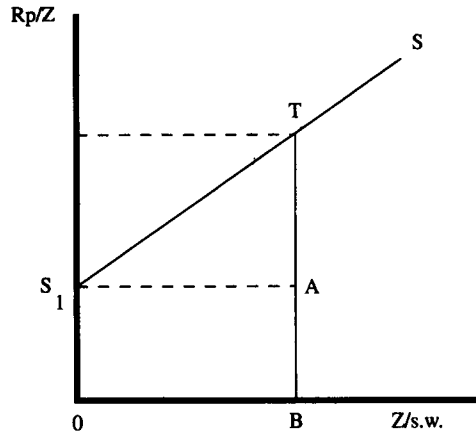
Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa dimulai dari titik potong kurva permintaan dengan sumbu harga, penurunan harga akan mengakibatkan meningkatnya pengeluaran konsumen untuk membeli barang tersebut. Hal ini akan berlaku sampai tercapai titik berelastisitas satu di mana jumlah pengeluaran konsumen untuk membeli barang tersebut mencapai jumlah tertinggi. Apabila penurunan harga diteruskan menurun lebih rendah daripada titik berelastisitas satu, penurunan harga akan mengakibatkan penurunan jumlah pengeluaran konsumen yang dipergunakan untuk membeli barang tersebut. Pengeluaran konsumen akhirnya mencapai nol bilamana penurunan harga tersebut mengenai titik potong kurva permintaan dengan sumbu kuantitas.

7.8. ELASTISITAS KURVA PENAWARAN

Dalam bab ini sampai dengan sub-bab baru saja kita tinggalkan, uraian kita hanya terbatas dan berkisar pada masalah elastisitas permintaan. Dalam sub-bab ini kita akan menengok sebentar mengenai *elastisitas penawaran*.

Seperti halnya dengan kurva permintaan, kurva penawaran mengenal pula apa yang disebut elastisitas jarak atau arc elasticity. Akan tetapi mengingat bahwa cara menemukan koefisien elastisitas jarak untuk kurva penawaran sama sekali tidak ada beanya dengan cara menemukan koefisien elastisitas jarak kurva permintaan, maka tidak perlulah kiranya apa yang telah kita uraikan pada sub-bab 7.2. dan 7.3. kita ulangi di sini.

Untuk pengukuran elastisitas titik atau point elasticity, di lain pihak, ada beberapa hal yang ada manfaatnya untuk disajikan di sini. Pertama-tama kita mencoba menemukan perumusan yang mudah kita pergunakan untuk menghitung tingginya elastisitas titik. Untuk maksud ini kita pergunakan Gambar 7.8.1. untuk menerangkannya. Kalau misalnya kita ingin mengetahui tingginya koefisien elastisitas garis penawaran S_1S pada titik T, kita dapat menggunakan rumus umum elastisitas (7.2.1.) :



Gambar 7.8.1. : Elastisitas Titik Kurva penawaran

$$E_h = \frac{\Delta Z/Z}{\Delta H/H} \dots\dots\dots (7.2.1)$$

yang dapat pula kita tulis :

$$E_h = \frac{\Delta Z}{\Delta H} \cdot \frac{H}{Z} \dots\dots\dots (7.8.1)$$

Sepanjang garis penawaran S_1S , nilai $\Delta Z/\Delta H$ tidak berubah yaitu setinggi S_1A/TA . Pada titik T nilai H adalah TB sedangkan nilai Z adalah OB atau S_1A . Dengan demikian koefisien elastisitas garis penawaran S_1S pada titik T dapat kita temukan :

$$E_h = \frac{\Delta Z}{\Delta H} \cdot \frac{H}{Z} = \frac{S_1A}{TA} \times \frac{TB}{S_1A} = \frac{TB}{TA}$$

Singkatnya :

$$E_h = \frac{TB}{TA} \dots\dots\dots (7.8.2)$$

di mana

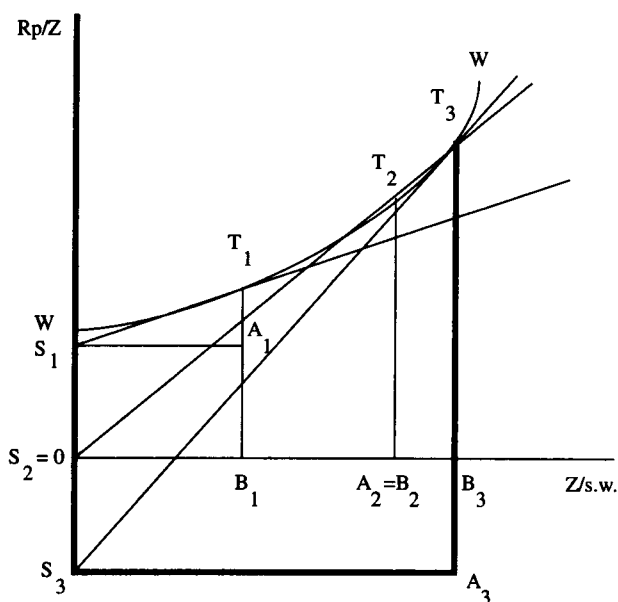
TB : menunjukkan ketinggian harga titik T pada garis kurva penawaranyang elastisitas titiknya ingin kita temukan.

TA: menunjukkan jarak vertikal antara ketinggian harga titik T dengan ketinggian harga titik potong garis penawaran dengan sumbu harga.

Dengan menggunakan rumus elastisitas (7.8.2), elastisitas harga kurva penawaran WW yang berbentuk lengkung seperti tergambar pada Gambar 7.8.2. untuk titik-titik kedudukan T₁, T₂ dan T₃ dapat kita perbandingkan. Untuk menghitung tingginya elastisitas, maka melalui masing-masing titik kedudukan T₁, T₂ dan T₃ kita tarik garis-garis singgung terhadap kurva penawaran WW. Garis-garis singgung ini semuanya memotong sumbu harga berturut-turut pada titik-titik kedudukan S₁, S₂ dan S₃, di mana letak S₁ berada di atas titik silang sumbu O, S₂ tepat pada titik silang sumbu 0, sedangkan S₃ berada di bawah titik silang sumbu 0.

Perbedaan-perbedaan ini membawa beberapa hal yang menarik :

1. Pada T₁ nilai koefisien elastisitas = $\frac{T_1 B_1}{T_1 A_1}$. Letak S₁ yang berada di atas titik silang sumbu 0 mengandung makna $T_1 B_1 > T_1 A_1$ fi koefisien elastisitas > 1 , yang sekaligus berarti pada titik T₁ kurva penawaran WW adalah *elastik*.
2. Pada T₂ nilai $E_h = \frac{T_2 B_2}{T_2 A_2}$. Garis singgung yang melalui titik silang

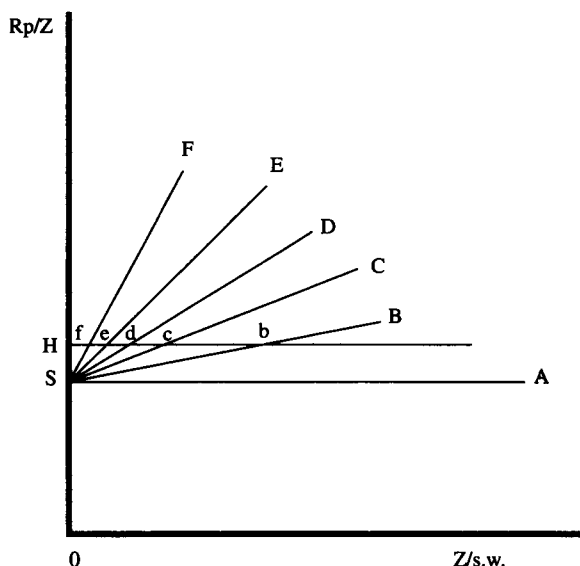


Gambar 7.8.2. : Elastisitas Titik Pada Kurva Penawaran Berbentuk Lengkung

sumbu 0 mempunyai makna bahwa $T_2 B_2 = T_2 A_2$. Ini sekaligus berarti E_h pada titik T₂ = 1, yang karenanya dapat kita sebut *berelastisitas satu*.

3. Pada T_3 , $E_h = \frac{T_3 B_3}{T_3 A_3}$. Di sini kita saksikan bahwa $T_3 B_3 < T_3 A_3$. Ini berarti pula $E_h < 1$, yang oleh karenanya kita sebut *inelastik*.

Dari contoh pertandingan di atas jelas dapat dipastikan bahwa apabila garis penawaran atau garis singgung kurva penawaran memotong sumbu harga di atas titik silang sumbu 0 penawaran adalah *elastik*, kalau di bawah titik silang sumbu 0 penawaran adalah *inelastik*, dan apabila tepat melintasi titik silang sumbu 0, penawaran *berelastisitas satu*.



Gambar 7.8.3. : Beberapa Perbandingan Kurva Penawaran Elastik.

Selanjutnya dapat diketengahkan bahwa dari ke tiga kemungkinan tersebut masing-masing uraiannya dapat lebih diperinci. Gambar 7.8.3. membuat bentuk-bentuk garis penawaran yang memotong sumbu harga di atas titik silang sumbu 0. Terhadap bentuk-bentuk garis penawaran seperti ini secara singkat dapat dituturkan :

1. Kurva penawaran SA dikatakan *elastik sempurna*.
2. Kurva-kurva penawaran SB, SC, SD dan seterusnya semuanya *elastik*.
3. Pada harga yang sama, misalnya pada harga OH, sekalipun lereng kurva-kurva penawaran SC, SC, SD dan seterusnya berbeda-beda, akan tetapi karena semuanya memotong sumbu harga pada titik yang sama, yaitu pada titik S, maka koefisien elastisitas untuk titik-titik kedudukan f, e, d, c, dan b tingginya tidak berbeda, yaitu masing-masing

$$\text{setinggi } \frac{OH}{SH}$$

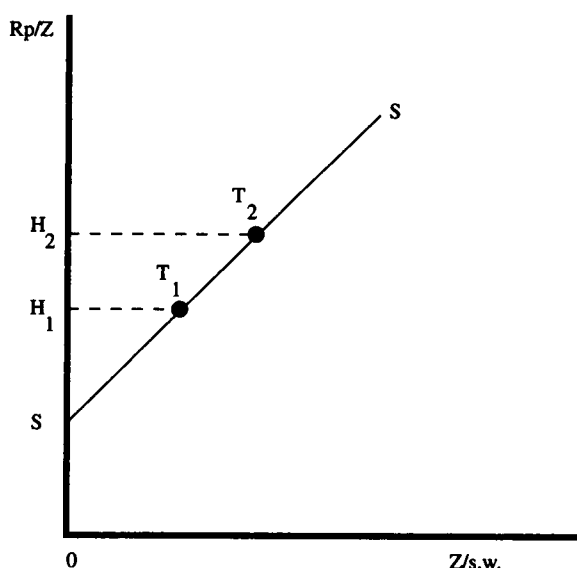
Masih pada keadaan di mana garis penawaran memotong sumbu harga di atas titik silang sumbu 0, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi titik kedudukan harga pada garis penawaran yang sama, semakin rendah elastisitasnya. Ini dapat dibuktikan sebagai berikut. Kita bandingkan koefisien elastisitas kurva penawaran SS seperti terlukis seperti terlukis pada Gambar 7.8.4. pada titik T_1 dan T_2 :

$$(a) \text{ Koefisien elastisitas pada } T_1 = \frac{OH_1}{SH_1} \text{ atau } = \frac{OS + SH_1}{SH_1} =$$

$$\frac{OS}{SH_1} + \frac{SH_1}{SH_1} + \frac{OS}{SH_1} \quad 1 ; \text{ mengingat bahwa } OH_1 = OS + SH_1.$$

$$(b) \text{ Koefisien elastisitas pada } T_2 = \frac{OH_2}{SH_2} \text{ atau } = \frac{OS + SH_2}{SH_2} =$$

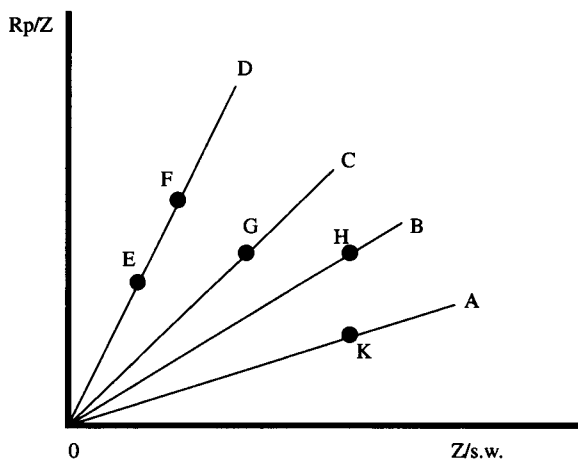
$$\frac{OS}{SH_2} + \frac{SH_2}{SH_2} + \frac{OS}{SH_2} \quad 1 ; \text{ mengingat bahwa } OH_2 = OS + SH_2.$$



**Gambar 7.8.4. : Perbandingan Elastisitas Pada Beberapa Titik Kedudukan
Garis Penawaran Yang Sama**

Kalau kita bandingkan kedua koefisien elastisitas tersebut, kita menemukan bahwa yang berbeda adalah nilai $\frac{OS}{SH}$. Mengingat bahwa nilai OS tidak berubah nilainya, maka dapat ditarik kesimpulan pula bahwa perbedaan angka koefisien elastisitas hanya disebabkan oleh perbedaan nilai SH. Semakin tinggi nilai OH, yang berarti pula semakin tinggi nilai SH, semakin rendahnya nilai $\frac{OS}{SH}$, yang oleh karenanya berarti pula semakin rendah nilai koefisien elastisitasnya. Dengan menggunakan penalaran ini dapatlah disimpulkan bahwa kurva penawaran SS, pada titik kedudukan T_1 lebih elastik daripada pada titik kedudukan T_2 , oleh karena $SH_1 < SH_2$.

Untuk kasus di mana garis penawaran berupa *garis lurus melewati titik silang sumbu 0* dapat diketengahkan bahwa elastisitasnya selalu sama dengan satu, dan sama sekali tidak dipengaruhi curam-landainya garis penawaran, maupun oleh tinggi-rendahnya harga. Pada Gambar 7.8.5. semua titik-titik kedudukan pada garis penawaran lainnya yang merupakan garis lurus dan tepat melalui titik silang sumbu 0, juga titik-titik kedudukan E, F, G, H dan K, semuanya masing-masing mempunyai *elastisitas* sebesar *satu*..



Gambar 7.8.5. : Beberapa Kemungkinan Penawaran Berelastisitas Satu

Kalau kita membandingkan koefisien elastisitas kurva-kurva penawaran berbentuk garis lurus yang memotong *sumbu kuantitas pada titik yang sama*, yaitu pada titik Z pada contoh dalam Gambar 7.8.6., dapatlah disimpulkan bahwa pada ketinggian harga yang sama, semakin datar kurvapenawarannya semakin tinggi pada koefisien elastisitasnya.

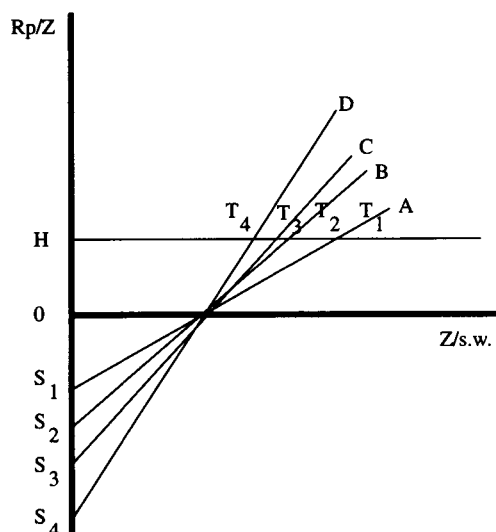
Perhatikan saja Gambar 7.8.6. di mana S_1A , S_2B , S_3C , dan seterusnya masing-masing merupakan garis-garis penawaran akan barang Z, yang semuanya memotong sumbu kuantitas pada titik Z. Secara singkat koefisien elastisitas pada titik-titik kedudukan T_1 , T_2

dan seterusnya berturut-turut mempunyai koefisien elastisitas setinggi $\frac{HO}{HS_1}$, $\frac{HO}{HS_2}$

dan seterusnya. Semakin datar garis penawaran, semakin kecil nilai HS-nya. Dengan semakin kecil nilai HS, yang berarti pula semakin kecil nilai penyebut rumus elastisitas, semakin besar nilai koefisien elastisitasnya. Jadi kalau kita bandingkan elastisitas kurva penawaran S_1A pada titik kedudukan T_1 dengan elastisitas kurva penawaran S_2B pada titik kedudukan T_2 , di mana S_1A lebih datar daripada S_2B , maka kita jumpai bahwa koefisien

elastisitas pada $T_1 = \frac{HO}{HS_1}$ lebih besar daripada koefisien elastisitas pada T_2 yang nilainya

sebesar $\frac{HO}{HS_2}$



Gambar 7.8.6. : Perbandingan Beberapa Kurva Penawaran Inelastik

Untuk mengakhiri uraian mengenai elastisitas harga kurva penawaran ini, baiklah sejenak kita menengok hubungan antara elastisitas penawaran dengan penerimaan total produsen. Pada waktu kita memperbincangkan mengenai elastisitas harga kurva permintaan, kita menemukan adanya hubungan elastisitas dengan pengeluaran total konsumen. Yaitu penurunan harga akan mengakibatkan meningkat, menurun atau tidak berubahnya pengeluaran total konsumen adalah tergantung kepada apakah kurva permintaan berada dalam keadaan elastik, inelastik ataukah berelastisitas satu. Hubungan yang

demikian tidak kita jumpaidalam kurva penawaran. Untuk kurva penawaran yang mempunyai bentuk normal dapat dipastikan meningkatnya harga pasar akan mengakibatkan meningkatnya penerimaan total produsen. Sebaliknya menurunnya harga pasar senantiasa mengakibatkan menurunnya penerimaan total produsen. Ini semuanya kiranya mudah kita fahami kalau kita ingat bahwa selama kurva penawaran berbentuk normal, meningkatnya harga pasar mempunyai tendensi mendorong produsen mau menjual lebih banyak hasil produksinya, dan sebaliknya menurunnya harga pasar bertendensi menurunkan jumlah yang ditawarkan. Oleh karena penerimaan total merupakan hasil perkalian harga jual per unit dengan kuantitas yang terjual, maka meningkatnya harga jual yang disertai oleh meningkatnya jumlah yang terjual akan selalu mengakibatkan meningkatnya penerimaan total produsen. Uraian sebaliknya berlaku untuk penurunan harga pasar.

Bab VIII Fungsi Permintaan dan Beberapa Konsepsi Elastisitas

Pada bab-bab sebelumnya berulang kali diungkapkan bahwa *kurva permintaan* biasa disebut pula *skedul permintaan*, tabel permintaan atau garis permintaan, dan ditekankan untuk *tidak* menggunakan kata fungsi permintaan. Adapun sebabnya ialah di antara para ahli ekonomi seakan-akan sudah ada konsensus untuk membedakan antara pengertian *kurva permintaan* dengan pengertian *fungsi permintaan*. Pada sub 8.1 akan diuraikan mengenai *fungsi permintaan*. Sub bab 8.2. akan dipergunakan di samping untuk menunjukkan perbedaan antara *fungsi permintaan* dengan kurva permintaan juga untuk menguraikan hubungan antara kurva permintaan dengan fungsi permintaan. Sisa dari bab ini akan dipergunakan untuk menguraikan beberapa konsepsi elastisitas selain elastisitas harga.

8.1. FUNGSI PERMINTAAN

Sebetulnya jumlah atau kuantitas suatu barang yang seorang konsumen ingin dan sanggup membelinya untuk suatu jangka waktu tertentu pada umumnya tidak hanya tergantung kepada harga barang bersangkutan akan tetapi juga tergantung kepada beberapa faktor lain, diantaranya yang sangat besar peranannya ialah : harga satuan barang-barang pengganti, harga satuan barang-barang komplementer, besarnya pendapatan konsumen yang bersangkutan dan cita-rasa yang dimiliki konsumen. Dalam bentuk persamaan matematika pernyataan di atas dapat diungkapkan sebagai berikut :

$$Z^A = f (H_Z, H_K, H_S, D_A, C_A) \dots\dots\dots(8.1.1.)$$

di mana :

Z^A = jumlah barang Z yang konsumen A ingin dan sanggup untuk membeli/mengkonsumsinya untuk setiap tahun waktu.

H_Z = harga satuan barang Z.

H_K = harga satuan barang yang mempunyai hubungan substitusi dengan barang Z.

D_A = pendapatan atau anggaran pengeluaran konsumen A.

C_A = cita-rasa konsumen A.

Persamaan fungsi 8.1.1. seperti di atas itulah yang biasa disebut *fungsi permintaan* dan bukan kurva permintaan.

Untuk dapat meresapi apa yang dimaksud dengan *fungsi permintaan*, kita ambil contoh misalnya saja konsumen A memiliki fungsi permintaan :

$$Z^A = -2H_Z - H_K + 0,5H_S + 0,002D^A + 10 \dots\dots\dots(8.1.2)$$

Maka untuk mengetahui berapa unit barang Z per satuan waktu konsumen A ingin membelinya, kita perlu mengetahui nilai-nilai daripada H_Z , H_K , H_S , D^A dan dengan menggunakan asumsi bahwa cita-rasa konsumen A pengaruhnya terhadap nilai Z^A tercakup bersama-sama variabel-variabel dalam *nilai konstan*, yang dalam contoh kita di atas mempunyai nilai sebesar 10.

Dengan diketahuinya nilai-nilai H_Z , H_K , H_S dan D^A , seperti yang masing-masing kita isikan dalam kolom 2 sampai dengan 5 Tabel 8.1.1. kita dapat memperoleh nilai Z^A . Adapun caranya ialah dengan memasukkan nilai-nilai tersebut ke dalam persamaan 8.1.2.

Contohnya ialah untuk kejadian # 1 :

$$\begin{aligned} Z^A &= -2H_Z - H_K + 0,5H_S + 0,002D^A + 10 \\ Z^A &= -2(5) - 1(10) + 0,5(8) + 0,002(5000) + 10 \\ Z^A &= -10 - 10 + 4 + 10 + 10 = 4 \end{aligned}$$

Tabel 8.1.1. : Tabel Fungsi Permintaan

Dengan diketahuinya nilai-nilai

Kejadian	H_Z	H_K	H_S	D^A	K	Diketahui nilai Z^A
# 1	Rp 5,-	Rp 10,-	Rp 8,-	Rp 5000,-	10	4
# 2	Rp 2,-	Rp 12,-	Rp 4,-	Rp 6000,-	10	8
# 3	Rp 8,-	Rp 4,-	Rp 2,-	Rp 2000,-	10	0 *)

- *) Untuk kejadian # 3 ini sebetulnya persamaan menghasilkan nilai $Z^A = -5$, akan tetapi dalam hal ini tidak mungkin seorang membeli dengan jumlah negatif; paling kecil jumlah yang dibeli adalah nol, dalam arti konsumen tersebut tidak membeli. Oleh karena itu meskipun hasil perhitungan menunjukkan angka -5, tetapi dalam tabel kita tulis nol.

Di antara variabel-variabel H_Z , H_K , H_S dan D^A yang masing-masing turut menentukan jumlah barang Z yang dibeli oleh konsumen A per satuan waktunya, H_Z dan H_K masing-masing mempunyai *hubungan negatif* dengan jumlah barang Z yang dibeli oleh A, hal mana ditandai oleh negatifnya koefisien arah H_Z dan H_K , yang berturut-turut masing-masing mempunyai nilai -2 dan -1. Negatifnya hubungan tersebut mengandung makna

bahwa meningkatnya harga satuan barang Z dan atau meningkatnya harga satuan barang yang mempunyai hubungan komplementer dengan barang Z akan mengakibatkan menurunnya jumlah barang Z yang dibeli oleh A. Sebaliknya, apabila H_Z dan atau H_K angkanya menurun, jumlah barang Z yang akan dibeli oleh A akan meningkat. Contoh pasangan-pasangan barang yang mempunyai *hubungan komplementer* ialah : nasi dengan lauk, roti dengan mentega, mobil dengan bensin, dan film dengan alat pemotret. Tanpa film kita tidak dapat memanfaatkan alat pemotret yang kita miliki. Demikian pula tanpa menggunakan bensin kita juga tidak dapat memanfaatkan mobil. Kita tidak makan mentega tanpa roti. Sebaliknya makan roti tanpa mentega seperti halnya makan nasi tanpa lauk. Kiranya mudahlah dibayangkan bahwa meningkatnya harga film bertendensi menurunnya hasrat untuk membeli alat pemotret. Dengan bertambah mahalnnya harga mentega kita lebih terdorong untuk menggantikan makan pagi roti dengan makan pagi nasi. Ini berarti bahwa jumlah roti yang kita beli berkurang dengan bertambah mahalnnya mentega.

Kalau H_Z dan H_K masing-masing mempunyai hubungan negatif dengan Z^A , H_S dan D_A masing-masing mempunyai hubungan positif dengan Z^A . Meningkatnya H_S dan atau D^A akan mengakibatkan meningkatnya jumlah Z yang dibeli oleh A, dan sebaliknya, menurunnya H_S dan atau D^A bertendensi menurunkan jumlah Z yang dibeli oleh A.

Barang substitusi merupakan lawan daripada barang komplementer. Roti dan nasi bagi sementara orang mempunyai hubungan substitusi dalam memenuhi kebutuhan makan. Mobil, kereta api dan pesawat terbang dalam kebanyakan hal mempunyai hubungan substitusi juga untuk pemenuhan kebutuhan transportasi. Kiranya mudahlah dimengerti bahwa meningkatnya harga beras bertendensi mengakibatkan meningkatnya permintaan akan roti. Meningkatnya harga tiket pesawat terbang bertendensi atau bis. Dari sini jelaslah bahwa meningkatnya harga barang substitusi bertendensi mengakibatkan bertambahnya jumlah permintaan akan barang bersangkutan.

Pendapatan seseorang pengaruhnya besar sekali terhadap permintaan akan suatu barang. Untuk barang-barang normal, yaitu bukan barang-barang inferior, bertambahnya pendapatan seorang konsumen bertendensi mengakibatkan meningkatnya permintaan akan barang yang normal tersebut.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa jumlah barang Z yang diminta oleh konsumen A selama barang Z tersebut merupakan barang yang normal mempunyai hubungan yang positif dengan besarnya pendapatan yang diperoleh konsumen A tersebut.

8.2. FUNGSI PERMINTAAN LAWAN KURVA PERMINTAAN

Dalam literatur ekonomi mikro bentuk permintaan yang banyak kita pakai bukanlah *fungsi permintaan* melainkan kurva permintaan, yang tidak lain sama dengan fungsi permintaan, hanya saja dengan syarat bahwa nilai-nilai variabel selain variabel harga satuan barang itu sendiri, tidak berubah. Dengan menggunakan tanda *bar* sebagai tanda untuk menunjukkan bahwa variabel yang diberi tanda *bar* tersebut tidak berubah-ubah nilainya, maka apa yang kita maksud *dengan kurva permintaan, garis permintaan, skedul permintaan* barang Z dapat ditulis sebagai berikut :

$$Z^A = f(H_Z, \bar{H}_K, \bar{H}_S, \bar{D}^A, C^A) \dots\dots\dots (8.2.1)$$

Dalam literatur ekonomi sering dijumpai istilah *ceteris paribus* yang bahasa Anglo-Saksonnya biasa dipergunakan ungkapan *other things being equal*, yang biasa kita terjemahkan dengan ungkapan Indonesia lain-lain hal tidak berubah atau lain-lain hal tetap sama, yang maksudnya tidak lain ialah untuk menunjukkan bahwa apabila tidak ditunjukkan secara kesplisit, maka semua faktor lain nilainya dianggap tidak mengalami perubahan. Dengan demikian persamaan (8.2.1.) mempunyai makna seperti ditunjukkan oleh persamaan (8.2.2.) dan dapat diungkapkan dalam bentuk persamaan (8.2.3) atau persamaan (8.2.4).

$$Z^A = f(H_Z, \underbrace{\bar{H}_K, \bar{H}_S, \bar{D}^A, C^A}_{ceteris\ paribus}) \dots\dots\dots (8.2.2)$$

$$Z^A = f(H_Z) \text{ ceteris paribus} \dots\dots\dots (8.2.3)$$

atau singkatnya :

$$Z^A = f(H_Z) \dots\dots\dots (8.2.4)$$

Kurva permintaan konsumen A akan barang Z seperti diungkapkan oleh persamaan (8.2.2), (8.2.3) atau (8.2.4) dengan demikian dapat didefinisikan sebagai garis, kurva, skedul atau datar yang menunjukkan jumlah-jumlah barang Z per satuan waktu yang konsumen A ingin dan sanggup untuk membelinya per satuan waktu pada berbagai kemungkinan harga satuan barang Z.

Sebaliknya *fungsi permintaan* akan suatu barang dapat didefinisikan sebagai fungsi yang menunjukkan hubungan antara jumlah-jumlah daripada suatu barang yang akan terbeli per satuan waktu dengan berbagai nilai daripada dua atau lebih variabel yang turut menentukan jumlah pembelinya barang tersebut.

Untuk bisa lebih menyelami perbedaan antara apa yang lazim disebut *fungsi permintaan* dengan apa yang biasa disebut *kurva permintaan*, perhatikan saja susunan angka-angka dalam Tabel 8.2.1.

Dari Tabel 8.2.1.A. kita saksikan bahwa kuantitas barang Z yang diminta oleh A tergantung kepada nilai daripada H_Z , H_K , H_S , D_A dan C_A . Baris pertama, misalnya menunjukkan bahwa dengan harga barang komplementer tingginya Rp 9,- per unit, harga barang substitusi Rp 4,- per unit, pendapatan per satuan waktu Rp 50,- dan cita-rasa yang dimiliki A adalah cita-rasa tipe C1, dengan harga barang Z per unit Rp 9,- konsumen A tidak akan mau membeli barang Z.

Tabel 8.2.1. : Fungsi Permintaan Lawan Kurva Permintaan

Tabel : 8.2.1A.

Z^A	H_z	H_k	H_s	D^A	C^A
0	9	3	4	50	C_1
2	8	2	4	50	C_1
4	6	6	4	80	C_2
8	4	7	8	80	C_3
9	2	7	9	90	C_3

Tabel : 8.2.1B.

Z^A	H_z	H_k	H_s	D^A	C^A
0	8	4	6	70	C5
1	7	4	6	70	C5
3	6	4	6	70	C5
5	4	4	6	70	C5
6	2	4	6	70	C5
7	1	4	6	70	C5

Baris kedua mempunyai makna bahwa dengan H_s , D^A dan C tetap seperti pada baris pertama, tetapi dengan H_k yang sekarang turun menjadi Rp 2,- per unit, dan juga dengan harga barang Z yang juga turun dari Rp 9,- menjadi Rp 8,-, konsumen A sekarang membeli sebanyak 2 unit per satuan waktunya. Demikian seterusnya. Tabel 8.2.1A. dengan sendirinya merupakan *fungsi permintaan*, sebab selain H_z berubah-ubah, H_k , H_s , D^A dan C^A juga berubah-ubah, yang karenanya turut mempengaruhi nilai Z^A .

Sebaliknya Tabel 8.2.1B. dapat kita sebut *kurva permintaan*, sebab dalam tabel tersebut yang mengakibatkan berubahnya kuantitas barang Z yang diminta konsumen A hanya harga barang Z .

8.3. ELASTISITAS PENDAPATAN

Dalam BAB VII telah diuraikan panjang lebar mengenai *elastisitas*. Namun apa yang diuraikan dalam bab tersebut terbatas kepada apa yang disebut *elastisitas harga*. Dari *kurva permintaan*, yang dapat kita persiapkan hanyalah *elastisitas harga*. Ini kiranya mudah difahami kalau kita ingat bahwa kurva permintaan hanya menghubungkan jumlah-jumlah yang diminta dengan harga-harga barang bersangkutan. Tidak demikian halnya dengan *fungsi permintaan*. Mengingat bahwa dalam fungsi permintaan kuantitas yang diminta di

samping dihubungkan dengan harga barang bersangkutan juga dihubungkan dengan beberapa faktor lain, maka kita mengenal lebih dari satu elastisitas. Di samping elastisitas harga kita mengenal *elastisitas pendapatan* dan *elastisitas silang*. *Elastisitas pendapatan* mengungkapkan intensitas hubungan antara jumlah suatu barang yang diminta dengan pendapatan, elastisitas silang di lain pihak mengungkapkan intensitas hubungan antara jumlah sesuatu barang yang diminta dengan harga suatu barang lainnya. Mengingat bahwa sangat sukar, bahkan mungkin tepat pula kalau dikatakan tidak mungkin mengukur secara kuantitatif cita-rasa seorang konsumen, maka mudalah kiranya difahami mengapa kita tidak mengenal elastisitas cita-rasa, sekalipun peranan cita-rasa seorang konsumen sangat besar dalam penentuan jumlah suatu barang yang akan dibelinya.

Dalam sub bab ini akan diterangkan mengenai *elastisitas pendapatan*, sedangkan dalam sub bab berikutnya akan dibahas mengenai *elastisitas silang*.

Rumus umum elastisitas dapat diungkapkan :

$$E_i = \frac{\Delta Z/Z}{\Delta V/V_i} \dots\dots\dots (8.3.1)$$

Yang mempunyai makna : elastisitas variabel i merupakan koefisien yang menunjukkan perbandingan antara proporsi atau persentase perubahan jumlah barang Z yang diminta dengan proporsi atau persentase perubahan variabel yang mengakibatkan berubahnya jumlah barang Z yang diminta tersebut.

Rumus (8.3.1) dapat dipergunakan dengan i untuk menunjukkan harga barang bersangkutan, untuk menunjukkan pendapatan konsumen ataupun untuk menunjukkan harga barang yang berhubungan. Kalau i menunjukkan variabel harga barang bersangkutan maka elastisitas yang kita peroleh kita sebut sebagai elastisitas harga. Bab VII membahas elastisitas harga dengan cukup mendalam. Apabila i kita pakai untuk mengungkapkan *variabel harga barang lain* yang berhubungan, elastisitas yang kita peroleh kita sebut *elastisitas silang*. Akhirnya, apabila i kita pakai untuk menunjukkan variabel pendapatan konsumen, maka elastisitas yang kita peroleh merupakan *elastisitas pendapatan*.

Dari rumus umum elastisitas (8.3.1) kita dapat menurunkan rumus *elastisitas pendapatan* atau *income elasticity of demand*.

$$ED = \frac{\Delta Z/Z}{\Delta D/D} \dots\dots\dots (8.3.2)$$

Di mana E_D = elastisitas pendapatan.
 D = pendapatan konsumen.
 Z = jumlah barang Z yang diminta.

Misalnya saja pada waktu pendapatan konsumen Rp 5.000,- per minggu, konsumen A ingin dan sanggup membeli barang Z sebanyak 4 unit per minggu. Dengan meningkatnya pendapatan menjadi Rp 6.000,- per minggu, *ceteris paribus*, jumlah barang Z yang konsumen A ingin dan sanggup membelinya meningkat menjadi 6 unit per minggu. Elastisitas pendapatan barang Z konsumen A dapat kita hitung :

$$E_D = \frac{(6 - 4)/4}{(Rp\ 6.000,- - Rp\ 5.000,-)/Rp\ 5.000,-} = 2,5$$

Berbeda dengan elastisitas harga di mana tanda elastisitas yang selalu negatif dapat diabaikan, elastisitas pendapatan tandanya mempunyai makna tertentu yang oleh karenanya tidak dapat diabaikan :

- (a) $E_D > 0$ berarti bahwa barang bersangkutan merupakan barang normal, dan
- (b) $E_D < 0$ berarti bahwa barang bersangkutan merupakan barang inferior.

8.4. ELASTISITAS SILANG

Di atas telah disinggung bahwa untuk mengetahui hubungan antara barang yang satu dengan barang yang lain dapat dipergunakan konsepsi elastisitas silang atau cross elasticity. Secara lebih spesifik dapat dikatakan bahwa elastisitas silang merupakan koefisien yang membandingkan prosentase perubahan kuantitas suatu barang dengan prosentase perubahan harga satuan barang lain.

Rumus elastisitas silang adalah sebagai berikut :

$$E_{ZY} = \frac{\Delta Z/Z}{\Delta H_Y/H_Y} \dots\dots\dots (8.4.1.)$$

di mana :

E_{ZY} = elastisitas silang antara barang Z dengan barang y.

H_Y = harga barang y.

Sebagai contoh misalnya, pada waktu harga barang y Rp 50/y, konsumen B ingin dan sanggup membeli barang Z per satuan waktu 8 satuan. Dengan meningkatnya harga barang y menjadi Rp 60/y, konsumen B kesanggupannya untuk membeli barang Z meningkat menjadi 10 satuan.

Berdasarkan keterangan ini elastisitas silang barang Z dengan barang y konsumen B dapat kita hitung :

$$E_{ZY} = \frac{(10 - 8)/8}{(Rp\ 60,- - Rp\ 50,-)/Rp\ 50,-} = 1,25$$

Berbeda dengan elastisitas harga di mana tanda elastisitas yang selalu negatif dapat dibaikan, elastisitas silang tandanya mempunyai makna Mengenai hal ini ada tiga kemungkinan:

- (1) $E_{ZY} = 0$. Ini mempunyai makna tiak ada hubungan antara barang y dengan barang Z.
- (2) $E_{ZY} < 0$. Ini mempunyai makna bahwa antara barang y dan barang Z terdapat *hubungan komplementer*.
- (3) $E_{ZY} > 0$. Ini mempunyai makna bahwa antara barang y dan barang Z terdapat *hubungan subsitusi*.

Bagian Kedua

Perilaku Konsumen

Bab IX Teori Konsumen Pendekatan Guna Kardinal

9.1. TEORI KONSUMEN

Teori perilaku konsumen, yang biasanya hanya disingkat *teori konsumen* mencoba menerangkan perilaku konsumen dalam membelanjakan pendapatannya untuk memperoleh alat-alat pemuas kebutuhan, yang dapat berupa barang-barang konsumsi ataupun jasa-jasa konsumsi. Kesimpulan-kesimpulan yang dapat dihasilkan oleh teori konsumen antara lain ialah bagaimana reaksi konsumen dalam kesediaannya membeli sesuatu barang terhadap berubahnya jumlah pendapatan yang ia peroleh, terhadap berubahnya harga barang yang bersangkutan, terhadap berubahnya harga barang-barang yang berhubungan dengan barang yang bersangkutan, terhadap berubahnya cita-rasa yang dimilikinya. Dengan demikian jelaslah kiranya bahwa teori konsumen tersebut merupakan dasar teoritik kurva permintaan akan barang-barang dan jasa-jasa konsumsi.

Fungsi utama daripada barang-barang dan jasa-jasa konsumsi ialah memenuhi kebutuhan langsung pemakainya. Yang bertindak sebagai pemakai barang-barang dan jasa-jasa konsumsi pada umumnya adalah rumah-rumah tangga keluarga. Dalam kedudukannya sebagai pemakai barang-barang dan jasa-jasa konsumsi mereka disebut *konsumen*.

Terpenuhinya kebutuhan seorang konsumen menimbulkan kepuasan bagi konsumen tersebut. Dengan demikian kiranya mudah difahami mengapa para pemikir ekonomi mengatakan bahwa konsumsi barang-barang dan jasa-jasa menghasilkan *kepuasan* atau *satisfaction*, yang sering pula disebut *guna* atau *utility*.

Seperti telah diuraikan sebelum teori-teori ekonomi didasarkan kepada asumsi-asumsi tertentu, antara lain ialah *asumsi rasionalitas*. Demikian pula halnya dengan teori konsumen yang merupakan pokok permasalahan bab ini dan bab berikutnya. Asumsi rasionalitas dalam teori konsumen terwujud dalam bentuk asumsi bahwa konsumen senantiasa berusaha menggunakan pendapatannya, yang jumlahnya terbatas itu, untuk memperoleh kombinasi barang-barang dan jasa-jasa konsumen yang menurut perkiraannya akan mendatangkan kepuasan maksimum. Di samping asumsi rasionalitas teori konsumen juga menggunakan asumsi-asumsi umum lainnya, salah satu diantaranya yang penting ialah asumsi bahwa konsumen mempunyai *pengetahuan yang sempurna* atau *perfect knowledge*, khususnya

pengetahuan mengenai macam barang-barang dan jasa-jasa konsumsi yang tersedia di pasar, harga daripada masing-masing barang-barang dan jasa-jasa tersebut, besarnya pendapatan yang ia peroleh, dan juga cita rasa yang ia miliki.

Teori konsumen mengenal dua macam pendekatan, yaitu *pendekatan guna kardinal* atau *cardinal utility approach* dan *pendekatan guna ordinal* atau *ordinal utility approach*. Pendekatan guna kardinal menggunakan asumsi bahwa guna atau kepuasan seseorang tidak hanya dapat diperbandingkan, akan tetapi juga dapat *diukur*. Oleh karena menurut kenyataan kepuasan seseorang tidak dapat diukur maka asumsi tersebut dengan sendirinya dapat dikatakan tidak realistis. Inilah yang biasanya ditonjolkan sebagai kelemahan daripada teori konsumen yang menggunakan pendekatan guna kardinal, yang terkenal pula dengan sebutan teori konsumen dengan *pendekatan guna marginal klasik* atau *classical marginal utility approach*.

Sebaliknya teori konsumen yang menggunakan *pendekatan guna ordinal* menggunakan asumsi yang lebih realistis. Dengan menggunakan konsepsi *kurva tak acuh* teori konsumen yang menggunakan pendekatan guna ordinal tersebut tidak lagi perlu menggunakan asumsi bahwa kepuasan atau guna seseorang dapat diukur. Sebaliknya kemungkinannya untuk tetap dapat diperbandingkan tinggi rendahnya kepuasan seseorang, dengan dipergunakannya konsepsi kurva tak acuh, masih dapat dipenuhi.

9.2. PENDEKATAN GUNA KARDINAL

Meskipun pendekatan guna kardinal seperti diketengahkan di atas mempunyai kelemahan berupa tidak realistiknya asumsi dapat diukurnya kepuasan seseorang, namun dari segi lain pendekatan guna kardinal tersebut mempunyai beberapa kelebihan. Adapun salah satu kelebihannya yang cukup menonjol ialah berupa lebih mudahnya isi konsepsi guna kardinal untuk disalami, khususnya bagi mereka yang baru pertama kalinya dimengerti mengapa dalam kebanyakan buku teks uraian tentang teori konsumen yang menggunakan pendekatan guna kardinal hampir senantiasa mendahului uraian mengenai teori konsumen yang menggunakan pendekatan guna ordinal. Buku ini pun tidak menyimpang dari kelaziman tersebut.

Sebelum kita mulai memperbincangkan isi daripada teori konsumennya sendiri kiranya ada baiknya apabila asumsi-asumsi yang mendasari pendekatan guna kardinal disebutkan dan diuraikan secara lebih eksplisit. Di samping asumsi rasionalitas dan pengetahuan yang sempurna seperti telah disinggung di depan, asumsi-asumsi di bawah ini merupakan asumsi-asumsi dasar yang khas untuk teori konsumen yang menggunakan pendekatan guna kardinal

- (1) asumsi bahwa guna barang-barang atau jasa-jasa konsumsi dapat diukur.
- (2) asumsi guna batas yang konstan dan guna batas barang-barang konsumsi yang menurun.
- (3) asumsi bahwa anggaran pengeluaran rumah tangga konsumen sama sebesar pendekatan yang diterimanya, dan
- (4) asumsi guna total yang mempunyai sifat aditive.

Dari ke empat asumsi khusus ini tinggal tiga terakhir yang masih perlu diuraikan. Sub-bab 9.3. akan memuat uraian lebih lanjut mengenai ke tiga asumsi ini.

Asumsi bahwa uang mempunyai guna batas yang konstan diperlukan dalam hal satuan uang dipakai sebagai alat pengukur kepuasan. nanti akan kita saksikan bahwa pemakaian asumsi ini mempermudah kita menerangkan syarat-syarat keseimbangan konsumen.

9.3. GUNA BATAS YANG MENURUN

Teori perilaku konsumen yang menggunakan konsep *guna batas* yang bisa juga disebut *kepuasan batas*, *guna marginal* atau *kepuasan marginal* menggunakan asumsi bahwa kepuasan seseorang dapat diukur. Dalam literatur sebagai satuan guna atau kepuasan biasa dipakai satuan ukuran yang biasa disebut *util* yang kiranya dapat kita terjemahkan dengan istilah *satuan kepuasan*, dan kita singkat menjadi *sakep*.

Di samping diasumsikan dapat diukurnya kepuasan, dapat dikemukakan juga bahwa teori perilaku konsumen yang menggunakan *konsepsi guna batas* menggunakan pula *asumsi additive*, yaitu asumsi bahwa kepuasan total dari pengkonsumsian dua barang atau lebih dapat diperoleh dari masing-masing barang yang dikonsumsi. Asumsi ini sebetulnya tidak realistis. *Asumsi additive* menuntut bahwa kalau misalnya pengkonsumsian satu piring nasi sehari menghasilkan kepuasan 10 sakep, dan pengkonsumsian satu mangkok sayur per hari menghasilkan kepuasan sebanyak 5 sakep, maka pengkonsumsian satu piring nasi plus satu mangkok sayur per hari menghasilkan kepuasan tepat sebanyak 15 sakep.

Asumsi berikutnya yang dipakai oleh pendekatan guna batas ialah bahwa semakin banyak satuan barang Z yang dikonsumsi oleh seorang konsumen semakin kecil guna batas barang Z yang diperoleh si konsumen, semakin kecil guna batas barang Z yang diperoleh si konsumen, bahkan akhirnya menjadi negatif. Dalam dunia yang nyata, boleh dikatakan bahwa pada umumnya memang demikian. Pengecualian memang ada, akan tetapi tidak banyak. Pernyataan yang isinya mengungkapkan menurunnya guna batas sebagai akibat bertambahnya kuantitas barang atau jasa yang sama yang dikonsumsi, biasa disebut sebagai *hukum batas yang menurun* atau *the law of diminishing marginal utility*. Hukum ekonomi ini terkenal juga dengan sebutan Hukum Gossen I, yang mengingatkan kepada kita nama ahli ekonomi terkenal berkebangsaan Jerman *Hermann Heinrich Gossen*, (1810 - 1858) yang oleh para ahli ekonomi sesudahnya diakui sebagai orang yang pertama kali mengemukakan kenyataan tersebut.

Yang dimaksud dengan guna batas atau *kepuasan batas* atau *guna marginal* atau *marginal utility* yang untuk selanjutnya sering kita singkat MU ialah kepuasan atau nilai kegunaan yang diperoleh konsumen dari pengkonsumsian unit terakhir suatu barang atau jasa konsumsi. Kita perhatikan saja Tabel 9.3.1. di mana pasangan angka-angka pada kolom ke 1 dan ke 2 membentuk *skedul guna batas*, pasangan kolom (1) dan (3) membentuk *skedul guna total*, dan pasangan kolom (1) dan (4) membentuk *skedul guna rata-rata*. Dari ketiga *skedul guna* tersebut untuk sementara yang kita perhatikan hanyalah *skedul guna batas*. Dengan memperhatikan *skedul guna batas* tersebut dapat kita lihat bahwa berlakunya hukum Gossen I terwujud dalam bentuk menurunnya nilai guna batas, MU_n, yang angka-

angkanyaterdapat dalam kolom 2 sebagai akibat daripada bertambah besarnya nilai n pada kolom 1.

Makna daripada angka-angka pada Tabel 9.3.1. dapat diuraikan sebagai berikut. Apabila konsumen yang *skedul guna*-nya tersusun dalam bentuk Tabel 9.3.1. mengambil piring ke 0, yang harus diinterpretasikan bahwa konsumen tersebut sama sekali tidak mengkonsumsi nasi, maka konsumen tersebut tidak memperoleh kepuasan apa-apa dari tindakanya tersebut. Oleh karena itu nilai MU_0 , yaitu nilai guna batas pada piring ke 0 adalah juga sama dengan nol. Jumlah kepuasan total, TU_0 , karenanya juga sama dengan nol.

Tabel 9.3.1. : Skedul/Tabel Guna Batas, Guna Total dan Guna Rata-rata

Piring ke n (1)	MU_n (2)	TU_n (3)	AU_n (4)
0	0	0	0
1	10	10	10
2	8	18	9
3	6	24	8
4	4	28	7
5	3	31	6,2
6	2	33	5,5
7	1	34	4,9
8	0	34	4,2
9	-1	33	3,7
10	-3	30	3

Apabila si konsumen mengkonsumsi nasi satu piring per hari, maka berarti bahwa konsumen hanya mengkonsumsi nasi piring ke 1. Oleh karena piring ke satu ini menghasilkan kepuasan 10 sakep, maka dikatakan bahwa kepuasan batas yang diperoleh konsumenyang mengkonsumsi satu piring nasi tersebut adalah 10 sakep. Oleh karena piring ke 1 tersebut merupakan satu-satunya yang dikonsumsi oleh konsumen, maka guna total yang diperoleh juga sebanyak 10 sakep juga.

Sekarang apabila konsumen mengkonsumsi dua piring nasi per hari, maka ini berarti bahwa konsumen menggunakan piring ke 1 dan piring ke 2. Dari tabel kita saksikan bahwa piring ke 0 membawa kepuasan sebesar 0, (yang berarti $MU_0 = 0$), piring ke 1 membawa kepuasan sebesar 10 sakep (yang berarti $MU_1 = 10$), dan piring ke 2 membawa kepuasan sebesar 8 sakep (yang berarti $MU_2 = 8$), maka kepuasan total yang diperoleh dengan mengkonsumsi 2 piring nasi per hari adalah sebesar 0 sakep + 10 sakep + 8 sakep = 18 sakep. Secara singkat : $TU_2 = 18$ sakep.

Dalam hal konsumen mengkonsumsi 2 piring nasi perhari piring terakhir yang dikonsumsi adalah piring ke 2, yang mempunyai kemampuan menghasilkan kepuasan sebesar 8 sakep. Mengingat akan pentingnya tambahan kepuasan yang dihasilkan oleh

unit barang konsumsi yang terakhir, maka istilah *guna batas* sering didefinisikan juga sebagai jumlah guna atau kepuasan yang diperoleh dari pengkonsumsian suatu barang atau jasa *unit terakhir*. Selain daripada itu dapat pula di sini ditambahkan, bahwa mungkin dengan maksud untuk menekankan kalau guna batas bukanlah guna rata-rata ataupun juga bukan guna total, dalam literatur sering dijumpai pendefinisian guna batas sebagai *tambahan kepuasan* (terhadap kepuasan total) yang diperoleh dari suatu barang atau jasa unit terakhir; dengan menekankan sekali kepada kata *tambahan*.

Contoh skedul guna yang disajikan dalam Tabel 9.3.1. menunjukkan bahwa dari unit pertama ke unit ke dua dan seterusnya besarnya nilai guna batas terus menurun. Dengan perkataan lain berlakunya hukum guna batas yang menurun dalam contoh kita tersebut dimulai dari pengkonsumsian unit pertama. Sementara orang berpendapat bahwa dalam kenyataan tidak selalu demikian. Ada sementara barang atau jasa konsumsi di mana pada pengkonsumsian unit-unit pertama nilai daripada guna batas meningkat. Baru mulai unit-unit tertentu, guna batas mulai menurun. Dengan perkataan lain untuk barang-barang tertentu hukum guna batas yang menurun mulainya bukan pada unit yang pertama, melainkan mulai berlaku sesudah konsumen menghabiskan beberapa unit. Barang konsumsi yang biasa dipergunakan sebagai contoh ialah pengkonsumsian minuman keras oleh seorang peminum. Kalau seorang peminum diberi seteguk minuman keras, keinginannya untuk memperoleh tegukan ke dua tendensinya akan terangsang untuk meningkat. Dengan demikian berarti bahwa tegukan ke dua yang dikonsumsi si peminum tersebut memberikan kepuasan yang lebih tinggi daripada tegukan pertama. Dalam istilah ekonomi dikatakan bahwa tegukan ke dua mempunyai nilai guna batas yang lebih tinggi daripada tegukan ke satu. Mungkin juga tegukan ke tiga nilai guna batasnya lebih tinggi pula daripada tegukan ke dua. Demikian seterusnya. Akan tetapi sampai teguk tertentu peningkatan nilai guna batas berhenti untuk kemudian diikuti oleh menurunnya nilai guna batas, untuk penurunan mana dikatakan *hukum guna batas yang menurun* mulai berlaku.

Terhadap contoh-contoh di atas kiranya perlu diberi catatan bahwa ada tidaknya fase pengkonsumsian di mana nilai daripada guna batas meningkat sebenarnya juga tergantung kepada satuan yang kita pakai. Dalam contoh pengkonsumsian minuman keras tersebut di atas dipergunakan sebagai satuan ukuran adalah teguk. Apabila satuan ukuran yang kita pakai lebih besar, misalnya saja cangkir, mungkin sekali fase meningkatnya nilai guna batas tidak lagi kita jumpai. Selanjutnya apabila dengan unit satuan cangkir meningkatnya guna marginal masih kita jumpai juga, tidaklah berarti bahwa bila pemakaian gelas atau botol sebagai unit satuan akan menghasilkan fase meningkatnya guna marginal.

9.4. HUBUNGAN ANTARA GUNA MARGINAL, GUNA TOTAL DAN GUNA RATA-RATA

Sebelum kita melangkah lebih lanjut menguraikan tentang perilaku konsumen, terlebih dahulu kita pelajari hubungan-hubungan antara *guna marginal* yang disebut pula *marginal utility*, *guna total* atau *total utility*, dan *guna rata-rata* atau *average utility*. Adapun hubungan antara ke tiga pengertian guna tersebut hanyalah merupakan hubungan fungsional

sehingga apabila salah satu daripada ke tiga skedul guna tersebut diketahui maka kedua skedul guna lainnya dapat kita temukan. Adapun caranya ialah dengan menggunakan perumusan-perumusan di bawah ini :

1. Menemukan Guna Total (TU) :

(a) Dengan diketahuinya nilai-nilai guna batas :

$$TU_n = MU_1 + MU_2 + + MU_n (9.4.1)$$

yang dapat disingkat :

$$TU_n = \sum_{i=1}^n MU_i (9.4.2)$$

di mana TU = total utility atau guna total
 MU = marginal utility atau guna batas.

Contoh Tabel 9.3.1. :
 Kalau si konsumen mengkonsumsi 3 piring sehari, maka ini berarti bahwa nilai n adalah 3. Nilai guna batas, MU dari piring-piring yang dikonsumsi berturut-turut adalah 10,8 dan 6 sakep. Dengan demikian maka guna total yang diperoleh dengan mengkonsumsi 3 piring nasi, TU₃, cara menghitung adalah sebagai berikut :

$$TU_3 = \sum_1^3 MU_i = MU_1 + MU_2 + MU_3$$

$$= 10 + 8 + 6 = 24 \text{ sakep.}$$

(b) Dengan diketahuinya guna rata-rata kita dapat menemukan :

$$TU_n = AU_n \times n (..... 9.4.3.)$$

di mana AU = average utility atau kepuasan rata-rata

Contoh Tabel 9.3.1.

$$TU_3 = AU_3 \times 3 = 8 \times 3 = 24 \text{ sakep.}$$

2. Menemukan Guna Rata-rata (AU)

(a) dengan diketahui nilai guna total :

$$AU_n = TU_n : n (9.4.4.)$$

Contoh Tabel 9.3.1 :

Nilai guna rata-rata pada pengkonsumsian nasi sebanyak 3 piring :

$$AU_3 = TU_3 : 3 = 24 : 3 = 8 \text{ sakep.}$$

(b) dengan diketahui nilai-nilai guna batas :

$$AU_n = \left(\sum_{i=1}^n MU_i \right) : n \quad (9.4.5)$$

Contoh Tabel 9.3.1. :

$$AU_3 = \left(\sum_1^3 MU_i \right) : 3 = (10 + 8 + 6) : 3 = 8 \text{ sakep.}$$

3. Menemukan Guna Batas (MU)

(a) dengan diketahui nilai guna total :

$$MU_n = TU_n - TU_{n-1} \dots\dots\dots (9.4.6)$$

Contoh Tabel 9.3.1. :

$$MU_3 = TU_3 - TU_2 = 24 - 18 = 6 \text{ sakep}$$

(b) dengan diketahui nilai guna rata-rata :

$$MU_n = AU_n \times n - AU_{n-1} \times (n-1) \dots\dots\dots (9.4.7)$$

Contoh Tabel 9.3.1. :

$$\begin{aligned} MU_3 &= AU_3 \times 3 - AU_2 \times 2 \\ &= 8 \times 3 - 9 \times 2 = 24 - 18 = 6 \text{ sakep.} \end{aligned}$$

9.5. TITIK JENUH KONSUMSI

Kita perhatikan lagi Tabel 9.3.1. dimana pasangan kolom 1 dengan kolom (2) membentuk skedul guna batas, pasangan kolom (1) dengan kolom (3) membentuk skedul guna total, dan yang terakhir pasangan kolom (1) dengan kolom (4) membentuk skedul guna rata-rata. Dari ketiga macam besaran guna ini yang secara langsung menunjukkan tingkat kepuasan yang dicapai oleh konsumen adalah *guna total*. Semakin tinggi guna total yang diperoleh oleh konsumen adalah guna total. Semakin tinggi guna total yang diperoleh seorang konsumen, semakin tinggi tingkat kepuasan yang diperolehnya. Mengingat kenyataan seperti ini pertama-tama yang akan kita perhatikan ialah *skedul guna total*.

Skedul guna total pada Tabel 9.3.1. menunjukkan bahwa mula-mula dengan meningkatnya jumlah nasi yang dikonsumsi nilai guna total yang diperoleh meningkat. Pada nilai n sebesar 7 dan 8 nilai guna total mencapai puncaknya, dan apabila jumlah konsumsi barang yang sama, yaitu dalam contoh Tabel 9.3.1. adalah nasi, diteruskan untuk diperbesar konsumsinya maka guna total yang diperoleh konsumen akan menurun. Menurunnya nilai guna total tersebut berjalan terus, bahkan dapat mencapai nol dan kemudian negatif.

Dalam keadaanya yang wajar dan konsumen mempunyai kebebasan untuk menentukan jumlah unit barang yang dikonsumsi tidak akan ia mengkonsumsi lebih banyak daripada jumlah unit satuan dengan guna total yang tertinggi. Dalam contoh Tabel 9.3.1. si konsumen tidak akan mengkonsumsinya lebih banyak dari 8 piring per hari. Titik tertinggi dari sebuah skedul guna total pengkonsumsian suatu barang dari seorang konsumen kita sebut sebagai *titik jenuh konsumsi* akan barang tersebut. Dalam contoh Tabel 9.3.1. konsumen mempunyai titik jenuh konsumsi nasi pada piring ke 7 dan 8.

Kalau kita perhatikan dengan teliti Tabel 9.3.1. kita menemukan bahwa titik jenuh konsumsi tercapai pada pengkonsumsian satuan unit yang nilai guna marginalnya sama dengan nol atau pada pengkonsumsian satuan unit yang langsung diikuti oleh satuan unit yang pertama kali mempunyai tanda negatif. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa konsumen yang rasional tidak akan mengkonsumsi suatu macam barang dengan jumlah lebih dari jumlah unit yang menghasilkan nilai guna batas sama dengan nol atau tidak akan mengkonsumsi suatu barang dengan jumlah-jumlah yang menghasilkan nilai guna batas dengan tanda negatif.

Untuk menghindari kemungkinan salah tafsir, perlulah kiranya ditengahkan bahwa apa yang dikemukakan di atas bukanlah bahwa konsumen bertendensi untuk mengkonsumsi suatu barang konsumsi dengan jumlah yang menghasilkan guna total maksimum. Hanya untuk barang-barang bebas, seperti udara, konsumen bertendensi mengkonsumsinya sampai tercapai titik jenuh konsumsi. Mengingat bahwa kebanyakan barang pemuas kebutuhan bukan merupakan barang bebas, melainkan merupakan barang ekonomi, maka tendensinya pengkonsumsian kebanyakan barang justru tidak setinggi titik jenuh konsumsi melainkan sedikit dibawahnya. Penjelasan selengkapnya mengenai hal ini baru dapat diperoleh sesudah kita mempelajari tentang *prinsip ekuimarginal*.¹⁷

9.6. ALOKASI PENDAPATAN

Masalah yang perlu dipecahkan oleh seorang konsumen yang rasional ialah bagaimana cara ia mengalokasikan pendapatan yang jumlahnya terbatas di antara berbagai macam pemenuhan kebutuhan sehingga dapat dicapai kepuasan yang maksimum. Dengan sendirinya kita tidak dapat mengharapkan bahwa dua konsumendengan penghasilan yang sama akan

¹⁷Uraian mengenai *prinsip ekuimarginal*, lihat halaman 135.

menggunakan penghasilan mereka dengan cara yang persis sama, hal mana bukan disebabkan yang satu bertindak rasional sedangkan yang lain tidak rasional, melainkan disebabkan oleh kenyataan bahwa kesukaan mereka, seperti yang dicerminkan oleh skedul guna mereka masing-masing, berbeda-beda. Di bawah ini diterangkan bagaimana seorang konsumen yang rasional mengalokasikan pendapatannya yang tertentu besarnya di antara dua macam barang, misalnya saja nasi dan sayur.

Kalau misalnya konsumen A mempunyai skedul guna konsumsi nasi dan skedul guna konsumsi sayur seperti yang disajikan dalam Tabel 9.6.1. Pasangan kolom (1) dan (2) membentuk skedul guna batas konsumsi nasi, sedangkan pasangan kolom (3) dan (4) membentuk skedul guna batas konsumsi sayur. Nilai guna batas konsumsi nasi kita tandai dengan MU^N , sedangkan guna batas konsumsi sayur kita tandai dengan MU^S .

Tabel 9.6.1. : Skedul Guna Batas Pengkonsumsian Nasi Dan Sayur Konsumen A

Konsumsi Nasi		Konsumsi Sayur	
Piring ke n= (1)	Guna Batas (MU^N_n) (2)	Mangkok ke n= (3)	Guna batas sayur (MU^S_n) (4)
0	0 sakep	0	0 sakep
1	10 sakep	1	7 sakep
2	8 sakep	2	4 sakep
3	6 sakep	3	2 sakep
4	4 sakep	4	1 sakep
5	3 sakep	5	0 sakep
6	2 sakep	6	-1 sakep
7	1 sakep	7	-3 sakep
8	0 sakep	8	-5 sakep
9	- sakep	9	-8 sakep
10	-3 sakep	10	-12 sakep

Kalau misalnya konsumen mempunyai pendapatan Rp 600,- per hari yang dikonsumsi pada hari tersebut seluruhnya, sedangkan harga nasi per piring Rp 100,- dan harga sayur per mangkok juga Rp 100,- bagaimana konsumen A tersebut menggunakan uangnya untuk mengkonsumsi nasi dan sayur agar supaya konsumen tersebut dapat memperoleh kepuasan setinggi-tingginya dari pendapatannya yang Rp 600,- per hari tersebut.

Untuk memecahkan masalah di atas, kita dapat menggunakan cara yang sangat sederhana, cukup dengan menggunakan intuisi kita. Uang sebanyak Rp 600,- kita bagi-bagi menjadi ratusan dan masing-masing ratusan rupiah tersebut kita beri nomor, yaitu nomor 1 sampai dengan 6. Kalau kita hanya mempunyai Rp 100,- yaitu ratusan ke 1 saja,

kita belikan sepiring nasi atukah semangkok sayur ? Mengingat bahwa nasi piring ke 1 menghasilkan 10 sakep, sedangkan sayur mangkok ke 1 hanya menghasilkan 7 sakep, maka untuk memperoleh kepuasan sebesar-besarnya kita harus menggunakan uang ratusan ke 1 tersebut untuk membeli nasi.

Kalau pendapatan konsumen A naik menjadi Rp 200,- per hari, maka konsumen A yang rasional tersebut akan menggunakan ratusan rupiah yang ke 2 untuk membeli nasi juga. Sebab dengan cara demikian kepuasan total yang ia peroleh akan sebesar 10 sakep + 8 sakep = 18 sakep. Andaikan ratusan rupiahnya yang kedua ia gunakan bukan untuk membeli nasi tetapi untuk membeli semangkok sayur, yang dengan demikian ia mengkonsumsi satu piring nasi dan satu mangkok sayur, kepuasan total yang diperolehnya hanya sebanyak 10 sakep + 7 sakep = 17 sakep. Oleh karena itu konsumen A yang rasional tersebut tidak akan memilih pilihan terakhir, akan tetapi pilihan sebelumnya.

Untuk ratusan rupiah-ratusan rupiah berikutnya, singkatnya saja, akan dipakai berturut-turut : ratusan rupiah ke 3 untuk membeli satu mangkok sayur dengan guna batas 7 sakep menghasilkan kepuasan total meningkat menjadi 25 sakep. Ratusan rupiah ke 4 dipakai untuk membeli nasi piring ke 3 dengan menghasilkan tambahan kepuasan sebesar 6 sakep, yang selanjutnya mengakibatkan jumlah kepuasan total yang diperoleh meningkat menjadi 31 sakep. Ratusan rupiah ke 5 dipakai untuk membeli nasi atau sayuran tanpa menghasilkan kepuasan total yang berbeda, sebab nilai daripada MUN4 dengan nilai daripada MUS2 kedua-duanya sama, yaitu masing-masing 4 sakep. Akhirnya ratusan rupiah yang ke 6 agar konsumen A memperoleh kepuasan maksimal ia harus menggunakannya untuk membeli sayur, bilamana dalam hal ratusan rupiah ke 5 dipakai untuk membeli nasi. Akan tetapi apabila ratusan rupiah yang ke 5 ia pakai untuk membeli sayur maka ratusan rupiah ke 6 harus ia gunakan untuk membeli nasi.

Kalau kita teliti contoh di atas kita menemukan bahwa kepuasan maksimum akan diperoleh dengan cara mengalokasikan uang atau pendapatan si konsumens edemikian rupa sehingga guna batas dari ratusan rupiah yang dibelikan nasi dan ratusan rupiah yang diberikan sayur tingginya sama. Prinsip maksimisasi kepuasan yang menuntut kesamaan tingginya guna batas dalam mengalokasikan pendapatan konsumen disebut *prinsip kesamaan marginal atau equimarginal principle*, yang oleh sementara ahli ekonomi disebut pula hukum Gossen II. Dalam contoh kita di atas, kepuasan total tertinggi yang dapat dicapai dengan pendapatan sebesar Rp 600,- per hari adalah 39 sakep. Ini dicapai dengan samanya nilai MUN dengan nilai MUS, yaitu masing-masing 4 sakep, yang dicapai dengan kombinasi konsumsi 4 piring nasi dan 2 mangkok sayur. Apabila prinsip tersebut kita langgar, kepuasan total yang diperoleh akan lebih rendah dari 39 sakep. kalau misalnya dari pendapatan sebanyak Rp 600,- per hari Rp 300,- kita pergunakan untuk membeli nasi dan Rp 300,- rupiah untuk membeli sayur, maka kepuasan total yang kita peroleh hanya setinggi 37 sakep. Perbedaan 2 sakep tersebut diakibatkan oleh pertukaran pemakaian ratusan rupiah yang ke 6 dari penggunaannya semula untuk membeli nasi dengan menghasilkan tambahan kepuasan sebesar 4 sakep ke penggunaan yang baru untuk membeli sayur dengan menghasilkan tambahan kepuasan sebesar 2

sakep. Ini berarti untuk memperoleh tambahan kepuasan pengkonsumsian satu piring nasi. Mengingat bahwa korban yang kita keluarkan melebihi hasilnya maka pengurangan konsumsi satu piring nasi yang disertai dengan penambahan konsumsi satu mangkok sayur menghasilkan penurunan kepuasan total sebesar 2 sakep.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa apabila Z_1, Z_2, \dots dan seterusnya menunjukkan kuantitas barang ke 1, kuantitas barang ke 2 dan seterusnya; MU_1, MU_2, \dots dan seterusnya menunjukkan kepuasan marginal barang ke 1, kepuasan marginal barang ke 2 dan seterusnya; H_1, H_2, \dots dan seterusnya menunjukkan harga satuan barang ke 1, harga satuan barang ke 2 dan seterusnya; dan D menunjukkan besarnya pendapatan yang diterima konsumen per satuan waktu; maka konsumen akan berada dalam *keadaan ekuilibrium* apabila dipenuhi kedua syarat tersebut dibawah ini :

1. syarat bahwa :

$$\frac{MU_1}{H_1} = \frac{MU_2}{H_2} = \frac{MU_3}{H_3} = \dots = \frac{MU_n}{H_n} \dots\dots\dots (9.6.1)$$

yang merupakan syarat tercapainya kepuasan maksimum, dan

2. Syarat bahwa :

$$Z_1 \times H_1 + Z_2 \times H_2 + Z_3 \times H_3 + \dots + Z_n \times H_n = D. \dots\dots\dots (9.6.2)$$

yang merupakan syarat bahwa jumlah pengeluaran konsumsi total persis sebesar jumlah pendapatan yang diperoleh konsumen.

9.7. TRANSAKSI TUKAR-MENUKAR

Kalau di samping memiliki skedul guna batas pengkonsumsian nasi dan pengkonsumsian sayur seperti termuat dalam Tabel 9.6.1. konsumen A per harinya dapat menghasilkan 9 piring nasi tanpa menghasilkan sayur, kita dapat mempersoalkan : Sebagai konsumen yang rasional bagaimana konsumen A tersebut mengalokasikan pendapatannya, yang berupa 9 piring nasi perhari tersebut? Jawabannya tergantung antara lain kepada : (a) Mungkinkah A menukarkan nasi yang dihasilkan itu dengan barang konsumsi lain, yang dalam asumsi kita barang konsumsi lainnya hanyalah sayur; (b) Kalau bisa ditukarkan dengan sayur, maka kita perlu tahu juga mengenai dasar tukar antara nasi dan sayur.

Apabila konsumen A tidak dapat menukarkan nasi yang dihasilkannya itu, kita dapat meramalkan bahwa ia akan mengkonsumsi nasi sebanyak 7 atau 8 piring per hari, oleh karena dengan demikian ia memperoleh total kepuasan sebesar 34 sakep, yang bagi konsumen A merupakan jumlah kepuasan yang maksimal dapat dicapainya. Dengan menggunakan asumsi tidak dapat ditukarkannya nasi yang dihasilkannya dengan barang konsumsi lain, maka kelebihan yang satu atau dua piring nasi ia buang. Atau alternatif lainnya ialah ia menghasilkan nasi hanya sebanyak 7 atau 8 piring, dan bukannya 9 piring.

Apabila sekarang konsumen A dapat menukarkan nasi yang dihasilkan dengan sayur, maka konsumen A akan menyesuaikan konsumsinya. Penyesuaian konsumsi yang dilakukan oleh konsumen A tergantung kepada dasar tukar antara nasi dan sayur yang berlaku. Yang dimaksud dengan dasar tukar ialah perbandingan nilai tukar antara barang yang satu dengan barang yang lain. Sebagai langkah pertama kita ambil saja kasus yang paling sederhana, yaitu dasar tukar 1 : 1, yaitu dasar tukar di mana satu piring nasi dapat ditukar dengan satu mangkok sayur.

Dengan dasar tukar 1 : 1, konsumen A akan mempertimbangkan untuk menukar nasi piring ke 9 yang tidak dikonsumsi sendiri untuk memperoleh sayur mangkok pertama. Dari transaksi tukar-menukar tersebut konsumen A memperoleh kepuasan dari pengkonsumsian sayur mangkok pertama sebesar 7 sakep. Untuk ini ia tidak mengorbankan sama sekali kepuasan dari pengkonsumsian nasi, hal mana disebabkan andaikan ia tidak menukarkannya dengan sayur, ia tidak mengonsumsi nasi piring ke 9 tersebut. Oleh karena itu transaksi tukar-menukar antara nasi piring ke 9 dengan sayur mangkok ke 1 boleh diinterpretasikan mendatangkan keuntungan bagi konsumen A sebesar 7 sakep.

Pernyataan berikutnya dengan sendirinya : Kalau piring ke 9 menghasilkan peningkatan kepuasan total bagi konsumen A, apakah kiranya ia berlaku juga untuk piring ke 8, ke 7, dan seterusnya ? Perhitungan-perhitungan yang diperlukan untuk menjawab pertanyaan ini ikhtisarnya disajikan dalam Tabel 9.7.1.

Tabel 9.7.1.: Pengaruh Transaksi Tukar-menukar Terhadap Tingkat Kepuasan

Tidak-menukar antara S_n dengan N_n (1)	Tambahan Kepuasan (MU_n^S) (2)	Korban Kepuasan (MU_n^N) (3)	Tambahan (+) atau Pengurangan (-) Kepuasan Neto ($MU_n^S - MU_n^N$) (4)
S1 dengan N9	7 sakep	0 sakep	+7 sakep
S2 dengan N8	4 sakep	0 sakep	+4 sakep
S3 dengan N7	2 sakep	1 sakep	+ 1 sakep
S4 dengan N6	1 sakep	2 sakep	- 1 sakep
S5 dengan N5	0 sakep	3 sakep	-3 sakep
.....

Dari Tabel 9.7.1. dapat kita saksikan bahwa semakin banyak piring nasi yang lepaskan untuk memperoleh sayur semakin tinggi kepuasan yang kita korbankan untuk memperoleh tambahan kepuasan dari pengkonsumsian sayur. Kepuasan yang kita korbankan yang kita maksud di sini dengan sendirinya berupa tingginya MU^N dari piring nasi yang kita tukarkan

dengan sayur. Sedangkan yang dimaksud dengan tambahan kepuasan dari pengkonsumsian sayur dengan sendirinya adalah nilai MUS dari mangkok sayur yang diperoleh konsumen dari pertukaran tersebut. Tambahan kepuasan berhasil dari hasil pertukaran dengan sendirinya kita peroleh dengan mengurangi nilai korban transaksi tersebut dari nilai tambahan kepuasan transaksinya, yang dalam Tabel 9.7.1. tambahan kepuasan bersih dari transaksi pertukaran ini diperoleh dari angka kolom 2 dikurangi dengan angka kolom 3 yang hasilnya kita tulis pada kolom 4.

Kalau kita perhatikan angka-angka pada kolom 4 tersebut kita melihat bahwa angkanya mula-mula tinggi tetapi terus menurun dengan meningkatnya jumlah nasi yang ditukarkan dengan sayur. Transaksi pertukaran piring nasi pertama menghasilkan tambahan kepuasan bersih sebesar 7 sakep, transaksi ke 2 menghasilkan tambahan kepuasan bersih 4 sakep, transaksi ke 3 hanya 1 sakep, transaksi 4 bahkan bersihnya menghasilkan penurunan kepuasan sebesar 3 sakep, transaksi ke 5 mendapat kerugian kepuasan bersih sebesar 6 sakep, dan seterusnya.

Dari angka-angka hasil perhitungan tersebut dengan sendirinya konsumen A sebagai konsumen yang rasional akan memilih untuk menukarkan nasi yang dihasilkannya hanya sebanyak 3 piring. Dengan demikian ia akan memperoleh tambahan kepuasan dari transaksi pertukaran sebesar (7 sakep + 4 sakep + 1 sakep) yaitu sama dengan 12 sakep. Kalau sebelum ia mengadakan transaksi tukar menukar antara nasi dan sayur jumlah kepuasan total yang dapat diperoleh hanya sebesar 34 sakep, maka sesudah adanya tukar-menukar tersebut kepuasan total yang diperolehnya meningkat menjadi 34 sakep + 12 sakep = 46 sakep.

Hasil perhitungan di atas dapat pula kita uji silang dengan cara menghitung nilai guna total langsung dari jumlah unit barang-barang konsumsi yang dikonsumsi oleh konsumen A. Dengan ditukarnya 3 piring nasi untuk memperoleh 3 mangkok sayur. Jumlah kepuasan total yang diperoleh konsumen A sesudah adanya tukar-menukar tersebut dapat kita hitung :

$$\begin{aligned} TU^T &= TU^N + TU^S + \sum_1^6 MU^N + \sum_1^3 MU^S \\ &= (10 + 6 + 4 + 3 + 2) + (7 + 4 + 2) \\ &= 33 + 13 = 46 \text{ sakep} \end{aligned}$$

Sebelum kita menginjak kepada masalah berikutnya, perlulah di sini kita perhatikan bahwa nilai guna batas nasi piring terakhir dan nilai guna batas sayur mangkok terakhir yang dikonsumsi, yaitu dengan kata lain nilai MU^N_6 dan MU^S_3 adalah sama, yaitu masing-masing mempunyai nilai 2. Kesamaan tersebut bukanlah merupakan hal yang kebetulan. Selama dasar tukar nasi dengan sayur adalah 1 : 1, maka untuk tercapainya kepuasan maksimum konsumen harus mengambil kombinasi barang-barang yang dikonsumsi sedemikian rupa sehingga nilai guna batas daripada tiap macam barang konsumsi yang dikonsumsi adalah sama. Syarat kesamaan tingginya nilai guna batas tersebut inilah yang seperti diuraikan pada Sub-bab 9.6. sebagai prinsip yang kita sebut *equimarginal principle*.

9.8. MENURUNKAN KURVA PERMINTAAN

Salah satu tujuan yang ingin dicapai oleh teori perilaku konsumen, baik yang menggunakan pendekatan guna kardinal maupun pendekatan kurva tak-acuh ialah untuk menemukan landasan teoritik untuk kurva permintaan. Pada sub-bab ini dengan memanfaatkan hasil-hasil analisis yang kita peroleh dari bagian-bagian sebelumnya kita akan mencoba menurunkan kurva permintaan individual yang dalam bab-bab sebelumnya kita definisikan sebagai *kurva yang menunjukkan hubungan antara ingin dan sanggup untuk membelinya pada berbagai kemungkinan harga satuan barang tersebut*.

Untuk maksud tersebut kita menggunakan ilustrasi dengan mengambil contoh seorang konsumen yang mempunyai tabel guna seperti yang diungkapkan Tabel 9.6.1. Dari data tabel dan data lainnya yang diperlukan kita akan mencoba menurunkan kurva permintaan konsumen individual akan nasi. Adapun data lain yang diperlukan termaksud ialah berupa jumlah pendapatan konsumen dan harga satuan sayur. Pendapatan konsumen untuk ilustrasi dimisalkan sebesar Rp 600 per hari dan harga sayur dimisalkan Rp 100 per mangkok.

Selanjutnya, untuk menurunkan kurva permintaan akan nasi tersebut kita perlu mengambil beberapa kemungkinan harga satuan nasi, dengan paling sedikit dua kemungkinan harga; misalnya saja Rp 100/piring dan Rp 50/piring.

Dari data pendapatan konsumen, harga satuan sayur dan salah satu kemungkinan harga nasi kita dapat menurunkan *tabel atau garis kemungkinan konsumsi sayur dan nasi seorang konsumen*.

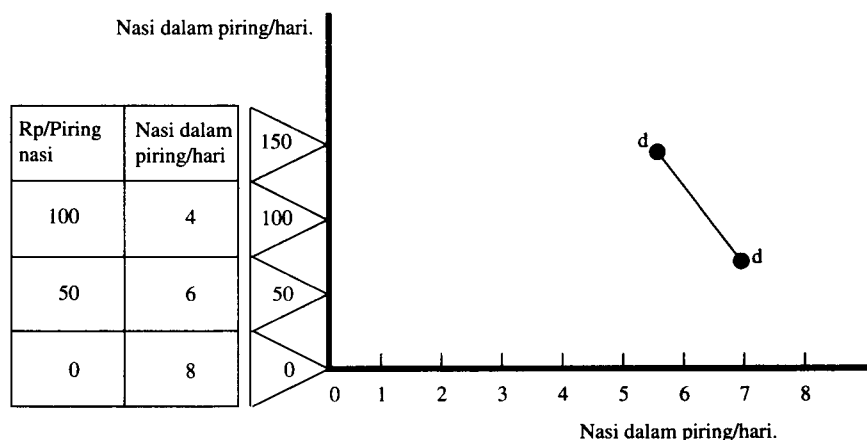
Tabel 9.8.1. : Tabel Kemungkinan Konsumsi Dengan Tabel Guna Batasnya Dari Seorang Konsumen Berpenghasilan Rp 600/Hari

dengan $H^N = \text{Rp } 100/\text{piring}$ $H^S = \text{Rp } 100/\text{mangkok}$				dengan $H^N = \text{Rp } 50/\text{piring}$ $H^S = \text{Rp } 100/\text{mangkok}$			
N = nasi	S = Sayur	MU ^N	MU ^S	Nasi	Sayur	MU ^N	MU ^S
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
6	0	2	0	10	1	-3	7
5	1	3	7	8	2	0	4
④	2	4	4	⑥	3	2	2
3	3	6	2	4	4	4	1
2	4	8	1	2	5	8	0
1	5	10	0	0	6	0	-1
0	6	0	-1				

Garis atau tabel kemungkinan konsumsi merupakan *garis atau tabel yang menunjukkan berbagai kombinasi dua barang atau jasa konsumsi yang dapat dibeli oleh konsumen dengan menggunakan seluruh pendapatannya*. Dengan harga nasi Rp 100/piring, tabel kemungkinan konsumsi yang dihasilkan, angka-angka hasil perhitungannya dimuat pada pasangan kolom (1) dan (2). Sedangkan pasangan kolom (5) dan (6) membentuk tabel kemungkinan konsumsi dengan harga nasi Rp 50/piring.

Setelah kita menemukan tabel-tabel kemungkinan konsumsi, yang kita kerjakan selanjutnya ialah menghitung tingginya *guna batas* pengkonsumsian nasi dan sayur untuk masing-masing kombinasi konsumsi. Angka-angka *guna batas* untuk ke dua tabel kemungkinan konsumsi, hasil perhitungannya kita muat pada kolom (3), (4), (7) dan (8).

Dari hasil pengamatan angka-angka kolom (3) dan (4) kita menemukan bahwa kombinasi konsumsi yang memenuhi prinsip ekuimarginal ialah kombinasi 94 nasi + 2 sayur) untuk tabel kemungkinan konsumsi dengan harga nasi Rp 100/piring dan kombinasi (6 nasi + 3 sayur) untuk tabel kemungkinan konsumsi dengan harga nasi Rp 50/piring. Ini mempunyai arti bahwa pada harta Rp 100/piring konsumen ingin dan sanggup untuk membeli nasi sebanyak 4 piring per hari, sedangkan pada harga Rp 50/piring konsumen ingin dan sanggup untuk membeli nasi sebanyak 6 piring per hari. Apabila kesimpulan ini kita susun dalam bentuk tabel, maka tel yang kita hasilkan kita sebut sebagai *tabel permintaan konsumen individual* akan nasi. Sedangkan apabila kesimpulan tersebut kita susun dalam bentuk grafik, maka gambar yang kita temukan kita sebut sebagai *kurva permintaan konsumen individual* akan nasi. Kedua cara pengungkapan permintaan akan nasi tersebut kita sajikan pada Gambar 9.8.2.



Gambar 9.8.2. : Tabel dan Kurva Permintaan Akan Nasi Seorang Konsumen

Bab X Teori Konsumen: Pendekatan Kurva Tak-Acuhan

10.1. PENDEKATAN KURVA TAK-ACUHAN

Teori konsumen yang menggunakan pendekatan guna batas seperti yang diuraikan dalam Bab IX mempunyai beberapa kelemahan, antara lain ialah : (a) penggunaan asumsi dapat diukurnya kepuasan seseorang secara kardinal, (b) penggunaan asumsi bahwa kepuasan yang timbul dari pengkonsumsian barang-barang atau jasa-jasa mempunyai sifat *additive*, dan (c) penggunaan asumsi bahwa guna batas uang konstan dalam arti tidak terpengaruh oleh banyak banyak sedikitnya penggunaan uang ataupun oleh banyak sedikitnya uang yang dimiliki seorang konsumen. Dunia yang nyata tidak memberikan kesaksian kepada kita akan kebenaran daripada asumsi-asumsi tersebut.

Teori konsumen yang diuraikan dalam bab ini, yaitu teori konsumen yang menggunakan *pendekatan kurva tak-acuhan*, mempunyai sedikit keunggulan berupa terhindarnya dari kelemahan-kelemahan seperti diungkapkan di atas. Selanjutnya dapat diketengahkan di sini bahwa teori kurva tak-acuhan ini menggunakan asumsi-asumsi dasar, lima di antaranya dapat disebutkan di sini :¹⁸

1. *Rasionalitas*. Asumsi ini terwujud dalam bentuk asumsi bahwa konsumen berusaha memaksimumkan kepuasan.
2. *Kepuasan adalah ordinal*. Yang dimaksud di sini ialah meskipun kepuasan tidak dapat diukur secara kardinal, tetapi dapat diukur secara ordinal, yaitu dapat diperbandingkan dan dapat disusun dalam bentuk rangking atau urutan tinggi-rendahnya kepuasan.
3. *Menurunnya marginal rate of substitution*, yang kita sebut juga tingkat substitusi batas yang menurun. Mengenai hal ini akan diuraikan lebih lanjut di bawah nanti.
4. *Fungsi kepuasan total* mempunyai bentuk :

$$U = f(Z_1, Z_2, \dots, Z_n)$$

di mana U menunjukkan kepuasan total

¹⁸ Lihat misalnya, A. Koutsoyiannis, *Modern Microeconomics*, New Yor : John Wiley & Sons, 1975, hal. 17.

Z_1, Z_2 dan seterusnya menunjukkan jumlah barang ke 1, barang ke 2 dan seterusnya yang dikonsumsi.

Ini dapat kita lawankan dengan kepuasan yang bersifat additive, seperti yang diasumsikan teori konsumen yang menggunakan pendekatan guna batas, yang pengungkapannya dalam bentuk persamaan :

$$U = f(Z_1) + f(Z_2) + \dots + f(Z_n)$$

5. Asumsi konsistensi dan transitivitas, yang secara singkat dapat diungkapkan :¹⁹

- (a) *consistency* menghendaki misalnya :
kalau $A > B$, maka haruslah $B < A$.
- (b) *transitivity* menghendaki misalnya :
kalau $A > B$ dan $B > C$, maka haruslah $A > C$.

10.2. KURVA TAK-ACUH DAN MEDAN TAK-ACUH

Kurva tak-acuh, yang disebut pula *kurva indifferen* atau *indifference curve* dapat didefinisikan sebagai kurva, lokus atau titik-titik kedudukan yang menunjukkan berbagai kombinasi dua buah barang atau jasa konsumsi untuk setiap satuan waktunya yang memberikan kepuasan yang sama kepada seorang konsumen. Seorang konsumen atau sebuah rumah tangga keluarga memiliki sejumlah kurva tak-acuh yang keseluruhannya membentuk apa yang biasa disebut *indifference map* atau *medan tak-acuh*.

Penggunaan asumsi dua barang, misalnya y dan z , maksudnya hanyalah untuk menyederhanakan permasalahan. Dalam dunia nyata konsumen menghadapi tidak hanya dua barang konsumsi saja melainkan sejumlah besar macam barang-barang dan jasa-jasa konsumsi.

Sebagai contoh kita perhatikan Tabel 10.2.1. yang dapat kita sebut sebagai *tabel medan tak-acuh* barang y dan barang z seorang konsumen. Medan tak acuh tersebut terdiri dari tiga buah kurva tak-acuh yaitu kurva tak acuh I, kurva tak acuh II dan kurva tak acuh III yang berturut-turut merupakan pasangan kolom 1 dan 2, kolom 3 dan 3 dan 4 dan kolom 5 dan 6. Interpretasi angka-angka dalam tabel adalah sebagai berikut.

Kombinasi-kombinasi konsumsi barang y dan barang Z pada kurva tak-acuh I menghasilkan *tingkat kepuasan* atau *total utility* atau *guna total* yang sama. Ini berarti bahwa tingkat kepuasan yang dicapai oleh si konsumend ari pengkonsumsian $1z + 12y$ sama dengan tingkat kepuasan yang dicapai dari kombinasi konsumsi $2z + 6y$ atau dari kombinasi konsumsi $3z +$

¹⁹Uraian lebih terperinci mengenai masalah ini, lihat misalnya, Cliff Lloyd, *Microeconomic Analysis*, Homewood, Illinois : Richard D. Irwin, Inc., 1967, Bab I.

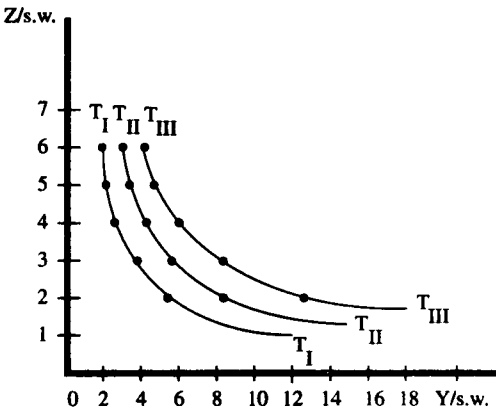
4y, 4z + 3y dan seterusnya yang sebagian angka-angkanya terdapat pada kolom 1 dan 2 dan membentuk kurva tak-acuh I.

Tabel 10.2.1. : Tabel Medan Tak Acuh

Kurva tak-acuh I		Kurva tak-acuh II		Kurva tak-acuh III	
z (1)	y (2)	z (3)	y (4)	z (5)	y (6)
1	12	1	15	1	18
2	6	2	7,5	2	9
3	4	3	5	3	6
4	3	4	3,75	4	4,5
5	2,4	5	3	5	3,6
6	2	6	2,5	6	3

Selanjutnya pasangan angka-angkapada kolom 3 dan 4 membentuk kombinasi-kombinasi konsumsi barang y dan barang z dengan masing-masing kombinasi menghasilkan tingkat kepuasan yang sama dan membentuk kurva tak-acuh II. Demikian juga halnya dengan pasangan-pasangan angka-angka pada kolom 5 dan 6, masing-masing kombinasi menghasilkan tingkat kepuasan yang sama, dan seluruhnya daripada pasangan-pasangan tersebut membentuk kurva indiferen atau kurva tak-acuh III.

Kurva-kurva tak-acuh tersebut kalau dinyatakan dalam bentuk grafik berturut-turut terlihat sebagai T_I, T_{II} dan T_{III} Gambar 10.2.1.



Gambar 10.2.1. : Medan Tak-Acuh

Perlu di sini dimintakan perhatian bahwa kesamaan tingkat kepuasan yang dicapai berlaku untuk kombinasi-kombinasi atau titik-titik yang dicapai berlaku untuk kombinasi-kombinasi atau titik-titik kedudukand ari sebuah kurva tak-acuh yang sama. Ini berarti bahwa titik-titik kombinasi yang membentuk kurva tak-acuh T_I menghasilkan tingkat kepuasan yang berbeda dengan tingkat kepuasan yang dicapai oleh titik-titik kombinasi yang membentuk kurva tak-acuh T_{II} . Tingkat kepuasan yang dicapai oleh kurva tak-acuh yang letaknya lebihjauh dari titik silang yang dicapai oleh kurva tak-acuh yang letaknya lebih jauh dari titik silang sumbu 0 dengan menggunakan *asumsi di bawah jenuh* selalu menunjukkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Menunjuk Gambar 10.2.1. tingkatkan tingkat kepuasanyang lebih tinggi. Menunjuk Gambar 10.2.1. tingkat kepuasan yang dicapai oleh kurva tak-acuh T_{III} lebih tinggi daripada tingkat kepuasan yang dicapai oleh kurva tak-acuh T_{II} . Selanjutnya tingkat kepuasan yang dicapai oleh kurva tak-acuh T_{II} lebih tinggi daripada tingkat kepuasan yang dicapai oleh kurva tak-acuh T_I .

10.3. SIFAT-SIFAT KURVA TAK-ACUH

Sifat-sifat yang dimiliki oleh sistem tak acuh ialah :

1. *Kurva tak-acuh mempunyai lereng ke kanan menurun*, yang biasa juga diungkapkan bahwa kurva tak-acuh mempunyai lereng yang negatif. Negatifnya lereng kurva tak-acuh mempunyai lereng yang negatif. Negatifnya lereng kurva tak-acuh ini mempunyai makna bahwa agar supaya konsumen memperoleh kepuasan yang sama seperti sediakala berkurangnya jumlah konsumsi barang Z harus diimbangi dengan bertambahnya konsumsi barang Y.
2. *Kurva tak-acuh cembung/konvek terhadap titik silang sumbu O*. Cembung atau konveksnya kurva tak-acuh terhadap titik silang sumbu O adalah sebagai akibat tingkat substitusi batas barang y untuk barang z, yang kita tulis dengan MRS_{yz} , terus menurun dengan meningkatnya konsumsi barang y. MRS_{zy} juga menurun dengan meningkatnya pemakaian barang Z.
3. *Kurva tak-acuh tidak saling berpotongan*. Meskipun kurva tak-acuh tidak perlu sejajar satu dengan lainnya, akan tetapi kurva tak-acuh tidak saling berpotongan. Ini kiranya mudah difahami kalau kita ingat akan definisi daripada kurva tak-acuh. Kurva tak-acuh adalah kurva yang menunjukkan berbagai kombinasi dua barang konsumsi yang memberikan tingkat kepuasan yang sama. Apabila dua kurva tak-acuh berpotongan maka titik potong tersebut menunjukkan dua tingkat kepuasan yang berbeda, yang dengan sendirinya merupakan hal yang kontradiksi.
4. *Setiap titik pada medan tak-acuh dilalui oleh sebuah kurva tak-acuh*. Ini berarti bahwa setiap konsumen memiliki kurva tak-acuh yang tidak terhingga banyaknya yang satu dengan lainnya tidak saling berpotongan. Sistem tak-acuh atau *indifference system* seorang konsumen yang terdiri daripada kurva-kurva tak-acuh yang dimilikinya inilah yang biasa disebut medan tak-acuh atau *indifference map*. Medan tak-acuh berbeda-beda antara konsumen yang satu dengan konsumen yang lain disebabkan oleh selera

mereka yang berbeda.

Dari ke empat sifat yang dimiliki oleh kurva tak-acuh, sifat nomor dua rupa-rupanya memerlukan penjelasan lebih lanjut. *Tingkat substitusi batas* atau *marginal rate of substitution* barang konsumsi y untuk barang konsumsi Z, yang biasa disingkat MRS_{yz} , menunjukkan jumlah barang konsumsi Z yang konsumen perlu mengurangi konsumsinya agar ia dapat menambah pengkonsumsian barang y sebesar satu unit tanpa mengubah tingkat kepuasan yang ia peroleh.

Dari definisi di atas jelaslah bahwa MRS_{yz} menyangkut perubahan jumlah pemakaian barang y dari titik yang satu ke titik yang lain *pada kurva tak-acuh yang sama*. Untuk kebanyakan barang kurva tak-acuh mempunyai nilai MRS_{yz} yang menurun dengan semakin sedikitnya barang Z yang dikonsumsi dan semakin banyaknya barang yang dikonsumsi. Kita perhatikan saja contoh di bawah ini.

Seorang konsumen memiliki sebuah medan tak-acuh, yang salah satu daripada kurva tak-acuhnya mempunyai persamaan :

$$\left[\begin{array}{c} y = \frac{12}{z} \end{array} \right] \left| \begin{array}{c} - \\ \dots\dots\dots \end{array} \right. \begin{array}{c} U = 4 \text{ sakep} \end{array} \quad (10.3.1)$$

yang mempunyai makna bahwa konsumen akan memperoleh kepuasan tetap sebanyak 4 sakep asalkan kombinasi konsumsi barang y dan barang Z memenuhi persamaan $y = 12/z$.

Mengingat bahwa dengan memindahkan y ke ruas kanan dan Z ke ruas kiri dihasilkan persamaan $Z = 12/y$, maka berarti bahwa kurva tak-acuh yang mempunyai persamaan (10.3.1) dapat pula diungkapkan dengan persamaan kurva tak-acuh (10.3.2)

$$\left[\begin{array}{c} z = \frac{12}{y} \end{array} \right] \left| \begin{array}{c} - \\ \dots\dots\dots \end{array} \right. \begin{array}{c} U = 4 \text{ sakep} \end{array} \quad (10.3.2)$$

Dengan memberikan nilai 1, 2, 3 dan seterusnya pada variabel y persamaan (10.3.2) kita dapat mengisi kolom 1 dan 2 Tabel 10.3.1. Dan dengan cara yang sama yaitu berturut-turut memberi nilai 1, 2, 3 dan seterusnya pada variabel Z persamaan (10.3.1) kita menemukan isian kolom 4 dan 5 tabel yang sama. Baik pasangan kolom 1 dan 2 maupun pasangan kolom 4 dan 5 menunjukkan kurva tak-acuh yang sama. Pasangan yang kita sebutkan pertama relatif lebih mudah untuk menghitung nilai MRS_{yz} daripada pasangan yang kita sebut terakhir. Sebaliknya nilai-nilai MRS_{zy} seperti termuat pada kolom 6 lebih mudah dihitung dari pasangan kolom 4 dan 5.

Tabel 10.3.1. : MRS_{yz} dan MRS_{zy} Untuk Kurva Tak-Acuh

$$\left[y = \frac{12}{z} \right] \bigg|_{\bar{U}=4}$$

y (1)	z (2)	MRS_{yz} (3)	z (4)	y (5)	MRS_{zy} (6)
1	12		1	12	
2	6	6	2	6	2
3	4	1	4	3	1
4	3	1	4	3	1
5	2,4	0,6	5	2,4	0,6
6	2	0,4	6	2	0,4

Dengan menggunakan rumus *tingkat substitusi marginal* yang dapat disebut juga *tingkat substitusi baas* atau *marginal rate of substitution* (10.3.3) dan (10.3.4)

$$MRS_{yz} = \frac{-\Delta Z}{\Delta y} \bigg|_{\bar{U}} \dots\dots\dots (10.3.3)$$

$$MRS_{zy} = \frac{\Delta Z}{-\Delta y} \bigg|_{\bar{U}} \dots\dots\dots (10.3.3)$$

angka-angka untuk kolom 3 dan 6 Tabel 10.3.1 dapat kita temukan.

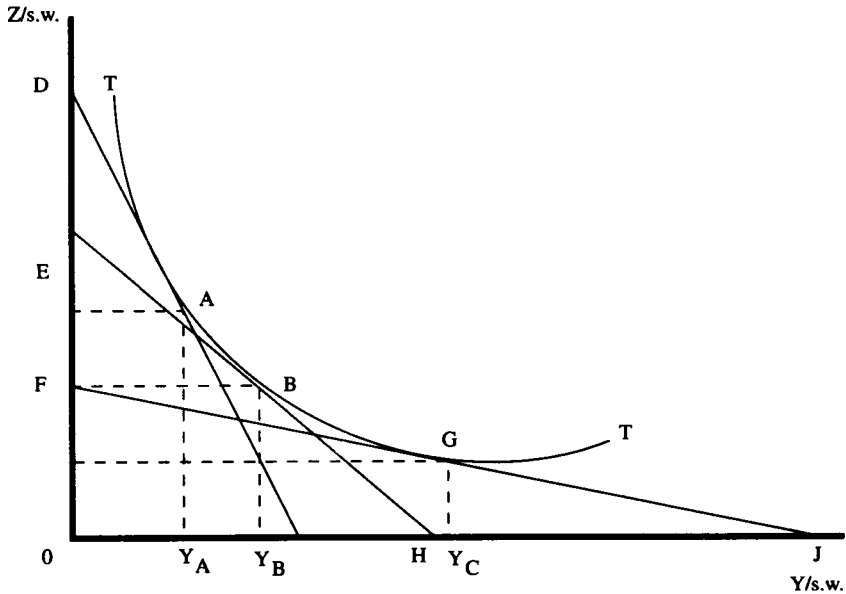
MRS_{yz} yang kita baca "*marginal rate of substitution*" barang y oleh barang z menunjukkan berapa unit barang z yang perlu dilepas, dalam arti dikurangi konsumsinya, oleh si konsumen agar supaya penambahan satu unit barang y tidak akan mengakibatkan berubahnya tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen. Dengan menggunakan persamaan (10.3.3) dengan nilai $\Delta z_n = z_n + 1 - Z_n$ dan nilai $\Delta y = 1$, kita peroleh : pada kombinasi konsumsi $1y + 12z$, $MRS_{yz} = -(6-12) = 6$; pada kombinasi konsumsi $2y + 6z$, $MRS_{yz} = -(4-6) = 2$ dan seterusnya. Nilai MRS_{yz} ini dimuat pada kolom 3.

Untuk menghitung MRS_{zy} , yaitu tingkat substituti batas barang z oleh barang y dapat diperoleh dengan menggunakan persamaan (10.3.4). Hasil Perhitungan nilai-nilai MRS_{zy} ini dimuat pada kolom 6 Tabel 10.3.1.

Dari kolom 3 dapat kita saksikan bahwa semakin banyak konsumsi barang y semakin kecil nilai MRS_{yz} . Demikian pula kolom 6 menunjukkan bahwa meningkatnya tingkat

pemakaian barang z disertai menurunnya nilai MRS_{zy} . Keadaan seperti inilah yang disebut *diminishing marginal rate of substitution kurva tak-acuh*, yaitu *menurunnya tingkat substitusi batas kurva tak-acuh*.

Menurunnya tingkat substituti batas ini dapat kita tunjukkan dengan menggunakan grafik Gambar 10.3.1



Gambar 10.3.1 : Tingkat Substituti Marginal Yang Menurun Sebuah Kurva Tak-Acuh

Mengingat bahwa nilai $\frac{\Delta z}{\Delta y}$, yang dapat pula kita tulis $\frac{dz}{dy}$, menunjukkan curam garis yang bersangkutan, maka pada tingkat pengkonsumsian barang y sebanyak OY_A , MRS_{yz} tingginya sama dengan $\frac{OD}{OG}$, yang menunjukkan tingginya lereng garis DG yang merupakan garis singgung kurva tak-acuh pada titik A.

Pada tingkat konsumsi Oy_B unit barang y, $MRS_{yz} = \frac{OE}{OH}$ yang nilainya lebih kecil daripada $\frac{OD}{OG}$. Pada kombinasi konsumsi C, di mana konsumsi barang y lebih banyak lagi, lagi, nilai $MRS_{yz} = \frac{OF}{OJ}$ mempunyai nilai yang lebih kecil lagi.

10.4. GARIS ANGGARAN PENGELUARAN

Untuk menerangkan perilaku konsumen, disamping kita memerlukan pengetahuan mengenai kurva tak-acuh kita perlu juga mengetahui garis anggaran pengeluaran konsumen. Garis anggaran pengeluaran konsumen atau singkatnya garis anggaran konsumen, yang biasa juga disebut budget line, merupakan garis yang menunjukkan berbagai kombinasi barang y dan barang z per satuan waktu yang dapat dibeli oleh konsumen. Dengan menggunakan asumsi bahwa semua pendapatan konsumen dimasukkan ke dalam anggaran rumah tangga konsumen, dapatlah dikatakan bahwa untuk menggambarkan garis anggaran seorang konsumen, kita perlu mengetahui :

- (1) pendapatan konsumen
- (2) harga per unit barang y dan
- (3) harga per unit barang z.

Misalnya saja seorang konsumen yang mempunyai pendapatan Rp 60,- per minggu menghadapi kenyataan bahwa harga beli untuk satu kilo gram banyak y Rp 6,- dan untuk satu liter barang z Rp 10,-. Dengan data ini, dengan menggunakan asumsi bahwa semua pendapatan konsumen dimasukkan ke dalam anggaran mempunyai persamaan :

$$y \times \text{Rp } 6,- + z \times \text{Rp } 10,- = \text{Rp } 60,- \dots\dots\dots (10.4.1)$$

$$6y + 10z = 60 \dots\dots\dots (10.4.2)$$

$$y = 10 - \frac{1}{2} z$$

$$\text{atau } z = 6 - 0,6 y \dots\dots\dots (10.4.3)$$

Dengan berturut-turut memasukkan nilai-nilai 1, 2, 3, dan seterusnya untuk menggantikan variabel z pada persamaan (10.4.2) kita dengan mudah memperoleh angka-angka isi daripada Tabel 10.4.1 kolom 2. Sebaliknya kalau kita menggunakan persamaan (10.4.3) dan mengisi nilai variabel y dalam persamaan tersebut berturut-turut dengan angka-angka 1, 2, 3, dan seterusnya, maka hasil angka-angkanya merupakan nilai-nilai variabel z, yang selanjutnya mengisi kolom 4 Tabel 10.4.1. Perlu kiranya diketengahkan di sini, bahwa *tabel anggaran konsumen* yang terbentuk oleh kolom 1 dan kolom 2 Tabel 10.4.1 diambil dari garis anggaran yang sama dengan garis anggaran yang menghasilkan pasangan kolom 3 dan 4.

Nilai total daripada masing-masing pasang atau kombinasi barang y dan barang z seperti yang terlihat pada Tabel 10.4.1. baik pasangan angka-angka pada kolom 1 dan kolom 2 maupun pasangan angka-angka pada kolom 3 dan 4 nilai totalnya sama, yaitu sebesar Rp 60,-

Tabel 10.4.1 : Tabel Anggaran Konsumen

Barang z dalam liter (1)	Barang y dalam kg. (2)	Barang y dalam kg. (3)	Barangz dalam liter (4)
0	10	0	6
1	$8\frac{1}{6}$	1	5,4
2	$6\frac{2}{3}$	2	4,8
3	5	3	4,2
4	$3\frac{1}{3}$	4	3,6
5	$1\frac{2}{3}$	5	3
6	0	6	2,4
		7	1,8
		8	1,2
		9	0,6
		10	0

Dalam bentuk grafik, garis anggaran konsumen tersebut terlihat sebagai garis zy di mana nilai $z = \frac{D}{H_z}$ dan $y = \frac{D}{H_y}$, dan di mana D menunjukkan besarnya pendapatannya, H_y harga per unit barang y, dan H_z harga per unit barang. Dalam contoh di atas nilai $\frac{D}{H_z}$

$$\frac{\text{Rp } 60,-}{\text{Rp } 10,-/\text{liter}} = 6 \text{ liter} \quad \frac{D}{H_y} = \frac{\text{Rp } 60,-}{\text{Rp } 6,-/\text{kg}} = 10 \text{ kilogram}$$

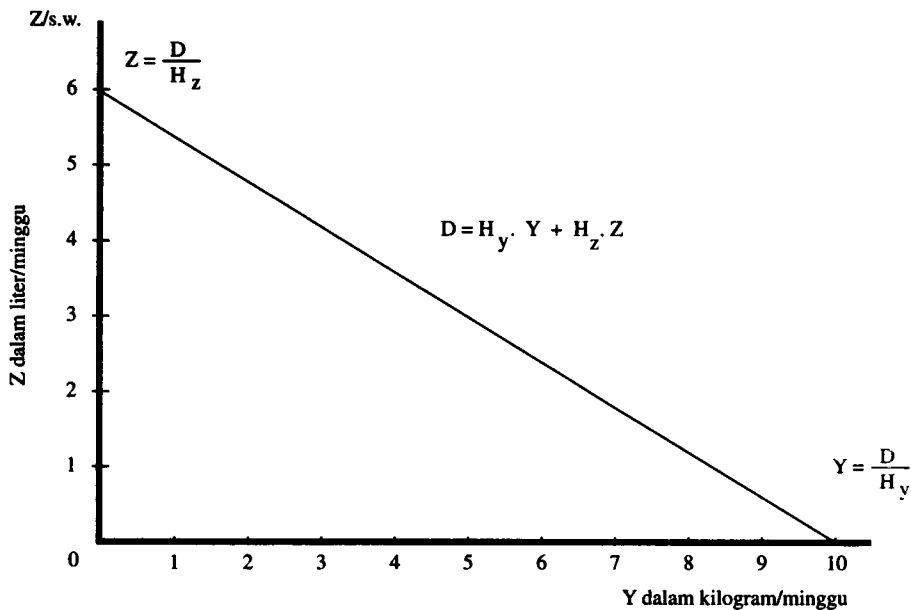
Kalau dua titik ini kita hubungkan, maka garis yang kita peroleh merupakan *garis anggaran konsumen*. Semua titik-titik kombinasi yang terdapat pada Tabel 10.4.1. terletak pada garis anggaran tersebut.

Setelah mengetahui cara menemukan garis anggaran pengeluaran konsumen tersebut, masalah yang selanjutnya perlu kita ketahui ialah faktor-faktor apa saja yang dapat mengubah garis anggaran konsumen tersebut. Mengingat bahwa garis anggaran konsumen merupakan garis yang menunjukkan kombinasi-kombinasi barang y dan barang z yang dapat dibeli oleh seorang konsumen per satuan waktu maka garis anggaran pengeluaran konsumen akan berubah kalau :

- pendapatan konsumen (D) berubah,
- harga barang y per unitnya (H_y) berubah,
- harga barang z per unit (H_z) berubah, atau

- (d) kombinasi daripada (a), (b), dan (c) tersebut di atas, dengan syarat bahwa berubahnya tidak proporsional.

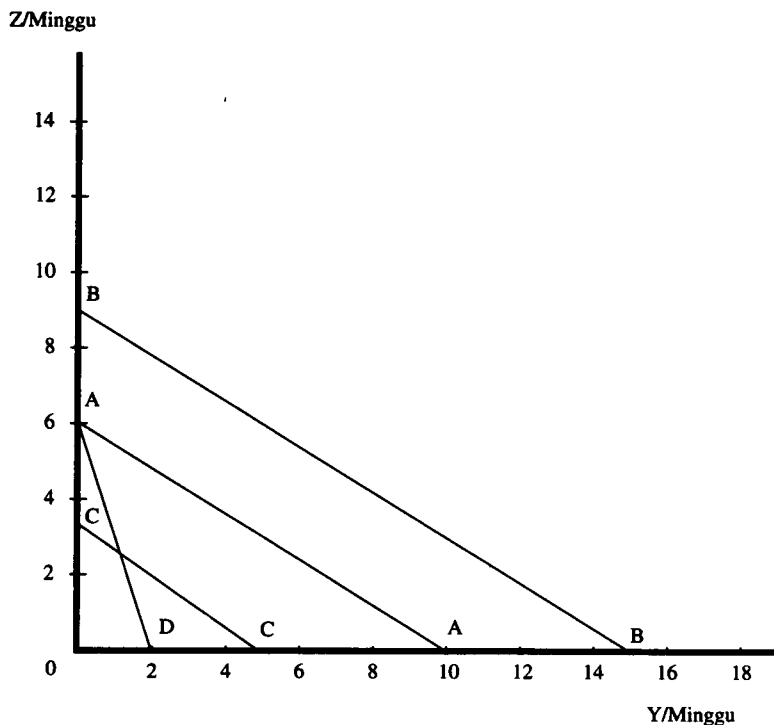
Dengan harga barang y dan barang z yang tidak berubah, meningkatnya pendapatan konsumen akan menggeser garis anggaran konsumen menjauhi titik silang sumbu 0. Sebaliknya menurunnya pendapatan konsumen mengakibatkan bergesernya garis anggaran konsumen ke kiri, atau dapat pula dikatakan ke bawah, yaitu bergeser ke arah titik silang sumbu 0. Oleh karena barang-barang konsumsi yang dapat dibeli konsumen harganya tidak berubah maka bergesernya garis anggaran konsumen, ke atas atau ke bawah sejajar dengan garis anggaran konsumen yang semula. Dari contoh Gambar 10.4.2. dengan tidak berubahnya harga, yaitu tetap $H_y = \text{Rp}6$ dan $H_z = \text{Rp} 10,-$ meningkatnya pendapatan konsumen dari semula $\text{Rp} 60,-$ per minggu menjadi $\text{Rp} 90,-$ per minggu mengakibatkan bergesernya garis anggaran konsumen dari AA ke BB. Sebaliknya menurunnya pendapatan yang konsumen peroleh menjadi $\text{Rp} 30,-$ per minggu mengakibatkan bergesernya garis anggaran ke CC.



Gambar 10.4.1 : Garis Anggaran Pengeluaran Konsumen

Apabila sekarang harga barang y meningkat menjadi $\text{Rp} 30,0$ per unit, maka dengan harga barang z tetap setinggi $\text{Rp} 10,-$ per unit dan pendapatan konsumen akan berubah dari semula AA menjadi AD. Dari Gambar 10.4.2. terlihat bahwa sudut garis anggaran terhadap sumbu z lebihkecil daripada sebelumnya, hal mana disebabkan harga relatif barang z

berarti bahwa *harga relatif* barang y lebih mahal daripada sebelumnya. Lebih mahalnya harga relatif barang y dapat kita simpulkan juga dari kenyataan lebih besarnya sudut garis anggaran pada garis sumbu barang y.

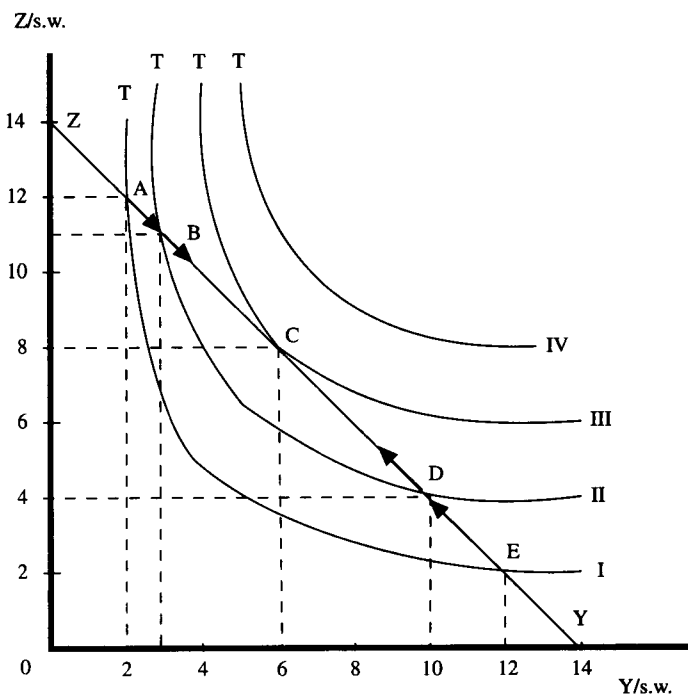


Gambar 10.4.2. : Perubahan-perubahan Garis Anggaran Konsumen

Selanjutnya, perlu kiranya diketengahkan pula di sini bahwa tidak berubah atau bergesernya garis anggaran tidaklah selalu berarti tiak adanya perubahan pendapatan dan atau harga-harga barang konsumsi. Apabila pendapatan konsumen, harga barang y dan harga z masing-masing berubah dengan persentase yang sama dan juga dengan arah perubahan yang sama, maka garis anggaran konsumen sama sekali tidak akan mengalami perubahan. Jadi misalnya saja pendapatan naik dengan 50% dari Rp 60,- menjadi Rp 90,- per minggu, tetapi harga barang y dan barang z kedua-duanya juga naik masing-masing dengan 50%, yaitu berturut-turut dari Rp 6/y menjadi Rp 9/y dan dari Rp 10/z menjadi 15/z, maka garis anggaran konsumen sama sekali tidak akan mengalami perubahan; yaitu tetap AA.

10.5. EKULIBRIUM KONSUMEN

Sesudah kita mengetahui *medan tak acuh* dan *garis anggaran pengeluaran* seorang konsumen, kita sekarang mempersoalkan tentang *ekulibrium konsumen*. Sebagai konsekuensi dipergunakannya asumsi bahwa konsumen senantiasa menginginkan tingkat kepuasan yang maksimum, maka ekulibrium konsumen baru tercapai apabila dengan medan tak acuh yang dimilikinya ia telah menemukan kombinasi konsumen barang y dan z yang membawakan tingkatkepuasan yang tertinggi yang dapat dicapai dengan pendapatan yang diperolehnya. Untuk bentuk kurva-kurva tak-acuh yang konveks terhadap titik silang sumbu 0, maka kiranya mudah dimengerti bahwa titik konsumsi ekulibrium tercapai tepat pada titik singgung antara kurva tak-acuh dengan garis anggaran konsumen. Penjelasan lebih lanjut dapat kita peroleh dengan meneliti Gambar 10.5.1. Pada gambar ini terlukis kurva tak-acuh seorang konsumen T_I , T_{II} sampai dengan T_{IV} dan *garis anggaran pengeluaran konsumennya* yz. Dengan mengetahui kurva-kurva tak-acuh dan garis anggaran yang dimilikinya itu konsumen tersebut mencoba memilih kombinasi antara barang y dan barang z yang mendatangkan tingkat kepuasan tertinggi yang dapat dicapai.



Gambar 10.5.1. : Ekulibrium Konsumen

Dengan garis anggaran konsumen yz konsumen tersebut dapat memilih salah satu di antara titik-titik kombinasi A, B, C atau E. Kalau ia memilih titik kombinasi A, yaitu kombinasi (12 unit barang z plus 2 unit barang y), atau singkatnya titik A ($12z + 2y$), ia akan memperoleh tingkat kepuasan seperti yang ditunjukkan oleh kurva tak-acuh T_I . Oleh karena titik A ini merupakan *titik potong* antara garis anggaran konsumen yz dengan kurva tak-acuh T_I , maka dapat dipastikan bahwa di tempat kedudukan lain terdapat pula titik potong antara kurva tak-acuh yang sama T_I , dengan garis anggaran yang sama yz . Titik yang kita maksud ini tidak lain dan tidak bukan adalah titik E dengan kombinasi ($2z + 12y$). Tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen tersebut dengan memilih kombinasi A ($12z + 2y$) atau kombinasi E ($2z + 12y$) adalah sama, oleh karena kedua titik tersebut masing-masing terletak atau merupakan bagian daripada kurva tak-acuh yang sama, yaitu kurva tak-acuh T_I .

Oleh karena titik A dan titik E kedua-duanya merupakan titik potong antara garis anggaran dengan kurva tak-acuh yang bentuknya konveks terhadap titik silang sumbu 0, maka dapat dipastikan bahwa ada kurva tak-acuh yang letaknya lebih jauh dari titik silang sumbu 0 yang juga bisa dicapai oleh konsumen tersebut. Keadaan seperti ini menunjukkan bahwa konsumen masih berada dalam keadaan disequilibrium; ia masih akan mengubah konsumsinya, yaitu memilih kombinasi yang menghasilkan kepuasan lebih tinggi.

Kombinasi yang memberikan tingkat kepuasan yang lebih tinggi misalnya titik B ($11z + 3y$) dengan kurva tak-acuh yang dicapainya berupa kurva tak-acuh T_{II} , kurva tak-acuh mana terpotong lagi oleh garis anggaran yz pada titik kombinasi konsumsi D ($4z + 10y$). Oleh karena titik B ini merupakan titik potong juga, maka dapat pula dipastikan bahwa ada kurva tak-acuh lain yang letaknya lebih jauh dari titik 0 yang dapat dicapai oleh konsumen tersebut. Dengan perkataan lain, dengan mengubah kombinasi konsumsi sepanjang garis anggaran dengan arah seperti yang ditunjukkan oleh arah gambar panah, konsumen dapat meningkatkan tingkat kepuasan yang diperolehnya tanpa mengubah anggaran pengeluarannya. Kalau ini dilakukan, maka pasangan-pasangan titik-titik potong antara kurva-kurva tak-acuh dengan garis anggaran konsumen akan menjadi saling mendekat satu dengan lainnya. Kedua titik tersebut akan bertemu pada titik C yang sekarang tidak lagi merupakan titik potong melainkan merupakan titik singgung antara salah satu kurva tak-acuh pada garis anggaran konsumen yz .

Dengan tercapainya titik singgung C tersebut konsumen tidak dapat lagi menemukan tingkat kepuasan yang lebih tinggi yang dapat dicapainya. Oleh karena itu, selama lain-lain hal tetap sama, ia akan mempertahankan titik kombinasi konsumsi C ($8z + 6y$). Oleh karena konsumen tersebut sudah tidak berminat untuk mengubah kombinasi konsumsinya, maka dikatakan bahwa konsumen tersebut sekarang sudah berada dalam keadaan ekuilibrium. Titik kombinasi C karenanya disebut sebagai titik ekuilibrium konsumen. Pada keadaan ekuilibrium tersebut konsumen untuk setiap satuan waktunya memperoleh tingkat kepuasan seperti yang ditunjukkan oleh kurva tak-acuh T_{III} .

Meskipun konsumen tahu bahwa kurva tak-acuh T_{IV} akan memberikan tingkat kepuasan yang lebih tinggi daripada yang dapat dihasilkan oleh kurva tak-acuh T_{III} , namun konsumen

tersebut harus luas dengan hanya memperoleh tingkat kepuasan T_{III} , mengingat bahwa dengan garis anggaran pengeluaran sebesar yz ia tidak dapat mencapai kurva tak-acuh T_{IV} , apalagi T_V , T_{VI} dan seterusnya.

10.6. KURVA KONSUMSI PENDAPATAN

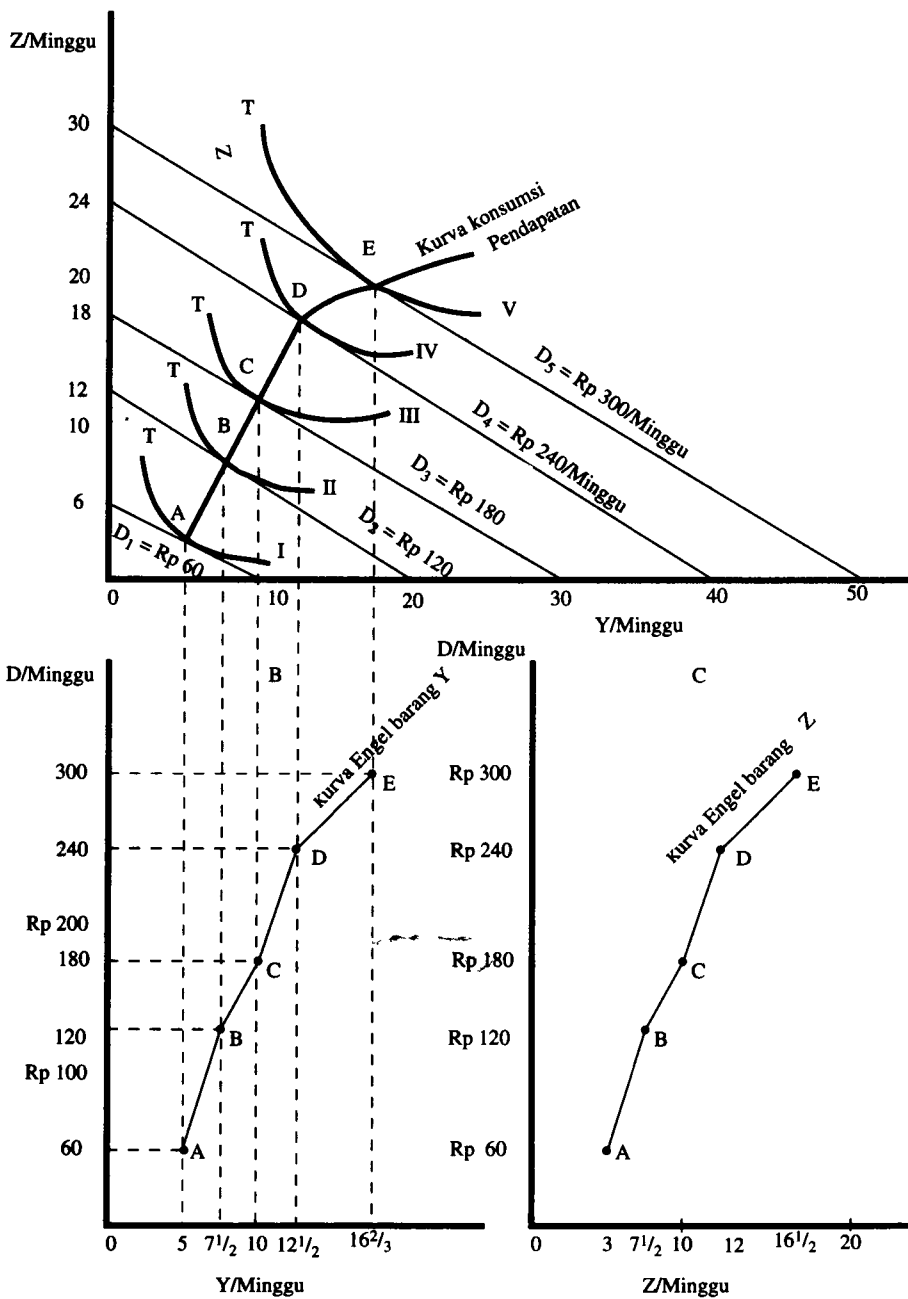
Setelah kita mengetahui tentang *ekulibrium konsumen* dan pengaruh perubahan pendapatan konsumen terhadap garis anggaran pengeluaran konsumen, dapatlah sekarang kita membicarakan tentang perilaku konsumen dalam memberikan reaksi terhadap perubahan pendapatan yang ia terima. Untuk menerangkan hal ini biasanya dipergunakan analisis kurva Engel sangat erat hubungannya dengan analisis kurva konsumsi pendapatan, maka uraian kurva Engel akan ditampung juga dalam sub-sub ini.

Yang dimaksud dengan *kurva konsumsi-pendapatan* atau *income consumption curve* ialah kurva yang menghubungkan titik-titik ekulibrium konsumen pada berbagai pendapatan yang digambarkan pada medan tak-acuh konsumen.

Setelah kurva konsumsi-pendapatan seorang konsumen kita temukan, maka dari kurva konsumsi-pendapatan tersebut kita dapat menurunkan *kurva Engel* konsumen bersangkutan. Kurva Engel barang y waktu yang seorang konsumen ingin dan sanggup membelinya *pada berbagai tingkat pendapatan yang diterimanya*.

Gambar 10.6.1, disajikan untuk menunjukkan bagaimana cara menurunkan kurva Engel dari kurva konsumsi-pendapatan. Dari Gambar 10.6.1A kita melihat bahwa seorang konsumen pada jumlah-jumlah pendapatan per satuan waktunya berturut-turut sebesar Rp 60,- Rp 120,- Rp 180,- Rp 240,- Rp 300,- masing-masing berturut-turut mempunyai titik singgung dengan kurva-kurva tak-acuh T_I , T_{II} , T_{III} , T_{IV} dan T_V , pada titik-titik kombinasi konsumsi, A, B, C, D, E. Ini berarti bahwa pada jumlah pendapatan Rp 60,- titik ekulibrium konsumen terdapat pada titik A; pada jumlah pendapatan sebesar Rp 120,- titik ekulibrium konsumen yang berlaku adalah titik ekulibrium konsumen B, demikian seterusnya. Kalau titik-titik ekulibrium ini kita hubungkan, maka garis yang kita peroleh merupakan apa yang biasa disebut *kurva konsumsi-pendapatan*. Pada Gambar 10.6.1A kurva AE, yang melewati titik-titik ekulibrium B, C dan D adalah merupakan *kurva konsumsi pendapatan konsumen*.

Dari kurva konsumsi pendapatan ini kurva Engel barang y dan kurva Engel barang z dapat kita turunkan. Gambar 10.6.1B merupakan kurva Engel barang y , sedangkan Gambar 10.6.1C merupakan kurva Engel barang z . Kurva Engel barang y merupakan kurva yang menunjukkan jumlah-jumlah barang y per satuan waktu yang konsumen ingin dan sanggup membelinya pada berbagai pendapatan yang diperolehnya. Oleh karena Kurva Engel barang y pada Gambar 10.6.1. tersebut penggambarannya tepat di bawah kurva konsumsi-pendapatan di mana sumbu horisontalnya dipergunakan untuk mengukur jumlah-jumlah barang y , maka dengan menggunakan sumbu vertikal yang terletak pada satu garis dengan sumbu vertikal kuadran di atasnya, kuantitas-kuantitas barang y yang ditunjukkan oleh kurva konsumsi-pendapatan dapat langsung diproyeksikan ke kuadran di bawahnya yaitu melalui garis-garis pertolongan yang terputus-putus yang sejajar dengan sumbu vertikal. Titik C, misalnya, menunjukkan bahwa dengan pendapatan sebesar Rp 180,- per minggu,



Gambar 10.6.1. : Kurva Konsumsi-Pendapatan Dan Kurva Engel

konsumen akan mengkonsumsi barang y sebanyak 10 unit. Dengan demikian untuk menggambarkan kurva Engel barang y pada kuadran B, kita harus mencari titik kedudukan yang menunjukkan jumlah barang y sebanyak 10 unit dan pendapatan sebesar Rp 180,-. Titik yang kita maksud ini dengan sendirinya adalah titik C pada kuadran B. Dengan cara yang sama kita dapat menemukan titik-titik A, B, D, dan E pada kuadran B. Apabila titik-titik ini kita hubungkan maka kurva yang kita temukan merupakan kurva Engel barang y.

Kurva Engel barang z dengan sendirinya merupakan kurva yang menunjukkan hubungan antara jumlah-jumlah barang z per satuan waktu yang seorang konsumen ingin dan sanggup membelinya pada berbagai kemungkinan pendapatan yang diterimanya. Adapun cara menemukan kurva Engel barang z tidak berbeda dengan cara menemukan kurva engel barang y. Hanya saja pengukuran jumlah barang z tidak kita gunakan sumbu horisontal melainkan sumbu vertikal dari kuadran A, yang nilainya kita pindahkan ke kuadran C dengan menggunakan sumbu horisontal untuk mengukurnya. Untuk memperoleh angka-angka yang tepat untuk kuantitas-kuantitas barang z yang dikonsumsi, kita dapat menggunakan cara lain, yang contoh dan penalarannya adalah sebagai berikut. Kita ambil misalnya titik ekulibrium konsumen C, yang mempunyai makna bahwa dengan pendapatan Rp 180,-/minggu konsumen mau mengkonsumsi barang y sebanyak 10 unit per minggu. Oleh karena harga barang y per unit Rp 6,- maka uang yang tersisa, yaitu yang dapat dipergunakan untuk membeli barang z adalah sebanyak Rp 180,- - (10 X Rp 6) = Rp 120,-. Oleh karena harga per unit barang z adalah Rp 10,- maka uang sisa sebanyak Rp 120,- tersebut dapat dibelikan 12 unit barang z.

Tabel 10.6.1. :

Tabel Konsumsi-Pendapatan Barang y dan Barang z Dan Kurva Engel Barang y Dan Barang z Seorang Konsumen

Pendapatan Per Minggu	Konsumsi Barang y Per Minggu	Konsumsi Barang z Per Minggu	Letak Dalam Grafik
Rp 60	5	3	A
Rp 120	$7\frac{1}{2}$	$7\frac{1}{2}$	B
Rp 180	10	12	C
Rp 240	$12\frac{1}{2}$	$16\frac{1}{2}$	D
Rp 300	$16\frac{1}{2}$	20	E

Baik kurva konsumsi-pendapatan maupun kurva Engel dapat diungkapkan dalam bentuk tabel. Kurva konsumsi pendapatan yang tergambar pada Gambar 10.6.1A, kurva Engel barang Y dan kurva Engel barang z yang berturut-turut tergambar sebagai Gambar 10.6.1B dan 10.6.1C semuanya tertuang pada Tabel 10.6.1. Kalau kita melihat tabel seperti Tabel 10.6.1. tersebut kita tidak mengetahui apakah tabel tersebut merupakan tabel konsumsi-pendapatan ataukah tabel kurva Engel. Tabel 10.6.1. memenuhi syarat baik

sebagai konsumsi-pendapatan maupun sebagai kurva Engel barang Y dan juta kurva Engel barang z. Pasangan kolom 1, 2, dan 3 bersama-sama membentuk tabel konsumsi pendapatan dan tidak dapat dikatakan sebagai tabel kurva Engel. Sebaliknya pasangan kolom 1 dan 2 merupakan kurva Engel barang y; sedangkan pasangan kolom 1 dan 3 merupakan kurva Engel barang z.

10.7. KURVA KONSUMSI - HARGA DAN KURVA PERMINTAAN

Uraian mengenai kurva konsumsi-harga sangat mirip dengan uraian mengenai kurva konsumsi-pendapatan. Kalau *kurva konsumsi-pendapatan* merupakan kurva yang menghubungkan titik-titik ekulibrium pada medan tak-acuh seorang konsumen *pada berbagai pendapatan* yang diperoleh konsumen, *kurva konsumsi-harga* merupakan kurva yang menghubungkan titik-titik ekulibrium konsumen *pada medan tak-acuh seorang konsumen pada berbagai kemungkinan harga satuan* barang yang bersangkutan.

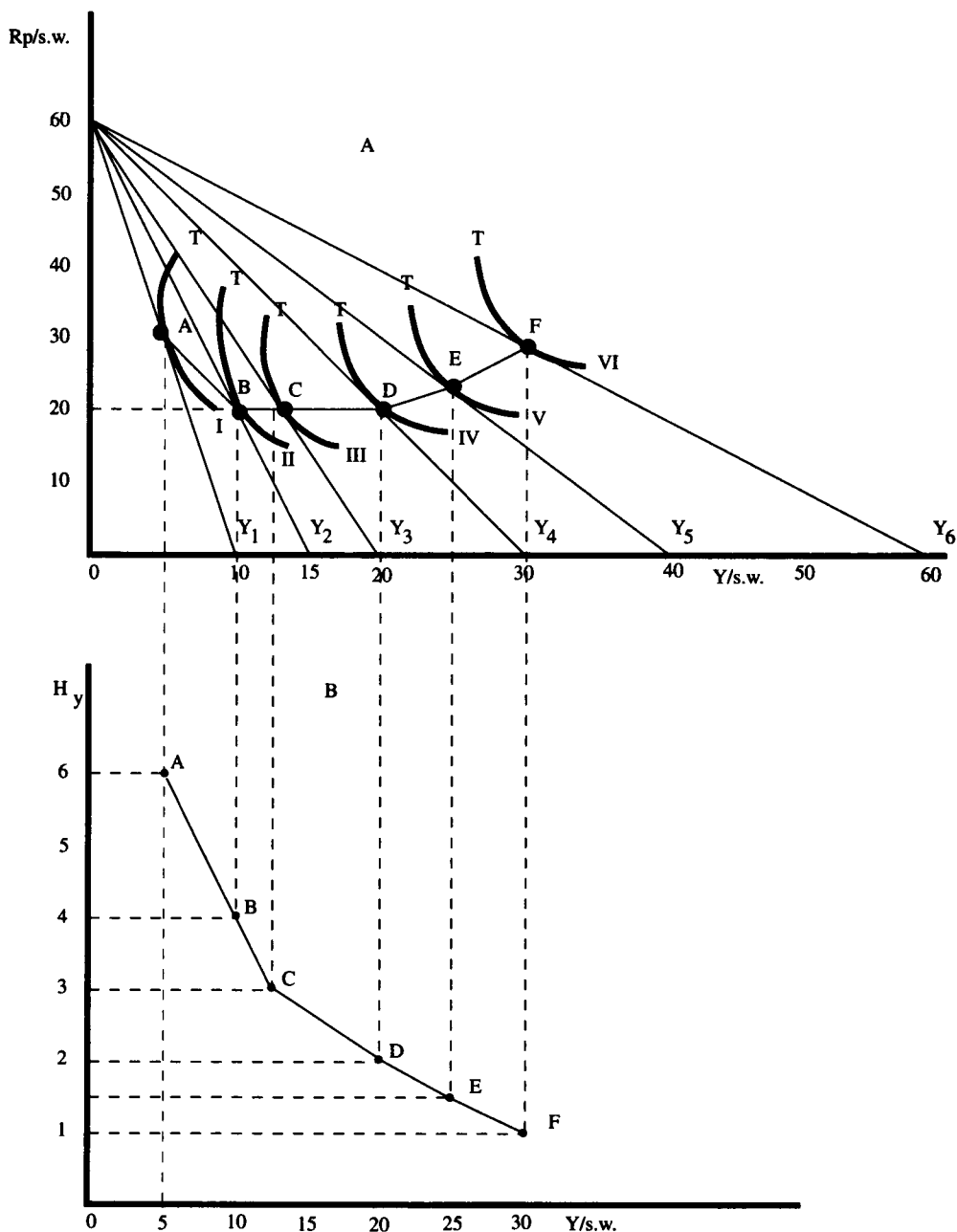
Kalau ditinjau dari segi kegunaannya, dapat disebutkan bahwa dari sebuah kurva konsumsi pendapatan atau *income consumption curve* kita dapat menurunkan kurva Engel untuk barang bersangkutan, sedangkan di lain pihak dari sebuah kurva konsumsi-harga, yang biasa disebut juga *price-consumption curve* kita dapat menurunkan kurva permintaan konsumen akan barang tersebut. Dengan mengetahui kemampuannya menghasilkan kurva permintaan seorang konsumen, jelaslah kiranya betapa penting peranan kurva konsumsi-harga dalam teori ekonomi mikro.

Dengan pendefinisian kurva konsumsi-harga barang Y sebagai kurva yang menghubungkan titik-titik ekulibrium konsumen pada berbagai kemungkinan harga barang Y yang digambarkan pada medan tak-acuh konsumen, kiranya Gambar 10.7.1. akan banyak membantu kita dalam menerangkan hal-hal tersebut.

Dengan pendapatan Rp 60,- per satuan waktu dapat ditarik garis-garis anggaran pengeluaran konsumen. Dengan harga Rp 6,-/Y garis anggaran yang berlaku ialah MY₁, dengan harga Rp 4,-/Y garis anggaran yang berlaku ialah MY₂, dengan harga Rp 3,-/Y garis anggaran yang berlaku ialah MY₃; untuk seterusnya lihat Gambar 10.7.1.

Untuk masing-masing garis anggaran pengeluaran pasti ada salah satu dan hanya ada satu kurva tak-acuh yang disinggungnya. Pada Gambar 10.7.1A garis anggaran MY₁ mempunyai titik singgung kurva tak-acuh T₁ pada titik A, garis anggaran MY₂ menyinggung kurva tak-acuh T₂ pada titik B, garis anggaran MY₃ mempunyai titik singgung dengan kurva tak-acuh T₃ pada titik C, dan seterusnya. Semua titik-titik singgung ini adalah merupakan titik-titik ekulibrium konsumen. Apabila titik-titik singgung ini kita hubungkan satu dengan lainnya yaitu dari A ke B, lalu ke C, D, E dan kemudian F, maka kurva yang kita hasilkan merupakan apa yang kita sebut kurva konsumsi-harga atau *price consumption curve*.

Setelah kita mengetahui cara menurunkan kurva konsumsi-harga langkah berikutnya ialah mempersoalkan bagaimana kita menurunkan sebuah kurva permintaan dari sebuah kurva konsumsi-harga. Untuk menggambar sebuah kurva permintaan kita harus ingat bahwa setiap titik yang membentuk kurva tersebut harus menunjukkan kuantitas yang diminta



Gambar 10.7.1. : Kurva Konsumsi Harga Dan Kurva Permintaan

pada suatu harga tertentu. Oleh karena itu untuk menurunkan kurva permintaan dari sebuah kurva konsumsi-hargayang melalui titik-titik A, B, C, D, E, dan F, kita harus meneliti satu

per satu titik-titik ekuilibrium konsumen tersebut mengenai harga per unit dan kuantitas barang Y yang konsumen ingin dan sanggup untuk membelinya pada harga tersebut. Mengenai kuantitas barang Y yang konsumen ingin dan sanggup untuk membelinya pada harga tersebut. Mengenai kuantitas barang Y yang konsumen ingin dan sanggup membelinya dapat diukur dengan menggunakan sumbu Y/s.w. yaitu sumbu horisontal. Oleh krena kurva permintaan yang kita turunkan menggunakan kuadran yang tepat di bawah kuadran yang dipergunakan untuk menggambar kurva konsumsi-harga, maka kuantitas barang Y sebagai hasil pengukuran dengan menggunakan sumbu horisontal dapat langsung dipindahkan ke kuadran bawah. Misalnya titik ekuilibrium konsumen A, titik ini menunjukkan bahwa dengan garis tak-acuh MY₁ yang mencerminkan harga barang Y per unit setinggi Rp 6,- konsumen ingin dan sanggup untuk membeli barang Y sebanyak 5 unit. Dengan membuat garis tegak lurus dari titik A ke bawah terus sampai di kuadran B, angka 5 unit barang Y tersebut langsung kita peroleh. Oleh karena garis anggaran konsumen MY₁ menunjukkan harga Rp 6,-/Y. Maka dengan menemukan titik kedudukan pada kuadran B dengan pengukuran H_y = Rp 6,- dan Y/s.w. = 5 unit, berarti bahwa kita sudah menemukan titik A pada kurva permintaan konsumen akan barang Y. Dengan cara yang sama titik-titik B, C, D, E, dan F dapat kita pindahkan dari kuadran medan tak-acuh A ke kuadran permintaan B. Apabila titik-titik A, B, C, D, E, dan F pada kuadran kurva permintaan kita hubungkan berturut-turut dari A ke B, ke C, D, E, dan F, maka kurva yang kita peroleh merupakan apayang kita sebut *kurva permintaan barang Y* seorang konsumen.

Tabel 10.7.1. menyajikan angka-angka hasil perhitungan dari data Gambar 10.7.1. Kolom (2) dan (4) bersama-sama membentuk apa yang kita sebut sebagai *skedul konsumsi-harga barang Y* yang kurvanya terlihat sebagai kurva AF pada kuadran A, sedangkan pasangan kolom (1) dan (2) membentuk apa yang kita sebut sebagai *skedul permintaan barang Y* yang grafiknya kita gambar sebagai kurva AF pada kuadran B.

Tabel 10.7.1. : Kurva Konsumsi Harga Dan Kurva Permintaan

Harga Satuan Barang Y (1)	Jumlah Satuan Barang Y Yang Dibeli (2)	Pengeluaran Untuk membeli Barang Y (3)	Jumlah Sisa Uang (Rp/s.w.)* (4)
Rp 6,00	5	Rp 30,00	R 30,00
Rp 4,00	10	Rp 40,00	Rp 20,00
Rp 3,00	3,3	Rp 40,00	Rp 20,00
Rp 2,00	20	Rp 40,00	Rp 20,00
Rp 1,50	25	Rp 37,50	Rp 22,50
Rp 1,00	30	Rp 30,00	Rp 3,00

* Angka-angka pada kolom ini dapat diinterpretasikan juga sebagai jumlah uang yang dipakai untuk membeli barang-barang dan jasa-jasa konsumsi lainnya; yaitu barang-barang dan jasa-jasa konsumsi selain barang atau jasa konsumsi Y.

Bab XI Analisis Kurva Tak-Acuhan Lanjutan

11.1. ANALISIS PENGARUH HARGA

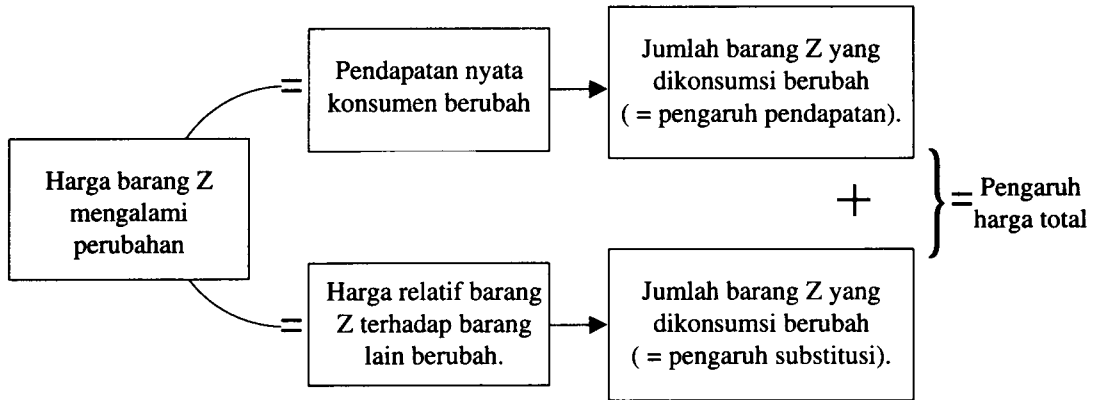
Kita telah mengetahui bahwa perubahan harga suatu barang bertendensi menimbulkan perubahan jumlah barang tersebut yang diminta oleh konsumen. Kalau kita teliti lebih lanjut kita akan menemukan bahwa perubahan jumlah barang yang diminta tersebut merupakan akibat bekerjanya dua macam pengaruh yaitu *pengaruh pendapatan* yang biasa juga disebut *income effect* dan pengaruh substitusi yang biasa juga disebut *substitution effect*. Secara singkat dapat diungkapkan :

$$\text{Total Price Effect} = \text{Income Effect} + \text{Substitution Effect} \dots\dots\dots(11.1.1)$$

Untuk lebih jelasnya kita perhatikan Gambar 11.1.1. Pada bagian atas lingkungan kita gambar bekerjanya *pengaruh pendapatan*. Sedangkan pada lingkaran bawah kita gambar bekerjanya *pengaruh substitusi*.

Misalnya saja harga barang Z menurun. Dengan tidak berubahnya pendapatan nominal berarti pendapatan nyata meningkat. Meningkatnya pendapatan nyata ini mengakibatkan berubahnya jumlah barang Z yang dibeli. Perubahan jumlah barang Z yang diminta sebagai akibat berubahnya pendapatan nyata tersebut itulah yang kita sebut sebagai *pengaruh pendapatan atau income effect*. Untuk barang normal pengaruh pendapatan sejalan dengan perubahan pendapatan nyata dalam arti meningkatnya pendapatan nyata mengakibatkan meningkatnya jumlah yang diminta. Sedangkan untuk *barang inferior* arah perubahan jumlah yang diminta meningkatkannya pendapatan nyata mengakibatkan menurunnya jumlah barang inferior yang diminta.

Di samping menurunnya harga barang Z mempunyai makna meningkatnya pendapatan nyata konsumen, juga mempunyai makna menurunnya *harga relatif* barang Z, dalam arti bahwa dibandingkan dengan sebelumnya harga barang Z menjadi lebih murah barang Z, barang Z menjadi lebih menarik. Sebagian barang Y disubstitusi atau diganti dengan barang Z. Oleh karenanya jumlah barang Z yang diminta meningkat. Perubahan jumlah barang yang diminta sebagai akibat berubahnya harga relatif pada tingkat pendapatan nyata yang tetap inilah yang kita sebut *pengaruh substitusi atau substitution effect*.



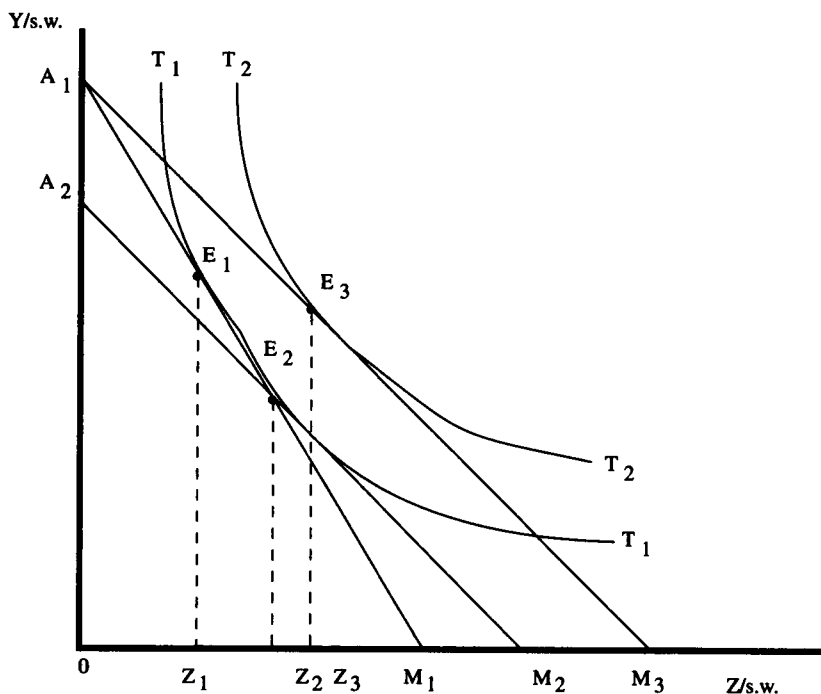
Gambar 11.1.1. : Pengaruh Harga = Pengaruh Pendapatan + Pengaruh Substitusi

Dari Gambar 11.1.1 jelas bahwa penjumlahan *substitution effect* dengan *income effect* merupakan apa yang kita sebut total price effect, yang biasa juga hanya disebut total effect atau pengaruh total perubahan harga. Dari kedua unsur tersebut, pengaruh substitusi tidak banyak menimbulkan masalah. Akan tetapi unsur pengaruh pendapatan terdapat dua macam interpretasi, yaitu interpretasi J.R. Hicks dan interpretasi E. Slutsky. Pendekatan yang mendasarkan kepada kedua interpretasi tersebut berturut-turut diuraikan di bawah ini.

A. Pendekatan Hicks

J.R. Hicks memandang bahwa berubahnya kombinasi konsumsi tidak dapat ditafsirkan sebagai perubahan pendapatan nyata selama perubahan tersebut terjadi di sepanjang kurva tak-acuh yang sama. Pendapatan ini kiranya mudah difahami mengingat bahwa kombinasi konsumsi di sepanjang kurva tak-acuh memberikan tingkat kepuasan yang sama. Adalah beralasan apabila tingkat kepuasan yang sama ditafsirkan sebagai samanya pendapatannyata konsumen.

Sebagai konsekuensi penafsiran tersebut, maka pemecahan pengaruh harga menjadi pengaruh substitusi dan pengaruh pendapatan dengan menggunakan pendekatan Hicks dapat diterangkan dengan menggunakan Gambar 11.1.2. Mula-mula dengan harga barang Y dan harga barang Z tertentu konsumenyang memperoleh pendapatan nominal yang cukup untuk membeli barang Y sebanyak OA_1 satuan atau barang Z sebanyak OM_1 satuan, memiliki garis anggaran pengeluaran konsumen A_1M_1 . Dengan medan tak-acuh yang dimilikinya konsumen mencapai ekulibrium konsumsi pada kombinasi konsumsi E_1 , yang berarti bahwa per satuan waktu ia mengkonsumsi barang Z sebanyak OZ_1 .



Gambar 11.1.2. : Penguraian Pengaruh Harga : Pendekatan Hicks

Apabila sekarang terjadi perubahan harga barang Z, yaitu misalnya harga barang Z menurun, mengakibatkan garis anggaran pengeluaran konsumen bergeser dari semula A_1M_1 menjadi A_1M_3 , maka titik konsumen ekulibrium yang baru pindah dari E_1 ke E_3 , yang selanjutnya berarti ada penambahan jumlah barang Z yang dikonsumsi dari semula sebanyak OZ_1 menjadi sebanyak OZ_3 .

Apabila kita membuat garis anggaran yang sejajar dengan garis anggaran A_1M_3 dan menyinggung kurva tak-acuh yang dicapai sebelum ada perubahan harga, yaitu menyinggung kurva tak-acuh T_1 , kita dapat menemukan unsur pengaruh pendapatan dan unsur pengaruh substitusi yang membentuk pengaruh harga total. Garis anggaran yang memenuhi syarat-syarat tersebut ialah garis anggaran A_2M_2 dengan titik singgung E_2 .

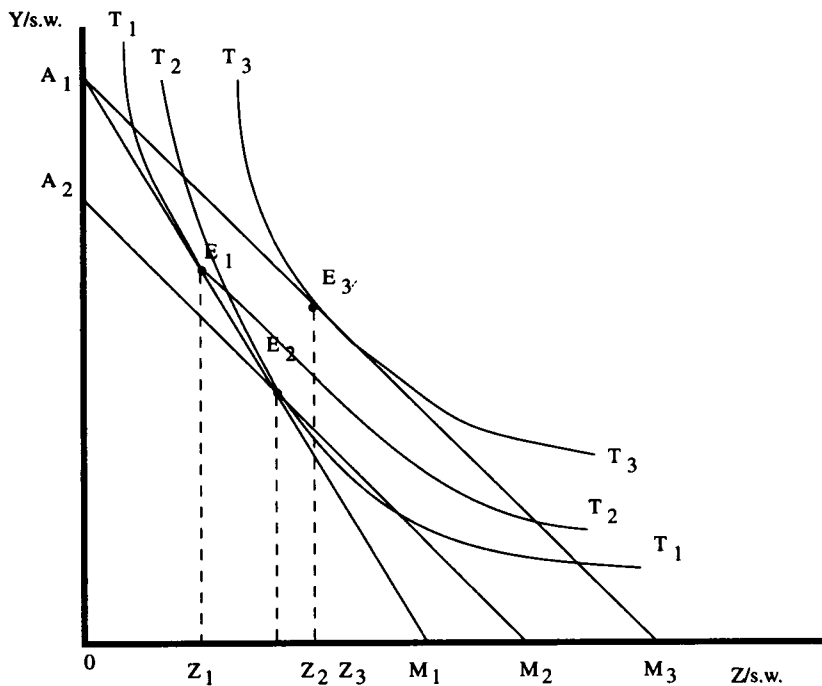
Sekarang unsur-unsur pengaruh tersebut sudah kita temukan. Perubahan jumlah Z yang dikonsumsi dari semula OZ_1 menjadi OZ_3 adalah hasil bekerjanya pengaruh substitusi, yaitu substitusi barang Y dengan barang Z sebagai akibat lebih mudahnya harga relatif barang Z dibandingkan sebelumnya, pada pendapatan nyata yang tidak berubah setinggi tingkat kepuasanyang dicapai oleh kurva tak-acuh T_1 .

Unsur kedua ialah perubahan jumlah barang Z yang dikonsumsi dari OZ_2 ke OZ_3 . Perubahan ini adalah akibat berubahnya pendapatan nyata yang ditunjukkan oleh bergesernya garis anggaran dari semula A_2M_2 ke A_1M_3 tanpa disertai perubahan harga relatif.

B. Pendekatan Slutsky

E. Slutsky memberikan pengertian yang berbeda terhadap apa yang disebut *pendapatan nyata*. Ia memandang bahwa pendapatan nyata tidak berubah apabila konsumen menggunakan kombinasi konsumsi seperti sebelum adanya perubahan harga, terlepas dari persoalan apakah dengan adanya perubahan harga barang Z kombinasi tersebut masih merupakan titik ekuilibrium konsumen ataukah tidak. Dengan menggunakan tafsiran tersebut Slutsky mencoba memecah pengaruh harga menjadi dua pengaruh yaitu pengaruh pendapatan dan pengaruh substitusi.

Kita perhatikan Gambar 11.1.3. Seperti dalam contoh di atas mula-mula garis anggaran konsumen adalah A_1M_1 . Sebagai akibat menurunnya harga barang Z, garis anggaran konsumen bergeser ke A_1M_3 dengan memindahkan titik ekuilibrium konsumen dari E_1 ke E_3 yang berarti konsumsi barang Z meningkat dari semula OZ_1 menjadi OZ_3 .



Gambar 11.1.3. : Penguraian Pengaruh Harga : Pendekatan Slutsky

Berbeda dengan Hicks yang menyimpulkan bahwa pengaruh substitusi berupa perubahan konsumsi barang z dari titik ekuilibrium konsumen yang lama ke titik ekuilibrium konsumen dengan harga barang yang baru *pada kurva tak-acuh yang sama*, Slutsky mengartikan bahwa pengaruh substitusi sebagai perubahan konsumsi barang Z dari titik ekuilibrium konsumen yang lama ke titik ekuilibrium konsumen yang baru yang merupakan titik singgung garis anggaran dengan harga relatif yang baru yang melalui titik ekuilibrium konsumsi sebelum ada perubahan harga barang Z . Garis anggaran yang memenuhi syarat-syarat tersebut ialah garis anggaran A_2M_2 ; yaitu sekali lagi melalui titik E_1 dan sejajar dengan A_1M_3 . Garis anggaran ini mempunyai titik singgung dengan kurva tak-acuh T_2T_2 pada E_2 .

Setelah titik E_2 kita temukan kita dapat menunjukkan kedua unsur pengaruh harga sebesar Z_1Z_3 tersebut. Yaitu *total effect* Z_1Z_3 terdiri dari *substitution effect* sebesar Z_1Z_2 dan *income effect* sebesar Z_2Z_3 .

Kiranya perlu diketengahkan di sini bahwa untuk kasus yang sama hasil pengukuran *total price effect* akan tetap sama tidak tergantung kepada macampendekatan yang kita pakai. Tetapi mengenai pengukuran pemecahannya ke dalam *substitution effect* dan *income effect*, pengukuran dengan menggunakan pendekatan Hicks berbeda dengan pengukuran menggunakan pendekatan Slutsky.

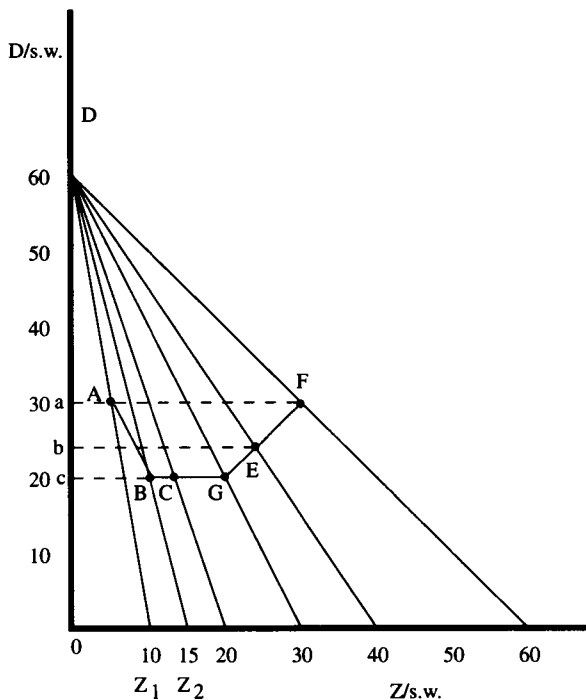
Kalau kita bandingkan antara kedua pendekatan tersebut, *konsepsi pendapatan nyata* yang mendasari pendekatan Hicks lebih tepat, yang oleh karenanya biasa dikatakan bahwa pendekatan Hicks menggunakan konsepsi pendapatan nyata dalam artian *pendapatan nyata yang sebenarnya*, sedangkan konsepsi pendapatan nyata yang mendasari pendekatan Slutsky meskipun kurang tepat tetapi sangat mudah untuk dipergunakan dalam studi empirik, sehingga pendapatan nyata yang dipergunakan oleh Slutsky tersebut biasa disebut *pendapatan nyata yang nampak*.

11.2. ELASTISITAS PERMINTAAN DAN KURVA KONSUMSI - HARGA

Pada waktu kita memperbincangkan mengenai elastisitas harga kita mengetahui bahwa elastik atau inelastiknya permintaan seorang konsumen akan suatu barang dapat dilihat dari perubahan jumlah pengeluaran konsumen tersebut yang diakibatkan oleh perubahan harga barang yang bersangkutan. Apabila *menurunnya* harga barang mengakibatkan *bertambah* banyaknya pengeluaran konsumen untuk membeli barang tersebut, maka dikatakan bahwa permintaan akan barang tersebut adalah *elastik*; apabila jumlah pengeluaran konsumen untuk membeli barang tersebut menurun maka dikatakan bahwa permintaan adalah inelastik; sedangkan apabila jumlah pengeluaran tersebut *tidak berubah* dikatakan bahwa permintaan *berelastisitas satu*.

Mengingat bahwa dari bentuk kurva konsumsi harga kita dapat mengetahui apakah perubahan harga mengakibatkan meningkatnya, menurunnya atau tidak berubahnya *jumlah pengeluaran konsumen* untuk barang tersebut, maka dengan mengetahui bentuk kurva konsumsi-harga seorang konsumen kita akan dapat mengetahui apakah kurva permintaan

konsumen tersebut elastik, inelastik ataukah berelastisitas satu. Untuk ini kita perhatikan saja Gambar 11.2.1.



Gambar 11.2.1 : Elastisitas Permintaan Dan Kurva Konsumsi - Harga

Kita telah mengetahui bahwa garis-garis anggaran konsumen dengan titik-titik potongnya pada sumbu kuantitas barang Z yang semakin menjauhi titik silang sumbu 0 menunjukkan harga-harga per unit barang Z yang semakin rendah. Dengan harga per unit barang Z, setinggi Rp 6,- titik ekulibrium konsumen terdapat pada titik A, pada $H_Z = \text{Rp } 4,-$ titik konsumen ekulibrium terdapat pada titik B, dan seterusnya.

Sekarang kita teliti apakah dengan menurunnya harga barang Z dari Rp 6,- ke Rp 4,- mengakibatkan meningkatnya, menurunnya atau tidak berubahnya jumlah pengeluaran konsumen untuk membeli barang Z. Bagaimanakah kalau harga menurun dari Rp 4,- menjadi Rp 2,-? Bagaimana kalau menurun dari Rp 2,- menjadi Rp 1,50? Demikian seterusnya.

Dengan menurunnya H_Z dari Rp 6,- ke Rp 4,- titik ekulibrium konsumen pindah dari A ke B. Pindahannya dari A ke B menunjukkan bahwa kuantitas barang Z yang dibeli oleh

konsumen bertambah dari 5 unit menjadi 10 unit per satuan waktunya. Bertambahnya jumlah barang Z yang dibeli belumlah berarti bahwa pengeluaran konsumen untuk membeli barang Z tersebut meningkat, oleh karena meningkatnya jumlah barang Z yang dibeli tersebut disertai oleh menurunnya H_z .

Dalam grafik H_z dapat kita peroleh dengan jalan membagi OD, yang menunjukkan jumlah anggaran pengeluaran si konsumen, dengan jarak dari 0 ke Z, yang menunjukkan jumlah unit barang Z yang dapat diperoleh dengan menggunakan anggaran pengeluaran sebesar OD. Ini berarti bahwa garis anggaran DZ_1 misalnya, adalah anggaran konsumen

dengan $H_z = \frac{OD}{OZ_1}$. Nilai $\frac{OD}{OZ_1}$ ini tidak lain merupakan nilai tangens daripada sudut OZ_1D . Ini mempunyai makna bahwa harga total OZ_1 sama dengan OZ_1D . Ini mempunyai makna bahwa harga total OZ_1 sama dengan $OZ_1 \times \frac{OD}{OZ_1}$. Dengan demikian, maka pada

titik ekulibrium konsumen A di mana konsumen membeli barang Z sejumlah aA unit, jumlah uang yang dikeluarkan untuk membelinya adalah sebanyak $aA \times \text{tangens } OZ_1D = aA \times$

$\text{tangens sudut } aAD = aA \times \frac{aD}{aA} = aD$.

Setelah kita mengetahui bahwa dengan harga $\frac{OD}{OZ_1} = \text{Rp } 6,-/Z$ konsumen membeli sejumlah aA unit barang Z dengan jumlah pengeluaran untuk barang Z sebanyak aD rupiah = Rp 30,- per satuan waktu. Selanjutnya kita perlu meneliti pada harga $\frac{OD}{OZ_2}$ berapa

rupiahkah jumlah pengeluaran konsumen yang dipergunakan untuk membeli barang Z per satuan waktunya. Dengan cara yang sama, dengan mudah kita dapat menemukan bahwa pada harga Rp 4,-/Z tersebut konsumen mengeluarkan uang untuk membeli barang Z sebanyak cD rupiah, yang nilainya sama dengan Rp 40,-. Oleh karena dengan harga yang lebih rendah konsumen mengadakan pengeluaran yang lebih banyak untuk membeli barang tersebut, maka dikatakan bahwa kurva permintaan konsumen akan barang Z yang mempunyai kurva konsumsi-harga ABCDEF *arc-elasticity-nya* antara titik A dan titik B adalah elastik.

Dengan cara yang sama elastisitas permintaan untuk sisa kurva konsumsi-harga ABCDGEF dapat kita ketahui. Oleh karena dari B ke C dan juga dari C ke G kurva konsumsi-harganya sejajar dengan sumbu barang Z tidak berubah, yaitu sebesar Rp 40,- per satuan waktunya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *arc-elasticity* antara B dan C juga antara C dan G masing-masing adalah sebesar satu. Sebaliknya dari G ke E dan dari E ke F jumlah pengeluaran konsumen untuk membeli barang Z menurun, berturut-turut dari semula sebesar cD , menurun menjadi sebesar bD , dan menurun lagi menjadi sebesar aD . Sehingga dikatakan bahwa elastisitas permintaan daripada konsumen tersebut antara G ke E dan antara E ke F permintaan konsumen akan barang Z adalah inelastik.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa untuk kurva konsumsi harga di mana sumbu horisontal dipakai untuk mengukur kuantitas barang yang harganya diubah-ubah, maka berlaku :

- (a) Menurunnya kurva konsumsi-harga ke kanan menunjukkan bahwa kurva permintaan akan barang yang diukur dengan menggunakan sumbu horisontal adalah *elastik*. Contohnya ialah AB pada Gambar 11.2.1.
- (b) Kurva konsumsi-harga yang datar, sejajar dengan sumbu horisontal, menunjukkan bahwa permintaan akan barang tersebut *berelastisitas satu*. Contohnya ialah BG pada Gambar 11.2.1.
- (c) Kurva konsumsi-harga yang ke kanan naik menunjukkan bahwa permintaan akan barang tersebut *inelastik*, yaitu lebih kecil dari satu. Contohnya ialah bagian kurva konsumsi-harga GF pada Gambar 11.2.1.

11.3. BARANG-BARANG KOMPLEMENTER SEMPURNA

Kurva tak-acuh dengan bentuk-bentuk seperti diuraikan sebelumnya dan juga kurva-kurva konsumsi-pendapatan dan konsumsi-harga yang diturunkan dari kurva-kurva tak-acuh tersebut hanya berlaku untuk menguraikan pasangan barang-barang konsumsi yang satu dengan lain-lainnya mempunyai hubungan yang netral, komplementer tidak sempurna atau substitusi tidak sempurna. Untuk pasangan barang yang mempunyai hubungan komplementer sempurna atau substitusi sempurna kurva tak-acuh, kurva konsumsi-pendapatan dan kurvas konsumsi-harga bentuknya sangat unik. Keunikan-keunikan untuk barang-barang komplementer sempurna diuraikan dalam sub-bab ini sedangkan keunikan-keunikan untuk barang-barang substitusi sempurna diuraikan dalam sub-bab berikutnya.

Kurva Tak-acuh Barang-barang Komplementer Sempurna

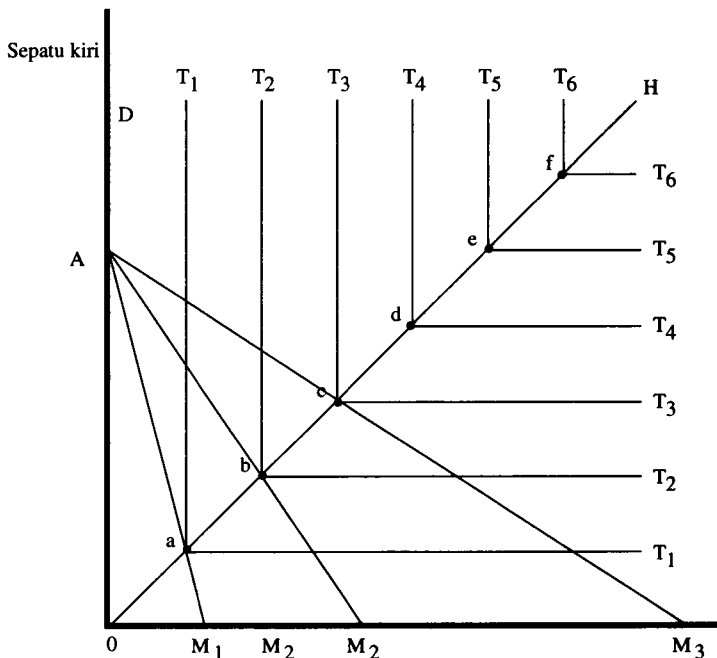
Sebagai contoh daripada pasangan barang komplementer sempurna ialah sepatu kiri dan sepatu kanan. Berbeda dengan pasangan barang-barang konsumsi nasi dan karcis bioskop, yang kita katakan mempunyai hubungan yang netral, pasangan barang konsumsi nasi dan sayur, yang kita katakan mempunyai hubungan komplementer tidak sempurna, dan pasangan barang konsumsi nasi dan orit, yang kita katakan mempunyai hubungan substitusi tidak sempurna, di mana agar supaya tingkat kepuasan konsumen tidak mengalami perubahan penambahan pengkonsumsian barang yang satu perlu disertai dengan berkurangnya pengkonsumsian barang yang lain; maka untuk pasangan barang komplementer sempurna guna mempertahankan tingkat kepuasan yang sama, bertambahnya pengkonsumsian jumlah barang yang satu tidak disertai oleh berkurangnya pengkonsumsian barang yang satunya lagi. Dengan demikian medan tak-acuh pasangan barang sepatu kanan dan sepatu kiri terlihat seperti pada Gambar 11.3.1., yaitu masing-masing berbentuk huruf L dengan sudut 90 derajat.

Kita ambil misalnya kurva tak-acuh T_1T_1 . Sudut kurva tak-acuh ini menunjukkan kombinasi sebuah sepatu kanan dan sebuah sepatu kiri. Kombinasi ini menghasilkan tingkat kepuasan tertentu. Oleh karena antara sepatu kanan dan sepatu kiri terdapat

hubungan komplementer sempurna, maka kalau kita menambah jumlah *salah satu* diantara sepatu kanan atau sepatu kiri, tingkat kepuasan tidak berubah. Jelasnya ialah tingkat kepuasan yang diperoleh dari pengkonsumsian sebuah sepatu kanan disertai dengan sebuah, dua buah, sepuluh buah ataupun seribu buah sepatu kiri adalah sama.

Kurva Konsumsi-harga Barang Kompelementer Sempurna

Bentuk yang untuk kurva tak-acuh pasangan barang komplementer sempurna tersebut di atas membawa keunikan juga terhadap kurva konsumsi-harganya. Untuk ini kita perhatikan lagi Gambar 11.3.1. Mula-mula dengan harga sebuah sepatu kiri garis anggaran konsumen adalah AM_3 dengan titik konsumsi ekuilibriumnya c. Dengan meningkatnya harga sepatu kanan dan tidak berubahnya harga sepatu kiri, garis anggaran bergeser ke kiri menjadi AM_2 dengan titik ekuilibrium konsumsi yang baru b. Kalau harga sepatu kanan naik lagi garis anggaran bergeser menjadi AM_1 dengan titik ekuilibrium yang a.

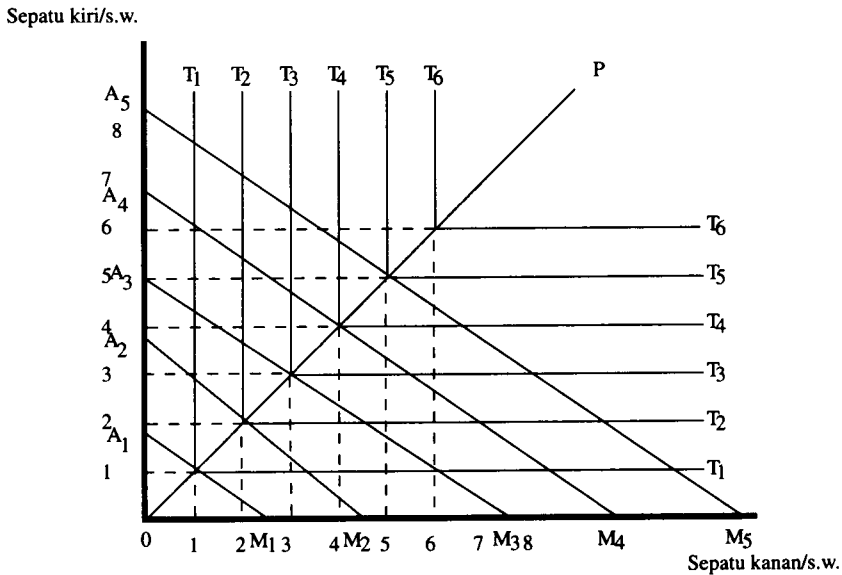


Gambar 11.3.1. : Kurva Konsumsi - Harga Pasangan Barang Komplementer Sempurna

Dari gambar tersebut jelas bahwa titik-titik ekuilibrium konsumsi senantiasa berada pada sudut siku-siku kurva tak-acuh, sehingga kurva konsumsi hargayang berbentuk, yaitu OH, merupakan sebuah garis lurus melalui sudut-sudut siku-siku kurva tak-acuh.

Kurva Konsumsi-pendapatan Barang Komplementer Sempurna

Setelah kita mengetahui bentuk kurva konsumsi-harga pasangan barang yang komplementer sempurna, maka kita dapat melangkah lebih lanjut meneliti bentuk daripada garis konsumsi pendapatan untuk pasangan barang-barang komplementer sempurna. Untuk maksud ini kita menggunakan Gambar 11.3.2.



Gambar 11.3.2. : Kurva Konsumsi-Pendapatan Untuk Barang Komplementer Sempurna

Dari Gambar 11.3.2. tersebut kita saksikan bahwa kurva tak-acuh T_1T_1 , T_2T_2 , T_3T_3 dan seterusnya masing-masing membentuk sudut siku-siku. Dengan urutan tingkat kepuasan T_1 , T_2 , T_3 dan seterusnya.

Dengan pendapatan konsumen A_1M_1 kurva tak-acuh yang dicapai oleh si konsumen adalah kurva tak-acuh T_1T_1 dengan kombinasi konsumsi tepat pada sudut kurva tak-acuh tersebut, yaitu sebuah sepatu kanan dan sebuah sepatu kiri. Apabila sekarang pendapatan si konsumen meningkat ke A_2M_2 , maka kurva tak-acuh yang akan dapat dicapai adalah kurva tak-acuh T_2T_2 , juga dengan titik kombinasi ekulibrium tepat pada sudut daripada kurva tak-acuh tersebut, yaitu pada kombinasi dua sepatu kanan dan dua sepatu kiri. Apabila pendapatan si konsumen meningkat ke A_3M_3 kembali lagi di sini titik kombinasi konsumsi ekulibrium tepat pada sudut siku-siku daripada kurva tak-acuh yang paling jauh dari titik silang sumbu 0 yang dapat dicapai, yang dalam contoh kita ialah kurva tak-acuh

T_3T_3 . hal yang sama berlaku juga untuk tingkat-tingkat pendapatan yang lain, yaitu dengan kesamaan bahwa titik kombinasi konsumsi ekulibrium selalu terdapat pada sudut siku-siku daripada kurva tak-acuh. Dengan menyadari akan kenyataan seperti ini, kiranya mudah difahami kalau bentuk daripada garis konsumsi pendapatan untuk pasangan barang yang komplementer sempurna selalu akan merupakan garis lurus dan melalui titik silang sumbu 0. Untuk contoh pada Gambar 11.3.2. kurva konsumsi-pendapatan tergambar sebagai garis OP.

Akhirnya dapat pula disisipkan di sini bahwa kalau kurva konsumsi pendapatan tersebut kita gambar pada kuadran yang sama bersama-sama dengan kurva konsumsi-harga, kita menemukan bahwa kedua buah kurva pasangan-pasangan barang yang tidak mempunyai hubungan komplementer sempurna.

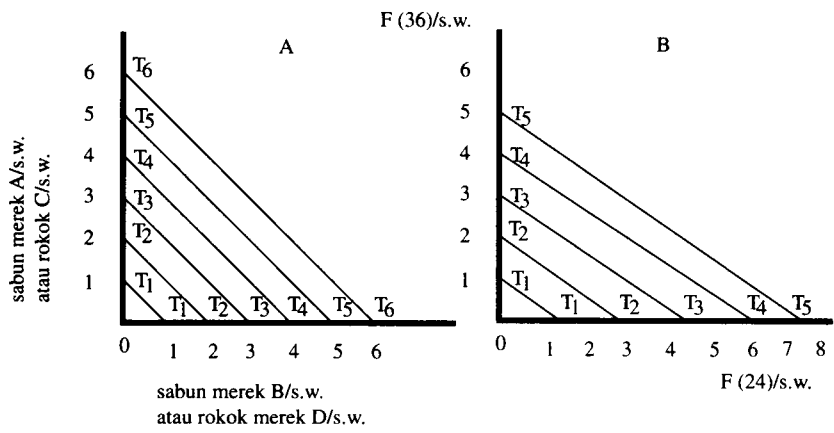
11.4. BARANG-BARANG SUBSTITUSI SEMPERTNA

Besar sekali kemungkinan terjadi seorang konsumen merasa bahwa misalnya sabun mandi merek B baginya merupakan barang pengganti yang sempurna untuk sabun mandi merek A. Mungkin juga terjadi bahwa sebatang rokok merek C seorang konsumen memberikan kepuasan yang sama dengan sebatang rokok merek D. Demikian pula halnya dengan seorang konsumen film, mungkin merasa bahwa baginya satu kali pemotretan dengan menggunakan gulungan film berisi 24 gambar ataukah 36 gambar baginya sama saja. Dengan sendirinya bagi konsumen film seperti itu penggunaan 2 gulung film masing-masing dengan 36 gambar menghasilkan kepuasanyang sama dengan menggunakan 3 gulung film yang masing-masing berisi 24 gambar. Dalam contoh-contoh di atas dikatakan bahwa antara sabun merek A dengan sabun merek B, antara rokok merek C dengan rokok merek D, dan antara film dalam 24 gambar dengan film dalam 36 gambar masing-masing mempunyai *hubungan substitusi sempurna*.

Bentuk Kurva Tak-acuh Barang-Barang Substitusi Sempurna

Dengan mengetahui bahwa hubungan antara sabun merek A dan sabun merek B, rokok merek C dengan rokok merek D, film dalam gulungan 24 gambar dengan film dengan gulungan 36 gambar masing-masing merupakan hubungan substitusi sempurna, maka dapatlah kiranya difahami bahwa bentuk kurva tak-acuh untuk pasangan-pasangan barang tersebut masing-masing tidak merupakan garis lengkung lagi, melainkan merupakan garis-garis lurus dengan nilai *marginal rate of substitution yang konstan*. Gambar 11.4.1A/ kiranya tepat untuk menggambarkan medan tak-acuh pasangan barang sabun merek A dan sabun merek B, dan juga untuk pasangan barang film dalam gulungan berisi 24 gambar dan film dalam gulungan berisi 36 gambar. Untuk gambar A kurva-kurva tak-acuh membentuk sudut-sudut 45° baik pada sumbu vertikal maupun pada sumbu horisontal. Dengan sendirinya ini didasarkan kepada asumsi bahwa pengganti sebuah sabun merek B dengan sebuah sabun A sama sekali tidak mengubah tingkat kepuasan yang dicapai. Demikian pula untuk rokok, juga diasumsikan bahwa rokok D untuk tiap unitnya mampu menggantikan pemakaian rokok merek C tepat dengan satu unit tanpa mengubah tingkat kepuasan. Hal

semacam ini tidak merupakan suatu keharuan. Misalnya untuk seorang konsumen sebuah sabun mandi merek A habis dipakai untuk jangka waktu 10 hari, sebuah sabun mandi B di lain fihak habis dipakai untuk jangka waktu 12 hari masing-masing membawa kepuasan harian yang besarnya sama. Kalau halnya demikian maka kurva tak-acuhnya tidak akan membentuk 45° pada masing-masing sumbu. Gambar B menggambarkan dengan jelas medan tak-acuh pasangan barang film dengan 24 gambar dan film dengan 36 gambar, yang dengan sendirinya mempunyai marginal rate of substitution:



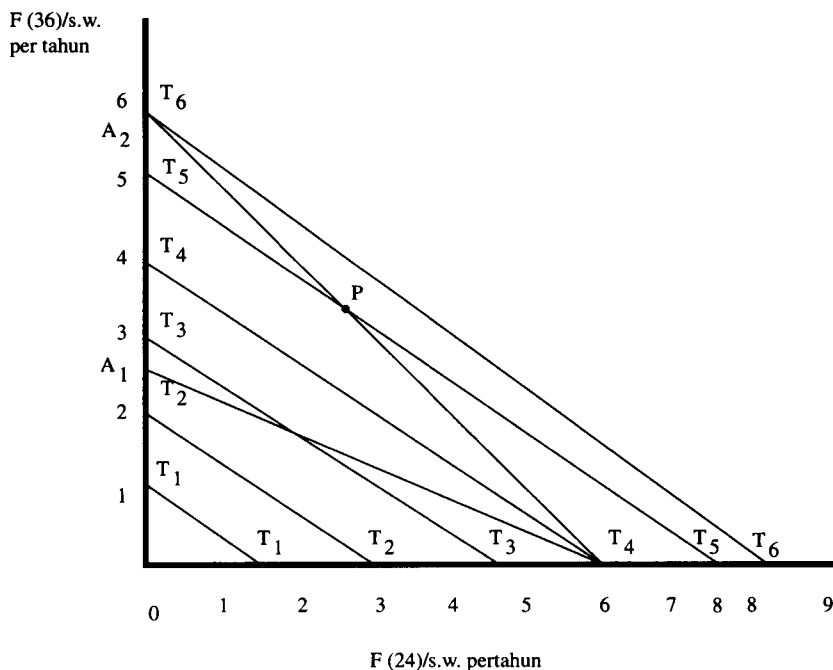
Gambar 11.4.1. : Kurva Tak-acuh Barang-barang Dengan Hubungan Substitusi Sempurna

$$MRS_F(24) F(36) = \frac{24}{36} = 2/3 \dots\dots\dots(11.4.1)$$

Ekulibrium Konsumen Barang-barang Substitusi Sempurna

Sebagai konsekuensi bentuk kurva tak-acuh yang unik tersebut, pasangan barang yang mempunyai hubungan substitusi sempurna mengenai bentuk ekulibriumnya, mengenal beberapa keunikan juga. Kita telah mengetahui bahwa pasangan dua barang yang netral, komplementer sempurna maupun tidak sempurna, atau juga substitusi tidak sempurna senantiasa amenghasilkan sebuah titik ekulibrium konsumen di dalam bidang kuadran di mana kurva tak-acuh kita gambarkan, yang mempunyai makna bahwa dari pasangan barang tersebut dalam keadaan ekulibrium kedua-duanya dikonsumsi oleh konsumen. Tidak demikian halnya dengan pasangan barang yang mempunyai hubungan substitusi sempurna. Untuk pasangan barang yang mempunyai hubungan substitusi sempurna, kalau terjadi ekulibrium konsumen, konsumen pada umumnya hanya menggunakan satu barang saja. Untuk menerapkan ini kita perhatikan Gambar 11.4.2.

Dalam Gambar 11.4.2. konsumen memiliki medan tak-acuh film gulungan 24 dan 36 gambar yang terdiri daripada kurva-kurva tak-acuh T_1T_1 , T_2T_2 ,..... dan seterusnya. Apabila konsumen menyediakan per tahunnya uang untuk pembelian film sebanyak Rp 6.000,- dan harga-harga film menunjukkan bahwa sebuah gulungan film dengan 24 gambar per gulung Rp 1.000,- sedangkan yang gulungan 36 mempunyai harga satuan Rp 1.500,- maka garis anggaran konsumen untuk membel film berimpit memanjang sepanjang kurva tak-acuh T_4T_4 . Berimpitan garis anggaran dengan kurva tak-acuh T_4T_4 mempunyai makna bahwa tingkat kepuasan yang tertinggi yang dapat dicapai oleh konsumen adalah tingkat kepuasan yang dihasilkan oleh titik-titik pada kurva tak-acuh T_4T_4 ; bagi konsumen tidak ada bedanya apakah dia menggunakan kombinasi 2 gulungan film dengan 36 gambar ditambah 2 gulungan 24 gambar, atautkah 4 gulungan dengan 36 gambar tanpa gulungan dengan 24 gambar tanpa gulungan dengan 36 gambar atau menggunakan kombinasi-kombinasi lainnya yang ditunjukkan oleh titik-titik pada garis anggaran yang sekaligus juga merupakan kurva tak-acuh T_4T_4 . Oleh karena kepuasan maksimal seperti yang ditunjukkan oleh kurva tak-acuh T_4T_4 yang bisa dicapai oleh konsumen dapat dicapai dengan mengkonsumsi kombinasi-kombinasi yang berbeda-beda, maka kiranya mudah difahami bahwa konsumen berada dalam keadaan ekulibrium yang tidak stabil yang biasa juga disebut *unstable equilibrium*.



Gambar 11.4.2. : Ekulibrium Konsumen Barang-barang Substitutif Sempurna

Sekarang apa yang terjadi kalau harga film dengan gulungan 36 naik lebih tinggi daripada Rp 1.500,- per gulungan sedangkan harga gulungan 24 tetap seharga Rp 1.000,- per gulung? Perubahan harga tersebut dengan sendirinya menyebabkan garis anggaran bergeser dari semula T_4T_4 ke A_1T_4 . Dengan garis anggaran yang baru ini bisa kita saksikan tingkat kepuasan tertinggi dapat dicapai kalau konsumen memilih titik konsumsi T_4 pada sumbu horisontal, yang berarti bahwa konsumen mengkonsumsi 6 gulungan dengan 24 gambar tanpa disertai dengan penggunaan gulungan dengan 36 gambar. Sebaliknya kalau harga film dengan 36 gambar menurun menjadi lebih rendah dari Rp 1.500,- per gulung, sedangkan harga film dengan 24 gambar tetap dengan harga Rp 1.000,- per gulung, maka ini berarti garis anggaran bergeser ke kanan ini konsumen dapat menaikkan tingkat kepuasannya dengan cara mengurangnya pengkonsumsian film dengan gulungan 24 dan menggantinya dengan film dalam gulungan 36. Misalnya saja tingkat kepuasan yang dicerminkan oleh kurva tak-acuh T_5T_5 bisa dicapai kalau konsumen memilih kombinasi P. Akan tetapi dengan asumsi bahwa konsumen bertindak rasional, maka dalam menggantikan film dengan 24 gambar dengan film dengan 36 gambar tidak akan berhenti di situ. Pengsubstitusian berjalan terus hingga tercapai titik potong garis anggaran dengan sumbu vertikal. Yang dalam Gambar 11.4.2. titik potong tersebut ialah titik A_2 yang terletak tepat pada titik T_6 . Dengan mengkonsumsi OA_2 unit film dalam gulungan 36 gambar tanpa disertai gulungan dengan 24 gambar konsumen berhasil mencapai kurva tak-acuh T_6T_6 .

Dari uraian di atas jelaslah kiranya apa yang dikatakan sebelumnya bahwa untuk pasangan barang yang mempunyai hubungan substitusi sempurna berlaku :

$$(a) \text{ Apabila } \frac{\text{Harga } F(24)}{\text{Harga } F(36)} > MRS_{F(24) F(36)}$$

konsumen akan menggunakan F(36) dan tidak menggunakan F (24)

$$(b) \text{ Apabila } \frac{\text{Harga } F(24)}{\text{Harga } F(36)} < MRS_{F(24) F(36)}$$

konsumen akan menggunakan F(24) dan tidak menggunakan F (36)

$$(c) \text{ Apabila } \frac{\text{Harga } F(24)}{\text{Harga } F(36)} = MRS_{F(24) F(36)}$$

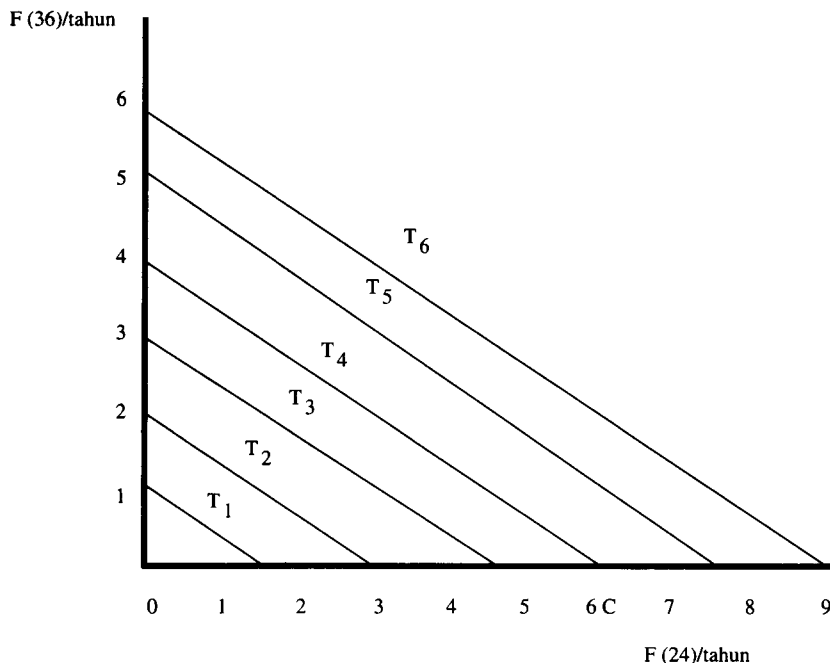
konsumen berada pada ekulibrium yang tidak stabil. Ia akan memilih kombinasi F(24) dan F(36) sesukanya asal tetap berada pada garis anggaran.

Kurva Konsumsi-Harga Barang-barang Substitusi Sempurna

Dengan telah diketahuinya kombinasi-kombinasi konsumsi yang diambil oleh konsumen yang bertindak rasional, dapatlah sekarang kita coba menurunkan kurva konsumsi-harga untuk pasangan barang yang mempunyai hubungan substitusi sempurna. Untuk keperluan ini

kita tetap menggunakan contoh film dalam gulungan 24 gambar dengan film dalam gulungan 36 gambar.

Dengan memanfaatkan kesimpulan-kesimpulan teoritik yang kita peroleh pada waktu kita memperbincangkan masalah ekulibrium konsumen pengkonsumsian pasangan barang komplementer sempurna, kita akan menemukan bahwa :



Gambar 11.4.3. : Kurva Konsumsi-Harga Barang-barang Substitutif Sempurna

A. Kurva konsumsi-harga film dengan 24 gambar

(a) bermula pada sumbu $F(36)$ pada jumlah satuan sebanyak

Besarnya anggaran

Harga satuan $F(36)$

Apabila, misalnya, konsumen menetapkan bahwa anggaran yang disediakan untuk membeli film per tahun Rp 6.000,- dan harga satuan $F(36)$ setinggi Rp 1.500,- maka titik pangkal kurva konsumsi harga $F(24)$ adalah titik B pada sumbu $F(36)$, yang menunjukkan nilai sebesar

$$\frac{\text{Rp 6.000,-}}{\text{Rp 1.500,-}} = 4 \text{ buah}$$

Perhatikan Gambar 11.4.3. di mana sumbu vertikal kita pergunakan untuk mengukur jumlah satuan film dengan 36 gambar, dan sumbu horisontal dipergunakan untuk mengukur jumlah film dengan 24 gambar.

- (b) Dari titik pangkal B kurva konsumsi harga F (24) bergerak sepanjang kurva tak-acuh yang juga berpangkal pada titik B pada sumbu F(36). Berimpitnya kurva konsumsi-harga ini berakhir pada titik C yang merupakan titik pertemuan kurva tak-acuh tersebut dengan sumbu F(24).
- (c) Mulai dari titik C kurva konsumsi-harga F(24) bergerak ke kanan berimpit dengan sumbu F(24) menuju ke arah D.

B. Kurva konsumsi-harga film dengan 35 gambar :

- (a) Bermula pada sumbu F(24) pada jumlah satuan sebanyak

$$\frac{\text{Besarnya anggaran}}{\text{Harga satuan F(24)}} = \frac{\text{Rp 6.000,-}}{\text{Rp 1.000,-}} = 6 \text{ satuan.}$$

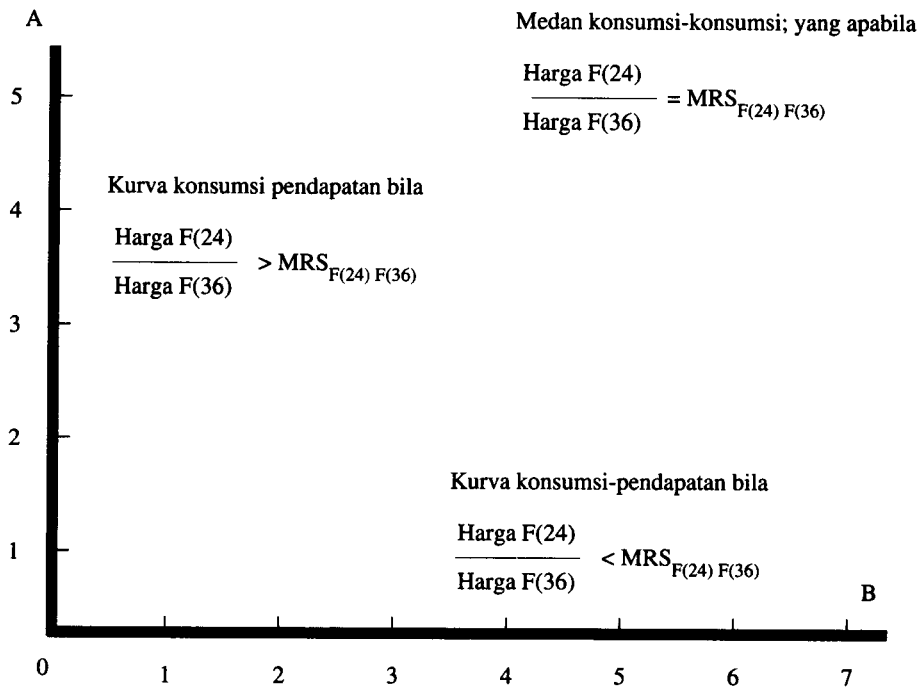
Yaitu titik yang kita tandai dengan huruf C.

- (b) Dari titik pangkal C kurva konsumsi-harga F(36) bergerak ke atas sepanjang kurva tak-acuh T4 sampai tercapai titik B.
- (c) Mulai dari titik B kurva konsumsi-harga F(36) bergerak tegak lurus ke atas berimpit dengan sumbu F(36).

Kurva Konsumsi-pendapatan Barang-barang Substitusi Sempurna

Seperti telah kita ketahui, kurva konsumsi-pendapatan merupakan kurva yang menunjukkan titik-titik ekulibrium konsumen pada berbagai tingkat pendapatan konsumen yang digambarkan pada medan tak-acuh konsumen. Untuk menerangkan bentuk kurva konsumsi-pendapatan barang-barang substitusi sempurna kembali lagi contoh pasangan barang film dengan 24 gambar dan film dengan 36 gambar kita pakai dan Gambar 11.4.4. kita pergunakan untuk menguraikannya.

Dengan mendasarkan kepada kesimpulan-kesimpulan bahwa untuk pasangan barang-barang yang mempunyai hubungan substitusi sempurna, ekulibrium konsumsi hanya mungkin terjadi di sepanjang sumbu kuantitas barang yang satu atau di sepanjang sumbu barang penggantinya, dan bahwa dalam keadaan perbandingan harga barang yang satu dengan barang penggantinya tepat sama dengan kebalikan nilai substitusi batas kurva tak-acuh konsumen akan berada dalam keadaan *ekulibrium yang tidak stabil*, maka dengan menggunakan contoh film dengan 24 gambar dan film dengan 36 gambar, kita akan menemukan :



Gambar 11.4.4. : Kurva Dan Medan Konsumsi Pendapatan Pasangan Barang Substitusi Sempurna.

- (1) Kurva konsumsi-pendapatan akan merupakan sebuah garis lurus yang berimpit dengan sumbu F(24) apabila terjadi

$$\frac{\text{Harga F(24)}}{\text{Harga F(36)}} < MRS_{F(24) F(36)}$$

Pada Gambar 11.4.4. kurva konsumsi-pendapatan termaksud ialah garis OB.

- (2) Kurva konsumsi-pendapatan akan merupakan garis lurus OA, yang berimpit dengan sumbu kuantitas F(36), apabila dipenuhi :

$$\frac{\text{Harga F(24)}}{\text{Harga F(36)}} > MRS_{F(24) F(36)}$$

- (3) Kurva konsumsi-pendapatan pasangan barang-barang yang substitusi sempurna dalam keadaan di mana

$$\frac{\text{Harga F(24)}}{\text{Harga F(36)}} = \text{MRS}_{\text{F(24) F(36)}}$$

akan merupakan *medan* atau *bidang konsumsi-pendapatan* yang meliputi seluruh kuadran yang dibatasi oleh sumbu-sumbu F(24) dan F(36). Kesimpulan ini kiranya mudah difahami kalau kita ingat bahwa dengan dipenuhinya syarat di atas, garis anggaran berimpit dengan kurva tak-acuh. Akibatnya bagi konsumen tidak ambil pusing kombinasi mana pada garis anggaran yang sekaligus juga merupakan asumsi ceteris paribus, naik-turunnya pendapatan hanya menggeser garis anggaran ke atas atau ke bawah, akan tetapi bentuknya tidak berubah. Ini mengakibatkan bahwa pada setiap tingkatan pendapatan yang diperoleh konsumen, pasti akan menghasilkan sebuah garis anggaran yang berimpit dengan salah satu kurva tak-acuh yang dimiliki konsumen. Akibatnya *unstable equilibrium* senantiasa terjadi. mengingat bahwa medan tak-acuh terdiri daripada kurva-kurva tak-acuh yang jumlahnya tidak terhingga dan satu dengan lainnya mempunyai jarak yang jauhnya mendekati nol, maka medan konsumsi pendapatan membentang meliputi seluruh kuadran yang dibatasi oleh sumbu kuantitas F(24) dan sumbu kuantitas F(36).

Bab XII Teori Konsumen: Pendekatan Atribut

12. GARIS KOMBINASI ATRIBUT

Teori ini pertama kali diperkenalkan oleh Kelvin Lancaster pada tahun 1966. Kalau teori-teori sebelumnya menggunakan asumsi bahwa yang diperhatikan oleh konsumen ialah *produknya*, maka teori sumbangan hasil pemikiran Lancaster berdasarkan pada asumsi bahwa perhatian konsumen bukan pada produknya, melainkan lebih pada 'attribute' barang bersangkutan. Yang dimaksud dengan 'attribute' suatu barang ialah semua jasa yang dihasilkan oleh penggunaan dan atau pemilikan barang tersebut. Atribut sebuah mobil meliputi antara lain jasa pengangkutan (misalnya untuk mengantar sekolah, pergi ke kantor dan lain sebagainya), prestise, kesendirian ('*privacy*'), keamanan dan sebagainya, dan bukannya rakitan bagian-bagian dari mobil yang terdiri dari antara lain mesin, badan mobil, pintu, kaca, sekrup, kemudi, roda, tempat duduk dan sebagainya.

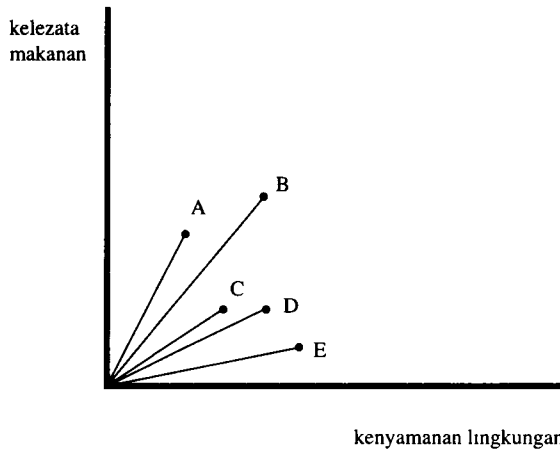
Dalam pendekatan atribut diasumsikan bahwa rumah-tangga konsumen telah membagi-bagi anggaran untuk tiap kelompok kebutuhan. Misalnya sekian untuk makan, sekian untuk kebutuhan busana, sekian untuk rekreasi dan sebagainya.

Asumsi yang dipergunakan oleh pendekatan atribut tersebut dirasakan lebih sesuai dengan kebiasaan dalam praktek sehari-hari dibandingkan dengan asumsi yang dipergunakan oleh pendekatan kurva indiferen. Di samping itu, hasil analisis dari penggunaan asumsi yang dipergunakan oleh pendekatan atribut juga jauh lebih sejalan dengan kejadian yang dijumpai sehari-hari.

Yang dipermasalahkan selanjutnya oleh teori konsumen dengan pendekatan atribut ialah bagaimana jatah anggaran untuk suatu jenis kebutuhan dilaksanakan. Misalnya bagaimana pengeluaran untuk makan sehari-hari dialokasikan di antara berbagai pilihan macam makanan, pilihan mutu makanan, pilihan bahan makanan dan sebagainya; bagaimana anggaran untuk 'rekreasi makan di restoran' dialokasikan di antara berbagai restoran yang ada dalam ingatan si konsumen; bagaimana jatah untuk busana dibagikan : berapa untuk membeli baju, berapa untuk membeli sepatu dan sebagainya.

Gambar 12.1. menguraikan bagian pokok dari pendekatan tersebut. Ilustrasi yang disajikan ialah bagaimana seorang konsumen mengkonsumsi 'anggaran rekreasi makan di restoran'. Atribut makan di restoran diasumsikan hanya ada dua macam, yaitu pertama

'lezatnya makanan yang disajikan', diukur dengan menggunakan sumbu vertikal dan kedua 'suasana nyaman di restoran' (seperti misalnya penataan ruangan yang indah, musik yang merdu, pelayanan yang ramah dan sebagainya), sebagai suatu kesatuan diukur dengan menggunakan sumbu horisontal.



Gambar 12.1. : Garis Kombinasi Atribut Sekali Makan Di Restoran A, B, C, D, E.

Kombinasi kenyamanan lingkungan dan lezatnya makanan untuk masing-masing restoran yang masuk perhitungan konsumen tergambar dalam bentuk *garis kombinasi atribut*, yang untuk singkatnya dapat pula kita sebut *garis atribut*. Garis kombinasi atribut untuk masing-masing restoran dengan sendirinya bermula dari titik silang sumbu 0. Adapun sebabnya ialah, dengan tidak makan di restoran A konsumen tidak memperoleh kepuasan baik dalam bentuk lezatnya makanan yang disajikan oleh restoran A maupun kenyamanan lingkungan makan di restoran A.

Oleh karena cita rasa konsumen berbeda-beda, maka garis atribut untuk sebuah restoran bagi konsumen yang satu dengan konsumen yang lain, sudutnya berkecenderungan berbeda. Ini berarti bahwa susunan atau struktur garis-garis kombinasi atribut cenderung berbeda antara yang dimiliki konsumen yang satu dengan yang dimiliki konsumen yang lain.

12.2. GARIS DEPANEFISIENSI

Oleh karena garis depan efisiensi atau 'efficiency frontier' merupakan kurva yang menunjukkan berbagai kombinasi atribut dari berbagai alternatif penggunaan suatu mata anggaran konsumen,²⁰ maka untuk menurunkan garis depan efisiensi yang dimiliki seorang konsumen terlebih dahulu perlu diketahui panjangnya masing-masing garis kombinasi atribut.

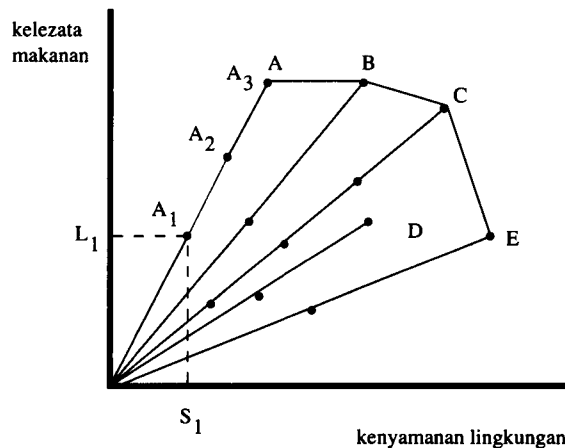
²⁰Mengenai penggunaan istilah 'efficiency frontier', lihat misalnya Evan J. Douglas, *Managerial Economics*, Edisi ke3, Prentice-Hall Internasional. Inc., Englewood Cliffs, New Jersey, Bab 3).

Singkatnya dapat disebutkan, bahwa panjang sebuah garis kombinasi atribut tergantung pada :

1. besarnya anggaran yang disediakan oleh konsumen untuk makan di restoran.
2. harga per kali makan di restoran tersebut.
3. kombinasi atribut (yaitu penjumlahan kelezatan makanan dan kenyamanan lingkungan) yang diperoleh konsumen setiap kali makan di restoran tersebut.

Jadi pada Gambar 12.2.1., kalau sekali makan di restoran A dari lezatnya santapan yang disajikan, konsumen memperoleh kepuasan sebesar OL_1 dan dari kenyamanan suasana diperoleh kepuasan sebesar OS_1 , maka garis lurus yang menghubungkan antara titik silang sumbu 0 ke titik A_1 akan merupakan bagian dari garis kombinasi atribut.

Dalam contoh di atas, kalau misalnya untuk sekali makan di restoran A konsumen harus membayar sebesar Rp 1.000 dan per bulannya si konsumen menganggarkan untuk mata anggaran 'makan di restoran' sebesar Rp 1000 juga, maka garis OA_1 sudah merupakan garis kombinasi atribus konsumen. Selanjutnya, kalau yang dianggarkan sebesar Rp 2000 maka garis kombinasi atribut bertambah panjang menjadi OA_2 . Kalau yang dianggarkan Rp 3000 maka garis kombinasi atribut makan di restoran A bertambah panjang lagi menjadi OA_3 . Demikian seterusnya.



Gambar 12.2.1. Garis Depan Efisiensi

Mengenai apakah $OA_1 = A_1A_2 = A_2A_3$ tergantung pada apakah fungsi kepuasan marginalnya konstan atau tidak. Kalau konstan, maka kesamaan jarak tersebut berlaku. Tetapi kalau menurun atau meningkat maka kesamaan jarak tersebut tidak berlaku. Kalau misalnya sampai pengkonsumsian sebesar 2 kali makan di restoran A nilai 'marginal attribute'-nya meningkat, dan mulai titik tersebut nilai 'marginal attribute'-nya menurun, maka berlaku

$$OA_1 < A_1A_2$$

dan

$$A_1A_2 > A_2A_2$$

Setelah dengan memperhatikan kendala anggaran, garis kombinasi atribut untuk masing-masing restoran diketahui baik mengenai besarnya sudut maupun mengenai panjangnya garis, maka berarti kita telah siap untuk menurunkan *garis depan efisiensi*. Adapun caranya ialah dengan menghubungkan ujung masing-masing garis atribut. Kurva yang menghubungkan semua ujung garis-garis kombinasi atribut itulah yang disebut '*efficiency frontier*' atau *garis depan efisiensi*.

Perlu kiranya dimintakan perhatian di sini, bahwa ada kemungkinan sebuah ujung garis kombinasi atribut tidak ikut menjadi bagian dari garis depan efisiensi. Contohnya ialah garis kombinasi atribut OD. Oleh karena titik D terletak di bawah/kiri garis depan efisiensi CE, maka tidaklah mungkin bagi konsumen, yang sikapnya rasional, mengkonsumsi pada titik D. Sebab dengan kedudukan titik D di bawah garis CE mempunyai makna bahwa kepuasan yang diperoleh dari makan di restoran D, dalam keadaan bagaimanapun, akan lebih rendah bila dibandingkan dengan kepuasan yang diperolehnya dari makan di restoran C maupun di restoran E.

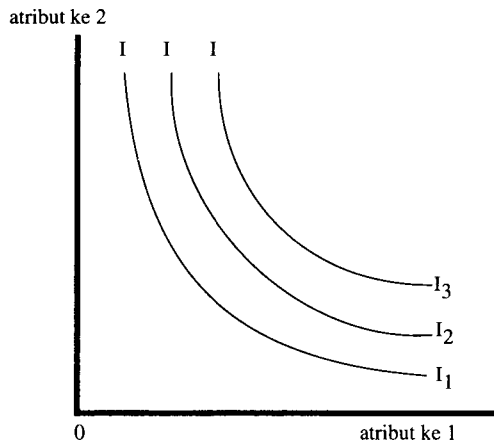
12.3. MEDAN INDIFEREN KONSUMEN

Tidak berbeda dengan pendekatan kurva idiferen konvensional, pendekatan atribut juga menggunakan konsep '*indifference map*' atau *medan indifferen* konsumen yang terdiri dari sejumlah banyak kurva-kurva idiferen konsumen yang terdiri dari sejumlah banyak kurva-kurva indifferen konsumen. Bedanya dengan pendekatan kurva indifferen, ialah dalam pendekatan atribut, kurva sebuah kurva indifferen menunjukkan berbagai kemungkinan kombinasi dua *atribut* (atau lebih) yang memberikan kepuasan yang sama bagi konsumen. Di lain pihak, pada pendekatan kurva indifferen yang konvensional, sebuah kurva indifferen merupakan kurva yang menunjukkan berbagai kemungkinan kombinasi dua buah *produk* (atau lebih) yang mendatangkan kepuasan yang sama bagi konsumen.

Gambar 12.3.1. menyajikan medan indifferen seorang konsumen, dengan beberapa kurva indifferen dengan tanda II. Kurva-kurva indifferen, dari seorang konsumen satu dengan lainnya tidak saling berpotongan. Kurva indifferen yang letaknya semakin jauh dari titik silang sumbu O, menunjukkan tingkat kepuasan yang juga semakin tinggi.

12.4. EKULIBRIUM KONSUMEN

Setelah seorang konsumen mengetahui '*indifference map*' dan '*efficiency frontier*' yang dimilikinya, maka ia dapat menentukan restoran manakah yang akan dikunjungi. Dengan mendasarkan pada asumsi rasionalitas, maka konsumen akan mengambil keputusan memilih restoran yang ditunjukkan oleh titik singgung antara kurva '*efficiency frontier*' dengan salah satu kurva indifferennya.



Gambar 12.3.1. Medan Indiferen Konsumen

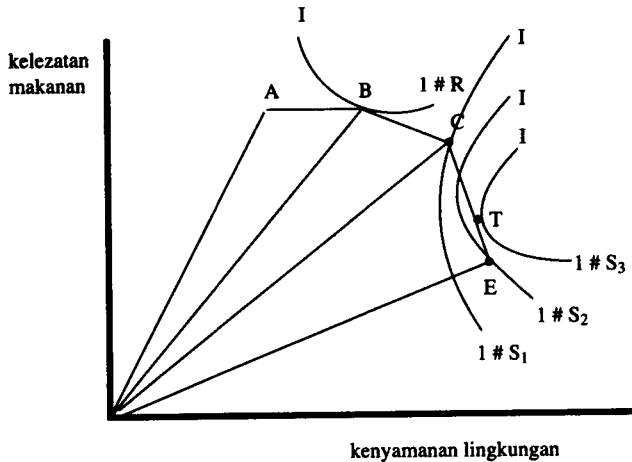
Mengenai titik singgung antara kurva indifferen konsumen dengan garis depan efisiensi tersebut, terdapat adanya dua pola yang perlu kita perhatikan. Pertama ialah titik singgung tersebut tepat berada pada ujung salah satu garis kombinasi atribut. Kedua ialah titik singgung berada pada bagian garis depan efisiensi yang berbentuk garis lurus yang menghubungkan dua ujung garis kombinasi atribut.

Dalam contoh Gambar 12.4.1. konsumen R yang memiliki garis depan efisiensi ABCE, kurva indifferen konsumen yang menyinggung garis depan efisiensi ialah kurva indifferen II # R, dengan titik singgung B. Ini berarti bahwa ia akan memilih makan di restoran B. Sebab dengan demikian kepuasan yang diperolehnya adalah maksimal.

Sebaliknya konsumen S dengan memiliki garis depan efisiensi yang sama, ABCDE, tetapi dari ketiga kurva indifferennya adalah kurva indifferen II # S3 yang mempunyai titik singgung dengan garis depan efisien pada T, yang letaknya berada di antara dua ujung garis kombinasi kepuasan C dan ujung garis kombinasi kepuasan E. Dengan menghadapi kasus seperti ini, ada dua kemungkinan konsumen A menentukan pilihannya :

1. Kalau C dan E kedua-duanya '*divisible*' (yaitu dapat dibagi-bagi menjadi kecil-kecil sekali tanpa berubah fungsi atau guna barang bersangkutan), maka ia akan membagi anggarannya, sebagian untuk membeli C, sedangkan sisanya untuk membeli E, dengan kombinasi sedemikian rupa sehingga diperoleh kombinasi atribut T.
2. Apabila C dan atau E '*indivisible*', maka ia akan memilih E. Dengan mengonsumsi E, konsumsinya tidak lagi optimal, tetapi hanya '*sub-optimal*'. Kalau T bisa disebut '*the first best*'-nya, maka '*the second best*'-nya adalah titik E. T terpaksa tidak dipilih, oleh karena T adalah '*infeasible*', yaitu tidak dapat dilaksanakan oleh karena jumlah

pengeluaran yang dibutuhkan melebihi anggaran pengeluaran untuk makan di restoran. Selanjutnya konsumen S tidak memilih C leh karena kurva indeferen yang melalui titik C, yaitu II # S1, menunjukkan tingkat kepuasan yang lebih rendah bila dibandingkan dengan tingkat kepuasan yang dicapai oleh kurva indifferen II # S2.



Gambar 12.4.1. **Ekulibrium Konsumen**

DAFTAR ACUAN UTAMA

- Allen, Clark Lee, *Elementary Mathematiks of Price Theory*, Belmont, California: Wadsworth Publishing Company, Inc., 1962.
- Awh, Robert Y., *Microeconomics, Theory and Applications*, Santa Barbara : Joh Wiley & Sons, Inc., 1976.
- Baumol, *Economic Theory and Operations Analysis*, Englewood Cliffs, N.J. : Prentice-Hall, Inc., 1972.
- Boulding, Kenneth E., *Economic Analysis, Third Edition*, New York : Harper & Brother, 1955.
- Boulding, Kenneth E., *Economic Analysis, Volume II : Macroeconomics*, Fourth Edition, New York :Harper & Row, Publishers, 1966.
- Brandis, Royall, *Principles of Economics, Homewood, Illinois* : Richard D. Irwin, Inc., 1972.
- Breit, William dan Harold M. Hochman (eds.), *Reading in Microeconomics*, New York : Holt, Rinehart and Winston, Inc., 1971.
- Brennan, Michael J., *Theory of Economic Statics*, Englewood Cliffs, N.J. : Prentice-Hall, Inc., 1970.
- Brigham, Eugene F. dan James L. Pappas, *Managerial Economics*, Hinsdale, Illinois : The Dryden Press, Inc., 1972.
- Chiang, Alpha C., *Fundamental Methods of Mathematical Economics*, New York : McGraw-Hill Book Company, 1967.
- Childress, Robert L., *Calculus for Business and Economics* Englewood Cliff, N.J. : Prentice-Hall, Inc., 1972.
- Cole Charles, *Microeconomics : A Contemporary Approach*, New York : Harcourt Brace Jovanovich, Inc., 1973.
- Davisson, William I. dan John G. Ranlett, *An Introduction to Microeconomic Theory*, New York : Harcourt, Brace & World, Inc., 1965.
- Douglas, Evan J., *Managerial Economics : Theory, Practice and problems*, Englewood Cliffs, N.J. : Prentice-Hall, Inc., 1979.
- Douglas, Evan J., *Managerial Economics : Analysis and Strategy*, Englewood Cliff : Prentice-Hall, Inc., Edisi Ketiga, 1987.
- Due, John F. dan Robert W. Clower, *Intermediate Economic Analysis : Resource Allocation, Factor Pricing, and Welfare*, Homewood, Illinois : Richard D. Irwin, Inc., 1966.
- Ferguson, C. E., *Microeconomic Theory, Homewood, Illinois* : Richard D. Irwin, Inc., 1972.
- Friedman, Milton, *Essays in Positive Economics*, Chicago : The University of Chicago Press, 1974.
- Heilbroner, Robert L. dan Lester C. Thurow, *Understanding Microeconomics, Englewood Cliff, N.J.* : Prentice-Hall, Inc., 1978.
- Henderson, James M. dan Richard E. Quandt, *Microeconomic Theory : A Mathematical Approach*, New York : McGraw-Hill Book Company, 1971.
- Kindleberger, Charles P., *International Economics*, Homewood, Illinois : Richard D. Irwin, Inc., 1968.

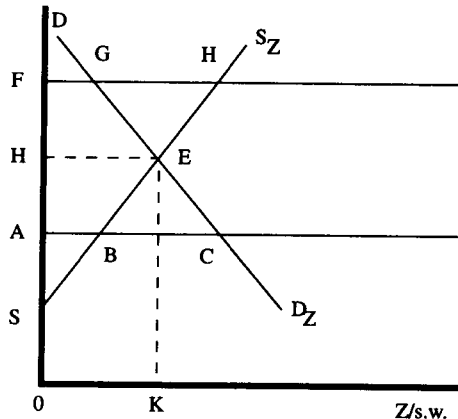
-
- Koutsoyiannis, A., *Modern Microeconomics*, New York : John Wiley & Sons, 1975.
- Lancaster, K., "A New Approach to Consumer Theory," *Journal of Political Economy*, 84 (April 1966), hal. 132 - 157.
- Leftwich, Richard H., *The Price System and Resource Allocation*, Hinsdale, Illinois : The Dryden press, Inc., 1970.
- Levenson, Albert M. dan Babette S. Solon, *Outline of Price Theory*, New York : Holt, Rinehart and Winston, Inc., 1964.
- Lipsey, Richard G. dan Peter O. Steiner, *Economics*, New York : Harper & Row, Publisher, 1978.
- Lloyd, Cliff, *Microeconomic Analysis*, Homewood, Illinois : Richard D. Irwin, Inc., 1967.
- McConnell, Campbell R., *Economics : Principles, Problems, and Policies*, New York : McGraw-Hill Book Company, 1969.
- Miller, Roger Leroy, *Economics Today - The Micro View*, New York : Harper & Row, Publisher, 1976.
- Musgrave Richard A. dan Peggy B. Musgrave, *Public Finance In Theory and Practice*, New York : McGraw-Hill, 1973.
- Samuelso, Paul A., *Economics*, Ninth Edition, Tokyo : McGraw-Hill Kogakusha, Ltd., 1973.
- Scott, Robert Haney, *The Pricing System*, San Francisco : Holdenday, Inc., 1973.
- Soediyono, Ekonomi Makro : *Pengantar Analisis Pendapatan Nasional*, Yogyakarta : Liberty, 1979.
- Stern, Robert M., *The Balance of Payments, Theory and Economic Policy*, Chicago : Aldine Publishing Company, 1973.
- Stonier, Alfred W. dan Douglas C. Hague, *A Textbook of Economic Theory*, New York : John Wiley & Sons, Inc., 1964.
- Watson, Donald S., *Price Theory and Its Uses*, Boston : Houghton Mifflin Company, 1968.

Beberapa Soal Latihan

BEBERAPA SOAL LATIHAN

Jawablah soal Bagian A, B, C, dan D dengan cara melingkari salah satu di antara huruf a, b, c, dan d, yang menurut pendapat saudara paling tepat untuk dihubungkan dengan kalimat yang mendahuluinya.

Bagian A



- Dengan kurva penawaran SS_Z dan kurva permintaan DD_Z kita menemukan bahwa medan kemungkinan transaksinya ialah :
 - SBA
 - SEH
 - SED
 - OKED.
- Pada harga setinggi OA, BC merupakan :
 - kelebihan penawaran
 - kelebihan permintaan
 - kelebihan harga
 - baik, a, b ataupun c tidak ada yang betul.
- Kalau OA merupakan harga tertinggi yang ditetapkan oleh pemerintah, maka transaksi jual beli yang terjadi dalam satuan fisiknya akan sebanyak :
 - AB
 - BC
 - AC
 - HE
- Kalau tidak ada campur tangan pemerintah nilai transaksi jual beli ekulibrium yang terjadi akan sebesar :
 - OK X OH
 - OHEK
 - baik a maupun b adalah betul
 - baik a maupun b adalah salah

5. Apabila pemerintah menetapkan harga tertinggi barang Z setinggi OF, maka dalam keadaan ekuilibrium transaksi jual-beli yang terjadi dalam satuan fisiknya akan sebanyak :
- a. FG
 - b. FH
 - c. HE
 - d. baik a, b, maupun c tidak ada yang betul.

Bagian B :

Diketahui tiga persamaan fungsi :

Persamaan A : $Z = -200 + 5 H_z$

Persamaan B : $Z = 800 - 10 H_z$

Persamaan C : $Z = -2 H_z - 0,2 H_y + 0,06 D + 20$

di mana Z = jumlah barang Z yang diminta atau yang ditawarkan.

H_z = harga barang Z.

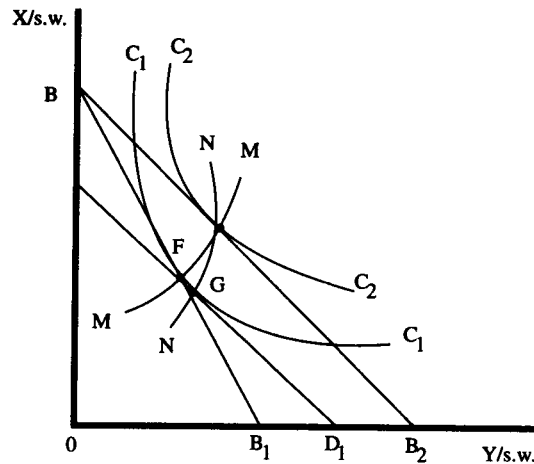
H_y = harga barang Y.

D = pendapatan.

Besardasarkan data di atas ;

6. Persamaan fungsi A adalah yang paling memenuhi syarat untuk disebut sebagai :
- a. kurva permintaan barang Z
 - b. kurva penawaran barang Z
 - c. fungsi permintaan barang Z
 - d. kurva tak-acuh barang Z.
7. Persamaan fungsi C adalah yang paling memenuhi syarat untuk disebut sebagai :
- a. kurva permintaan barang Z
 - b. kurva penawaran barang Z
 - c. fungsi permintaan barang Z
 - d. baik a, b, ataupun c tidak ada yang betul.
8. Dari persamaan C dapat diturunkan sebuah kurva permintaan barang Z. Persamaan fungsi kurva permintaan tersebut ialah :
- a. $Z = -2 H_z + 20$
 - b. $Z = -0,2 H_y + 20$
 - c. $Z = 0,06 D + 20$
 - d. baru dapat diturunkan apabila diketahui nilai H_y dan nilai D
9. Dari persamaan C dapat disimpulkan bahwa antara barang Y dan barang Z terdapat :
- a. hubungan komplementer
 - b. hubungan substitutif
 - c. hubungan netral
 - d. baik a, b, maupun c tidak ada yang betul.
10. Dari persamaan C dapat pula disimpulkan bahwa barang Z merupakan :
- a. barang bebas
 - b. barang inferior
 - c. barang normal
 - d. barang giffen.

Bagian C :



11. Garis atau kurva yang paling memenuhi syarat untuk disebut sebagai kurva tak-acuh (= indifference curve) ialah :
 - a. kurva NN
 - b. kurva BB2
 - c. kurva MM
 - d. kurva Cc.
12. Kurva MM adalah paling memenuhi syarat untuk disebut sebagai :
 - a. kurva penawaran
 - b. kurva tak-acuh
 - c. kurva konsumsi-nya
 - d. kurva konsumsi-pendapatan
13. Perubahan kombinasi konsumsi dari F ke G biasa disebut :
 - a. price effect atau pengaruh harga,
 - b. incomeeffect atau pengaruh pendapatan
 - c. substitution effect atau pengaruh substitusi.
 - d. baik a, b, maupun c tidak ada yang betul.
14. Dengan memperhatikan gambar di atas dapat dikatakan bahwa :
 - a. kurva C2C2 menghasilkan kepuasan yang lebih tinggi daripada kurva C1C1.
 - b. garis BB2 menunjukkan harga barang Y yang lebih rendah daripada yang ditunjukkan oleh garis BB1.
 - c. pernyataan a dan b ke dua-duanya salah.
 - d. pernyataan a dan b ke dua-duanya betul.
15. Dengan memperhatikan gambar di atas dapat disimpulkan bahwa :
 - a. kurva permintaan barang X adalah elastis
 - b. kurva permintaan barang X adalah inelastis

- c. kurva permintaan barang Y adalah elastis
- d. kurva permintaan barang Y adalah inelastis.

Bagian D

16. Kurva penawaran merupakan :

- a. konsepsi maksimum baik dari segi kuantitas maupun dari segi harga
- b. konsepsi minimum dari segi kuantitas maupun harga.
- c. konsepsi minimum dari segi kuantitas akan tetapi maksimum dari segi harga.
- d. konsepsi maksimum dari segi kuantitas dan minimum dari segi harga.

17. Kurva tak-acuh konsumen yang satu berbeda dengan kurva tak-acuh konsumen yang lain disebabkan oleh :L

- a. pendapatan konsumen yang berbeda-beda.
- b. selera konsumen yang berbeda-beda.
- c. pendapatan dan selera konsumen yang berbeda-beda.
- d. pernyataan a, b dan c tidak ada yang betul.

18. Teori konsumen dengan pendekatan kurva tak-acuh :

- a. menggunakan asumsi guna ordinal.
- b. menggunakan asumsi guna kardinal.
- c. menggunakan asumsi kepuasan seseorang dapat diukur.
- d. baik a, b maupun c tidak ada yang betul.

19. Sebuah garis permintaan memotong sumbu harga pada titik A dan sumbu kuantitas pada titik B. Kalau titik T terletak pada garis permintaan AB, maka elastisitas permintaan pada titik T setinggi :

- a. AT/AB
- b. AT/TB
- c. TB/AT
- c. baik a, b ataupun c tidak ada yang betul.

20. Garis penawaran yang memotong sumbu harga pada daerah negatif :

- a. adalah inelastis
- b. elastis
- c. untuk mengetahui inelastis atautkah elastis perlu diketahui lereng atau slope kurva penawaran tersebut.
- d. untuk mengetahui inelastik atautkah elastis perlu diketahui lereng garis penawaran serta letak titik kedudukan pada kurva penawaran tersebut.

KOSA KATA (GLOSSARY)

Additive

- = mempunyai sifat dapat dijumlahkan
- * lawan additibe ialah nonadditive
- * contoh additive : uang A Rp 5.000,-, uang B Rp 3.000,-
Gabungan daripada uang A dan uang B adalah Rp 8.000,-
- * contoh nonadditive : satu satuan barang A mendatangkan kepuasan kepada seorang konsumen 10 sakep, satu satuan barang B mendatangkan kepusan sebanyak 20 sakep. Kalau kepuasan yang dihasilkan oleh kedua barang tersebut nonadditive, maka berarti bahwa pengkonsumsian satu satuan barang A dan satu satuan barang B bersama-sama tidak perlu menghasilkan kepuasan sebanyak 30 sakep. Dapat lebih dari 30 dapat kurang dari 30, bahkan dapat pula lebih kecil dari 10 sakep.

Anggaran Konsumen, garis anggaran pengeluaran konsumen, consumer's budger line, consumptionpossibility line

- = garis yang menunjukkan berbagai kombinasi dua barang atau lebih yang dapat terbeli oleh seorang konsumen dengan menggunakan seluruh penghasilan yang diperolehnya atau dengan menggunakan seluruh uang yang disediakan untuk membeli barang-barang tersebut.

Atribut, attribut

- = jasa atau kegunaan suatu barang atau jasa
- * Pendekatan atribut adalah teori perilaku ekonomi konsumen hasil pemikiran Kelvin Lancaster yang mengasumsikan bahwa tingginya kepuasan konsumen tidak langsung ditentukan oleh kombinasi barang dan atau jasa yang dikonsumsi melainkan lebih ditentukan oleh atribut barang dan atau jasa yang di konsumsinya.

Barang, goods

- = alat pemuas kebutuhan manusia yang berwujud
- * catatan : dalam buku ini kata 'barang' dipergunakan dalam artian yang luas, meliputi baik alat pemuas kebutuhan yang berwujud maupun juga yang tidak berwujud, yang biasa disebut 'jasa' atau 'service'.

Barang Komplementer, complementary goods

- = dua barang atau lebih yang dalam memenuhi kebutuhan yang sama dipergunakan bersama-sama. Contoh : mobil dan bensin, tali sepatu dan sepatu.
- * elastisitas silang di antara dua barang atau lebih yang mempunyai hubungan komplementer adalah cukup berarti dan mempunyai tanda negatif.

Barang Konsumsi, Consumption goods

- = barang yang langsung dapat dipergunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup konsumen.

Barang Pribadi/Swasta, private goods

- = alat pemuas kebutuhan manusia yang pada umumnya mengenai masalah penyediaannya diserahkan sepenuhnya kepada sektor swasta melalui mekanisme pasar.
- * lawan 'barang pribadi' ialah 'barang publik'. (lihat BARANG PUBLIK).

Barang Produksi, public goods

- = alat pemuas kebutuhan manusia yang pada umumnya penyediannya dilakukan oleh pemerintah dengan pertimbangan bahwa untuk barang atau jasa tersebut, seperti misalnya jalan umum, jembatan, pelabuhan, keamanan, peradilan dan sebagainya, kalau masalah penyediaannya diserahkan kepada sektor swasta melalui mekanisme pasar, tingkat pemenuhan kebutuhan masyarakat akan barang tersebut tendensinya kurang memadai.
- * catatan : dalam buku ini perhatian kita hanya terbatas kepada barang pribadi atau 'private goods' saja, sedangkan teori mengenai 'barang publik' adalah di luar ruang lingkup buku ini.

BarangSubstitusi, substitute goods

- = dua barang konsumsi atau lebih yang dari segi konsumen dengan lainnya sebagai alat pemuas kebutuhan yang sama dapat saling menggantikan.
- * elastisitas silang antara yang substitusi cukup berarti dan mempunyai tanda positif.

Benda Bebas, free goods

- = alat pemuas kebutuhan manusia yang tersedianya dalam perekonomian jauh lebih besar daripada kebutuhan manusia yang dapat dipenuhi dengan menggunakan alat-alat pemuas kebutuhan tersebut.
- * semua benda bebas tidak mempunyai harga pasar/harga tukar.

Benda Ekonomi, economic goods

- = alat pemuas kebutuhan manusia, yang dapat berupa barang, jasa atau sumber daya, yang tersedianya dibandingkan dengan kebutuhan manusia yang dapat dipenuhi dengan menggunakan benda tersebut, relatif terbatas.
- * semua benda ekonomi menggunakan harga pasar/harta tukar.

Ceteris Paribus, other things being equal

- = 'asumsi ceteris paribus' merupakan asumsi yang mengandaikan semua faktor yang mempengaruhi nilai variabel-variabel eksogen tidak berubah, kecuali kalau secara kesplisit dinyatakan sebaliknya.

Ekonomi Makro, macroeconomics, teori ekonomi makro, macroeconomic theory, aggregate economic analysis.

- = bagian dari ilmu ekonomi yang khusus mempelajari mekanisme bekerjanya perekonomian sebagai suatu keseluruhan.

Ekonomi Mikro, microeconomics, teori ekonomi mikro, microeconomic theory, price theory (dalam artian yang luas).

= bagian dari ilmu ekonomi yang khusus mempelajari perilaku pelaku-pelaku ekonomi.

Ekulibrium, equalibrium

= keadaan di mana tidak dijumpai kecenderungan untuk berubah.

Ekulibrium Konsumen, consumer equilibrium

= pola kegiatan konsumsi seorang konsumen di mana tidak dijumpai adanya kecenderungan untuk berubah.

* keadaan ini dijumpai apabila dengan pendapatannya yang jumlahnya tertentu konsumen telah menemukan kombinasi konsumsi yang mendatangkan kepuasan maksimum baginya.

* dengan pendekatan kurva tak-acuh keadaan ini dicapai pada kombinasi barang konsumsi yang ditunjukkan oleh titik singgung kurva tak-acuh pada garis anggaran pengeluaran konsumen.

Ekulibrium Pasar, market equilibrium

= keadaan pasar di mana tidak dijumpai adanya kecenderungan perubahan harga atau perubahan kuantitas barang atau jasa yang diperjual-belikan.

* keadaan seperti ini terjadi pada harga pasar dan kuantitas seperti yang ditunjukkan oleh titik potong kurva permintaan pasar dengan kurva penawaran pasar.

Ekulibrium Yang Tidak Stabil, unstable equilibrium

= (dalam teori konsumen) keadaan pola kegiatan konsumsi seorang konsumen di mana dengan penghasilannya yang tertentu konsumen menemukan lebih dari satu kombinasi barang konsumsi yang mendatangkan tingkat kepuasan maksimum.

* keadaan ini dijumpai misalnya dalam kasus pengkonsumsian dua barang yang mempunyai hubungan substitusi sempurna di mana garis anggaran pengeluarannya berimpit dengan garis kurva tak-acuh yang dimilikinya.

Elastik, elastic

= angka elastisitas permintaan atau penawaran yang nilainya sebesar tidak terhitung.

* kurva permintaan atau kurva penawaran yang berbentuk garis lurus dan sejajar dengan sumbu kuantitas adalah elastik sempurna.

Elastisitas, elasticity

= salah satu macam tolok ukur untuk mengukur derajat intensitas hubungan sebab-akibat antar variabel yang satu dengan variabel yang lain.

* rumus umum elastisitas :

$$E = \frac{\Delta V_t / V_t}{\Delta V_b / V_b}$$

di mana : E : koefisien atau angka elastisitas
 Vt : nilai variabel tergantung
 Vb : nilai variabel bebas.

Elastisitas Harga Kurva Penawaran, price elasticity of supply

- = derajat intensitas reaksi produsen dalam bentuk perubahan jumlah barang yang ditawarkan terhadap perubahan harga satuan barang tersebut.

Elastisitas Harga Kurva Permintaan, price elasticity of demand

- = derajat intensitas reaksi produsen dalam bentuk perubahan jumlah barang yang diminta terhadap perubahan harga satuan barang tersebut.
- * rumus dasar elastisitas harga

$$E_h = \frac{\Delta Z/Z}{\Delta H_z/H_z}$$

di mana : E_h : elastisitas harga
 Z : jumlah barang Z yang diminta
 H_z : harga satuan barang Z.

Elastisitas Jarak, arch elasticity

- = angka elastisitas yang data untuk menurunkan diambil dari dua titik kedudukan yang berjauhan pada sebuah kurva permintaan atau sebuah kurva penawaran.

Elastisitas Pendapatan Kurva Permintaan, income elasticity of demand

- = derajat intensitas reaksi pembeli/konsumen dalam bentuk perubahan jumlah barang yang diminta terhadap perubahan harga satuan barang tersebut.
- * untuk pasangan barang yang mempunyai hubungan komplementer, elastisitas silangnya bertanda negatif. Sebaliknya untuk pasangan barang yang mempunyai sifat substitusi angka elastisitas silangnya bertanda positif.

Elastisitas Titik, point elasticity

- = angka elastisitas yang data untuk menurunkan berasal dari satu titik kedudukan pada sebuah kurva permintaan atau sebuah kurva penawaran.

Elastisitas Tunggal, unitary elasticity

- = angka elastisitas permintaan atau penawaran yang nilai absolutnya sama dengan satu.

Fungsi Permintaan, demand function

- = persamaan fungsi yang menunjukkan hubungan antara jumlah-jumlah suatu barang per satuan waktu yang seorang konsumen atau sekelompok konsumen ingin dan sanggup untuk membelinya pada berbagai kemungkinan nilai daripada satu variabel penentu atau lebih di mana paling sedikit satu variabel penentunya bukan variabel harga satuan barang tersebut.

Guna Batas, marginal utility, kepuasan batas

- = jumlah tambahan kepuasan total sebagai akibat daripada bertambahnya satu unit barang yang sama yang dikonsumsi.

Garis Depan Atribut, efficiency frontier

- = Kurva yang menunjukkan berbagai kombinasi atribut yang seorang konsumen yang maksimum dapat diperolehnya dari masing-masing alternatif pemenuhan suatu jenis kebutuhan.

Garis Kombinasi Atribut

- = Garis yang menunjukkan kombinasi atribut yang dihasilkan dari berbagai kemungkinan pengkonsumsian barang atau jasa untuk memenuhi suatu jenis kebutuhan.

Guna Ordinal, ordinal utility

- = guna atau tingkat kepuasan tidak dapat diukur akan tetapi dapat diperbandingkan.

Guna Rata-rata, average utility

- = hasil bagi kepuasan total dengan jumlah satuan barang yang dikonsumsi.

Guna Total, kepuasan total, total utility

- = jumlah seluruh kepuasan atau guna yang diperoleh seorang konsumen dari pengkonsumsian sejumlah satuan barang yang sama.

Hubungan Substitusi

- = hubungan antara dua barang konsumsi dengan tingkat substitusi batas yang tingginya tetap.
- * contoh pasangan barang yang mempunyai hubungan substitusi sempurna ialah film berisi 24 gambar dan film berisi 36 gambar.
- * kurva tak-acuh sepasang barang yang mempunyai hubungan substitusi sempurna berbentuk garis lurus.

Hukum Ekonomi, economic law, kesimpulan teoritik, economic principle

- = keajegan perilaku ekonomi pelaku-pelaku ekonomi atau keajegan hubungan sebab akibat antara variabel-variabel ekonomi.

Hukum Guna Batas Yang Semakin menurun, the law of diminishing marginal utility, hukum Gossen I

- = hukum ekonomi yang menyebutkan bahwa semakin banyak jumlah suatu barang dikonsumsi oleh seorang konsumen, mulai tingkat konsumsi tertentu akan semakin rendah besarnya tambahan kepuasan yang diperoleh konsumen dari tambahan satuan barang yang sama yang dikonsumsi.

Hukum Kesamaan Marginal, equimarginal principle, hukum Gossen II

- = hukum ekonomi yang menyebutkan bahwa konsumen akan memperoleh jumlah

kepuasan yang maksimal dari penggunaan alat pemuas kebutuhan yang tertentu jumlahnya apabila konsumen berhasil menyamakan guna batas semua satuan terakhir alat-alat pemuas kebutuhan tersebut dari setiap macam pemenuhan kebutuhannya.

Hukum Penawaran, the law of supply

- = hukum ekonomi yang menyebutkan bahwa semakin tinggi harga suatu barang semakin banyak kuantitas barang tersebut yang ditawarkan oleh seorang produsen atau oleh seluruh produsen yang ada dalam masyarakat.

Hukum Permintaan, the law of demand

- = hukum ekonomi yang menyebutkan bahwa semakin rendah harga suatu barang semakin banyak barang tersebut diminta oleh seorang konsumen atau oleh masyarakat.

Ilmu Ekonomi, economics

- = ilmu yang mempelajari bagaimana manusia dalam usaha memenuhi kebutuhannya mengadakan pemilihan di antara berbagai alternatif pemakaian atas alat-alat pemuas kebutuhan yang tersedianya relatif terbatas.

Inelastik, inelastic

- = angka elastisitas permintaan atau penawaran yang nilainya sebesar nol.
- * kurva permintaan atau kurva penawaran yang berbentuk garis lurus dan sejajar dengan sumbu harga dikatakan inelastik sempurna.

Jasa, Sercie

- = alat pemuas kebutuhan manusia yang tidak berwujud
- * dalam buku ini hampir semua uraian yang berlaku untuk 'barang' berlaku pula untuk 'jasa'. Oleh karena itu, dengan tujuan untuk memperpendek kalimat, dalam buku ini penggunaan sebutan 'barang' selalu diartikan 'barang dan atau jasa'.

Kegiatan Ekonomi, economic activity

- = perbuatan manusia yang baik secara langsung maupun secara tidak langsung menyangkut penggunaan benda-benda ekonomi.
- * yang dapat dikategorikan sebagai kegiatan ekonomi antara lain ialah : kegiatan produksi, kegiatan konsumsi, kegiatan investasi dan kegiatan distribusi.

Komplementer Sempurna, pasangan barang komplementer sempurna

- = dua barang atau lebih yang tinggi substitusi batasnya di antara barang-barang tersebut sebesar nol.
- * bentuk kurva tak-acuh seorang konsumen untuk dua buah barang yang mempunyai hubungan komplementer sempurna berupa dua buah garis lurus yang masing-masing sejajar dengan sumbu kuantitasnya masing-masing dan juga membentuk sudut tegak lurus.

- * contoh pasangan barang komplementer sempurna ialah sepatu kanan dan sepatu kiri.

Konsumsi, consumption

- = 'kegiatan konsumsi' adalah kegiatan ekonomi yang berupa memakai atau menggunakan barang atau jasa konsumsi dengan tujuan terpenuhinya kebutuhan hidup mereka.

Kurva Engel, Engel curve

- = kurva yang menunjukkan jumlah-jumlah barang atau jasa konsumsi per satuan waktu yang seorang konsumen ingin dan sanggup untuk membelinya pada berbagai kemungkinan penghasilan yang diperolehnya.

Kurva Konsumsi-Harga, price-consumption curve

- = kurva yang menghubungkan titik-titik ekuilibrium konsumen pada medan tak-acuh seorang konsumen pada berbagai kemungkinan harga satuan barang tersebut.

Kurva Konsumsi Pendapatan, income-consumption curve

- = kurva yang menghubungkan titik-titik ekuilibrium konsumen pada berbagai pendapatan konsumen yang digambarkan pada medan tak-acuh konsumen.

Kurva Penawaran Berbentuk Normal

- = kurva penawaran akan suatu barang yang sejalan dengan 'hukum penawaran', yaitu semakin tinggi harga satuan barang bersangkutan semakin besar kuantitas barang yang seorang produsen atau sekelompok atau seluruh produsen ingin dan sanggup untuk menghasilkan dan menjualnya.

Kurva Permintaan Berbentuk Normal

- = kurva permintaan akan suatu barang yang bentuknya sejalan dengan 'hukum permintaan', yaitu semakin rendah harga satuan barang, semakin besar kuantitas barang tersebut yang seorang konsumen atau masyarakat ingin membelinya.

Kurva Tak-Acuh, indifference curve

- = kurva yang menghubungkan berbagai kemungkinan kombinasi dua barang atau lebih yang memberikan tingkat kepuasan yang sama bagi seorang konsumen yang mengkonsumsinya.

Lancaster, Kelvin Lancaster

- = Penemu teori konsumen dengan pendekatan atribut. Lihat 'atribut'

Medan-Tak-Acuh, indifference map, consumer's indifference system

- = sebuah kuadran atau bidang di mana termuat rangkaian kurva-kurva tak-acuh seorang konsumen.

Mobilitas, mobility

- = sifat mudah bergerak menyesuaikan diri dengan keadaan.
- * contoh : sumber daya manusia dinyatakan mempunyai mobilitas yang tinggi apabila sumber daya tersebut mudah dipindahkan secara geografis dari daerah satu ke daerah lain, atau secara fungsional dari satu macam pekerjaan ke macam pekerjaan yang lain.

Pasar Kompetitif, competitive market

- = bentuk pasar di mana baik jumlah pembeli maupun jumlah penjualnya adalah sedemikian banyak sehingga tidak seorang pembeli ataupun seorang produsen dapat mempengaruhi harga pasar barang tersebut.

Pasar Persaingan Murni, pure competition

- = suatu bentuk pasar kompetitif di mana dipenuhi syarat : (1) banyak pembeli, (2) banyak penjual, (3) barang yang dijual-belikan homogen, (4) bebas keluar-masuk industry (5) sumber daya mempunyai mobilitas yang tinggi.

Pasar Persaingan Sempurna, perfect competition

- = suatu bentuk pasar kompetitif di mana di samping syarat-syarat untuk pasar persaingan murni semuanya dipenuhi, syarat tambahan berupa dimilikinya 'pengetahuan sempurna' baik oleh para pembeli maupun juga oleh para penjual harus pula dipenuhi. (Lihat PASAR PERSAINGAN MURNI).

Penawaran, kurva penawaran, garis penawaran, skedul penawaran, tabel penawaran, supply curve, supply schedule

- = kurva/garis/tabel yang menunjukkan hubungan antara jumlah-jumlah suatu barang per satuan waktu yang seorang produsen atau sekelompok produsen ingin dan sanggup untuk memproduksi dan menjualnya pada berbagai kemungkinan harga satuan barang tersebut.

Penawaran Individual, kurva penawaran individual, individual firm's supply curve

- = kurva yang menunjukkan hubungan antara jumlah-jumlah suatu barang per satuan waktu yang seorang produsen ingin dan sanggup untuk menjualnya pada berbagai kemungkinan harga satuan barang tersebut.

Penawaran Kolektif, kurva penawaran kolektif, collective supply curve

- = kurva yang merupakan gabungan antara dua atau lebih kurva penawaran individual.
- * kurva penawaran pasar merupakan salah satu bentuk kurva penawaran kolektif.

Penawaran Pasar, kurva penawaran pasar, market demand curve

- = kurva yang menunjukkan hubungan antara jumlah-jumlah suatu barang yang semua produsen yang terjangkau dalam suatu pasar ingin dan sanggup untuk menghasilkan dan menjualnya pada berbagai kemungkinan harga satuan barang tersebut.
- * kurva penawaran pasar merupakan hasil penjumlahan secara horisontal/dari segi

kuantitasnya dari semua kurva penawaran produsen individual yang terjangkau oleh pasar barang tersebut.

Pengaruh Harga, price effect.

- = dalam analisis perilaku konsumen, 'pengaruh harga' merupakan pengaruh total perubahan harga suatu barang terhadap pengkonsumsian barang dari seorang konsumen dengan pendapatan nominal yang tetap yang digambarkan pada medan tak-acuh yang dimilikinya.
- * pengaruh harga berbentuk dari dua unsur, yaitu unsur pengaruh pendapatan dan unsur pengaruh substitusi.
- * ada dua macam penjabaran pengaruh 'harga total', yaitu : (a) penjabaran Hicks, dan (b) penjabaran Slutsky.

Pengaruh Harga Dengan Penjabaran Hicks,

- = penjabaran pengaruh harga ke dalam unsur pengaruh pendapatan dan pengaruh substitusi di mana perubahan kombinasi barang-barang konsumsi di sepanjang kurva tak-acuh yang sama dianggap tidak ada perubahan dalam pendapatan nyata.

Pengaruh Harga Dengan Penjabaran Slutsky

- = penjabaran pengaruh harga ke dalam unsur pengaruh pendapatan dan unsur pengaruh substitusi yang menggunakan anggapan dasar bahwa pendapatan nyata konsumen dianggap tidak berubah apabila kombinasi barang konsumsi yang diambil konsumen sebelumnya terjadi perubahan harga, tidak mengalami perubahan.

Pengaruh Pendapatan, income effect

- = perubahan kuantitas suatu barang yang diminta oleh seorang konsumen sebagai akibat daripada berubahnya pendapatan nyata konsumen.

Pendapatan Pendapatan Perubahan Harga.

- = perubahan kuantitas suatu barang yang diminta oleh seorang konsumen sebagai akibat daripada berubahnya pendapatan nyata konsumen, di mana perubahan pendapatan konsumen tersebut merupakan akibat daripada berubahnya harga barang tadi dengan memperhitungkan bahwa harga relatif barang tersebut tidak mengalami perubahan.

Pengaruh Substitusi, substitution effect

- = perubahan kuantitas, suatu barang yang diminta oleh konsumen sebagai akibat berubahnya harga relatif barang pada tingkat pendapatan nominal yang sama.

Permintaan, kurva permintaan, garis permintaan, tabel permintaan, skedul permintaan, demand curve, demand schedule

- = kurva/baris/tabel yang menunjukkan hubungan antara jumlah-jumlah suatu barang yang seorang konsumen atau masyarakat ingin dan sanggup untuk membelinya per satuan waktu pada berbagai kemungkinan harga satuan barang tersebut.

- * 'kurva permintaan' tidak sama dengan 'fungsi permintaan'. Untuk 'fungsi permintaan' lihat FUNGSI PERMINTAAN.

Permintaan Individual, kurva permintaan konsumen individual, individual consumer's demand curve

- = kurva yang menunjukkan hubungan antara berbagai jumlah suatu barang per satuan waktu yang seorang konsumen ingin dan sanggup membelinya pada berbagai kemungkinan harga satuan barang tersebut.

Permintaan Kolektif, kurva permintaan kolektif, collective demand curve

- = kurva yang merupakan gabungan antara dua atau lebih kurva permintaan individual.
- * kurva permintaan pasar merupakan salah satu bentuk kurva permintaan kolektif.

Permintaan Pasar, kurva permintaan pasar, market demand curve

- = kurva yang menunjukkan hubungan antara jumlah-jumlah suatu barang atau jasa per satuan waktu yang masyarakat ingin dan sanggup membelinya pada berbagai kemungkinan harga satuan barang tersebut.
- * 'kurva permintaan pasar' merupakan hasil penjumlahan semua kurva permintaan konsumen individual akan barang yang sama yang terjangkau oleh pasar barang tersebut.
- * untuk barang pribadi atau 'private goods', penjumlahan yang dimaksud di atas ialah penjumlahan kuantitasnya dan bukan penjumlahan harganya.
- * untuk barang publik adalah sebaliknya; yang dijumlahkan bukan kuantitasnya, akan tetapi harganya. (Akan tetapi pembicaraan tentang barang publik adalah di luar ruang-lingkup buku ini).

Produksi, production

- = 'kegiatan produksi' ialah kegiatan ekonomi yang bertujuan untuk menciptakan atau meningkatkan nilai ekonomi alat pemuas kebutuhan manusia dengan jalan mengkombinasikan berbagai sumber daya sesuai dengan hasil produksi yang ingin dihasilkan.
- * nilai ekonomi yang dihasilkan oleh kegiatan produksi dapat berupa : (a) guna bentuk atau form utility, (b) guna waktu atau time utility, (c) guna tempat atau place utility dan (e) guna milik atau possession utility.

Rasionalitas, rationality

- = 'asumsi rasionalitas' merupakan asumsi yang mengendalikan semua pelaku ekonomi bersikap rasional.
- * asumsi ini dalam teori konsumen terjelma dalam pengendalian konsumen senantiasa berusaha memaksimumkan kepuasan.
- * asumsi ini dalam teori produsen terjelma dalam pengandaian produsen senantiasa berusaha memaksimumkan keuntungan.

Sakep, util

- * 'sakep' merupakan singkatan 'satuan kepuasan', yang dalam buku ini dipakai sebagai satuan untuk mengukur kepuasan, seperti halnya dengan 'util' dalam literatur ekonomi berbahasa Inggris. Kepuasan sendiri sebetulnya tidak dapat diukur.

Tabel Anggaran Konsumen, consumer's budget table

- = garis anggaran yang disusun dalam bentuk tabel (lihat GARIS ANGGARAN KONSUMEN).

Teori Badan Usaha, theory of the firm

- = bagian dari ekonomi mikro yang khusus mempelajari perilaku rumah tangga perusahaan.

Teori Distribusi Pendapatan, income distribution theory, theory of resource allocation

- = bagian dari ekonomi mikro yang khusus mempelajari perilaku pemilik, pemakai dan harga pasar sumber-sumber daya.

Teori Harga, price theory (dalam artian yang sempit)

- = bagian dari ekonomi mikro yang khusus mempelajari perilaku harga pasar barang-barang dan jasa.

Teori Konsumen, consumer theory

- = bagian dari ekonomi mikro yang khusus mempelajari perilaku ekonomi rumah tangga konsumen.

Tingkat Substitusi Batas, marginal rate of substitution

- = angka yang menunjukkan perbandingan antara perubahan jumlah barang konsumsi yang satu dengan perubahan jumlah konsumsi barang konsumsi yang lain yang dibutuhkan agar supaya kepuasan total yang diperoleh konsumen tidak mengalami perubahan.

Titik Jenuh Konsumsi, saturation point of consumption

- = tingkat konsumsi suatu barang atau jasa seorang konsumen yang telah mencapai kepuasan total tertinggi.
- * titik jenuh konsumsi tercapai pada tingkat konsumsi dengan guna batas sebesar nol. Apabila titik jenuh ini dilampaui maka kepuasan total yang diperoleh konsumen akan menurun.

KUNCI JAWABAN :

- | | |
|-------|-------|
| 1. C | 11. d |
| 2. b | 12. c |
| 3. c | 13. c |
| 4. c | 14. d |
| 5. c | 15. d |
| 6. b | 16. d |
| 7. c | 17. b |
| 8. d | 18. a |
| 9. a | 19. c |
| 10. c | 20. a |