

**MODUL PERKULIAHAN
PENGANTAR EKONOMI**



**Disusun Oleh
Lingga Yuliana (0304078901)**

**Universitas Paramadina
September 2021**

Bab 1 Ilmu Ekonomi

Kata ekonomi pertama kali digunakan oleh Xenophone, seorang ahli filsafat Yunani. Istilah ekonomi bersal dari suku kata Yunani yaitu : OIKOS dan NOMOS yang artinya pengaturan rumah tangga. Dengan demikian, secara sederhana ekonomi dapat diartikan sebagai kaidah-kaidah, aturan-aturan, cara pengelolaan rumah tangga. Sedangkan ilmu yang mempelajari bagaimana tiap rumah tangga atau masyarakat mengelola sumber daya yang mereka miliki untuk memenuhi kebutuhan mereka disebut ilmu ekonomi. Definisi ilmu ekonomi dijabarkan oleh beberapa ahli, diantaranya:

1. Ilmu ekonomi adalah ilmu pengetahuan yang membahas tentang kegiatan pokok perekonomian, yaitu produksi, distribusi dan konsumsi (Mel Vilye J Ulmer).
2. Ilmu ekonomi adakah cabang ilmu atau studi pengetahuan yang mempelajari setiap usaha manusia untuk tercapainya suatu kemakmuran (J. Van Zwijnregt).
3. Ilmu ekonomi merupakan salah satu cabang ilmu atau studi yang menjelaskan tentang bagaimana menentukan keputusan yang efektif dalam mengelola sumber daya yang ada dalam rangka memenuhi kebutuhan individu/masyarakat (Amwal).
4. Ilmu ekonomi adalah ilmu praktis tentang produksi dan distribusi kekayaan (John Stuart Mill).
5. Ilmu ekonomi merupakan suatu ilmu yang mempelajari masyarakat dalam usahanya untuk mencapai kemakmuran (kemakmuran suatu keadaan dimana manusia dapat memenuhi kebutuhannya, baik yang berupa barang-barang maupun jasa) (M. Manullang).

6. Ilmu ekonomi merupakan ilmu secara sistematis mempelajari tingkah laku manusia dalam usahanya untuk mengalokasikan sumber - sumber daya yang terbatas guna mencapai tujuan tertentu (Adam Smith).

Masalah Ekonomi

Sebagaimana dikemukakan pada persepsi pada bab ini, kebutuhan hidup manusia itu banyak dan beraneka ragam dan bertambah terus. Satu kebutuhan manusia terpenuhi maka akan muncul kebutuhan kedua, kebutuhan kedua terpenuhi akan muncul kebutuhan ketiga dan seterusnya seperti tidak pernah ada habisnya. Disisi lain jika kita amati alam tidaklah royal memeberikan apa yang kita butuhkan. Barang dan jasa sebagai alat pemuas kebutuhan jumlahnya terbatas, langka dan untuk memperolehnya diperlukan pengorbanan. Coba pikirkan kenapa emas lebih bernilai daripada air dan udara? Karena untuk memeperoleh emas diperlukan waktu, biaya dan tenaga yang lebih banyak dibandingkan untuk memperoleh air dan udara. Kenyataan itulah yang akhirnya menimbulkan persoalan dan masalah bagi manusia, — Bagaimana manusia dapat memenuhi kebutuhan yang banyak dan beraneka ragam dihadapkan pada alat pemuas kebutuhan yang terbatas.

Penggolongan Ilmu Ekonomi

Ilmu ekonomi terbagi menjadi dua, antara lain:

1. Ekonomi mikro

Mempelajari tentang perilaku pelaku ekonomi sebagai pengambil keputusan secara individual. Pelaku ekonomi yang dimaksud adalah konsumen dan produsen. Ekonomi mikro membantu pengambil keputusan dalam memahami perilaku konsumen sehingga dapat diambil langkah yang tepat dalam pembuatan keputusan menciptakan produk baru, misalnya. Seperti telah diketahui, ekonomi teori berkaitan dengan hubungan antar variabel. Variabel yang dibahas dalam ekonomi makro adalah variabel-variabel agregat, yaitu variabel yang berkaitan dengan kondisi keseluruhan suatu perekonomian. Sebagai contoh adalah variabel tingkat produksi nasional

yang menunjukkan total produksi barang dan jasa yang dihasilkan oleh seluruh penduduk di suatu negara selama satu periode tertentu (biasanya satu tahun). Sedangkan variabel yang menjadi pokok bahasan ekonomi mikro adalah variabel yang menggambarkan kondisi dalam suatu organisasi. Variabel tingkat produksi yang dihasilkan oleh suatu perusahaan pada satu tahun merupakan contoh variabel dalam konteks mikro.

2. Ekonomi makro

Mempelajari tentang output, konsumsi, investasi, tenaga kerja, dan harga secara keseluruhan (agregat) dalam sebuah perekonomian. Ekonomi makro membantu memberi pemahaman kepada pengambil keputusan atas kondisi ekonomi makro di luar organisasi dan dampaknya pada keputusan organisasi. Indikator kondisi ekonomi makro seperti tingkat inflasi, tingkat pengangguran, tingkat bunga, dan tingkat permintaan agregat dapat membantu pengambilan keputusan manajerial yang tepat. Misal, pada saat tingkat bunga pinjaman tinggi, pengambil keputusan di dalam perusahaan sebaiknya tidak menambah modal dari pinjaman bank. Atau, bila tingkat pengangguran tinggi, pengambil keputusan yang terkait di tingkat pemerintah dapat mengalokasikan anggarannya untuk program penciptaan lapangan kerja.

Pelaku Ekonomi

Pada hakikatnya di dalam masyarakat terdapat tiga kelompok pelaku ekonomi, yaitu (1) perorangan yang tergabung dalam rumah tangga keluarga, (2) perusahaan atau rumah tangga produksi, dan (3) pemerintah atau rumah tangga negara.

Bab 2 Barang Ekonomi

Dalam kegiatan perekonomian, *output* dari kegiatan produksi terbagi menjadi dua yaitu barang dan jasa. Berikut ini merupakan penjabaran dari beberapa jenis barang yang ada dalam ilmu ekonomi.

1. Barang Ekonomi

- Memiliki nilai ekonomi
- Memerlukan pengorbanan dalam memperoleh barang tersebut
- Umumnya merupakan barang yang menjadi kebutuhan
- Pangan, pakaian, tempat tinggal, jasa dokter, kendaraan, pendidikan.

2. Barang Bebas

- Barang yang ada disekitar kita
- Tidak memerlukan pengorbanan dalam memperoleh barang tersebut
- Umumnya merupakan barang yang menjadi kebutuhan
- Jumlahnya banyak dan tidak terbatas
- Oksigen, sinar matahari, air hujan, embun.

3. Barang Langka

- Barang yang jarang ditemui secara umum
- Memerlukan pengorbanan dalam memperoleh barang tersebut
- Barang kebutuhan maupun keinginan
- Jumlahnya sangat sedikit
- Produk Limited Edition, Perangko, Piringan Hitam.

4. Barang Primer

- Barang yang banyak ditemui secara umum
- Memerlukan pengorbanan dalam memperoleh barang tersebut
- Merupakan barang kebutuhan pokok manusia
- Jumlahnya sangat banyak
- Makanan, minuman, pakaian, tempat tinggal

5. Barang Sekunder

- Barang yang banyak ditemui secara umum
- Memerlukan pengorbanan dalam memperoleh barang tersebut
- Barang kebutuhan maupun keinginan
- Jumlahnya sangat banyak
- Pendidikan, hiburan, kesehatan

6. Barang Tersier

- Barang yang banyak ditemui secara umum
- Memerlukan pengorbanan dalam memperoleh barang tersebut
- Barang kebutuhan maupun keinginan
- Jumlahnya sangat banyak
- Barang mewah (produk branded, pelayanan kelas menengah keatas, liburan ke destinasi wisata berkelas)

7. Barang Substitusi

- Merupakan barang pengganti baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang
- Barang yang banyak ditemui secara umum
- Memerlukan pengorbanan dalam memperoleh barang tersebut
- Barang kebutuhan maupun keinginan
- Jumlahnya sangat banyak
- Kopi diganti teh, Nasi diganti kentang, Roti diganti sereal, mie diganti shirataki, high heels diganti sepatu wedges, t shirt diganti kemeja, dsb

8. Barang Komplemen

- Merupakan barang pelengkap dari barang yang telah dimiliki
- Barang yang banyak ditemui secara umum
- Memerlukan pengorbanan dalam memperoleh barang tersebut
- Barang kebutuhan maupun keinginan
- Jumlahnya sangat banyak
- Kopi dengan susu, teh dengan madu, Celana dengan ikat pinggang, masker dengan chain mask, sepatu dengan kaus kaki.

Bab 3 Permintaan dan Penawaran

Permintaan

Permintaan adalah hubungan antara kuantitas komoditi ekonomis yang akan dibeli oleh semua konsumen pada suatu pasar dengan nilai berbagai faktor yang mempengaruhi pembelian komoditi tersebut. Faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian suatu komoditi antara lain adalah harga barang itu sendiri, harga barang substitusi, harga barang komplementer, pendapatan, selera, ekspektasi harga di masa datang, iklan, musim, dan lain sebagainya.

Permintaan sendiri ditentukan oleh :

1. Harga barang itu sendiri
Kecenderungan seorang konsumen akan melakukan pembelian saat harga produk dalam kondisi murah.
2. Harga barang lain yang berkaitan erat dengan barang tersebut
Konsumen akan membandingkan harga produk satu dengan yang lain sebelum keputusan pembelian dilakukan.
3. Pendapatan rumah tangga dan pendapatan rata-rata masyarakat
Pembelian dilakukan berdasarkan pendapatan yang dimiliki masyarakat untuk mencukupi kebutuhan rumah tangga.
4. Corak distribusi pendapatan dalam masyarakat
Tidak dapat dipungkiri bahwa setiap wilayah memiliki UMR berbeda. Semakin tinggi UMR, maka konsumsi masyarakat suatu wilayah cenderung tinggi.
5. Cita rasa masyarakat
Seiring dengan hadirnya tren produk dan jasa dalam lingkup masyarakat, akan menciptakan permintaan akan produk tersebut baik dalam musiman atau berlangsung jangka panjang.
6. Jumlah penduduk
Semakin tinggi jumlah penduduk dalam suatu wilayah, maka kebutuhan akan produk dan jasa juga tinggi dan berlaku sebaliknya.

7. Ramalan mengenai keadaan di masa yang akan datang

Apabila ada prediksi (langkanya produk, kenaikan harga produk) maka masyarakat cenderung akan mengamankan pasokan produk dengan melakukan pembelian saat harga normal.

Hukum Permintaan

Dalam hukum permintaan dijelaskan sifat hubungan antara permintaan suatu barang dengan tingkat harganya.

“Semakin rendah harga suatu barang maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya semakin tinggi harga suatu barang maka makin sedikit permintaan terhadap barang tersebut”

Alasan:

Kenaikan harga menyebabkan para pembeli mencari barang lain yang digunakan sebagai pengganti. Kenaikan harga menyebabkan pendapatan riil berkurang.

Hubungan antara kuantitas dan harga diilustrasikan pada gambar 2 berikut ini.

Permintaan Terhadap Buku Tulis pada Berbagai Tingkat Harga

Keadaan	Harga (rupiah)	Jumlah yang diminta (Unit)
P	5000	200
Q	4000	400
R	3000	600
S	2000	900
T	1000	1300

Pada studi kasus di Gambar 2, terdapat permintaan produk buku tulis. Pada harga terendah (1000), permintaan buku tulis berada pada posisi 1300 unit. Namun, jika

dibandingkan saat harga naik menjadi 2000, permintaan menunjukkan penurunan sebesar 900. Hal ini menggambarkan hukum dari permintaan itu sendiri. Apabila diilustrasikan dalam bentuk kurva, maka tersaji pada Gambar berikut ini.

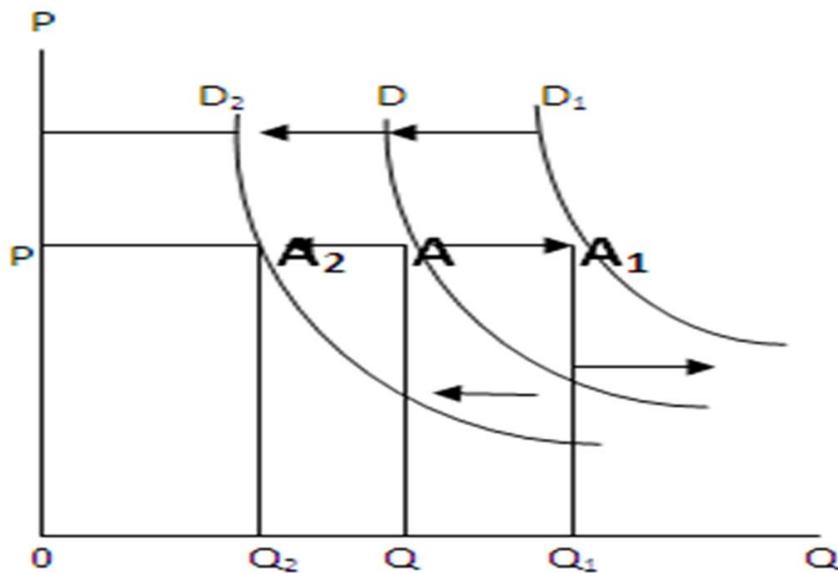


Berdasarkan hukum permintaan, maka dapat disimpulkan bahwa terjadi korelasi negatif antara harga dan kuantitas.

Pergeseran Kurva Permintaan

Pergerakan sepanjang kurva permintaan terjadi bila yang berubah adalah faktor harga komoditi tersebut. Apa yang terjadi bila yang berubah adalah faktor lain selain harga? Bila yang berubah adalah faktor-faktor lain selain harga komoditi, maka akan terjadi pergeseran kurva permintaan, baik ke atas maupun ke bawah. Sebagai contoh, terjadi kenaikan pendapatan yang dapat dibelanjakan (*disposable income*) sebagai akibat turunnya pajak penghasilan akan menyebabkan kuantitas yang dapat dibeli oleh konsumen akan menjadi lebih banyak.

Pergeseran kurva permintaan diilustrasikan pada gambar berikut



Fungsi Permintaan

Fungsi permintaan yang dibahas di atas menyatakan hubungan antara harga dan kuantitas yang diminta pada suatu periode waktu tertentu, sementara faktor-faktor lain yang mempengaruhi kuantitas yang diminta selain harga komoditi tersebut dianggap tetap atau tidak berubah (asumsi *ceteris paribus*), walaupun sebenarnya faktor-faktor lain tersebut mungkin mempengaruhi bentuk dan posisi kurva permintaan seiring dengan berjalannya waktu. Dari sini dapat dikatakan bahwa kuantitas yang diminta merupakan fungsi dari sejumlah faktor disamping faktor harga, tetapi bahwa yang ditekankan hanyalah faktor harga daripada faktor lain. Penekanan ini mungkin sesuai untuk beberapa industri yang menghasilkan komoditi pasaran (*mass production*). Faktor-faktor ini hanya merupakan sebagian dari faktor yang mempengaruhi kuantitas yang diminta atas suatu komoditi. Suatu komoditi mungkin mempunyai faktor yang mempengaruhi yang berbeda dengan komoditi lain. Pengaruh dari faktor-faktor tersebut dapat menyebabkan pergerakan sepanjang kurva permintaan atau pergeseran kurva permintaan.

$$\frac{P - P_1}{P_2 - P_1} = \frac{Q - Q_1}{Q_2 - Q_1}$$

Fungsi Permintaan :

$$P = a - b_Q$$

Atau

$$Q = a - b_P$$

Keterangan:

P = Fungsi Harga

P_1 = Harga Awal

P_2 = Harga Terbaru

Q = Fungsi Kuantitas

Q_1 = Kuantitas Awal

Q_2 = Kuantitas Terbaru

a = konstanta (angka)

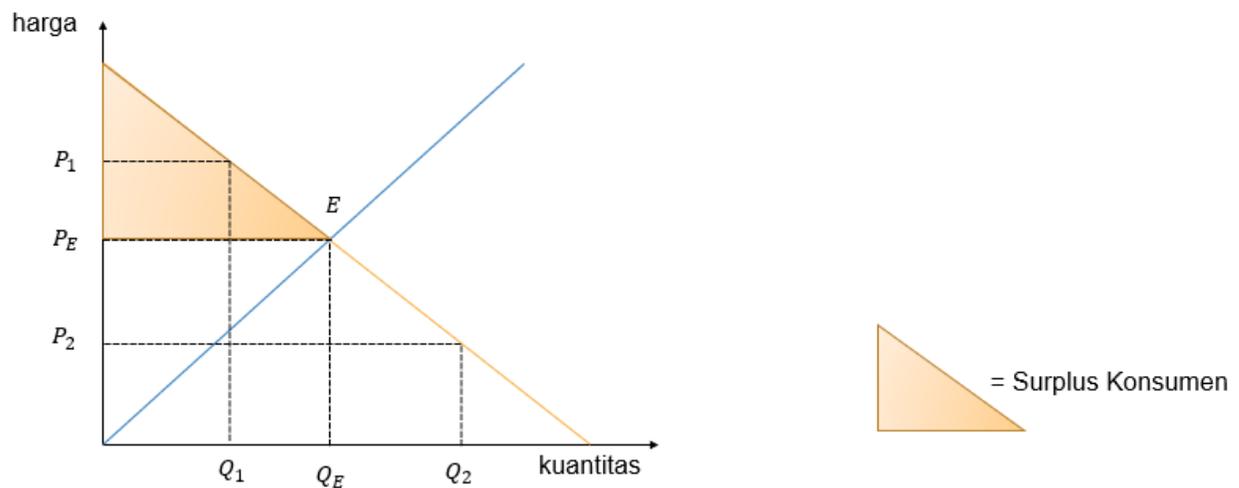
b = kemiringan (*slope*)

Teori permintaan memberikan pengetahuan kepada pihak manajemen tentang faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam menentukan kuantitas yang dibeli atas komoditi yang dihasilkan atau dijual perusahaan. Dengan pengetahuan ini, perusahaan dapat memperkirakan besarnya kuantitas yang diminta pada suatu

periode waktu tertentu yang akan dijadikan sebagai dasar dalam menetapkan tingkat produksi atau tingkat persediaan. Perusahaan juga dapat memprediksi permintaan di masa mendatang bila terjadi perubahan pada satu atau beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen dalam menentukan kuantitas yang diminta. Apabila diprediksi akan terjadi penurunan permintaan, maka perusahaan dapat melakukan tindakan antisipatif atau manipulatif yang dapat mendorong permintaan kembali ke atas, seperti meningkatkan iklan, memperkenalkan produk baru, memperbaiki kemasan, memberikan potongan harga, menambah jasa layanan, dan lain sebagainya.

Surplus Konsumen

Surplus konsumen adalah manfaat yang dicapai konsumen ketika mereka dapat membeli barang atau jasa dengan harga lebih rendah dari jumlah maksimum yang bersedia mereka bayarkan. Surplus konsumen disajikan pada gambar dibawah ini.



Surplus konsumen dapat diperhitungkan dengan formula:

$$\begin{aligned} \text{Surplus Konsumen} &= \left(\frac{1}{2}\right) \times Q_e \times \Delta P \\ &= \left(\frac{1}{2}\right) \times Q_e \times (P_{max} - P_e) \end{aligned}$$

Dimana:

Q_e = Kuantitas permintaan pada titik ekuilibrium, di mana permintaan dan penawaran adalah sama

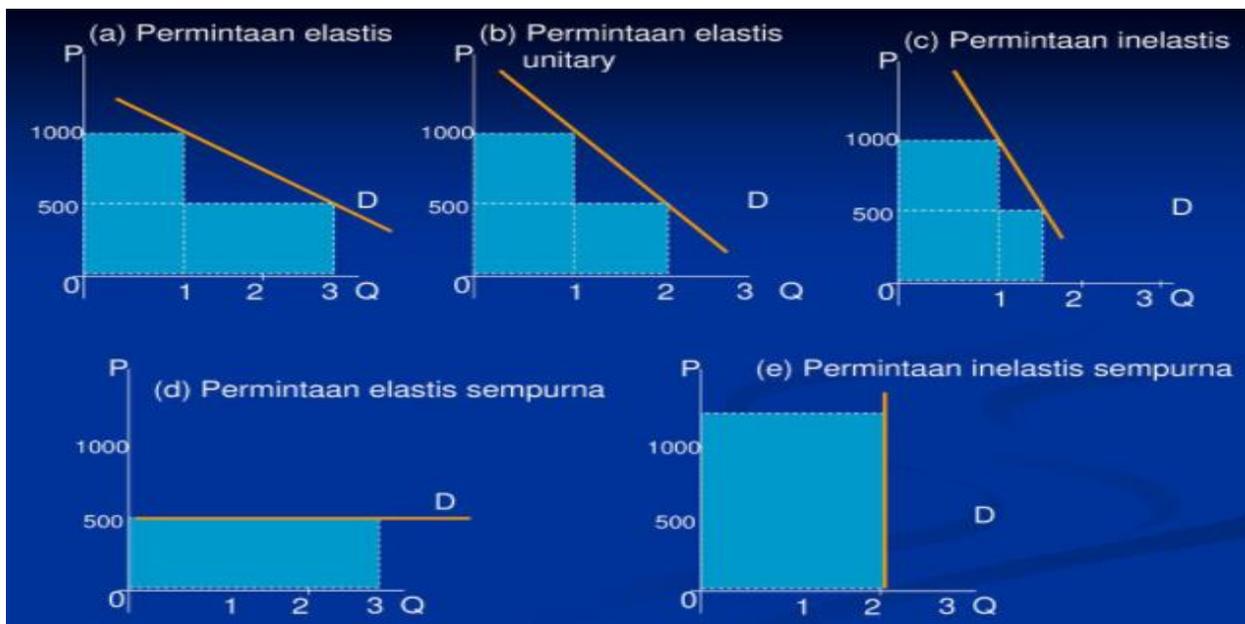
P_{max} = Harga yang bersedia dibayarkan konsumen

P_e = Harga pada ekuilibrium, di mana permintaan dan penawaran sama

Elastisitas Permintaan

Elastisitas permintaan adalah tingkat perubahan permintaan terhadap barang/jasa, yang diakibatkan adanya perubahan harga barang/jasa tersebut. Untuk mengukur besar/kecilnya tingkat perubahan tersebut, diukur dengan angka-angka yang disebut koefisien elastisitas permintaan yang dilambangkan dengan huruf ED (elasticity Demand). Elastisitas sendiri dikenal sebagai Persentase perubahan kuantitas yang diminta sebagai akibat dari perubahan nilai salah satu variable (harga) yang menentukan permintaan sebesar 1%. Apabila perubahan harga yang kecil menimbulkan perubahan yang besar terhadap jumlah barang yang diminta, sehingga barang sangat responsif terhadap perubahan harga maka dapat dikatakan elastis. Apabila perubahan harga yang besar tidak menimbulkan perubahan yang besar terhadap jumlah barang yang diminta sehingga barang tidak responsif terhadap perubahan harga maka dapat dikatakan tidak elastis.

Elastis permintaan terdiri dari lima jenis tersaji pada gambar berikut



1. Permintaan Elastis

$E > 1$, artinya perubahan harga diikuti jumlah permintaan dalam jumlah yang lebih besar.

Contoh : Barang Mewah

2. Elastis Uniter

Permintaan elastis uniter terjadi jika perubahan kuantitas sebanding dengan perubahan harga. $E = 1$, artinya perubahan harga diikuti oleh perubahan jumlah permintaan yang sama.

Contoh : Kebutuhan Sekunder

3. Inelastis

Permintaan in elastis terjadi jika perubahan harga kurang berpengaruh pada perubahan kuantitas. $E < 1$, artinya perubahan harga hanya diikuti perubahan jumlah yang diminta dalam jumlah yang relatif lebih kecil.

Contoh : Kebutuhan Primer

4. Elastis Sempurna

Permintaan elastis sempurna terjadi jika perubahan kuantitas tidak berpengaruh sama sekali terhadap perubahan harga. Kurvanya akan sejajar

dengan sumbu Q atau X. $E = \sim$, artinya bahwa perubahan harga tidak diakibatkan oleh naik turunnya jumlah permintaan.

Contoh : Bahan Bakar Minyak

5. Inelastis Sempurna

$E = 0$, artinya bahwa perubahan sama sekali tidak ada pengaruhnya terhadap jumlah kuantitas. Pada kurva in elastisitas sempurna, kurvanya akan sejajar dengan sumbu Y atau P.

Contoh : Tanah

Faktor yang menentukan elastisitas permintaan, antara lain:

1. Banyaknya Barang Pengganti yang tersedia

Bila suatu barang mempunyai banyak barang pengganti, permintaannya cenderung untuk bersifat elastis. Bila suatu barang cenderung tidak mempunyai banyak barang pengganti, permintaannya adalah tidak elastis.

2. Persentase pendapatan yang dibelanjakan

Semakin besar bagian pendapatan yang diperlukan untuk membeli sesuatu barang, semakin elastis permintaan terhadap barang tersebut

3. Jangka waktu Analisis

Semakin lama jangka waktu dimana permintaan itu dianalisis, semakin elastis sifat permintaan sesuatu barang.

Jenis Elastisitas Permintaan

1. Elastisitas Permintaan harga

Merupakan Nilai perbandingan antara persentasi perubahan jumlah diminta dengan persentasi perubahan harga. Koefisien elastisitas permintaan: suatu angka penunjuk yang menggambarkan sampai berapa besarkah perubahan jumlah barang yang diminta apabila dibandingkan dengan perubahan harga.

Untuk menentukan nilai dari elastisitas permintaan harga dapat dicari dengan:

$$E_D = \frac{\frac{Q_2 - Q_1}{Q_1}}{\frac{P_2 - P_1}{P_1}}$$

Dimana,

E_D = Elastisitas Permintaan

P_1 = Harga Awal

P_2 = Harga Terbaru

Q_1 = Kuantitas Awal

Q_2 = Kuantitas Terbaru

- $E_D > 1$ disebut elastis, artinya kuantitas yang diminta akan berubah lebih besar daripada perubahan harga.
- $E_D = 1$ disebut uniter, artinya perubahan kuantitas yang diminta sama besar dengan perubahan harga.
- $E_D < 1$ disebut inelastis, artinya kuantitas yang diminta akan berubah lebih kecil daripada perubahan harga.

2. Elastisitas Permintaan Pendapatan

Elastisitas pendapatan menunjukkan dampak perubahan pada pendapatan terhadap kuantitas yang diminta atas suatu komoditi. Elastisitas pendapatan adalah persentase perubahan kuantitas komoditi yang diminta karena perubahan pendapatan konsumen sebesar satu persen. Elastisitas pendapatan dapat diperoleh dengan cara:

$$E_I = \frac{\Delta Q}{\Delta I} \times \frac{I}{Q}$$

Dimana,

E_I = Elastisitas Pendapatan

I = Pendapatan

ΔI = Perubahan Pendapatan

Q = Kuantitas

ΔQ = Perubahan Kuantitas

Secara singkat, keterkaitan besarnya elastisitas pendapatan dan kelompok komoditi dapat dituliskan sebagai berikut:

- $E_I > 0$ (positif), komoditi merupakan barang normal
- E_I = positif mendekati nol, komoditi merupakan barang kebutuhan pokok
- E_I = positif sangat besar, komoditi merupakan barang mewah
- $E_I = 0$, komoditi merupakan barang independen terhadap pendapatan
- $E_I < 0$ (negatif), komoditi merupakan barang inferior

3. Elastisitas Permintaan Silang

Elastisitas silang terjadi karena yang mengalami perubahan sebenarnya adalah komoditi lain tetapi berdampak pada berubahnya permintaan suatu komoditi. Elastisitas silang adalah persentase perubahan kuantitas yang diminta atas komoditi X yang disebabkan karena perubahan harga komoditi Y sebesar satu persen. Dengan cara yang sama dengan elastisitas harga permintaan dan elastisitas pendapatan, besarnya elastisitas titik dan elastisitas busur silang adalah seperti di bawah ini.

$$E_{dx} = \left[\frac{\Delta Q_x}{\Delta P_y} \right] \cdot \left[\frac{P_y}{Q_x} \right]$$

E_{dx} = Elastisitas Permintaan Silang

P_y = Harga barang y

ΔP_y = Perubahan harga barang y

Q_x = Kuantitas barang x

ΔQ_x = Perubahan kuantitas barang x

Berdasarkan uraian di atas, keterkaitan antara besarnya elastisitas silang dengan sifat hubungan antara komoditi X dan Y adalah sebagai berikut :

$E_{dx} > 0$ (positif), maka X dan Y bersifat saling substitusi

$E_{dx} = \text{nol}$, maka X dan Y bersifat saling independen

$E_{dx} < 0$ (negatif), maka X dan Y bersifat komplemen

4. Elastisitas Iklan

Salah satu konsep elastisitas yang dikembangkan dari ketiga konsep dasar elastisitas di atas adalah elastisitas iklan. Seperti telah diketahui bahwa iklan dapat mempengaruhi kuantitas yang dibeli atas suatu komoditi dan iklan digunakan oleh perusahaan untuk mempengaruhi konsumennya dalam membeli komoditi yang diproduksinya. Elastisitas iklan digunakan untuk mengukur responsivitas penjualan terhadap perubahan pengeluaran iklan. Walaupun konsep ini merupakan konsep elastisitas yang kurang umum, namun dapat memberi gambaran derajat kepekaan kuantitas yang dapat dijual bila pengeluaran iklan diubah. Atas dasar pengertian ini, elastisitas iklan dapat dirumuskan sebagai berikut ini

$$E_A = \frac{\Delta Q}{\Delta A} \times \frac{A}{Q}$$

Dimana,

E_A = Elastisitas Iklan

A = Iklan

ΔA = Perubahan Iklan

Q = Kuantitas

ΔQ = Perubahan Kuantitas

Bab 4 Konsep Penawaran

Menjelaskan tentang ciri hubungan antara jumlah permintaan (kuantitas) dan harga (dimana ini diposisikan sebagai produsen).

Beberapa hal penentu penawaran:

1. Harga Barang itu sendiri
Harga barang ditentukan dari biaya-biaya yang timbul sepanjang produksi berlangsung.
2. Harga barang-barang lain
Produsen perlu mengetahui harga produk substitusi dan harga pesaing agar dapat mengimbangi harga jual produknya.
3. Biaya Produksi
Apabila terjadi kenaikan biaya produksi, maka berdampak pada harga jual produk.
4. Tujuan-tujuan operasi perusahaan tersebut
Tujuan perusahaan adalah memaksimalkan keuntungan, apabila perusahaan menginginkan keuntungan besar maka dapat menyesuaikan harga jual produk menjadi lebih tinggi meskipun biaya produksi dalam kondisi stabil.
5. Tingkat teknologi yang digunakan
Semakin canggih teknologi yang digunakan, dapat berdampak pada harga jual produk yang menjadi tinggi.

Hukum Penawaran

Dalam hukum penawaran dijelaskan sifat hubungan antara penawaran suatu barang dengan tingkat harganya.

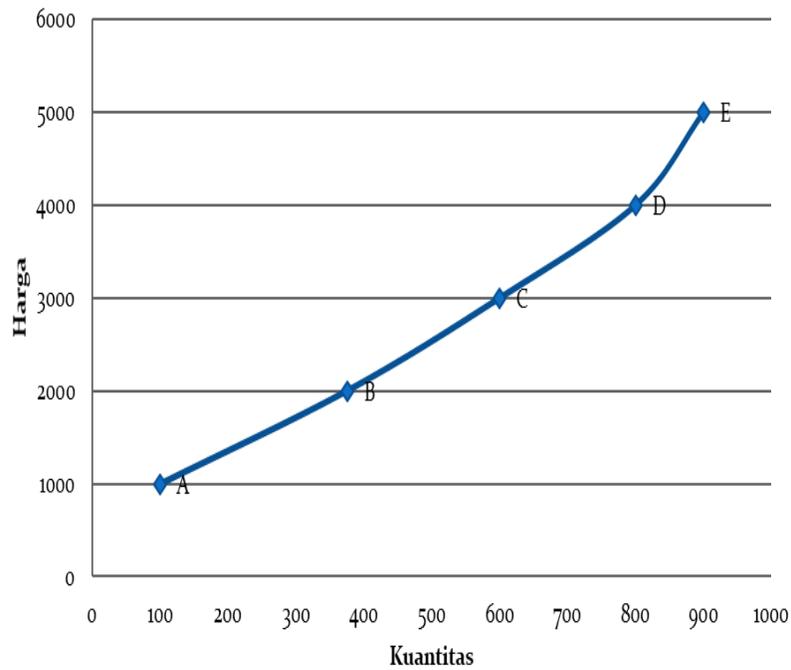
“Semakin rendah harga suatu barang maka makin rendah penawaran terhadap barang tersebut. Sebaliknya semakin tinggi harga suatu barang maka makin tinggi penawaran terhadap barang tersebut”.

Ilustrasi hukum penawaran tersaji pada gambar berikut ini.

Daftar Penawaran Buku Tulis

Keadaan	Harga (Rupiah)	Jumlah yang ditawarkan (Unit)
A	5000	900
B	4000	800
C	3000	600
D	2000	375
E	1000	100

Sama seperti permintaan, konsep penawaran juga menganalogikan perihal harga dan kuantitas. Pada gambar 7, terdapat harga dan produk buku tulis. Pada kondisi harga 1000, penjual menawarkan 100 unit. Namun saat harga jual produk mengalami peningkatan menjadi 2000, jumlah produk yang ditawarkan penjual meningkat menjadi 375 unit. Berbeda dengan permintaan, korelasi yang terjadi antara harga dan kuantitas untuk penawaran berbanding positif. Kurva penawaran tersaji pada gambar 8 berikut.



Fungsi Penawaran

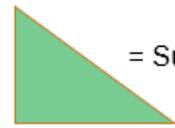
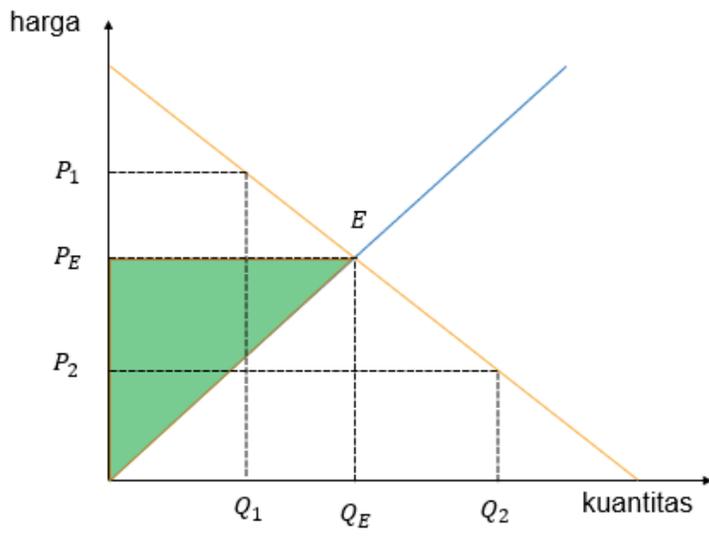
$$P = a + b_Q$$

Atau

$$Q = a + b_P$$

Surplus Produsen

Surplus produsen adalah manfaat yang dicapai produsen ketika mereka dapat menjual barang atau jasa dengan harga lebih tinggi dari jumlah maksimum yang bersedia mereka tawarkan.



= Surplus Produsen

Bab 5 Teori Perilaku Konsumen Individual

Perilaku Konsumen merupakan Studi mengenai individu dan organisasi dan bagaimana konsumen memilih dan menggunakan produk dan layanan. Sehingga memahami motivasi dan perilaku seseorang sebagai konsumen.

Dalam kegiatan perekonomian, perilaku konsumen tercermin menjadi dua hal diantaranya:

1. Konsumen membeli lebih banyak pada harga yang rendah, dan sebaliknya.

Hal ini sesuai dengan hukum permintaan dimana jika harga mengalami peningkatan maka minat masyarakat untuk berbelanja menjadi rendah dan berlaku sebaliknya.

2. Konsumen menentukan jumlah dan komposisi barang yang dibeli dari pendapatan yang diperoleh.

Ketika harga murah dan mahal dianggap relatif, maka konsumen akan melakukan pembelanjaan berdasarkan pendapatan yang dimiliki masyarakat. Saat momentum penerimaan gaji, umumnya periode berbelanja meningkat di akhir bulan menjelang awal bulan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam perilakunya, yaitu:

1. Faktor Kebudayaan

Faktor-faktor kebudayaan mempunyai pengaruh yang paling luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen. Pemasar harus memahami peran yang dimainkan oleh kultur, sub-kultur, dan kelas sosial pembeli.

2. Faktor Sosial

Perilaku seorang konsumen yang dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti perilaku kelompok acuan (kelompok referensi), keluarga, serta peran dan status sosial dari konsumen.

3. Faktor Pribadi

Keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, yaitu usia pembeli dan tahap siklus hidup pembeli, pekerjaan, kondisi ekonomi. Gaya hidup, serta kepribadian dan kondisi ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri pembeli.

4. Faktor Psikologis

Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi pula oleh empat faktor psikologis utama, yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan, serta keyakinan dan sikap.

Jenis perilaku konsumen terbagi menjadi lima bagian, antara lain:

1. Konsumen yang loyal

Konsumen jenis ini umumnya ditemukan apabila menemukan produk serta pasar yang tepat dengan selera konsumen. Konsumen ini akan membeli produk tanpa melihat harga produk, baginya yang terpenting produk tersebut dapat diperolehnya.

2. Konsumen yang Impulsif

Konsumen jenis ini akan berbelanja jika menemukan kesempatan dan diluar prediksi. Misalnya saat berbelanja di pasar swalayan yang direncanakan membeli sembako namun membeli permen karena tidak sengaja terlihat saat hendak melakukan pembayaran dikasir. Kemudian jika konsumen tidak direncanakan berbelanja karena ada promo yang menarik dan produk tersebut dibelinya tanpa direncanakan.

3. Konsumen yang suka menawar

Konsumen jenis ini meskipun memiliki kebutuhan akan produk namun tetap mengupayakan untuk memperoleh dibawah harga pasar. Hal tersebut bertujuan agar konsumen dapat memperoleh surplus.

4. Konsumen yang hanya sekedar melihat

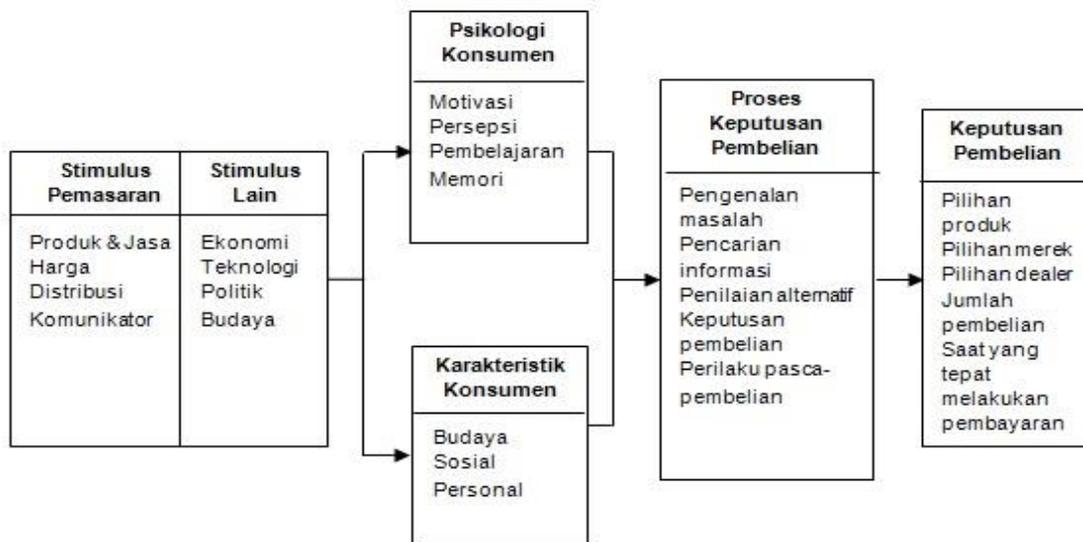
Konsumen jenis ini tidak terlalu tertarik dalam melakukan pembelian kecuali jika memiliki kebutuhan. Konsumen cenderung melakukan analisis terlebih

dahulu mengenai jenis produk, harga, kualitas serta apakah produk ini dibutuhkan atau hanya sekedar keinginan.

5. Konsumen yang membeli sesuai dengan kebutuhan

Konsumen jenis ini telah merencanakan pembelian sesuai dengan anggaran yang dimiliki. Apabila produk yang tersedia dipasar hanya sekedar bentuk keinginan semata, maka hal tersebut akan dihindari konsumen.

Proses perilaku konsumen tercermin pada alur yang tersaji pada gambar 18 dibawah ini.



Gambar 18. Alur Perilaku Konsumen

Keterangan:

1. Stimulus Pemasaran

Pada sisi ini, peran besar berada ditangan produsen. Apabila produk atau jasa baru diproduksi dan hendak dipasarkan, tentu memerlukan usaha besar dalam mengenalkan kepada pasar. Selain dari output produksinya, produsen harus mengenalkan harga jual, lokasi diperolehnya produk maupun jasa (sehingga produk yang diperoleh terjamin keasliannya) serta adanya peran

komunikator baik itu dari internal perusahaan (CEO, *public relation*) maupun eksternal (melalui *influencer*).

2. Stimulus Lain

Ini berasal dari eksternal dimana hal tersebut berada diluar kendali produsen. Apabila daya beli masyarakat baik, akan menimbulkan minat belanja dipasar. Hal tersebut akan berdampak positif pada pertumbuhan ekonomi. Dengan peran teknologi, selain dapat membantu proses produksi lebih cepat dan menghasilkan output produksi yang lebih besar dibandingkan saat diproduksi secara manual. Kemudian dari sisi politik, apabila kondisi politik suatu negara kondusif maka stabilitas dalam suatu negara akan terjaga dan masyarakat tidak menjadi panic buying atau membatasi konsumsi. Sedangkan peran budaya, mampu mengenalkan kepada generasinya akan produk dan jasa yang diproduksi dan baik untuk digunakan.

3. Psikologi Konsumen

Pada tahap 3-6, disinilah peran dari konsumen. Untuk dapat menarik perhatian konsumen, produsen perlu memahami bagaimana psikologi seorang konsumen dalam berbelanja bahkan mengkonsumsi barang dan jasa. Produsen harus menjaga wibawa secara personal, instansi bahkan output yang dipasarkan. Buatlah kesan baik sehingga *review* konsumen akan produk dan jasa menjadi baik. Inilah yang akan menciptakan motivasi, persepsi serta memori baik untuk konsumen bahwa suatu saat akan membeli produk dan jasa yang dijual oleh produsen.

4. Karakteristik Konsumen

Produsen harus mengetahui karakteristik konsumen dalam berbelanja, mengenal tipe perilaku konsumen merupakan salah satunya yang terpenting. Jika mengacu pada teori permintaan, konsumen akan berbelanja dengan harga yang murah. Namun juga mempertimbangkan apakah kualitas produk yang diperoleh sepadan dengan harga yang dibayarkan.

5. Proses Keputusan Pembelian

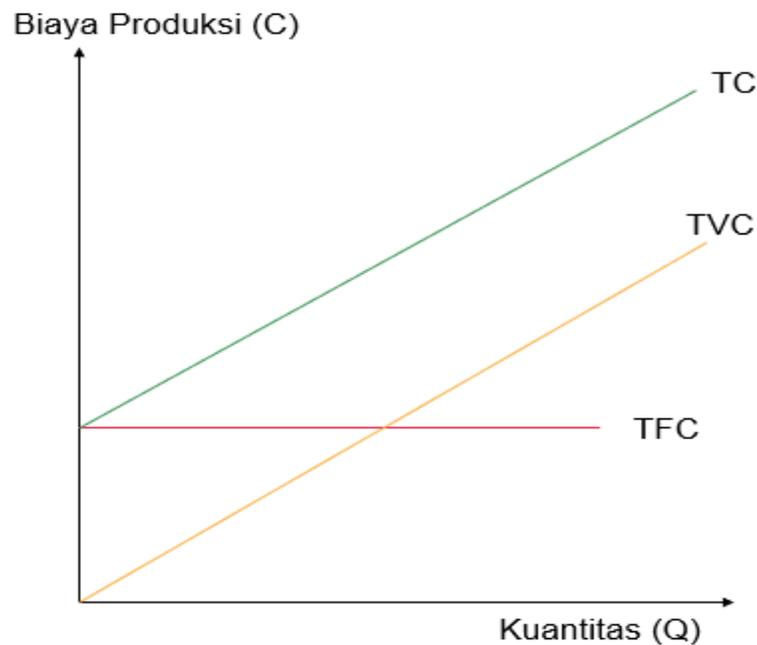
Pada tahap ini, menjadi tahap sebelum keputusan pembelian dilakukan. Produsen perlu mempertimbangkan apabila nantinya produk dibeli oleh konsumen maka diharapkan dapat terjadi pembelian ulang dikemudian hari. Selain itu, produsen memerlukan *review* baik dari konsumen sebagai testimoni agar dapat menarik pembeli lain untuk juga melakukan pembelian.

6. Keputusan Pembelian

Tahap ini mengenai produk apa yang akan dibeli konsumen, dimana konsumen akan membeli produk, kuantitas produk yang dibeli, serta momentum yang tepat untuk membeli produk tersebut.

Bab 6 Teori Produksi

Dalam produksi, terdapat konsep biaya yang harus dicermati produsen dalam kegiatan operasionalnya. Konsep tersebut tersaji pada kurva dibawah ini.

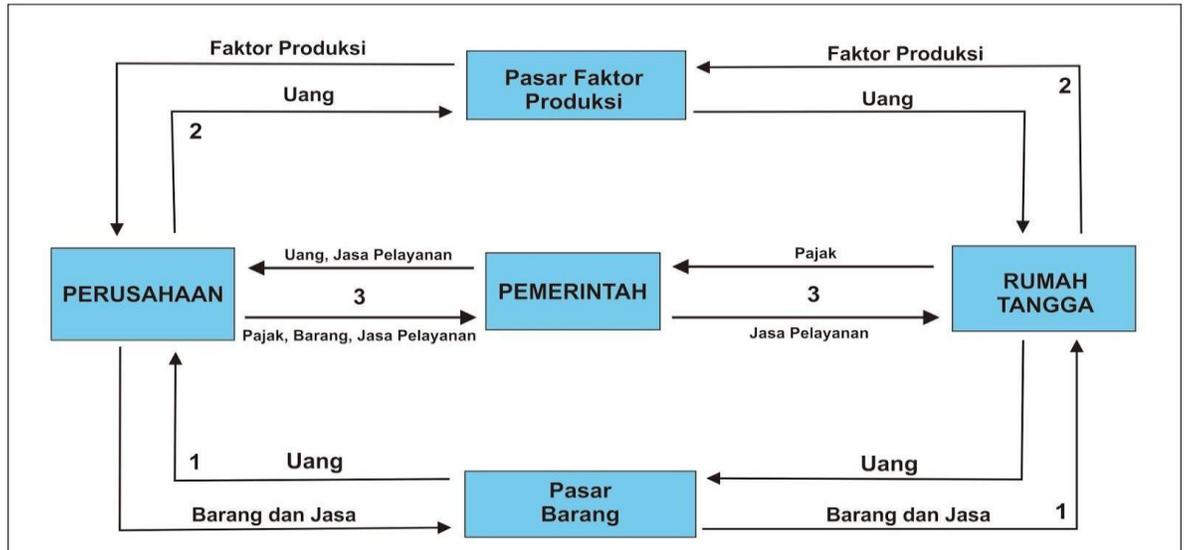


Dimana TC sebagai biaya total merupakan akumulasi dari Total Biaya Tetap (TFC) dan Total Biaya Variabel (TVC). Total biaya tetap merupakan biaya produksi yang jumlahnya tetap dan tidak terpengaruh dengan jumlah produk yang diproduksi oleh perusahaan. Sementara Total biaya variabel, yaitu merupakan biaya produksi yang jumlahnya berubah-ubah mengikuti jumlah produk yang diproduksi oleh perusahaan.

Dalam kegiatan produksi, terdapat empat faktor produksi yang menjadi pendukung bagi perusahaan dalam kegiatan operasinya antara lain:

- Faktor produksi alam (tanah, air, udara, matahari, angin, dll).
- Faktor produksi modal
- Faktor produksi tenaga kerja
- Faktor produksi kemampuan

Arus perputaran barang dan jasa tersaji pada gambar dibawah ini.



Dimana:

Alur 1 : Rumah tangga membeli produk di pasar yang merupakan tempat transaksi barang dan jasa dengan membelanjakan sejumlah uang untuk diberikan ke pasar. Perusahaan sebagai produsen mendistribusikan barang dan jasa ke pasar sebagai tempat transaksi. Maka produsen memperoleh uang atas hasil penjualannya tersebut.

Alur 2 : Rumah tangga sebagai penyedia faktor produksi (tenaga kerja, tanah, kemampuan) menjual faktor produksi ke pasar faktor produksi. Sementara perusahaan yang membutuhkan faktor produksi menggunakan faktor produksi tersebut dan membayar sejumlah uang. Uang tersebut diberikan kepada rumah tanggasebagai pihak penyedia.

Alur 3 : Rumah tangga berkewajiban membayar pajak kepada pemerintah. Sebagai imbalannya, pemerintah memberikan jasa kepada rumah tangga dalam bentuk pelayanan terhadap publik. Perusahaan juga membayar pajak ke pemerintah. Namun pemerintah juga membantu perekonomian perusahaan dengan menggunakan APBN untuk berbelanja barang modal sehingga barang dan jasa dikirimkan ke pemerintah. Kemudian pemerintah membayar atas barang dan jasa yang telah dipesan serta memberikan jasa dalam bentuk pelayanan terhadap publik.

Dalam pendapatan nasional, terdapat beberapa kategori antara lain:

- a. Gross Domestic Product (GDP)
jumlah produk berupa barang dan jasa yang dihasilkan oleh unit-unit produksi di dalam batas wilayah suatu negara (domestik) selama satu tahun.
Barang-barang yang dihasilkan termasuk barang modal yang belum diperhitungkan penyusutannya.
- b. Gross National Product (GNP)
jumlah produk berupa barang dan jasa yang dihasilkan oleh unit-unit produksi di dalam batas wilayah suatu negara (domestik) selama satu tahun.
tidak termasuk hasil produksi perusahaan asing yang beroperasi di wilayah negara tersebut.
- c. Rumus yang digunakan untuk perhitungan Gross National Product (GNP)
$$\text{GNP} = \text{GDP} - \text{Produk netto terhadap luar negeri}$$
- d. Net National Product (NNP)
jumlah barang dan jasa yang dihasilkan oleh masyarakat dalam periode tertentu, setelah dikurangi penyusutan (depresiasi) dan barang pengganti modal.
- e. Rumus yang digunakan untuk menghitung Net National Product (NNP)
$$\text{NNP} = \text{GNP} - \text{Penyusutan}$$
- f. Net National Income (NNI)
pendapatan yang dihitung menurut jumlah balas jasa yang diterima oleh masyarakat sebagai pemilik faktor produksi.

- g. Rumus yang digunakan untuk menghitung Net National Income (NNI)
 $NNI = NNP - \text{Pajak tidak langsung}$
- h. PI (Personal Income)
Jumlah pendapatan yang diterima oleh setiap orang dalam masyarakat, termasuk pendapatan yang diperoleh tanpa melakukan kegiatan apapun. pembayaran dana pensiunan, tunjangan sosial bagi para pengangguran, bekas pejuang, bunga utang pemerintah, dan sebagainya.
- i. Rumus yang digunakan untuk menghitung PI (Personal Income)
 $PI = (NNI + \text{transfer payment}) - (\text{Laba ditahan} + \text{luran asuransi} + \text{luran jaminan social} + \text{Pajak perseorangan})$
- j. DI (Disposable Income)
Pendapatan yang siap untuk dimanfaatkan guna membeli barang dan jasa konsumsi dan selebihnya menjadi tabungan yang disalurkan menjadi investasi.
Rumus yang digunakan untuk menghitung DI (Disposable Income)
 $DI = PI - \text{Pajak langsung}$

Komponen Pendapatan Nasional

- a. Konsumsi
Pembelanjaan barang dan jasa oleh rumah tangga.
Komponen dari konsumsi:
- 1) Barang
Mobil, makanan, rokok, bensin, pakaian, peralatan rumah tangga, dsb.
 - 2) Jasa
pendidikan, jasa dokter, pengacara, konsultan pajak, jasa apoteker, dsb.
- b. Investasi
Pembelanjaan barang modal

Contoh Investasi : Rumah, Apartemen, Pembelian lahan, Pembelian mesin pabrik (Industri), Pembelian unit kantor (Ruko).

c. Pengeluaran Pemerintah

Pembelanaan barang dan jasa oleh pemerintah federal, negara bagian dan lokal. Misalnya: Pembelian perlengkapan dinas, Pembelian alutsista, Membayar pinjaman luar negeri, Bantuan sosial serta Membayar gaji PNS

d. Selisih antara Ekspor dan Impor.

Pembelanaan barang-barang dalam negeri dikurangi pembelanaan barang-barang asing.

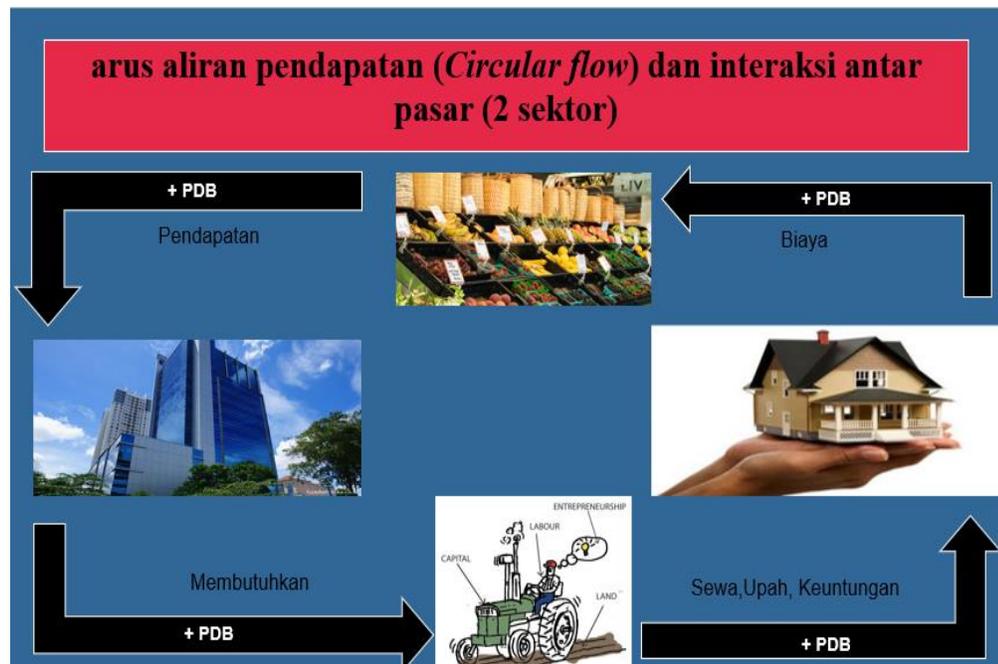
Bab 7 Arus Perputaran Ekonomi

Perekonomian terbagi menjadi beberapa sektor, antara lain:

a. Perekonomian dua sektor

Perekonomian pada sektor ini hanya melibatkan dua pihak yaitu perusahaan dan rumah tangga. Karena hanya dua pihak maka perekonomian disektor ini disebut perekonomian yang sederhana dan tertutup (karena tidak dicampuri oleh Pemerintah dan Sektor luar negeri).

Rumus : $Y = C + I$

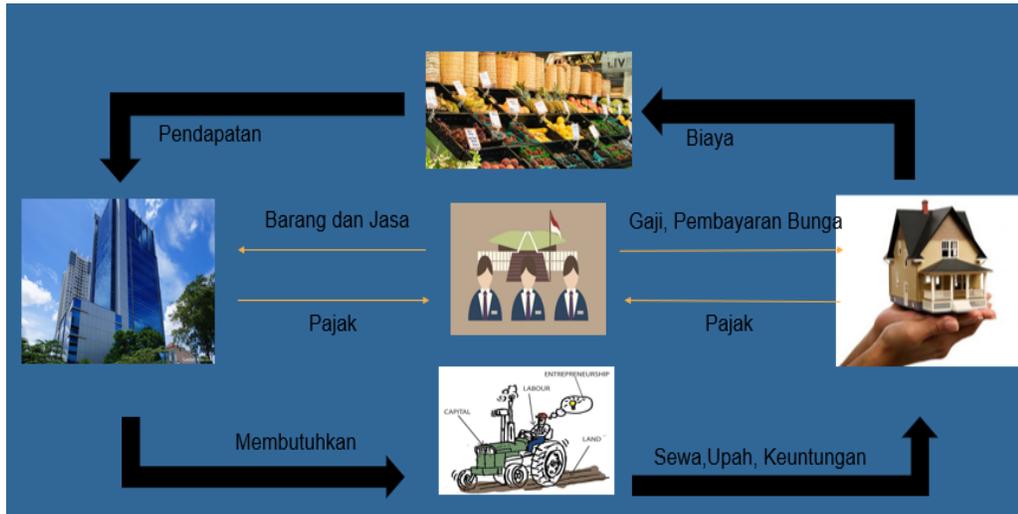


Berikut merupakan arus aliran pendapatan untuk perekonomian dua sektor yang melibatkan rumah tangga dan perusahaan.

b. Perekonomian tiga sektor

Perekonomian pada sektor ini hanya melibatkan tiga pihak yaitu perusahaan, pemerintah dan rumah tangga. Karena hanya tiga pihak maka perekonomian disektor ini disebut perekonomian yang tertutup (karena tidak dicampuri oleh Sektor luar negeri).

Rumus : $Y = C + I + G$



Berikut merupakan arus aliran pendapatan untuk perekonomian tiga sektor yang melibatkan rumah tangga, perusahaan dan pemerintah.

c. Perekonomian empat sektor

Sama seperti namanya, perekonomian ini melibatkan empat pihak yaitu perusahaan, pemerintah, rumah tangga dan sektor luar negeri. Sifat dari perekonomian ini adalah terbuka karena melibatkan sektor asing.

Rumus : $Y = C + I + G + (X-m)$



Berikut merupakan arus aliran pendapatan untuk perekonomian empat sektor yang melibatkan rumah tangga, perusahaan, pemerintah dan sektor luar negeri.

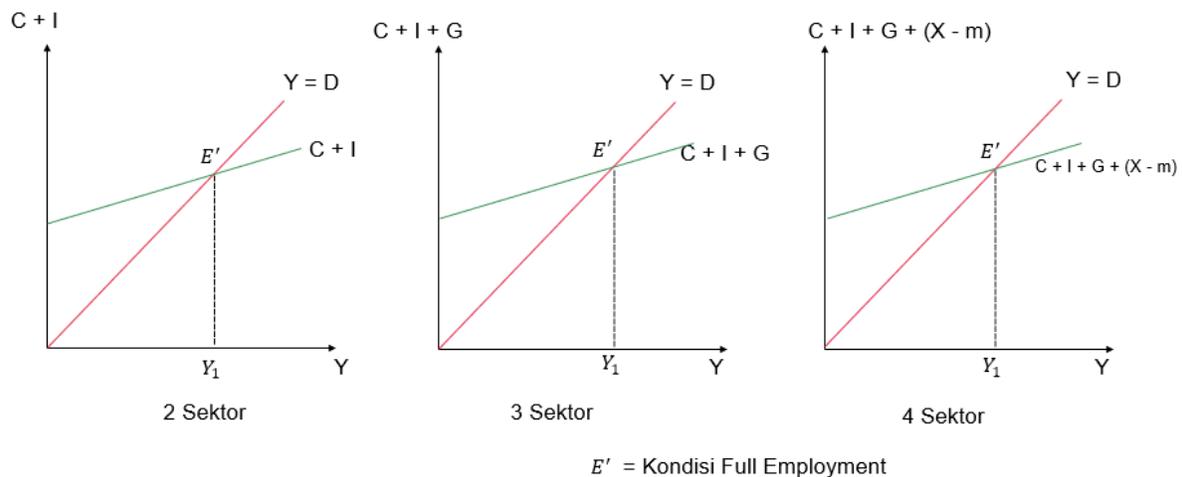
Bab 9 Analisis Pendapatan Nasional

Perekonomian dalam kondisi keseimbangan penuh (*full employment*) berarti perekonomian memanfaatkan sepenuhnya sumber daya produktifnya. Pada kondisi ini, ekonomi menghasilkan pada output potensial, dan tingkat pengangguran berada pada tingkat alami.

Keseimbangan penuh tidak berarti 0% kasus pengangguran.

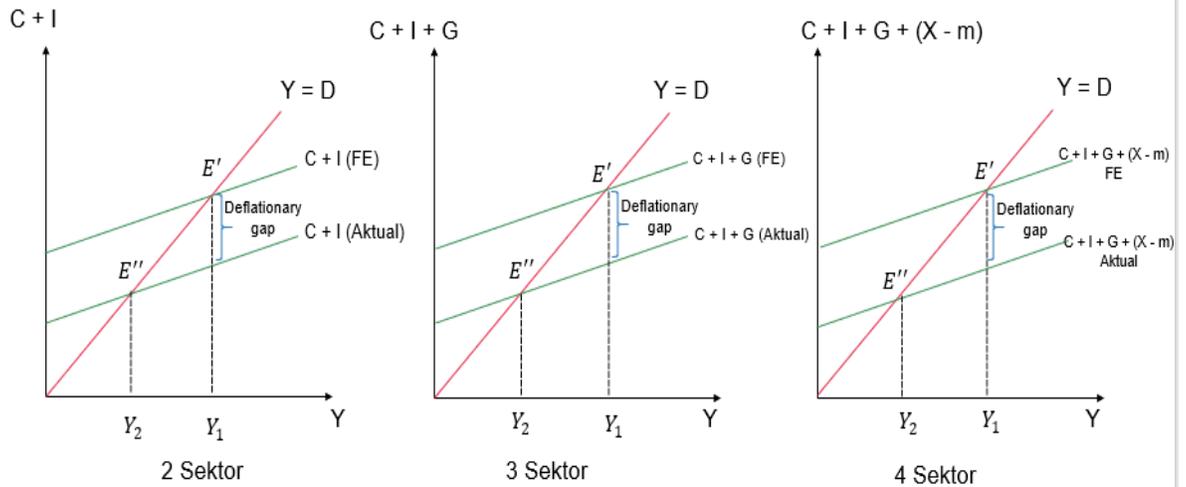
Jika pengangguran turun, kondisi inflasi meningkat (berlaku sebaliknya). Hal ini mengacu pada Teori Philips.

Kondisi perekonomian full employment baik dua sektor, tiga sektor dan empat sektor tersaji pada gambar dibawah ini.



1. Kondisi *Deflationary Gap*

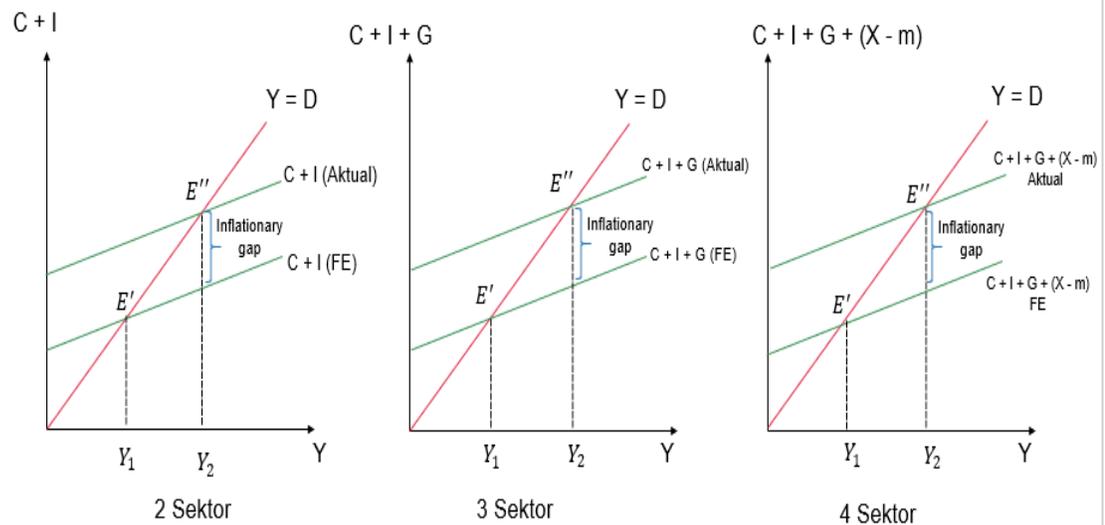
Kondisi *Deflationary Gap* terjadi karena ketidakmampuan kondisi pendapatan nasional (Y) mencapai kondisi *full employment*. Hal ini dikarenakan menurunnya daya beli masyarakat, lesunya minat masyarakat dalam berinvestasi, pengeluaran pemerintah berkurang karena minim anggaran, serta lebih besarnya impor dibandingkan ekspor. Kondisi ini tersaji pada gambar dibawah ini.



E' = Kondisi Full Employment

2. Kondisi *Inflationary Gap*

Kondisi *Inflationary Gap* terjadi karena kondisi pendapatan nasional (Y) lebih besar dari kondisi *full employment*. Hal ini dikarenakan besarnya daya beli masyarakat, tingginya minat masyarakat dalam berinvestasi, pengeluaran pemerintah meningkat karena besarnya anggaran, serta lebih besarnya ekspor dibandingkan impor. Kondisi ini tersaji pada gambar dibawah ini.



E' = Kondisi Full Employment

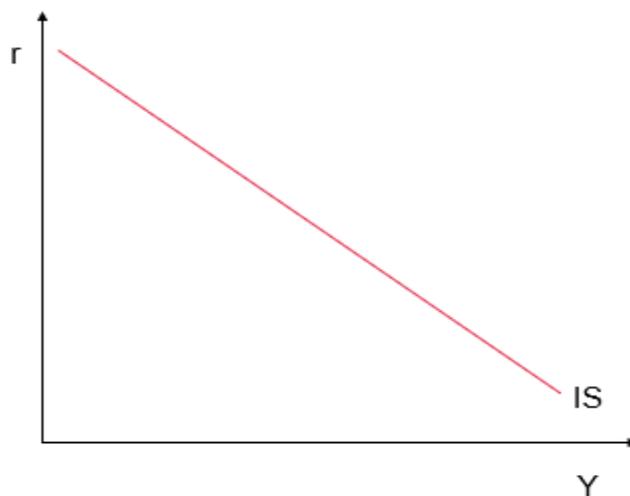
Bab 10 dan 11 Keseimbangan IS – LM

Sejarah hadirnya teori IS-LM:

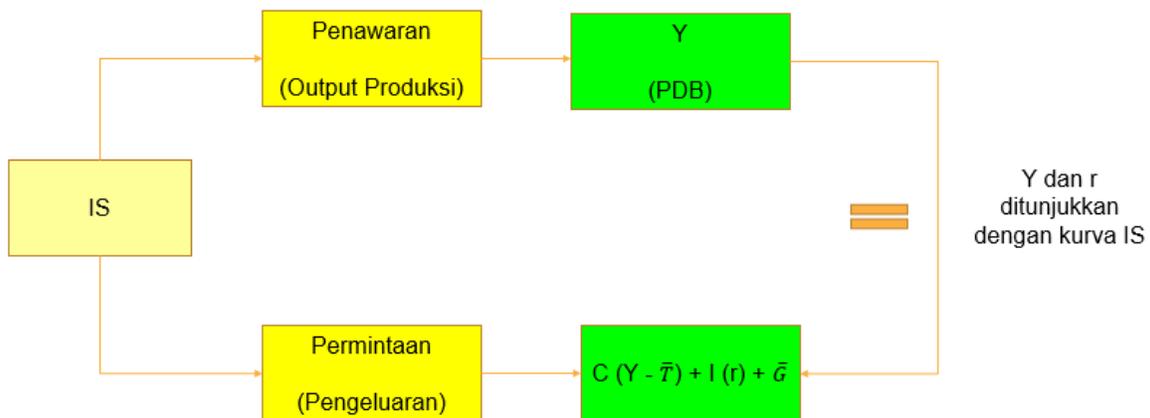
1. Sebelumnya dinamakan Model Mundell – Fleming (1962 - 1963) yang merupakan penemu metode IS - LM seperti yang dikenal saat ini.
2. Dalam model IS - LM, instrumen kebijakan fiskal yang biasa digunakan adalah pengeluaran pemerintah dan pajak. Sedangkan instrumen kebijakan moneter yang biasa digunakan adalah jumlah uang beredar (JUB).
3. Mankiw : Metode IS - LM digunakan untuk mempelajari perekonomian kecil terbuka dengan aliran modal sempurna.
4. Dalam Indonesia menggunakan metode IS - LM untuk menganalisis apakah kebijakan moneter dapat menstabilkan fluktuasi makroekonomi.

IS (Investment Saving)

Menggambarkan keseimbangan di pasar barang dan jasa, selain itu juga menggambarkan korelasi antara tingkat bunga (r) dan tingkat pendapatan (Y) di pasar barang dan jasa. Dapat dijabarkan lebih rinci dengan metode *keynessian cross* dan kurva investasi. Kurva IS tersaji dibawah ini.

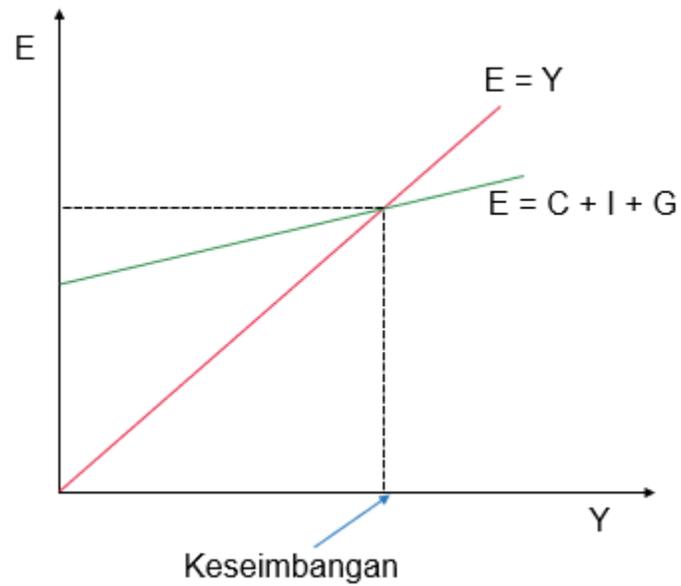


Komponen IS terdiri dari atas permintaan dan penawaran. Dimana permintaan sebagai dari pengeluaran dan penawaran sebagai output produksi. Penawaran dinyatakan sebagai Y (PDB) sementara permintaan merupakan komponen yang tersusun atas $C(Y - \bar{T}) + I(r) + \bar{G}$ Kemudian korelasi antara r dari permintaan dan Y dari penawaran ditunjukkan dengan kurva IS. Alur komponen tersebut tersaji pada gambar dibawah ini.



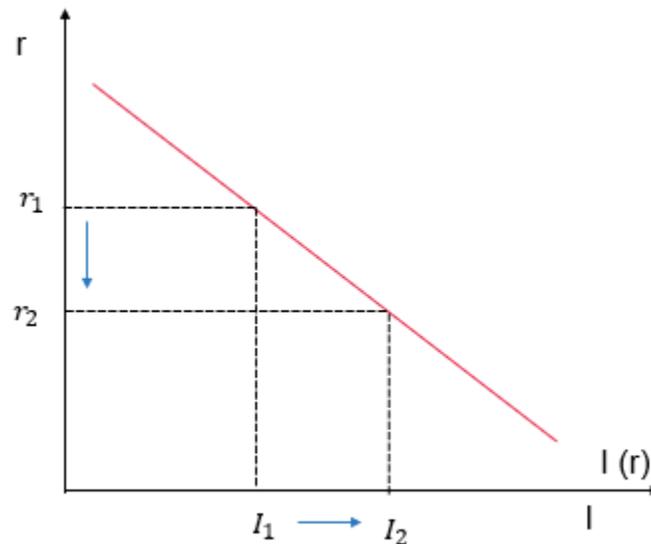
Keynesian Cross

Merupakan perpotongan antara perencanaan pengeluaran (*planned expenditure*) dan pengeluaran actual (*actual expenditure*). Planned expenditure diasumsikan sbg perencanaan oleh Rumah Tangga, Perusahaan, Pemerintah sedangkan Actual expenditure diasumsikan sbg Y atau PDB. Kurva Keynesian Cross tersaji pada gambar dibawah ini.

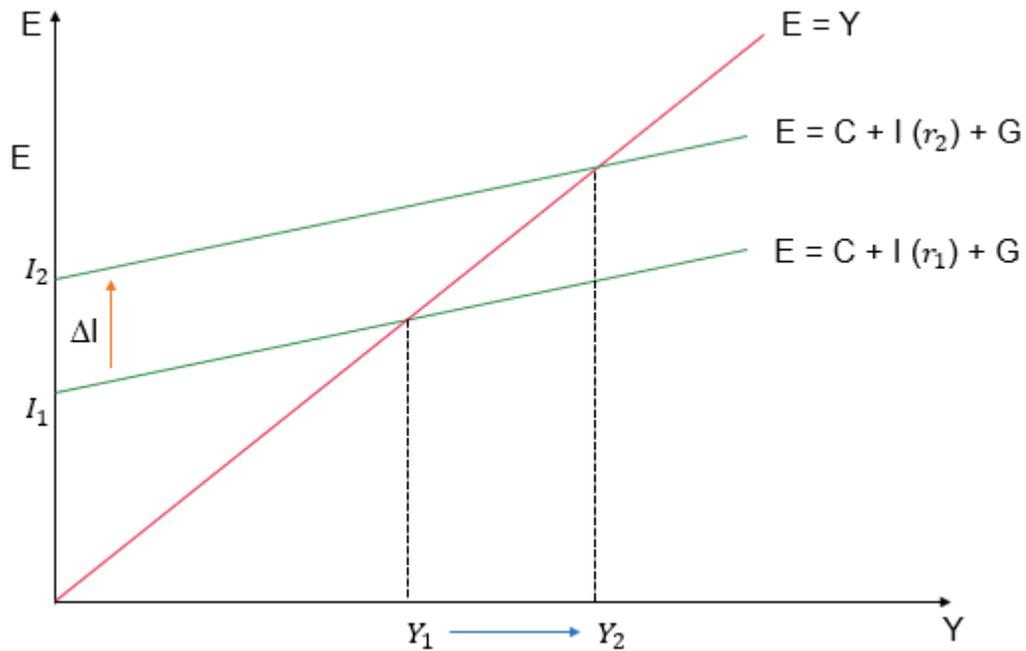


Kurva Investasi

Kurva ini menjelaskan hubungan antara tingkat suku bunga (r) dengan investasi (I). Jika suku bunga naik maka investasi turun. Sementara jika suku bunga turun maka investasi naik. Korelasi antara suku bunga dengan investasi negatif. Kurva investasi tersaji pada gambar dibawah ini.

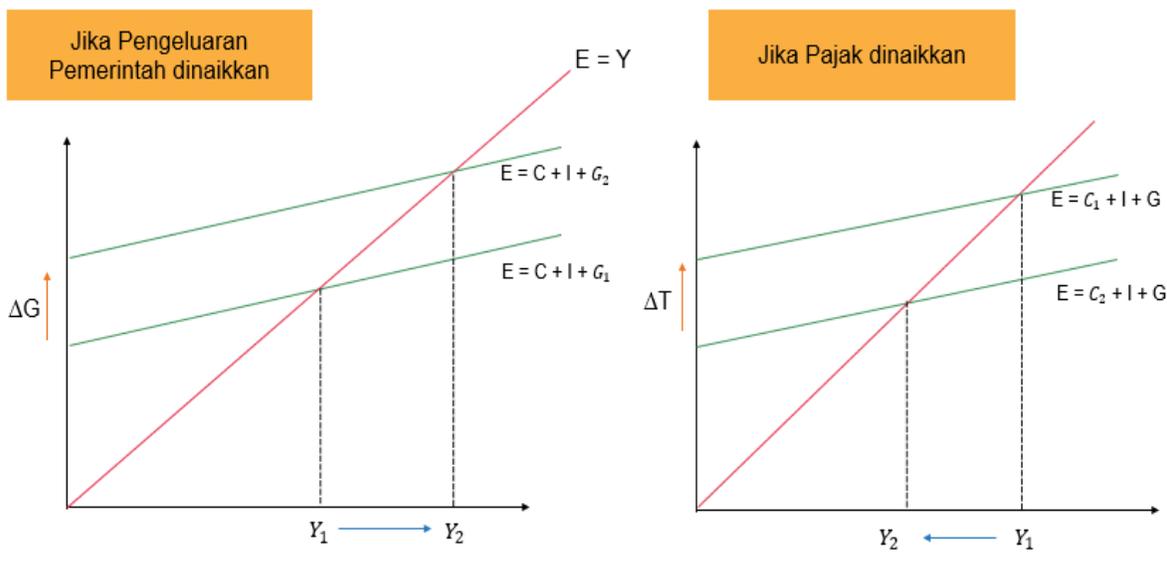


Berdasarkan penjelasan antara keynesian cross dan kurva investasi maka dapat digambarkan korelasi antara dua kurva tersebut sebagai berikut.



Jika investasi dinaikkan, maka akan meningkatkan pendapatan nasional. Karena investasi merupakan salah satu komponen penyumbang dari naik atau turunnya investasi. Hal tersebut berlaku sebaliknya jika investasi diturunkan.

Korelasi *keynesian cross* juga dapat mendeskripsikan saat pengeluaran pemerintah dan pajak dinaikkan. Tersaji pada gambar dibawah ini.

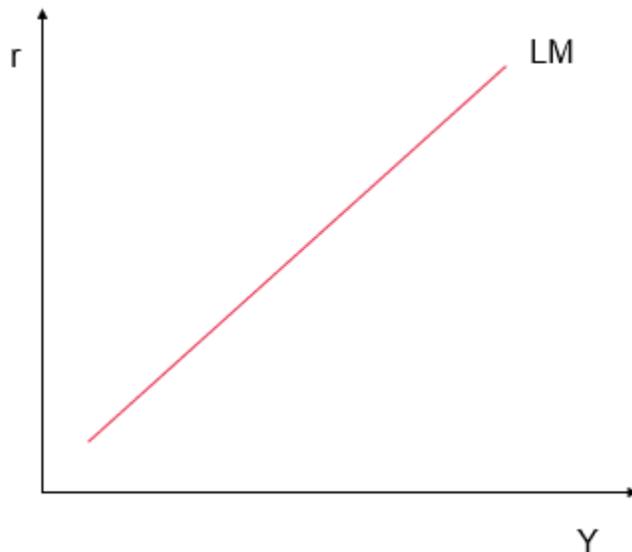


Sama seperti investasi, jika pengeluaran pemerintah dinaikkan maka akan meningkatkan pendapatan nasional. Karena pengeluaran pemerintah merupakan komponen yang berkontribusi akan naik maupun turunnya pendapatan nasional dan berlaku pula sebaliknya.

Sementara jika pajak dinaikkan, maka akan menurunkan pendapatan nasional. Naiknya pajak, akan mengurangi minat masyarakat untuk konsumsi serta berinvestasi. Karena harus membayar lebih mahal sementara pendapatan yang dimiliki sangat terbatas dan berlaku pula sebaliknya.

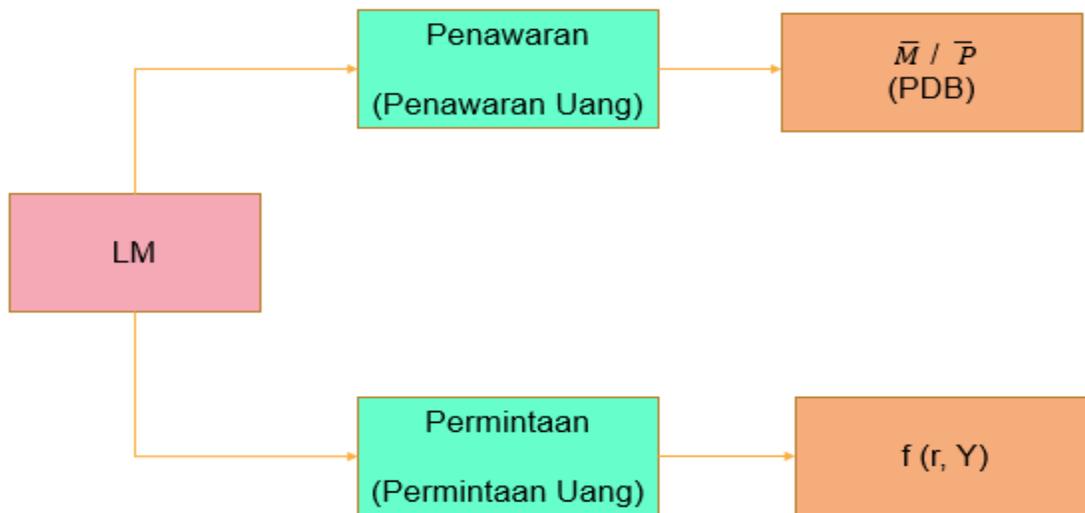
Kurva LM (*Liquidity Money*)

Jika IS menggambarkan kondisi di pasar barang, maka LM menggambarkan keseimbangan di pasar uang. Secara spesifik, LM menggambarkan korelasi antara tingkat bunga (r) dan tingkat pendapatan (Y) di pasar uang. Tingkat bunga jangka pendek ditentukan berdasarkan keseimbangan permintaan dan penawaran uang. Kurva LM tersaji pada gambar dibawah ini.



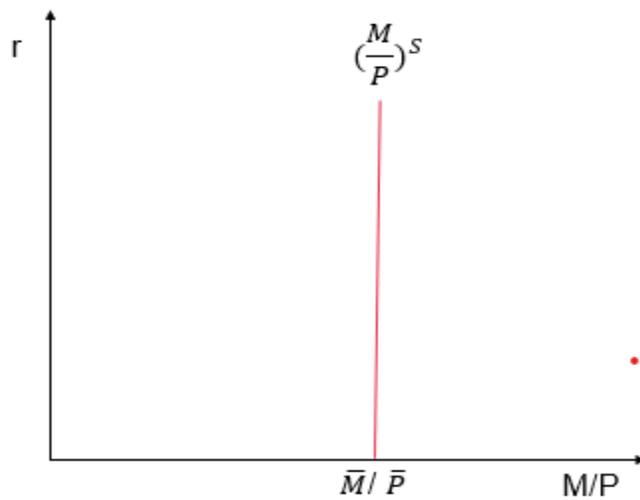
Komponen LM terdiri dari atas permintaan dan penawaran. Dimana permintaan sebagai dari permintaan uang dan penawaran sebagai penawaran uang.

Penawaran dinyatakan sebagai \bar{M} / \bar{P} (PDB) sementara permintaan merupakan komponen yang tersusun atas $f(r, Y)$ Kemudian korelasi antara r dari permintaan dan \bar{M} / \bar{P} dari penawaran ditunjukkan dengan kurva LM. Alur komponen tersebut tersaji pada gambar dibawah ini.



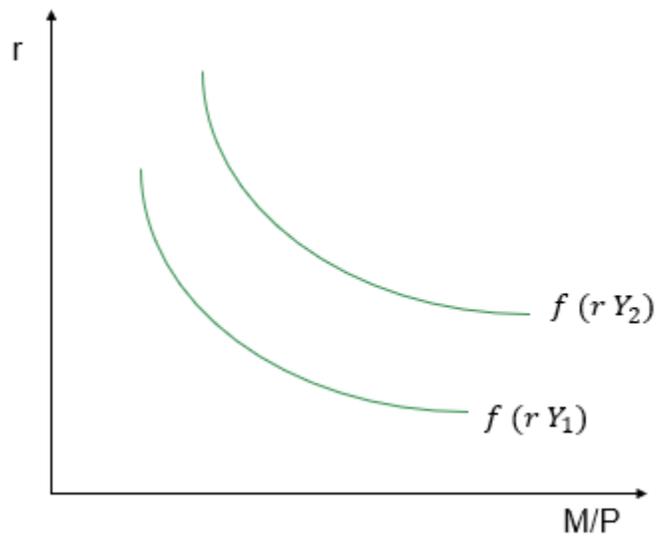
Kurva Penawaran Uang

Menunjukkan korelasi antara suku bunga dengan M/P . Penawaran uang riil (M/P) bersifat tetap. M ditentukan oleh bank sentral dan P bersifat terikat. Kurva penawaran uang tersaji pada gambar berikut.



Kurva Permintaan uang

Menunjukkan korelasi antara suku bunga dengan M/P. Permintaan uang riil (M/P) bergantung pada tingkat bunga (r). Saat r rendah, permintaan uang akan tinggi. Permintaan uang riil (M/P) bergantung pada pendapatan (Y). Semakin tinggi pendapatan, permintaan uang semakin tinggi. Kurva permintaan uang tersaji pada gambar dibawah ini.



Persamaan matematis IS dan LM

$$IS = C + I + G$$

$$LM \rightarrow MS = MD$$

$$LM \rightarrow M1 + M2$$

Dimana:

Dimana,

IS = Investment Saving (Pasar Barang)

C = Konsumsi

I = Investasi

G = Pengeluaran Pemerintah

LM = Liquidity Money

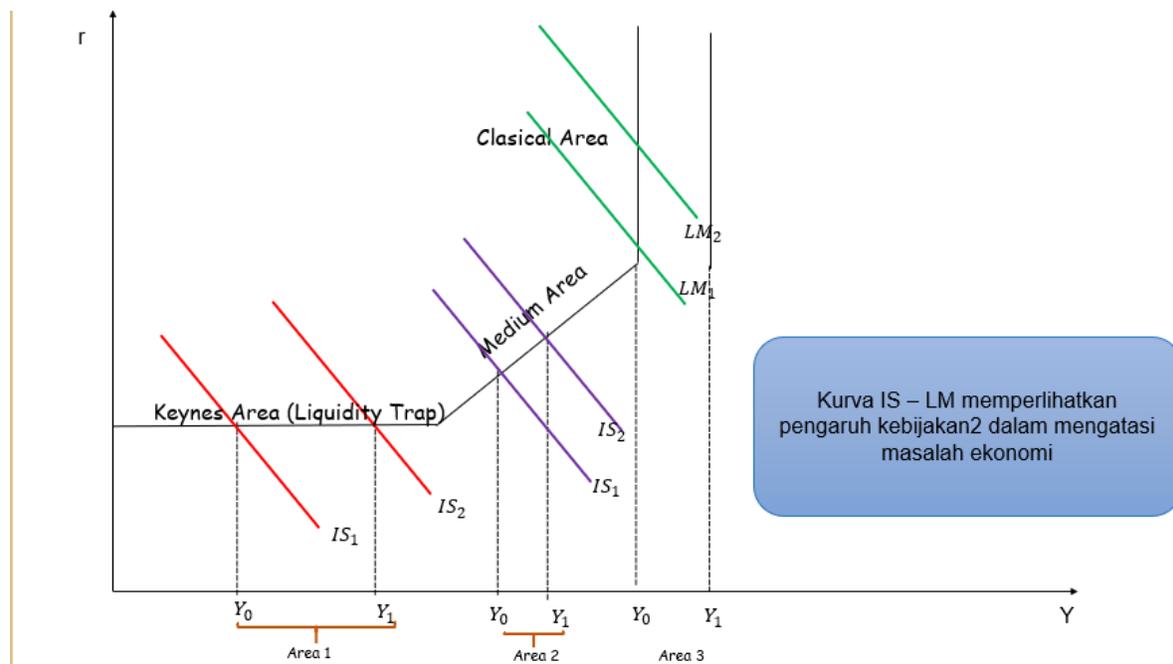
MS = Penawaran Uang

MD = Permintaan Uang

M1 = Jumlah Uang u/ transaksi

M2 = Jumlah Uang u/ Spekulasi

Kurva IS dan LM apabila disatukan maka tersaji pada gambar berikut.

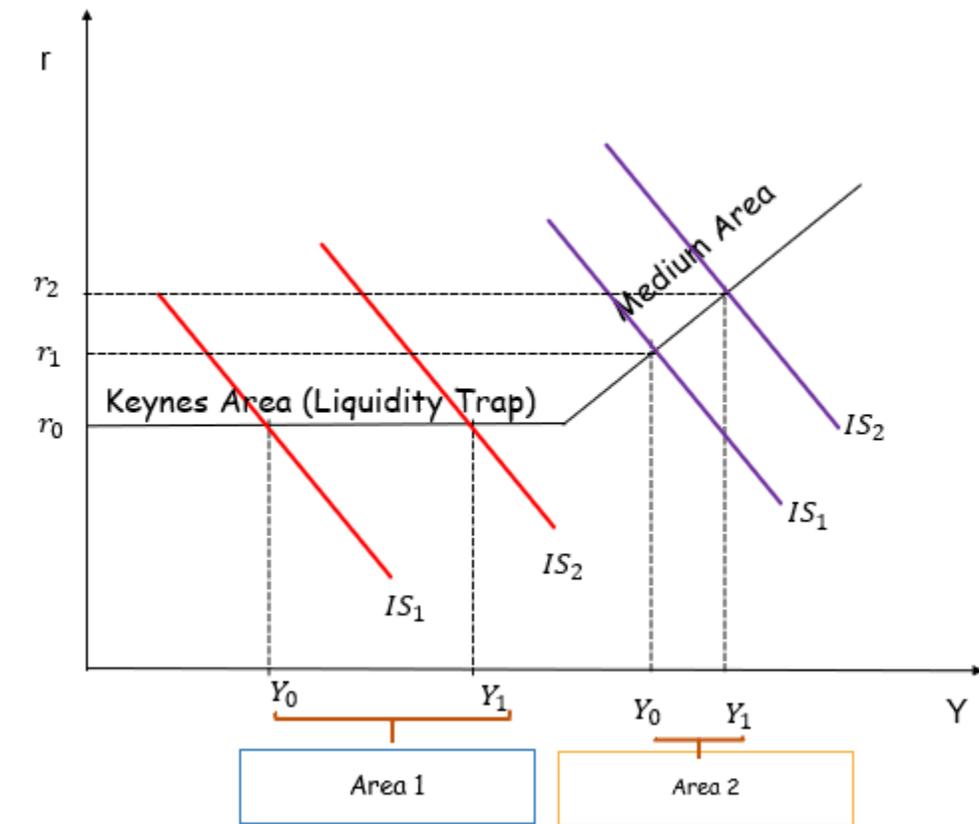


Area 1

- Disebut sebagai area keynes
- Bentuk kurva Elastis Sempurna
- Kebijakan Fiskal yg PALING EFEKTIF untuk menaikkan pendapatan nasional melalui belanja pemerintah.

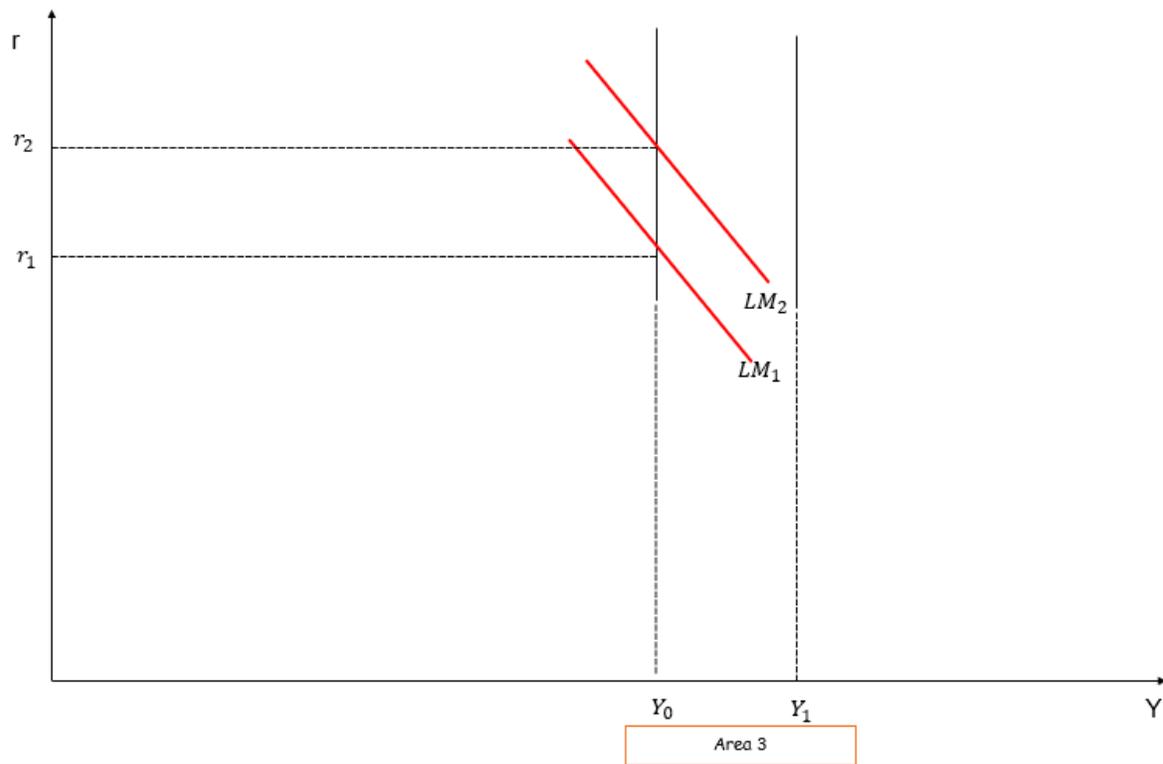
Area 2

- Disebut sebagai medium area.
- Bentuk kurva Elastis
- Kebijakan Fiskal tidak optimal seperti pada Keynes Area
- Kebijakan Moneter tidak optimal seperti pada Clasical Area



Area 3

- Disebut sebagai Clasical Area
- Bentuk Kurva Inelastis Sempurna
- Kebijakan Moneter yg PALING EFEKTIF dalam Clasical Area
- Kebijakan Fiskal tidak Efektif dalam Clasical Area

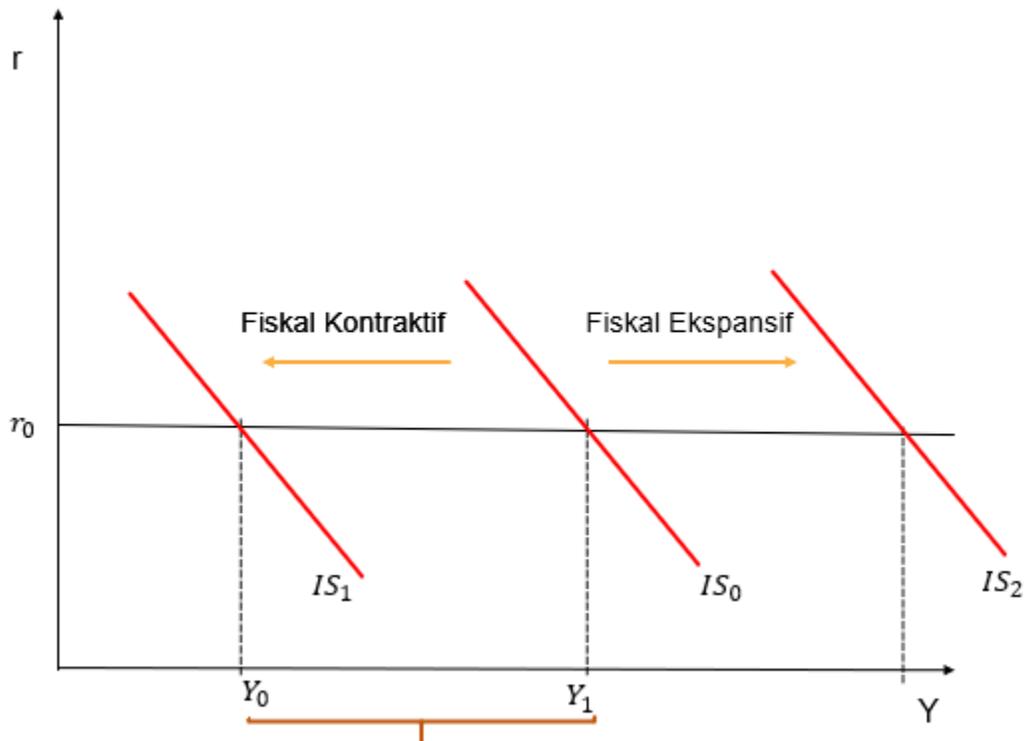


Kebijakan Fiskal

Merupakan kebijakan ekonomi yang dilakukan oleh Pemerintah dalam mengelola perekonomian pada suatu negara berdasarkan penerimaan dan pengeluaran pemerintah. Penerimaan negara bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN). APBN sendiri berasal dari pendapatan baik di daerah maupun dipusat.

Kebijakan fiskal memiliki tiga fungsi, diantaranya:

- a. Fungsi Alokasi
Memastikan hasil produksi sampai ke tangan masyarakat luas.
- b. Fungsi Distribusi
Pemerataan pendapatan nasional secara adil.
- c. Fungsi Stabilitas
Menciptakan kesempatan kerja, menjaga stabilitas harga dalam perekonomian, meningkatkan pertumbuhan ekonomi.



a. Fiskal Ekspansif

Kebijakan fiskal utk memperbesar penerimaan karena kondisi APBN pengeluaran lebih besar daripada pendapatan.

b. Fiskal Kontraktif

Kebijakan fiskal utk mengurangi penerimaan karena kondisi APBN karena pendapatan lebih besar dibandingkan pengeluaran.

Kebijakan Moneter

Merupakan kebijakan yang diatur oleh Bank Sentral dalam hal mengendalikan Jumlah Uang Beredar dalam suatu negara. Sedangkan jumlah uang beredar merupakan jumlah uang yang tersedia pada perekonomian suatu negara. Kebijakan moneter sepenuhnya dikendalikan oleh Bank Sentral. Definisi bank sentral merupakan institusi yang dirancang untuk mengawasi perbankan dan mengatur

Jumlah Uang Beredar dalam suatu perekonomian. Tugas bank sentral dalam suatu negara antara lain:

- Menjadi Bank Pemerintah
- Mengawasi Bank dan Institusi Keuangan
- Mengatur dan menjaga kesehatan sistem perbankan
- Mengendalikan Jumlah Uang Beredar
- Mengawasi stabilitas valuta asing
- Mencetak Uang

Beberapa alat yang digunakan bank sentral dalam menjalankan kebijakan moneter, antara lain:

1. *Open Market Operation*

Pembelian dan Penjualan obligasi oleh bank sentral

2. *Reserve Requirements*

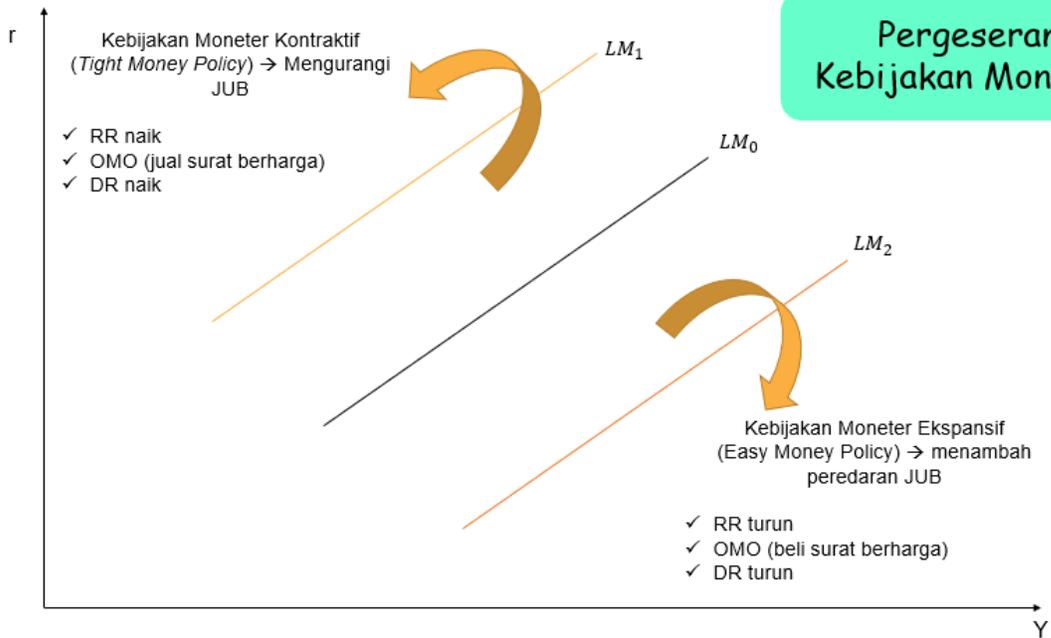
Mengatur cadangan minimum uang yang disimpan oleh bank

3. *Discount Rate*

Mengendalikan suku bunga yang diberikan bank sentral kepada bank pemerintah dan swasta

Kondisi kebijakan moneter terbagi menjadi dua yaitu kebijakan moneter kontraktif dan ekspansif. Kebijakan ini tersaji pada gambar dibawah ini.

Pergeseran Kebijakan Moneter



Bab 12 Nilai Tukar dan Neraca Pembayaran

Sektor luar negeri menjadi bagian dari pendapatan nasional yang terdiri dari ekspor dan impor. Terjadinya transaksi dengan sektor luar negeri disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya:

- Memperoleh barang dan jasa yang tidak ditemukan di dalam negeri.
- Memaksimalkan keuntungan.
- Melakukan ekspansi pasar.
- Memperoleh teknologi yang modern dan efisien

Sehingga kondisi ini dapat memberikan keuntungan bagi para pelaku pasar. Jenis-jenis keuntungan terbagi menjadi tiga, yaitu.

1. *Absolute Advantages*

Keunggulan dari sisi SDM sehingga produksi lebih efisien.

2. *Comparative Advantages*

Keunggulan dalam produksi krn perbandingan harga yang efisien.

3. *Competitive Advantages*

Keunggulan dalam produksi dalam suatu negara krn dpt memenuhi kebutuhan pasar.

Transaksi luar negeri harus menggunakan mata uang yang berlaku secara Internasional. Beberapa mata uang yang dianggap sebagai alat pembayaran yang sah dalam transaksi luar negeri dan menjadi bagian dari valuta asing, antara lain:

- Dolar Amerika Serikat.
- Euro Eropa.
- Pound sterling Inggris.

- Yen Jepang.
- Dolar Kanada.
- Dolar Australia.
- Yuan China.
- Franc Swiss.

Beberapa faktor terjadinya transaksi valuta asing, yaitu:

1. Perubahan cita rasa
Masyarakat jenuh dan mengurangi impor (beralih ke ekspor)
2. Perubahan harga
3. Harga barang impor mahal → beralih ke ekspor
4. Inflasi
 - Harga barang dalam negeri naik.
 - Barang ekspor mahal.
 - Permintaan valuta asing meningkat.
 - Harga mata uang negara yang mengalami inflasi akan turun.
5. Tingkat suku bunga
Suku bunga tinggi, nilai mata uang akan naik.
6. Pengembalian Investasi
Pengembalian investasi, nilai mata uang akan naik.
7. Pertumbuhan Ekonomi
Jika ekspor naik, nilai mata uang akan naik.

Berdasarkan nilai tukar, kondisi mata uang terbagi menjadi:

1. Apresiasi
Meningkatnya nilai mata uang suatu negara diukur dari jumlah mata uang negara lain yang dapat dibelinya.
2. Depresiasi

Turunnya nilai mata uang suatu negara diukur dari jumlah mata uang negara lain yang dapat dibelinya.

Berdasarkan transaksi internasional, nilai tukar terbagi menjadi:

1. Nilai Tukar Nominal

Nilai yang digunakan untuk menukarkan mata uang negara satu dengan negara lain.

2. Nilai Tukar Rill

Nilai yang digunakan untuk menukarkan barang dan jasa negara satu dengan barang dan jasa negara lain.

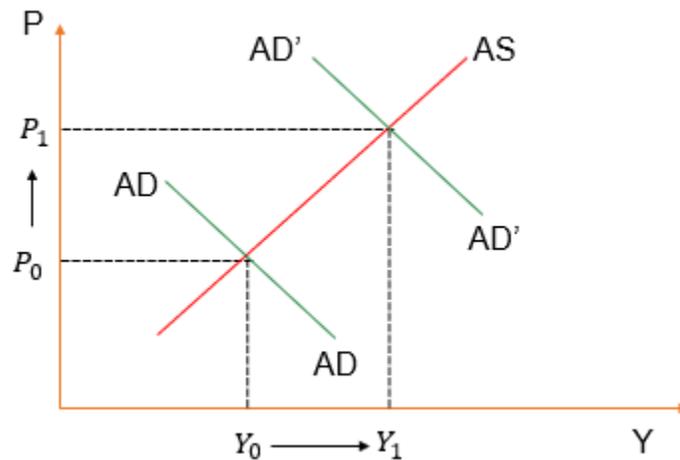
Bab 13 Inflasi

Inflasi merupakan kondisi yang terjadi secara umum dimana terjadinya kenaikan harga dalam periode tertentu. Inflasi terbagi menjadi beberapa kategori, antara lain:

- Inflasi ringan = 0-10%
- Inflasi sedang = 10-30%
- Inflasi Berat = 30-70%
- Hiperinflasi = >100%

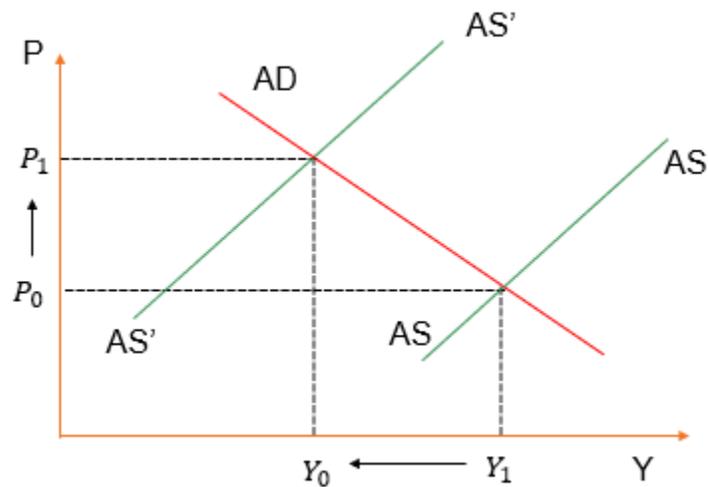
Inflasi sendiri dipicu berdasarkan dua kondisi, yaitu:

1. Permintaan



Kondisi ini terjadi karena besarnya permintaan tidak dapat dipenuhi oleh penawaran. Saat terjadi kelangkaan akan barang dan jasa, maka memicu terjadinya kenaikan harga. Meningkatnya permintaan → Ekonomi bergerak menuju pertumbuhan pendapatan nasional yang ditandai dengan Y_0 ke Y_1 .

2. Penawaran



Kondisi inflasi yang terjadi dari sisi penawaran. Saat kondisi perekonomian sedang stabil, maka saat itulah perusahaan akan memaksimalkan produksi. Dalam memperbesar kapasitas produksi, perusahaan memerlukan banyak tenaga kerja. Jika tenaga kerja diberikan upah tinggi maka akan memberikan kontribusi positif pada produksi yang semakin besar. Saat terjadi kenaikan upah, besarnya biaya produksi sebagai akibat dari meningkatnya kapasitas produksi maka saat itulah perusahaan menaikkan harga jual produknya. Jika produksi naik, diikuti dengan kenaikan harga sementara kapasitas produk dipasar dirasa cukup maka akan menurunkan minat masyarakat untuk berbelanja. Hal ini sejalan dengan hukum permintaan. Menurunnya permintaan → Ekonomi bergerak menuju penurunan pendapatan nasional yang ditandai dengan Y_1 ke Y_0 .

Dampak Inflasi

1. Positif

- Meningkatkan kegiatan Usaha
- Meningkatkan minat menabung dan investasi
- Meningkatkan kesempatan kerja

- Meningkatkan pendapatan dan daya beli masyarakat
- Meningkatkan pertumbuhan ekonomi
- Meningkatkan pendapatan nasional

2. Negatif

- Menurunkan taraf kemakmuran masyarakat
- Mengurangi iklim investasi
- Menurunkan kegiatan usaha
- Mengurangi nilai ekspor namun menaikkan nilai impor
- Menurunkan *Output* Produksi
- Menurunkan daya beli dan pendapatan masyarakat
- Menurunkan pendapatan nasional
- Memperlambat pertumbuhan ekonomi.

Bab 14 Kebijakan Ekonomi

Kebijakan dalam perekonomian ditujukan untuk menghadapi masalah masalah ekonomi yang terjadi. Mulai dari inflasi, pengangguran serta ketidakseimbangan antara pendapatan dan belanja negara.

Berikut ini merupakan kebijakan ekonomi yang diaplikasikan untuk mengatasi masalah ekonomi.

1. Kebijakan Fiskal

Dalam mengatasi inflasi, hal yang dilakukan pemerintah adalah menaikkan pajak dan mengurangi belanja pemerintah. Sementara dalam masalah pengangguran, hal yang dilakukan berbalik dengan kondisi inflasi yaitu menurunkan pajak dan meningkatkan belanja pemerintah.

2. Kebijakan Moneter

Dalam kondisi inflasi, yang dilakukan bank sentral yaitu menurunkan penawaran uang, menaikkan suku bunga serta mengurangi konsumsi. Sementara dalam masalah pengangguran yaitu menaikkan penawaran uang, menurunkan suku bunga, perbesar kesempatan investasi serta meningkatkan lapangan kerja.

3. Kebijakan Penawaran

Dalam kondisi inflasi, yang dilakukan pemerintah adalah menekan biaya operasional dengan menggunakan teknologi. Sementara dalam masalah pengangguran yaitu membuka lowongan ASN serta penyediaan kartu pra kerja.

Daftar Pustaka

- Dinar, M., & Hasan, M. (2018). *Pengantar Ekonomi: Teori dan Aplikasi*. Makassar: CV. Nur Lina Bekerjasama dengan Pustaka Taman Ilmu.
- Mankiw, N. Gregory. 2018. *Ekonomi Makro*. Jakarta: Salemba Empat.
- Putong, Iskandar. 2013. *Pengantar Mikro dan Makro Ekonomi*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Sadono Sukirno. 2016. *Makro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta : PT. Rajawali Pers.