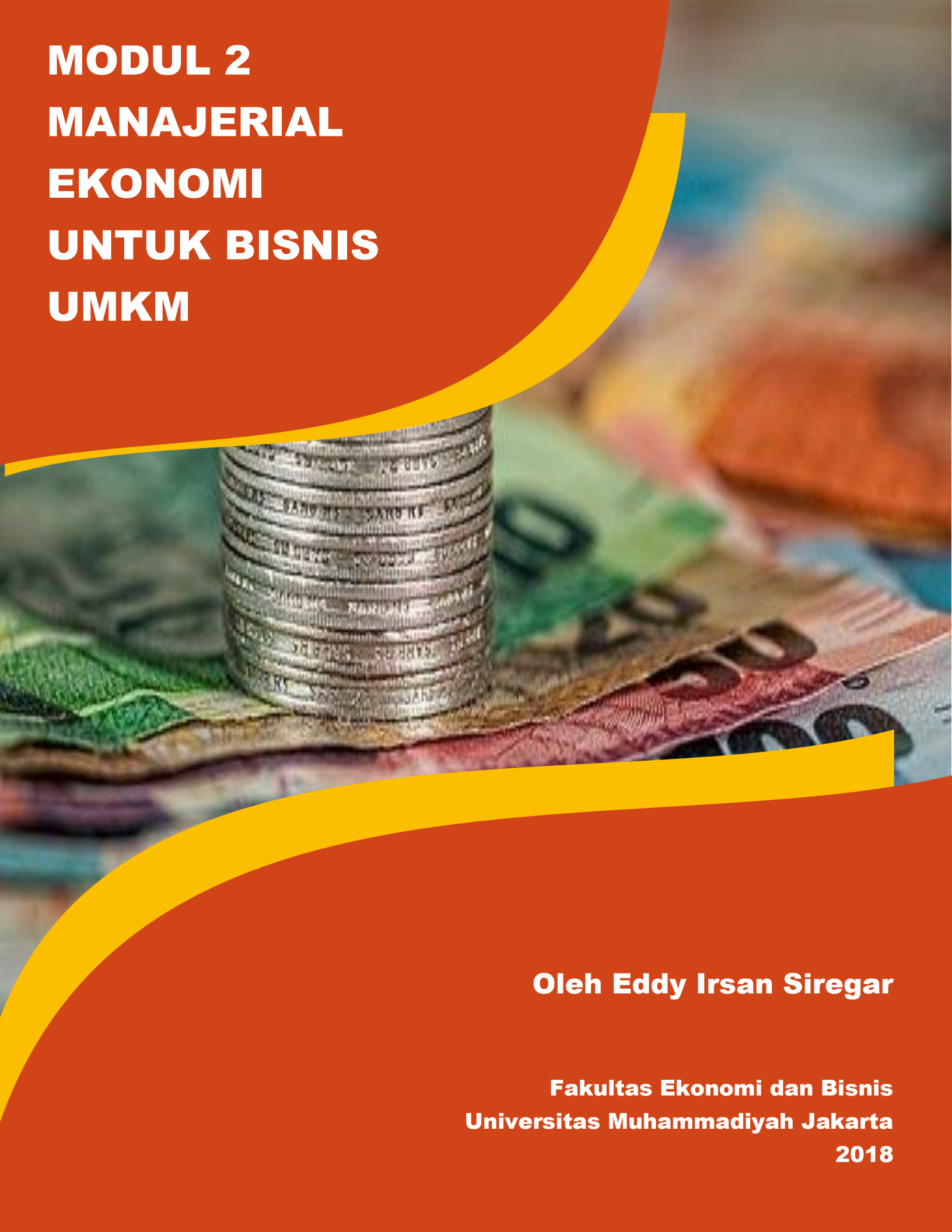


MODUL 2
MANAJERIAL
EKONOMI
UNTUK BISNIS
UMKM



Oleh Eddy Irsan Siregar

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Jakarta
2018

**MANAJERIAL EKONOMI UNTUK BISNIS UMKM
MODUL 2 MEKANISME PASAR**

**OLEH
EDDY IRSAN SIREGAR**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA
2018**

Kuliah Pertemuan Kedua

Materi:

**Mekanisme Pasar: Permintaan dan
Penawaran**

BAB 2

MEKANISME PASAR: PERMINTAAN DAN PENAWARAN

Bab ini akan membahas:

- Permintaan
 - Penawaran
 - Harga Keseimbangan
 - Perubahan Kesimbangan Pasar
 - Surplus Ekonomi
 - Kegagalan Pasar
 - Intervensi Pemerintah
-

Adam Smith (1776) melalui bukunya *The Wealth of Nation* memandang perekonomian sebagai sebuah sistem, berarti perekonomian memiliki kemampuan penstabil otomatis untuk menjaga keseimbangannya. Masalah-masalah ekonomi akan pulih jika keseimbangan dipulihkan. Kekuatan yang mampu mengendalikan sistem ekonomi, disebutnya ssebagai tangan gaib (*invisible hand*). Analisis- analisis semenjak masa Smith telah mewujudkan suatu analisis ekonomi yang memberikan gambaran tentang berbagai aspek kegiatan ekonomi suatu negara.

1. Permintaan

Permintaan adalah keinginan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga selama periode waktu tertentu. Misalnya ketika berbicara tentang permintaan pakaian lebaran di Jakarta, yang akan dibicarakan adalah berapa jumlah pakaian yang akan dibeli pada berbagai tingkat harga dalam satu periode waktu tertentu, per bulan Ramadan di Jakarta.

a. Faktor-faktor yang Memengaruhi Permintaan

1) Harga Barang Itu Sendiri

Hukum permintaan menyatakan, *"Bila harga suatu barang naik, ceteris paribus, maka jumlah barang itu yang diminta akan berkurang, dan sebaliknya."*

2) Harga Barang Lain yang Terkait

Permintaan dipengaruhi oleh harga barang lain yang memiliki keterkaitan. Keterkaitan yang dimaksud adalah bersifat substitusi (pengganti) dan bersifat komplemen (penggenap). Bila dua macam barang tidak memiliki hubungan dekat (keterkaitan), maka perubahan harga satu barang tidak memengaruhi permintaan barang satunya lagi.

3) Tingkat Pendapatan Per Kapita

Tingkat pendapatan per kapita dapat mencerminkan daya beli. Makin tinggi tingkat pendapatan, daya beli makin kuat, sehingga permintaan terhadap suatu barang meningkat.

4) Selera atau Kebiasaan

Permintaan suatu barang dipengaruhi oleh faktor selera dan kebiasaan. Misalnya, harga permintaan beras per tahun di Provinsi Maluku lebih rendah dibanding dengan di Sumatra Mengapa? Karena masyarakat di Provinsi Papua lebih menyukai sagu (sejak kecil mereka makan sagu). Sebaliknya di Sumatra, selain lebih menyukai beras juga terdapat kebiasaan (adat) yang membutuhkan beras.

5) Jumlah Penduduk

Beras sebagai makanan pokok rakyat Indonesia, maka permintaan beras berhubungan positif dengan jumlah penduduk. Makin banyak jumlah penduduk, permintaan beras makin banyak.

6) Perkiraan Harga di Masa Mendatang

Jika memperkirakan harga suatu barang suatu waktu akan naik, asumsinya adalah lebih baik membeli barang itu sekarang. Sehingga mendorong orang untuk membeli lebih banyak saat ini guna menghemat belanja di masa mendatang.

7) Distribusi Pendapatan

Tingkat pendapatan per kapita dapat memberikan kesimpulan yang salah bila distribusi pendapatan buruk. Artinya sebagian kecil kelompok masyarakat menguasai perekonomian. Jika distribusi pendapatan buruk, berarti daya beli secara umum melemah, sehingga permintaan terhadap suatu barang menurun.

8) Usaha-usaha Produsen Meningkatkan Penjualan

Perekonomian yang modern mengubah cara promosi yang digemakan oleh para penjual. Pengiklanan sebagai satu cara untuk mempromosikan suatu barang dan jasa memungkinkan masyarakat untuk mengenal suatu barang baru atau menimbulkan permintaan terhadap barang tersebut. Usaha-usaha promosi penjualan lainnya, seperti pemberian hadiah kepada pembeli apabila membeli suatu barang atau iklan pemberian potongan harga, sering mendorong orang untuk membeli lebih banyak daripada biasanya.



Contoh Kasus

KFC ‘Berdarah-darah’ dan Toko Ritel Bertumbuhan

Setahun berjalan, pandemi Covid-19 belum juga menunjukkan perbaikan di sektor konsumsi seperti ritel hingga restoran. Contohnya waralaba restoran KFC yang didera masalah hubungan industrial dengan pekerja, penutupan gerai sampai berujung masalah keuangan yang berdarah-darah. Di sisi lain, sektor ritel dari hari ke hari jumlah gerai ritel yang tutup bertumbuhan.

Ketua Umum Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (Aprindo) Roy Nicholas Mandey mengatakan setiap harinya toko ritel di Indonesia yang tutup kian bertambah. Kebangkrutan toko ini disebabkan permintaan yang lemah di sektor konsumsi. Padahal konsumsi masyarakat sangat menentukan keberlanjutan usaha ritel. Pelaku usaha ritel terpaksa gulung tikar dan menutup usahanya masih berlanjut di tahun ini. Sejak awal tahun hingga saat ini sudah ada 90 toko yang

harus menutup usahanya. termasuk minimarket, supermarket, *department store* maupun juga *tenant*.

Kondisi yang terus berlarut tanpa adanya perbaikan membuat pelaku usaha risau. Roy meminta perlindungan pemerintah agar tidak semakin banyak pelaku usaha ritel yang bangkrut. Perhatian khusus dari Pemerintah sangat diharapkan, apalagi industri ritel adalah salah satu usaha yang harus bertahan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Pelaku usaha membutuhkan vaksinasi keuangan selain vaksinasi pandemi.

Memburuknya kondisi ritel juga diikuti oleh usaha sejenis tenant restoran. Setelah tahun lalu menutup ratusan gerainya, persoalan internal soal hubungan industrial dengan pekerjanya menjadi masalah belum berkesudahan. Kalangan buruh yang tergabung dalam Solidaritas Perjuangan Buruh Indonesia (SPBI) SBT PT Fast Food Indonesia Tbk menggelar aksi demonstrasi di depan gerai KFC Gelael, MT Haryono, Jakarta, yang juga sebagai lokasi kantor pusat. Para pekerja mendesak PT Fast Food Indonesia Tbk untuk mengeluarkan kebijakan pembayaran upah sebagaimana mestinya dan mengembalikan upah yang selama ini ditahan oleh perusahaan. Ini reaksi dari perusahaan mengeluarkan kebijakan pemotongan dan penahanan upah. Bahkan, Tunjangan Hari Raya (THR) yang dibayarkan tidak sesuai dengan ketentuan Perjanjian Kerja Bersama (PKB).

Direktur PT Fast Food Indonesia Tbk Justinus Dalimin Juwono akhirnya buka suara. Ia menegaskan ihwal persoalan kebijakan perusahaan yang terkait para pekerja sudah disampaikan, dirundingkan, dan ada kesepakatan dengan serikat pekerja lain, yakni SPFFI. Ia menegaskan segala persoalan sudah selesai dibahas dengan serikat pekerja.

Sumber: CNBC INDONESIA (2021) dengan artikel berjudul “KFC Berdarah-darah Toko Toko Ritel Bertumbuhan 1 Toko Per Hari”

b. Fungsi Permintaan

Fungsi permintaan adalah permintaan yang dinyatakan dalam hubungan matematis dengan faktor-faktor yang memengaruhinya. Dengan fungsi permintaan, dapat diketahui hubungan antara variabel tidak bebas (*dependent variable*) dan variabel-variabel bebas (*independent variables*). Dalam bentuk persamaan matematis yang menjelaskan hubungan antara tingkat permintaan dengan faktor-faktor yang memengaruhi permintaan.

$$D_x = f(P_x, P_y, Y/\text{cap}, \text{sel}, \text{pen}, P_p, Y_{\text{dist}}, \text{prom}) \quad (2.1)$$

di mana:

D_x = permintaan barang X

P_x = harga X

P_y = harga Y (barang substitusi atau komplementasi)

Y/Cap = pendapatan per kapita

Sel = selera atau kebiasaan

Pen = jumlah penduduk

P_p = perkiraan harga X periode mendatang

Y_{dist} = distribusi pendapatan

Prom = upaya produsen meningkatkan penjualan (promosi)

D_x adalah variabel tidak bebas (*dependent variable*), karena besar nilainya ditentukan oleh variabel-variabel lain, yaitu berada di sisi kanan Persamaan (2.1). Variabel-variabel ini disebut variabel bebas (*independent variable*), karena besar nilainya tidak tergantung besarnya nilai variabel lain.

Tanda positif (+) dan negatif (-) menunjukkan pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap permintaan barang X. Tanda positif menunjukkan hubungan searah, sedangkan tanda negatif menunjukkan hubungan terbalik. Misalnya, penambahan jumlah penduduk (pen) akan meningkatkan permintaan barang X. Sementara jika harga X (P_x) naik, permintaan barang X turun. Variabel dalam analisis ekonomi tidak semuanya diperhitungkan. Biasanya yang diperhitungkan adalah yang pengaruhnya besar dan langsung. Dalam hal ini

variabel yang dianggap memengaruhi permintaan suatu barang adalah harga barang itu sendiri, harga barang lain, dan pendapatan.

Persamaan (2.1) dapat disusun dengan lebih sederhana menjadi Persamaan (2.2).

$$D_x = f(P_x, P_y, Y/cap) \dots \dots \dots (2.2)$$

Tanda-tanda positif atau negatif dapat ditulis dalam persamaan matematis $\partial D_x / \partial P_x < 0$ (jika harga X naik, permintaan barang X turun, atau sebaliknya), $\partial D_x / \partial P_y > 0$ (jika harga barang substitusi X naik, permintaan barang X naik, begitu sebaliknya). $\partial D_x / \partial I > 0$ (jika pendapatan naik, permintaan barang X naik, dan sebaliknya).

Persamaan-persamaan di atas menjelaskan hubungan-hubungan antarvariabel dengan asumsi barang normal. Di luar asumsi itu akan terjadi penyimpangan pola hubungan. Dalam kasus barang inferior (*inferior goods*), $\partial Q_d / \partial I < 0$; Jika pendapatan naik maka permintaan terhadap barang tersebut menurun. Selain barang inferior, juga dikenal barang Giffen (*Giffen goods*). Barang Giffen adalah juga barang inferior, tetapi barang inferior belum tentu barang Giffen.

Misalnya, seseorang yang bekerja di Jakarta sedangkan keluarganya tinggal di Bandung. Dengan pendapatan Rp2,5 juta per bulan, ia akan pulang seminggu sekali menggunakan bus antarkota. Jika penghasilannya naik menjadi Rp 5 juta per bulan, tetap pulang seminggu sekali, tetapi kadang-kadang naik kereta api Parahyangan yang harganya lebih mahal. Dari kasus itu, jasa bus termasuk barang inferior dan jasa kereta api Parahyangan merupakan barang normal (*normal goods*). Jika penghasilannya naik lagi, mungkin baginya jasa kereta api Parahyangan menjadi barang inferior. Jika suatu barang dianggap sebagai barang inferior, maka barang tersebut dinamakan barang Giffen.

c. Skedul dan Kurva Permintaan

Skedul permintaan adalah daftar hubungan antara harga suatu barang dengan tingkat permintaan barang tersebut. Misalnya, fungsi permintaan Tepung terigu di Kota Brebes per bulan merupakan fungsi linear berikut ini.

$$Q_d = 200 - 20P \dots\dots\dots (2.3)$$

di mana:

Q_d = permintaan tepung terigu (dalam ribu ton)

P = harga tepung terigu per kilogram (dalam rupiah)

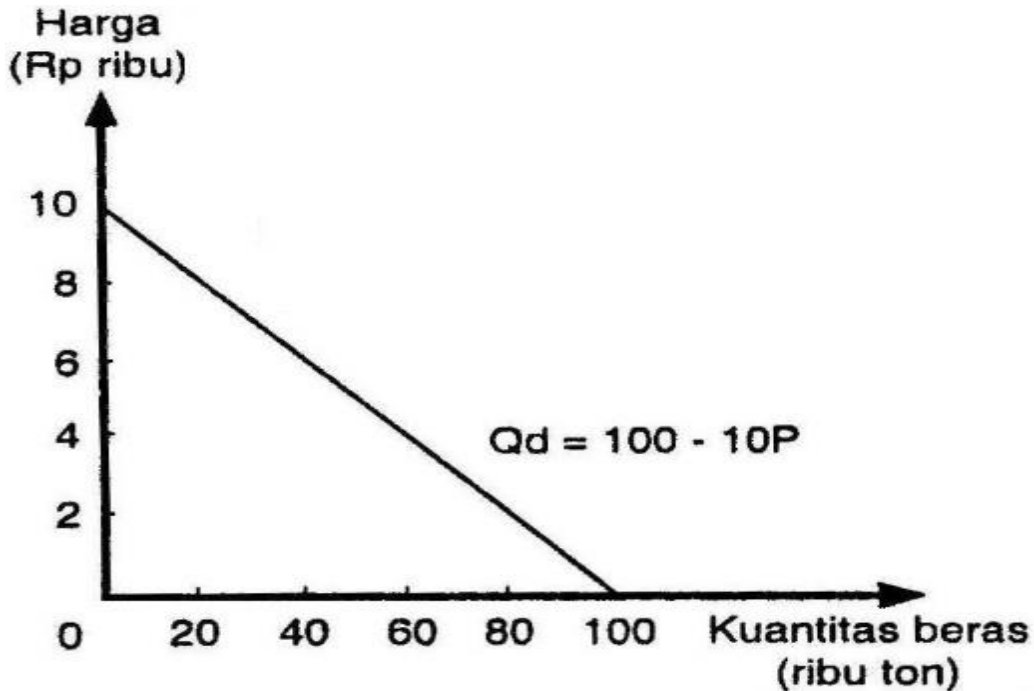
Dari Persamaan (2.3) dapat disimpulkan jika harga tepung terigu nol (gratis), permintaannya tidaklah tak terhingga, melainkan hanya Rp200.000 ton. Permintaan akan menjadi nol bila harganya Rp20.000,00 atau lebih per kilogram. Untuk dapat menentukan berapa jumlah permintaan pada berbagai tingkat harga antara nol rupiah sampai Rp20.000,00 per kilogram, seperti yang tertera dalam skedul permintaan berikut ini.

Tabel 2.1 Skedul Permintaan Beras

| Harga tepung terigu per kilogram (Rp) | Permintaan tepung terigu per bulan (ribu ton) |
|--|---|
| 0 | 200 |
| 2.000 | 80 |
| 4.000 | 60 |
| 6.000 | 40 |
| 8.000 | 20 |
| 20.000 | 0 |

Selanjutnya skedul permintaan di atas dapat digambarkan dalam bentuk kurva permintaan dua dimensi berikut ini.

Diagram 2.1 Kurva Permintaan tepung



Sudut (alfa) mempunyai derajat kemiringan (*slope*) sebesar $\partial Q_d / \partial P = -10$ (minus sepuluh), yang mempunyai arti jika harga tepung berubah 1 unit maka permintaan beras berubah 10 unit dengan arah yang berlawanan.

d. Perubahan Jumlah yang Diminta dan Perubahan Permintaan

Faktor penyebab utama perubahan permintaan, yaitu perubahan harga dan perubahan faktor *ceteris paribus*. Perubahan harga menyebabkan perubahan jumlah barang yang diminta, tetapi perubahan itu hanya terjadi dalam satu kurva yang sama. Ini yang disebut pergerakan permintaan sepanjang kurva permintaan (*movement along demand curve*).

Berikut ini pergerakan permintaan sepanjang kurva permintaan. Pada harga tepung Rp4.000,00 per kilogram, permintaan 60.000 ton per bulan. Jika harga naik menjadi Rp6.000,00 per kilogram, permintaan turun menjadi 40.000 ton

per bulan. Seandainya harga tepung turun kembali menjadi Rp2.000,00 per kilogram, permintaan meningkat kembali menjadi 80.000 ton per bulan. Jika yang berubah adalah faktor *ceteris paribus*, yaitu pendapatan akan terjadi pergeseran kurva permintaan (*shifting*). Jika pendapatan meningkat, kurva permintaan bergeser sejajar ke kanan. Jika pendapatan menurun, kurva permintaan bergeser sejajar ke kiri.

Diagram 2.2 Pergerakan Sepanjang Kurva Permintaan tepung

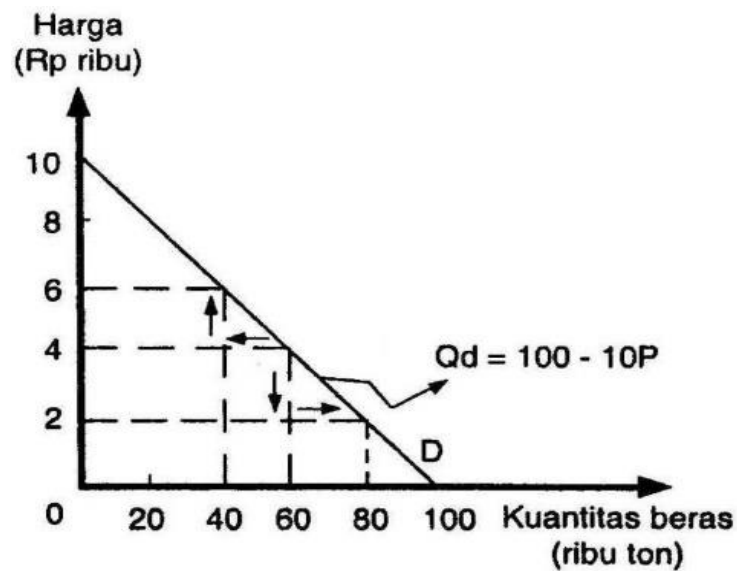
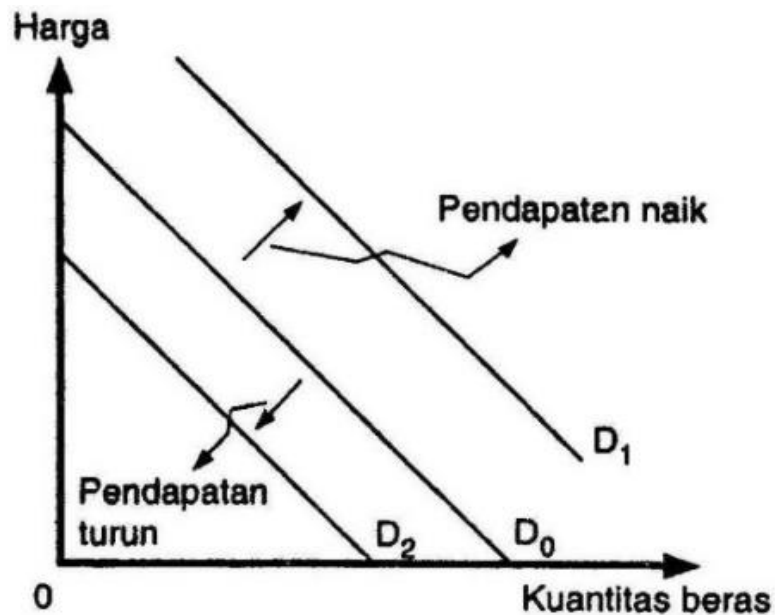


Diagram 2.3 Pergeseran Kurva Permintaan Beras



Kenaikan harga menyebabkan jumlah barang yang diminta berkurang dan jika harganya turun akan menambah jumlah yang diminta. Sedangkan faktor-faktor nonharga yang berubah, akan menyebabkan perubahan dalam permintaan. Perubahan dalam permintaan ini ditunjukkan oleh bergesernya kurva permintaan ke kanan atau ke kiri, yang berarti perubahan faktor nonharga akan menyebabkan perubahan permintaan yaitu pada tingkat harga yang tetap jumlah barang yang diminta bertambah.

e. Kasus Pengecualian

Adakalanya hukum permintaan tidak berlaku, yaitu saat harga suatu barang naik justru permintaan terhadap barang tersebut meningkat. Paling tidak ada tiga kelompok barang di mana hukum permintaan tidak berlaku.

1) Barang yang Memiliki Unsur Spekulasi

Misalnya saham dan tanah (di kota). Barang-barang tersebut dapat bertambah pembeliannya pada saat harganya naik karena ada unsur spekulasi. Dengan harapan jika harga barang tersebut naik lagi, kemudian dijual dan memperoleh keuntungan sedikit lebih banyak dari harga beli.

2) Barang Prestise

Barang dengan harga mahal sekali yang akan menyebabkan si pemilikinya memiliki prestise. Jika barang tersebut naik harganya, permintaan terhadap barang itu meningkat. Contohnya adalah mobil mewah, lukisan dari pelukis terkenal atau barang-barang antik.

3) Barang Giffen

Jika harga suatu barang turun, jumlah barang yang diminta akan berkurang. Disebabkan efek pendapatan negatif dari barang Giffen lebih besar daripada naiknya jumlah barang yang diminta. Sebaliknya, jika harga suatu barang turun, *ceteris paribus*, maka pendapatan nyata (*real income*) konsumen bertambah. Untuk kasus barang Giffen, kenaikan pendapatan nyata konsumen justru mengakibatkan permintaan terhadap barang tersebut menjadi berkurang. Pendapatan nyata adalah pendapatan yang berdasarkan daya beli, artinya sudah memperhitungkan faktor kenaikan atau penurunan harga.

2. Penawaran

Penawaran adalah jumlah barang yang produsen ditawarkan (jual) pada berbagai tingkat harga selama satu periode tertentu. Faktor-faktor yang menentukan adalah harga jual barang yang bersangkutan, serta faktor-faktor lainnya yang dapat disederhanakan sebagai faktor nonharga.

a. Faktor-faktor yang Memengaruhi Penawaran

1) Harga Barang Itu Sendiri

Hukum penawaran menjelaskan sifat hubungan antara harga suatu barang dengan jumlah barang yang ditawarkan penjual. Hukum penawaran menyatakan "*Semakin tinggi harga suatu barang, ceteris paribus, semakin banyak jumlah barang tersebut yang ingin ditawarkan oleh penjual, dan sebaliknya*"

2) Harga Barang Lain yang Terkait

Barang-barang substitusi dapat mempengaruhi penawaran suatu barang. Jika harga barang substitusi naik, maka penawaran suatu barang akan bertambah, dan sebaliknya. Sedangkan untuk barang komplemen, dapat dinyatakan apabila harga barang komplemen naik, maka penawaran suatu barang berkurang, dan sebaliknya. Misalkan, orang akan memilih beli baju porduk dalam negeri ketika baju impor harganya bertambah (faktor kenaikan biaya produksi atau kenaikan tarif impor)

3) Harga Faktor Produksi

Kenaikan harga faktor produksi, seperti tingkat upah yang lebih tinggi, harga bahan baku yang meningkat akan menyebabkan perusahaan memproduksi *output*-nya lebih sedikit dengan jumlah anggaran yang tetap. Kenaikan harga faktor produksi ini juga akan mengurangi laba perusahaan.

4) Biaya Produksi

Kenaikan harga input menyebabkan kenaikan biaya produksi. Dengan demikian, bila biaya produksi meningkat (faktor kenaikan harga faktor produksi atau penyebab lainnya), maka produsen akan mengurangi hasil produksinya, berarti penawaran barang itu berkurang.

5) Teknologi Produksi

Kemajuan teknologi menyebabkan penurunan biaya produksi dan menciptakan barang-barang baru. Dalam hubungannya dengan penawaran suatu barang, kemajuan teknologi menyebabkan kenaikan dalam penawaran barang.

6) Jumlah Pedagang/Penjual

Apabila jumlah penjual suatu produk tertentu semakin banyak, maka penawaran barang tersebut akan bertambah.

7) Tujuan Perusahaan

Tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan laba. Akibatnya, setiap produsen tidak memanfaatkan kapasitas produksinya secara maksimum tetapi untuk memberikan keuntungan maksimum. Misalnya, BUMN lebih mementingkan mencapai tingkat produksi yang maksimum. Dengan tujuan agar tingkat kemakmuran masyarakat meningkat.

8) Kebijakan Pemerintah

Kebijakan pemerintah untuk mengurangi impor beras menyebabkan para petani menanam padi tertentu yang memberikan hasil banyak setiap panennya. Kebijakan ini jelas menambah *supply* beras dan keperluan impor beras dapat dikurangi. Jika yang berubah adalah harga, maka terjadi pergerakan sepanjang kurva penawaran (*movement along supply curve*). Berarti, perubahan harga akan menyebabkan perubahan jumlah yang ditawarkan. Jika yang berubah adalah faktor nonharga (*ceteris paribus*), maka kurva penawaran bergeser ke kiri atau ke kanan.



Contoh Kasus

Pandemi Rugikan Pizza Hut Rp 94 M

PT Sarimelati Kencana Tbk (PZZA) mencatatkan rugi bersih sebesar Rp 93,51 miliar tahun 2020. Berdasarkan keterbukaan informasi di Bursa Efek Indonesia (BEI), penjualan neto perseroan sebesar Rp3,46 triliun di tahun lalu, merosot 13,25% dari tahun sebelumnya. PZZA mencatatkan rugi per saham dasar menjadi Rp 31,08 dari tahun sebelumnya yakni laba per saham Rp 66,19/saham. Adanya penurunan beban pokok penjualan di tahun 2020 menjadi Rp 1,20 triliun dari periode yang sama tahun 2019 yakni Rp1,30 triliun. Sementara itu, beban umum dan administrasi naik menjadi Rp 209,43 miliar, beban operasi lainnya naik menjadi Rp 25,87 miliar.

Adapun penjualan PZZA terdiri atas makanan, minuman dan potongan penjualan. Lini bisnis makanan menyumbang penjualan tertinggi sebesar Rp 3,29 triliun. Lini bisnis minuman mencapai Rp 181,44 miliar. Sementara itu, potongan penjualan tercatat Rp10,10 miliar. Manajemen mengungkapkan, dampak dari virus Covid-19 memposisikan kas dan bank berkurang menjadi Rp 60,70 miliar dari tahun sebelumnya Rp 110,42 miliar Sarimelati Kencana mencatatkan liabilitas Rp1,08 triliun dan ekuitas sebesar Rp1,15 triliun. Adapun total aset naik menjadi Rp 2,23 triliun dibanding tahun 2019 sebesar Rp 2,11 triliun.



Foto: Karyawan PHD berjualan pizza di pinggir jalan di Kawasan Bintaro, Tangerang Selatan,
Jumat (18/9/2020). (CNBC Indonesia/Andreas Kristianto))

Perusahaan memulai usaha komersialnya di tahun 1987. Perusahaan memiliki masing-masing sejumlah 5.787 dan 6.560 karyawan tetap. Untuk mempertahankan penjualan di tengah pandemi, Pizza Hut mendongkrak strategi penjualan dengan cara yang sedikit ekstrim. Pihak manajemen menurunkan harga Pizza Hut untuk menarik kembali permintaan pasar. Seperti yang tampak pada gambar di atas, salah satu karyawan PHD menjual Pizza Hut untuk tiga box seharga Rp 49.500. Harga ini di bawah harga normal yang biasa dijual di waralaba tersebut.

Sumber: CNBC Indonesia (2020) dengan judul “Berdarah-darah Efek Pandemi Pizza Hut Rugi Rp 94 M di 2020”

b. Fungsi Penawaran

Fungsi penawaran adalah penawaran dinyatakan dalam hubungan matematis dengan faktor-faktor yang memengaruhinya. Penjelasan dalam bentuk persamaan matematis menjelaskan hubungan antara tingkat penawaran dengan faktor-faktor yang memengaruhi penawaran.

$$+ \quad +/- \quad - \quad - \quad + \quad + \quad +/- \quad +$$

$$S_x = f(P_x, P_y, P_i, C, \text{tek}, \text{ped}, \text{tuj}, \text{kebij}) \dots \dots \dots (2.4)$$

di mana:

S_x = penawaran barang X

P_x = harga X

P_y = harga Y (barang substitusi atau komplemen)

P_i = harga input

C = biaya produksi

Tek= teknologi produksi

Ped= jumlah pedagang/penjual

Tuj= tujuan perusahaan

Kebij= kebijakan pemerintah

Tanda positif (+) dan negatif (-) menunjukkan pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap penawaran barang X. Misal, fungsi penawaran mobil adalah:

$$Q_s = -40 + 5P \dots\dots\dots (2.5)$$

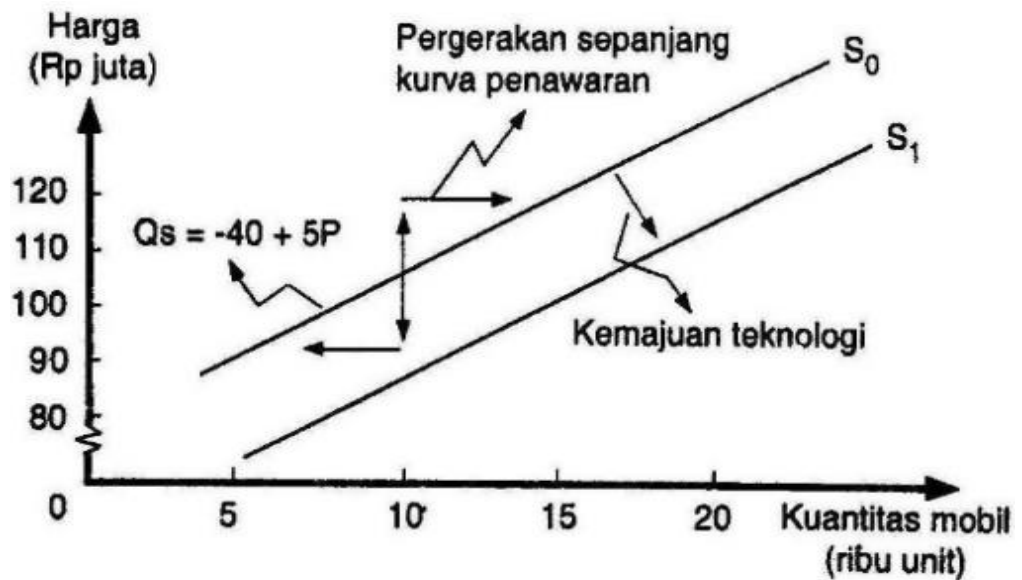
di mana:

Q_s = jumlah mobil yang ditawarkan (ribu unit) per tahun

P = harga mobil per unit (puluh juta rupiah per unit)

Dari persamaan tersebut dapat disimpulkan jika harga mobil per unit hanya Rp 80 juta atau kurang, produsen tidak mau menjual mobil. Setiap satu unit kenaikan harga menyebabkan penawaran mobil meningkat lima unit. Jika yang berubah adalah faktor nonharga seperti teknologi, kurva penawaran bergeser (*shifting*) dari S_0 ke S_2 .

Diagram 2.4 Kurva Penawaran Mobil





Contoh Kasus

Karyawan Bicara Centro Pailit: Toko Tutup, Ratusan Orang bakal Nganggur

PT Tozy Sentosa, pengelola Cento Department Store dan Parkson Department Store resmi dinyatakan pailit pada 17 Mei 2021. Dengan begitu, maka gerai Cento di seluruh Indonesia pun akan banyak yang ditutup. Perwakilan karyawan Cento, Dede Sulaeman menyatakan sudah hampir seluruhnya akan tutup kecuali Karawang sama Margo City Depok.

Kabar pailitnya Cento ini akan berdampak pada para karyawan. Ratusan karyawan Cento kehilangan pekerjaan. Saat ini tersisa 13 toko yang masih beroperasi dari total 15 toko. Sebelumnya, sudah tutup 2 toko terimbas pandemi. Total toko yang kemungkinan bakal ditutup usai terbitnya status pailit tersebut adalah sekitar 11 toko, 2 toko lainnya yaitu yang di Karawang dan Margo City belum jelas kabarnya sebab masih terikat kontrak dengan pihak mal.

Rata-rata jumlah karyawan di masing-masing toko Cento selama pandemi berkisar antara 20-30 orang. Sebelumnya, jumlah karyawan di setiap gerai Cento bisa mencapai 70-80 orang. Dengan begitu, saat 11 toko Cento tersebut tutup, maka total karyawan yang ikut terdampak mencapai sekitar 220-330 orang.

Kondisi gerai Cento sampai dinyatakan pailit, sudah terasa sejak Maret. Hal ini didasarkan pada kondisi toko yang sempat full tutup selama beberapa bulan dan tidak ada income yang masuk. Meskipun dibuka, pendapatan masih lemah dan kebijakan social distancing membuat orang-orang mengubah gaya hidup lebih beralih ke daring. Sebelum ada pandemi COVID-19, Cento ramai pengunjung dan pemasukanpun lancar. Para karyawan pun bahagia kerja di Cento, akan tetapi adanya pandemi merubah keadaan 180 derajat.

Sumber: Detik.com dengan judul “Karyawan Bicara Centro Pailit: Toko Tutup, Ratusan Orang bakal Nganggur”

c. Kasus Pengecualian

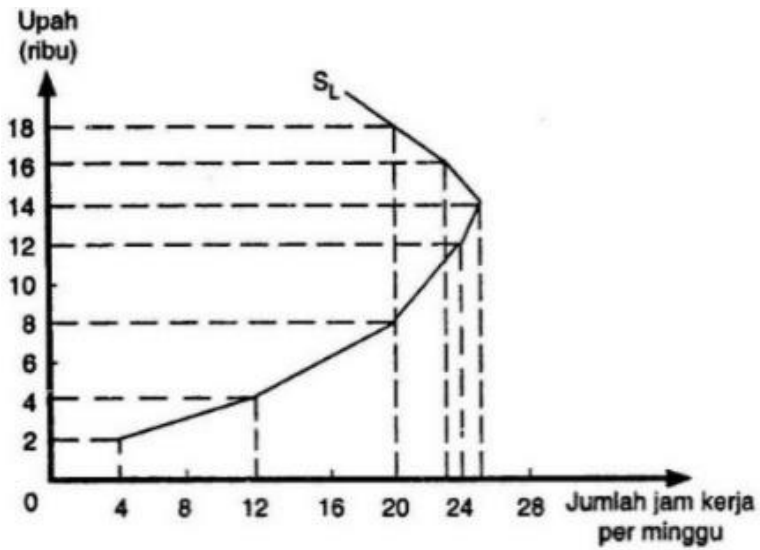
Kurva penawaran terkadang juga memiliki *slope* negatif. Contohnya adalah kurva penawaran akan tenaga kerja yang berbentuk melengkung membalik (*backward bending labour supply curve*). Misalnya, Arya dibayar berdasarkan jumlah jam kerjanya. Tabel berikut menunjukkan jumlah jam yang digunakan untuk bekerja (penawaran tenaga kerja) pada berbagai tingkat upah per jam yang berbeda-beda.

Tabel 2.2 Penawaran Tenaga Kerja

| Upah per jam (dalam rupiah) | Jumlah jam kerja per Minggu |
|--|--|
| 2.000 | 4 |
| 4.000 | 22 |
| 8.000 | 20 |
| 22.000 | 24 |
| 24.000 | 25 |
| 26.000 | 23 |
| 28.000 | 20 |

Dari data di atas dapat buatlah titik-titik antara kedua variabel serta kemudian menghubungkan titik-titiknya yang membentuk suatu garis sebagaimana tampak dalam Diagram 2.5. Pada tingkat upah yang rendah (Rp 2.000,00 sampai Rp 24.000,00) adalah normal, diperoleh bentuk kurva penawaran yang positif. Pada tingkat upah yang lebih tinggi dari Rp 24.000,00 per jamnya, Arya akan mengurangi jumlah jam kerja yang ditawarkan. Dengan alasan ingin lebih santai untuk menikmati hasil kerja sebelumnya. Karena pendapatannya sudah cukup tinggi, sehingga Arya sudah memiliki rumah dan vila, mobil mewah, dan barang-barang konsumsi lainnya. Dengan demikian bentuk kurva penawaran akan tenaga kerjanya akan melengkung dan membalik ke arah yang berlawanan, atau kurvanya memiliki kemiringan negatif.

Diagram 2.5 *Backward Bending Labour Supply Curve*



3. Harga Keseimbangan

Harga keseimbangan adalah harga di mana baik konsumen maupun produsen sama-sama tidak ingin menambah atau mengurangi jumlah yang dikonsumsi dan dijual. Permintaan sama dengan penawaran. Jika harga di bawah harga keseimbangan, terjadi kelebihan permintaan. Sebab permintaan akan meningkat, dan penawaran menjadi berkurang. Sebaliknya jika harga melebihi harga keseimbangan, terjadi kelebihan penawaran. Jumlah penawaran meningkat, jumlah permintaan menurun.

Kasus Pasar Mobil Sedan

Permintaan: $Q_d = 200 - 10P$

Penawaran : $Q_s = -40 + 5P$

di mana:

$Q_d, Q_s =$ ribu unit per tahun

$P =$ puluh juta rupiah per unit

Keseimbangan Pasar:

$$Q_d = Q_s$$

$$200 - 10P = -40 + 5P$$

$$240 = 15P$$

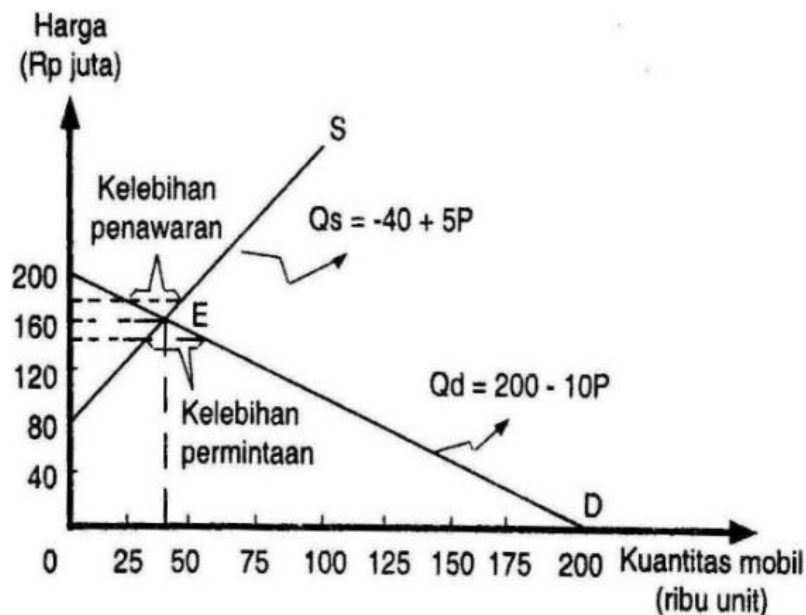
$$P = 16$$

$$Q_d = 200 - 10(16) = 40$$

$$Q_s = -40 + 5(16) = 40$$

Keseimbangan terjadi pada saat harga mobil Rp160 juta per unit. Saat itu jumlah permintaan sama dengan jumlah penawaran, yaitu 40.000 unit mobil per tahun. Jika harga mobil ditetapkan Rp150 juta per unit (di bawah harga keseimbangan), terjadi kelebihan permintaan sebanyak 15.000 unit mobil per tahun. Jika harga mobil ditetapkan Rp170 juta per unit (di atas harga keseimbangan), terjadi kelebihan penawaran sebanyak 15.000 unit mobil per tahun.

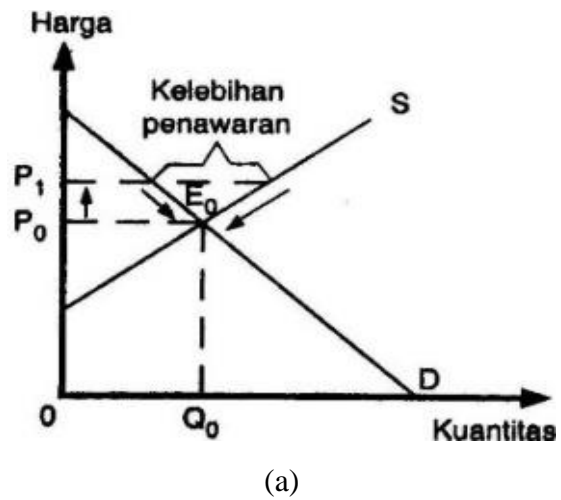
Diagram 2.6 Keseimbangan Pasar Mobil



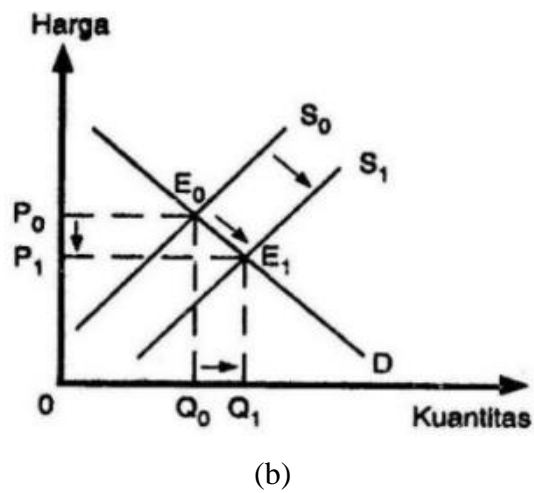
4. Perubahan Keseimbangan Pasar

Perubahan keseimbangan pasar terjadi jika terdapat perubahan di sisi permintaan dan atau penawaran. Jika faktor yang menyebabkan perubahan adalah harga, keseimbangan akan kembali ke titik awal (Diagram 2.7.a). namun jika yang berubah adalah faktor-faktor *ceteris paribus* seperti teknologi untuk sisi penawaran, atau pendapatan untuk sisi permintaan, keseimbangan tidak kembali ke titik awal (Diagram 2.7.b dan 2.7.c).

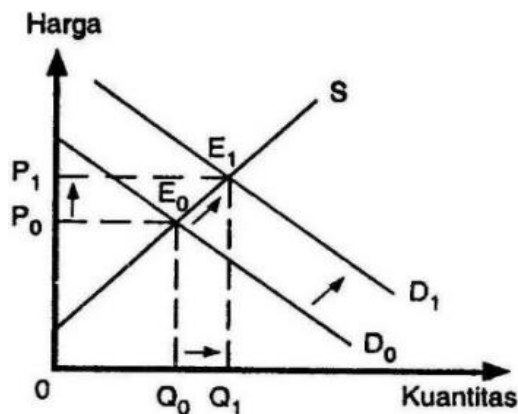
Diagram 2.7 Perubahan Keseimbangan Pasar



Jika harga berubah (misal ke P_1), terjadi kelebihan penawaran yang menyebabkan harga turun kembali ke P_0 . Titik keseimbangan tetap E_0 .



Kurva penawaran bergeser ke kanan karena perubahan teknologi. Titik keseimbangan bergeser dari E_0 ke E_1 .



(c)

Kurva permintaan bergeser ke kanan karena perubahan pendapatan. Titik keseimbangan bergeser dari E_0 ke E_1 .

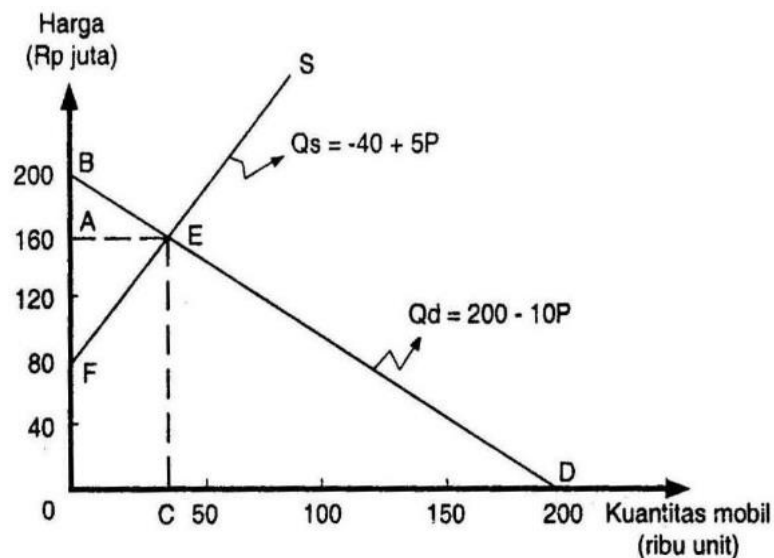
5. Surplus Ekonomi

Dasar pendekatan untuk analisis pasar adalah marginalis (*marginalis approach*). Keputusan dalam memproduksi atau mengonsumsi ditentukan oleh berapa besar tambahan pendapatan atau manfaat dari unit terakhir barang tersebut. Konsekuensi bagi produsen adalah tidak menetapkan harga yang sama untuk setiap jumlah penjualan. Pada saat keseimbangan, konsumen membayar lebih sedikit dibanding kesediaan membayar. Sebaliknya produsen menerima uang lebih banyak daripada yang sebenarnya mereka harapkan. Apa yang dialami oleh konsumen disebut surplus konsumen (*consumer surplus*), yaitu selisih antara jumlah yang konsumen sedia bayarkan dengan yang harus dibayar. Untuk produsen disebut surplus produsen (*producer surplus*), yaitu selisih antara jumlah yang diterima dengan yang mereka harapkan untuk dibayar.

Dalam kasus pasar mobil, surplus konsumen jumlahnya seluas segi tiga ABE, yang merupakan selisih luas trapesium OBEC (jumlah yang konsumen bersedia membayar) dengan segi empat OAEC (jumlah yang harus konsumen bayar). Jumlah surplus produsen seluas segi tiga FAE yang merupakan selisih antara luas segi empat OAEC (jumlah yang konsumen bayarkan) dengan trapesium OFEC (jumlah yang produsen bersedia di bayar). Teori surplus ekonomi sangat

bermanfaat dalam menganalisis dampak campur tangan pemerintah. Campur tangan pemerintah dianggap makin buruk bila total kehilangan surplus ekonomi (kehilangan surplus konsumen + surplus produsen) makin besar. Dalam buku teks berbahasa Inggris, ini disebut *deadweight loss*.

Diagram 2.8 Surplus Produsen dan Surplus Konsumen



6. Kegagalan Pasar

Pasar merupakan alokasi sumber daya yang efisien jika asumsi-asumsi ini terpenuhi, di antaranya pelaku bersifat rasional, memiliki informasi sempurna, pasar berbentuk persaingan sempurna dan barang bersifat privat. Proses pertukaran (*exchange*) tidak terbatas dimensi waktu dan tempat (*timeless* dan *placeless*). Banyak asumsi tidak cocok dengan lapangan. Akibatnya pasar gagal menjadi alat alokasi sumber daya yang efisien (*market failure*).

a. Informasi Tidak Sempurna (*Incomplete Information*)

Pada kenyataannya konsumen tidak pernah mengetahui kualitas barang yang digunakan. Misalnya, ketika hendak membeli tanah untuk memperoleh informasi tersebut seringkali harus membayar dengan menyewa seorang yang ahli dalam bidangnya dan dapat dipercaya.

b. Daya Monopoli (*Monopoly Power*)

Dalam kenyataannya sering terjadi dalam pasar hanya ada satu (monopoli) atau beberapa produsen (oligopoli) yang begitu kuat sehingga mampu memengaruhi pasar dengan menentukan tingkat harga (*price setter*). Kemampuan itu menyebabkan barang yang diproduksi lebih sedikit, harga lebih tinggi, dibanding dalam pasar persaingan sempurna.

c. Eksternalitas (*Externality*)

Eksternalitas adalah keuntungan atau kerugian yang dinikmati atau diderita pelaku ekonomi sebagai akibat tindakan pelaku ekonomi yang lain. Misalnya, di Provinsi Lampung banyak pabrik tapioka yang menjadi penyebab utama pencemaran lingkungan. Kerugian yang diderita masyarakat sekitarnya tidak masuk dalam perhitungan biaya produksi tapioka. Meski secara finansial biaya produksi tapioka menjadi murah, tetapi secara ekonomis biayanya mahal. Karena sebagian biaya itu ditanggung masyarakat dalam bentuk biaya sosial (*social cost*).

d. Barang Publik (*Public Goods*)

Barang yang bersifat *non rivalry*, noneksklusif, dan *non-divisible* (tidak dapat dipecah-pecah). Misalnya, jalan raya, taman, jembatan, fasilitas pertahanan keamanan dan lain-lain. Barang-barang seperti itu disebut barang publik (*public goods*). Barang-barang publik biasanya disediakan oleh pemerintah, perseorangan atau perusahaan swasta. Sifat *non-rivalry*, *non-exclusive*, dan *non-divisible* menimbulkan fenomena proses, yaitu mereka yang menikmati manfaat dari barang publik tetapi tidak membayar pajak.

e. Barang Altruisme (*Altruism Good*)

Barang altruisme adalah barang yang ketersediaannya berdasarkan suka rela karena rasa kemanusiaan. Tidak perlu mengeluarkan biaya hanya untuk darah tersebut tetapi hanya dikenakan biaya administrasi yang terjangkau. Contoh barang altruisme ialah darah. *Supply* darah ada karena rasa kemanusiaan (ingin membantu sesama manusia). Jika barang ini diserahkan kepada mekanisme pasar,

maka tidak akan terjadi pasar karena aspek *supply*-nya bertentangan dengan ajaran agama (akan terjadi kegagalan pasar atau *market failures*).

7. Intervensi Pemerintah

Kegagalan pasar menuntut campur tangan (intervensi) pemerintah. Namun tidak semua campur tangan pemerintah memberikan hasil yang baik. Misalnya ada konflik antara tujuan efisiensi dengan pemerataan. Agar harga rumah dapat terjangkau rakyat kecil yang berpenghasilan rendah, pemerintah memberikan subsidi. Namun pemberian subsidi itu cenderung mengorbankan efisiensi, karena uang subsidi dapat dialokasikan untuk sektor yang lebih produktif. Tujuan intervensi pemerintah adalah:

(1) Menjamin kesamaan hak bagi setiap individu dapat tetap terwujud dan eksploitasi dapat dihindarkan,

(2) Menjaga agar perekonomian dapat tumbuh dan mengalami perkembangan yang teratur dan stabil,

(3) Mengawasi kegiatan perusahaan-perusahaan besar agar tidak menjalankan praktik-praktik monopoli yang merugikan,

(4) Menyediakan barang publik (*public goods*) untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan

(5) Mengawasi agar eksternalitas kegiatan ekonomi yang merugikan masyarakat dapat dihindari atau dikurangi.

a. Kontrol Harga

Tujuan kontrol harga adalah melindungi konsumen atau produsen. Bentuk kontrol harga yang paling umum digunakan adalah penetapan harga dasar (*floor price*) dan harga maksimum (*ceiling price*).

1) Harga Dasar (*Floor Price*)

Harga dasar adalah tingkat harga minimum yang diberlakukan. Jika pemerintah menetapkan harga dasar gabah Rp700,00 per kilogram, pembeli harus membeli gabah dari petani dengan harga serendah-rendahnya Rp700,00 per

kilogram. Contoh lain, jika pemerintah menetapkan upah minimum tenaga kerja Rp15.000,00 per hari, maka majikan harus membayar tenaga kerja paling tidak Rp15.000,00 per hari. Dampak kebijakan harga minimum terhadap keseimbangan pasar dijelaskan dengan diagram-diagram berikut ini.

Kasus Pasar Gabah di Karawang

$$Q_d = 2.000 - 3P ; Q_s = -500 + 2P$$

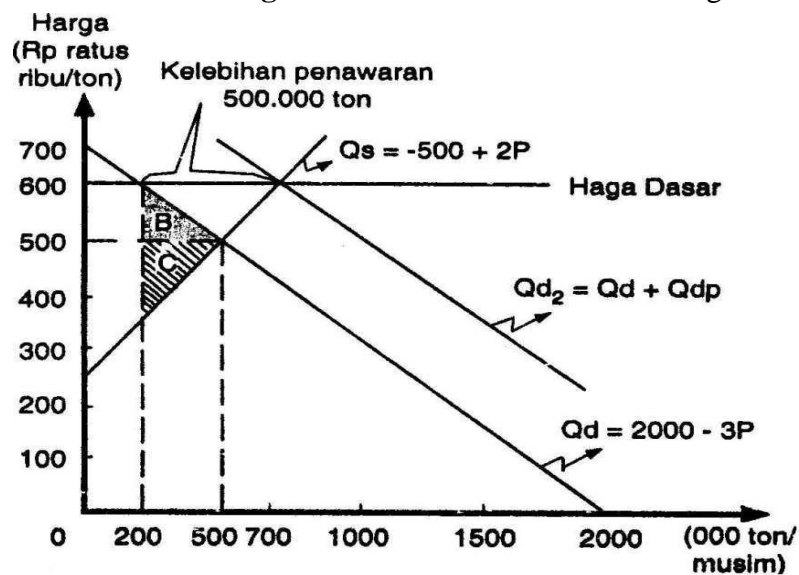
di mana:

Q_d, Q_s = ribu ton per musim

P = ratus ribu rupiah per ton

Keseimbangan pasar tercapai pada harga gabah Rp500.000,00 per ton. Sedangkan jumlah gabah yang tersedia 500.000 ton per musim. Andaikan pemerintah merasa bahwa jumlah gabah terlalu sedikit dan berniat menambahnya pada musim tanam mendatang dengan menetapkan harga dasar gabah menjadi Rp600.000,00 per ton, akan terjadi kelebihan penawaran 500.000 ton. Sebab, penawaran naik menjadi 700.000 ton, sedangkan permintaan turun menjadi 200.000 ton. Keputusan ini merugikan konsumen dan produsen karena total surplus ekonomi yang hilang (*consumer surplus* dan *producer surplus*) besarnya seluas segi tiga B+C.

Diagram 2.9 Pasar Gabah di Karawang



Agar harga gabah tetap pada tingkat Rp600.000,00 per ton, pemerintah harus membeli kelebihan penawaran tersebut. Pembelian pemerintah memperbesar permintaan yang kita sebut saja permintaan pemerintah (Q_d). Akibatnya, kurva permintaan bergeser ke Q_{d2} yang besarnya merupakan $Q_d + Q_{dp}$. Besar anggaran yang disediakan adalah 500.000 ton dikali dengan Rp600.000,00 sama dengan Rp300.000.000.000,00.

Kasus Pasar Tenaga Kerja di Cianjur

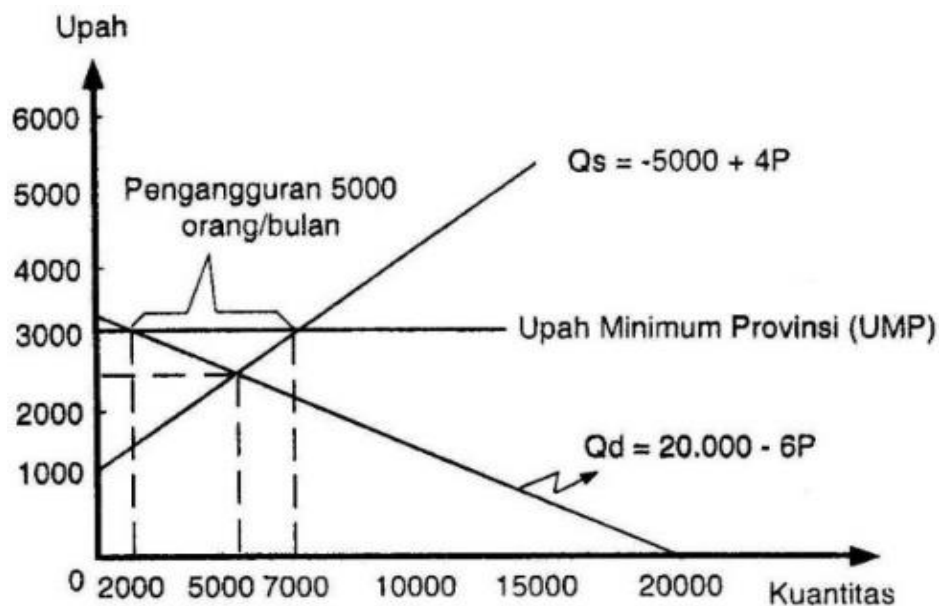
$$Q_d = 20.000 - 6P; Q_s = -5.000 + 4P$$

di mana:

Q_d, Q_s = jiwa per bulan

P = upah per hari

Diagram 2.10 Pasar Tenaga Kerja di Cianjur



Keseimbangan pasar terjadi pada harga Rp2.500,00/hari. Kesempatan kerja yang tersedia untuk 5.000 pekerja/bulan. Jika Pemerintah Daerah Cianjur menilai upah keseimbangan itu terlalu rendah dan menetapkan upah minimum sebesar Rp3.000,00/hari, yang terjadi adalah pengangguran sebanyak 5.000

orang/bulan. Sebab dengan tingkat upah tersebut jumlah yang ingin bekerja meningkat menjadi 7.000 orang/bulan. Sedangkan permintaan terhadap tenaga kerja menurun menjadi 2.000 orang/bulan.

2) Harga Tertinggi (*Ceiling Price*)

Harga tertinggi (*ceiling price*) adalah batas maksimum harga penjualan oleh produsen. Di Indonesia yang paling terkenal misalnya penetapan harga patokan setempat (HPS) untuk semen. Tujuan penetapan harga tertinggi umumnya adalah agar harga produk dapat terjangkau oleh konsumen yang daya belinya kurang. Namun kebijakan ini tidak berdayaguna bila produsen memiliki kekuatan oligopoli, apalagi daya monopoli. Seperti yang terjadi pada HPS semen yang terus-menerus dilanggar produsen semen raksasa.

Kasus Pasar Mi Instan di Indonesia

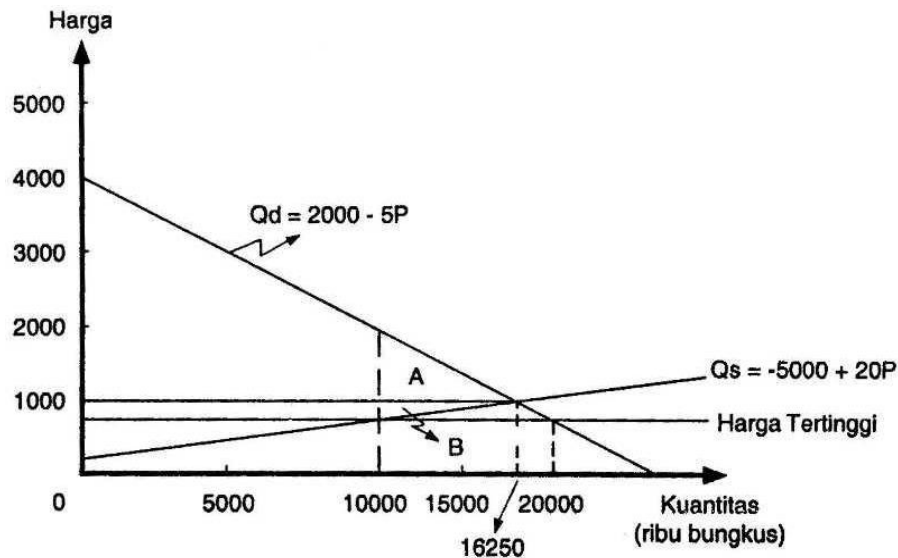
$$Q_d = 20.000 - 5P; Q_s = -5.000 + 20P$$

di mana:

Q_d, Q_s = ribu bungkus per bulan

P = harga per bungkus

Diagram 2.11 Pasar Mi Instan di Indonesia



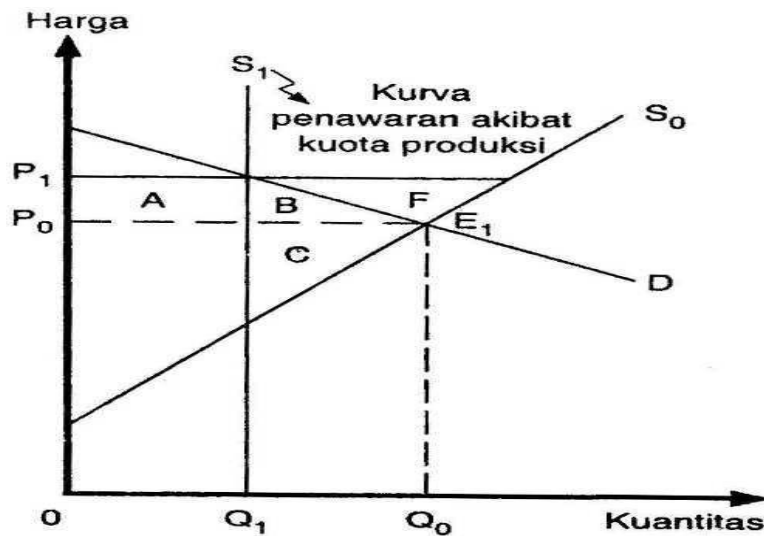
Keseimbangan pasar terjadi pada tingkat harga mi instan Rp1.000,00 per bungkus, dengan jumlah 15 juta bungkus per bulan. Kebalikan dari dua contoh di atas, sekarang pemerintah merasa harga mie *instant* terlalu tinggi dan menetapkan harga Rp750,00 per bungkus. Keputusan ini menyebabkan kelebihan permintaan sebesar 6.250.000 bungkus per bulan (16,250.000-10.000.000). Secara ekonomis keputusan ini merugikan, karena terjadi kehilangan surplus ekonomi (*deadweight loss*) sebesar luas segi tiga A + B.

3) Kuota

Pemerintah memengaruhi tingkat harga dengan melakukan kebijaksanaan kuota (pembatasan produksi). Misalnya, pemerintah ingin menolong petani jagung dengan cara membatasi jumlah produksi (kuota) untuk meningkatkan harga. Diagram 2.12 menunjukkan tanpa campur tangan pemerintah, keseimbangan pasar jagung terjadi di titik E_1 dengan jumlah jagung Q_0 dan harga P_0 .

Jika pemerintah ingin menjaga agar harga jagung minimal P_1 untuk itu jumlah produksi dibatasi hanya sampai Q_1 . Kurva penawaran jagung yang relevan adalah S_1 . Keputusan ini mengurangi surplus konsumen sebesar A+B. Produsen mengalami kehilangan surplus seluas C, tetapi memperoleh tambahan surplus seluas A ditambah insentif tidak memproduksi, seluas F. Agar produsen jagung mau mengurangi produksinya sampai tingkat Q_p maka insentif finansial yang harus diberikan setidaknya seluas B+C+F.

Diagram 2.12 Pasar Jagung di Jawa Barat



b. Pajak dan Subsidi

1) Pajak

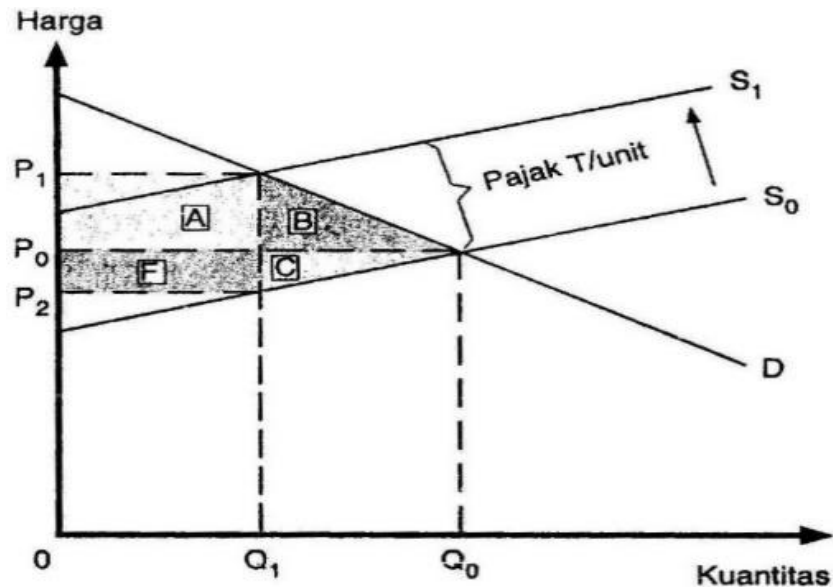
Sebenarnya pajak memberatkan karena membuat harga barang menjadi lebih mahal. Namun di sisi lain, pajak dibutuhkan sebagai sumber penerimaan negara untuk membiayai fungsi-fungsinya, khususnya redistribusi pendapatan dan alat stabilisasi ekonomi. Keputusan penentuan pajak harus mempertimbangkan elastisitas permintaan dan penawaran. Jika tidak, tujuan-tujuan yang ditargetkan tidak tercapai.

Diagram 2.13 adalah contoh yang menjelaskan pengaruh pajak terhadap keseimbangan pasar. Pemerintah bermaksud menarik pajak dari pasar sepeda motor, dengan membebankan pajak sebesar T per unit. Pajak tersebut dibebankan kepada produsen. Pengenaan pajak menyebabkan kurva penawaran bergeser dari S_0 ke S_1 , sehingga harga keseimbangan menjadi P_1 , sedangkan jumlah keseimbangan menjadi Q_1 .

Kebijakan ini sebenarnya menyebabkan konsumen kehilangan surplus konsumen sebanyak $A+B$. Sedangkan produsen kehilangan surplus produsen sebanyak $F+C$. Tetapi pemerintah memperoleh pendapatan sebanyak $A+F$ sama dengan $0Q_1 \times (P_1 - P_2)$. Sepintas pemerintah tampaknya senang dengan penerimaan

itu. Konsumen dirugikan karena beban pajak yang seharusnya ditanggung produsen, sebagian (A) ditanggung oleh konsumen. Ini disebut pergeseran beban pajak (*tax incidence*). Besarnya *tax incidence* sangat tergantung pada elastisitas permintaan dan penawaran

Diagram 2.13 Pasar Sepeda Motor di Indonesia



Contoh Kasus

Penghapusan PPN Properti

Insentif penghapusan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) jadi 0% atau PPN ditanggung pemerintah resmi diluncurkan. Kebijakan ini berlaku sejak 1 Maret 2021 sampai 31 Agustus 2021. Tujuan dari kebijakan ini adalah mendorong agar properti dapat terserap pasar meski di tengah pandemi covid-19. Ada dua dasar utama mekanisme pemberian insentif PPN, yaitu:

1. 100% ditanggung pemerintah atas rumah tapak atau rumah susun dengan harga jual paling tinggi Rp 2 miliar.
2. 50% ditanggung pemerintah atas rumah tapak atau rumah susun dengan harga jual di atas Rp 2 miliar sampai Rp 5 miliar.

Kebijakan yang dikeluarkan pemerintah tersebut ditujukan kepada pengembang yang belum terserap. Selain itu, dari kriteria itu ada 3 jenis hunian yang dapat fasilitas ini dengan total PPN yang ditanggung sekitar Rp 7,95 triliun, untuk transaksi properti sekitar Rp 82,7 triliun yang ditunjukkan tabel 2.1 berikut.

Tabel 2.1 Besaran Insentif Bebas PPN

| Jenis | Rentang Kelas | Jumlah Unit (2019) | Jumlah Unit (2020) | Jumlah stok | Perkiraan Harga | PPN(10%) |
|-------------|---------------|--------------------|--------------------|-------------|-----------------|----------|
| Subsidi | MBR (150jt) | 273.160 | 388.639 | 21.321 | 3,2 T | 0 |
| Non Subsidi | 300 – 1M | 140.903 | 92.331 | 9.000 | 9 T | 0,9 T |
| | 1 – 2M | 61.816 | 44.721 | 9.000 | 18 T | 1,8 T |
| | 2 – 3M | 33.999 | 12.521 | 4.500 | 13,5 T | 1,35 T |
| | 3 – 5M | 9.272 | 10.018 | 4.500 | 22,5 T | 2,25 T |
| | >5M | 3.092 | 4.294 | 1.800 | 9 T | 0,9 T |
| Apartemen | 300-1M | 60.000 | 15.000 | 7.500 | 7.5 T | 750 M |
| Grand Total | | | | | 82,7 T | 7,95 T |

Sumber: Foto PUPR

Sumber: CNBC INDONESIA (2021) dengan judul Ini Dia Rumah yang Dapat Penghapusan PPN 10.

(2) Subsidi

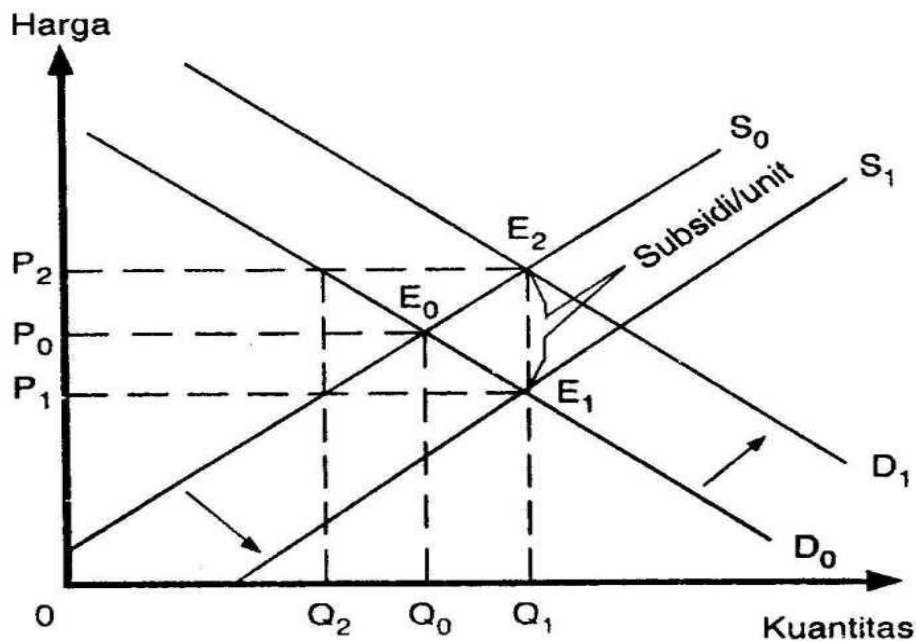
Subsidi dapat dipandang sebagai pajak negatif (*negative tax*), karena subsidi menambah pendapatan nyata. Manfaat pemberian subsidi pun terbagi-bagi antara produsen dan konsumen. Akan tetapi ini semua tergantung pada elastisitas permintaan dan penawaran.

Kasus Pasar Susu Bayi di Jakarta

Diagram 2.14 menggambarkan keseimbangan pasar susu bayi di Jakarta. Agar makin banyak keluarga yang mampu membeli susu, pemerintah menurunkan harga susu ke P_1 . Dengan harga setingkat P_2 permintaan meningkat menjadi Q_2 , sementara penawaran berkurang menjadi Q_2 . Jika menempuh kebijakan harga tertinggi (*ceiling price*) akan menimbulkan *deadweight loss*, pemerintah menempuh kebijakan subsidi (*negative tax*). Besarnya subsidi yang

diberikan adalah $(P_1 - P_2)$. Bila subsidi diberikan kepada konsumen, akan menggeser kurva permintaan ke D_1 , sehingga keseimbangan baru terjadi di titik E_2 . Jika subsidi diberikan kepada produsen, akan menggeser kurva penawaran ke S_1 . Keseimbangan baru terjadi di titik E_1 .

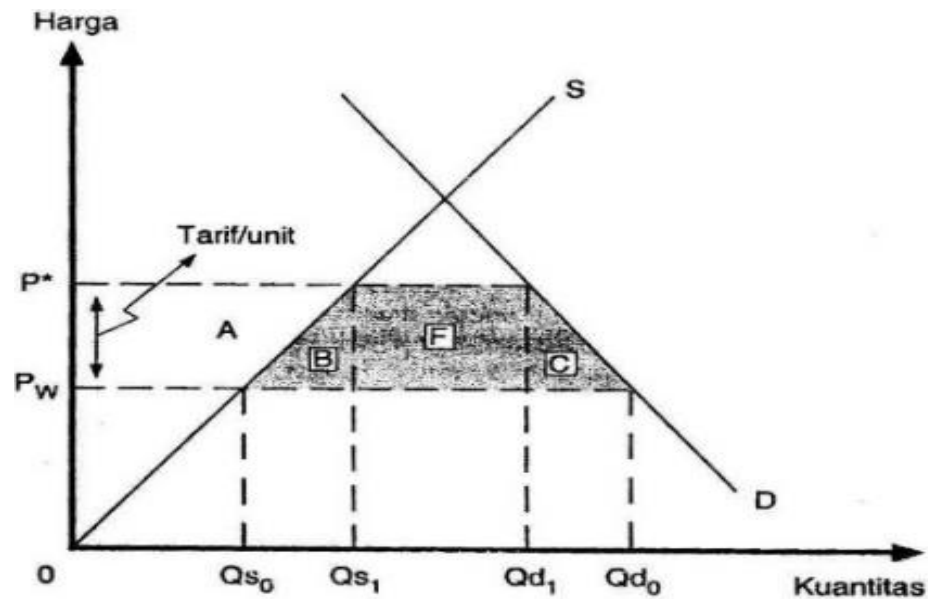
Diagram 2.14 Pasar Susu Bayi di Jakarta



c. Tarif dan Kuota

Dalam sistem perekonomian yang terbuka, harga barang yang berlaku adalah harga internasional. Bagaimana jika harga domestik lebih tinggi daripada harga dunia? Mekanisme pasar bebas, terpaksa dilakukan impor untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri. Walaupun dari sudut konsumen hal ini menguntungkan, untuk melindungi industri dalam negeri, pemerintah mengambil kebijakan protektif dengan memberlakukan tarif (pajak impor) dan kuota impor (pembatasan jumlah impor).

Diagram 2.15 Tarif atau Kuota Impor



Dengan harga internasional setingkat P_w , tingkat impor mencapai sejumlah $Q_{d0} - Q_{s0}$ unit. Untuk melindungi industri dalam negeri, pemerintah menetapkan tarif sebesar T per unit impor. Harga dalam negeri meningkat menjadi P^* , impor pun berkurang menjadi $Q_{d1} - Q_{s1}$ unit. Bagi produsen domestik, kebijakan ini menambahkan keuntungan mereka sebesar luas trapesium A . Namun konsumen domestik mengalami kerugian sebesar $A + B + C + F$. Sedangkan F merupakan penerimaan pajak pemerintah. Jika pemerintah memberlakukan kuota impor, F merupakan keuntungan yang diperoleh produsen asing. Sehingga kerugian domestik neto adalah $B + C + F$.



HORIZON

IKEA Industri *Furniture* Kebal Pandemi Covid-19

Beradaptasi dengan pandemi COVID-19 yang melanda, IKEA merancang katalog digital untuk memastikan pengalaman belanja daring yang aman, higienis, dan mudah diakses bagi semua pelanggan. Para pelanggan, yang memiliki inspirasi dalam mendekor rumah dapat menelusuri dan membeli produk secara daring melalui katalog digital IKEA dalam sekali klik.

Produk yang dibeli dari situs IKEA akan dikirim dan diantarkan ke rumah melalui personal *shopper* IKEA, layanan konsultasi daring untuk desain interior IKEA, layanan pengiriman IKEA, dan tambahan titik penjemputan IKEA. Penjualan secara daring besar pengaruhnya terhadap pendapatan. Lonjakan penjualan sebesar 45 persen dalam periode Juli 2019 hingga Agustus 2020 ditambah dengan 4 miliar kunjungan ke situs IKEA. *Furniture* untuk *outdoor* dan perabotan kantor menjadi kategori signifikan yang paling dicari. Meski penjualan daring meroket, tetapi secara keseluruhan penjualan merosot 4 persen menjadi US\$6,7 miliar. Selain itu, penjualan barang rumah tangga bertahan lebih baik daripada kategori lain selama pandemi.

Perusahaan akan terus menggunakan pendekatan yang menawarkan ruang pameran yang lebih kecil di pusat kota, toko IKEA pinggiran kota tradisional dan toko daring. Firma riset pasar NPD Group mencatat penjualan barang-barang rumah tangga di Amerika Serikat naik lebih dari seperempat dalam tiga bulan hingga Agustus dibandingkan tahun sebelumnya.

Menurut data UNICEF Indonesia, meski risiko kesehatan anak akibat infeksi COVID-19 lebih rendah dari masyarakat usia produktif sekitar 30 persen dari populasi. Anak-anak berpotensi mengalami dampak sekunder berupa kesehatan mental dan fisik anak, pengasuhan, keamanan, serta tumbuh kembang anak. Sementara itu, data yang dihimpun *Save The Children* menunjukkan bahwa 60 persen dari terjadi pada usia produktif, satu dari tiga orang tua telah kehilangan

pekerjaan, situasi berdampak pada kesejahteraan keluarga dan anak. Inilah yang mendorong IKEA Indonesia dan *Save The Children* berkolaborasi membuka donasi melalui penjualan mainan anak.

Donasi ini merupakan bagian dari kampanye bertajuk "*1 TOY = 1 EURO*," di mana setiap pembelian produk mainan JÄTTELIK, pelanggan secara otomatis mendonasikan satu euro (Rp17 ribu) pada anak dan keluarga membutuhkan. Program donasi kolaborasi IKEA Indonesia dengan *Save The Children* ini kemudian dinamai #PulihBersama. Tujuan utamanya membantu anak-anak dan keluarga terdampak pandemi agar dapat bertahan di masa-masa sulit dan meraih peluang baru. Untuk itu, masyarakat dapat turut serta berdonasi dengan membeli mainan JÄTTELIK pada periode 22 Oktober hingga 6 Desember 2020 melalui situs web ikea.co.id dan aplikasi IKEA Indonesia.

Sumber : Dimodifikasi dari berbagai sumber.

Apendiks

Pengaruh Pajak dan Subsidi Terhadap Keseimbangan Pasar (Parsial)

Pengaruh pajak terhadap keseimbangan pasar (parsial) sangat tergantung jenis pajaknya, apakah pajak per unit dan atau persentase. Untuk mengetahui perbedaan dampak tersebut kita susun model sederhana sebagai berikut:

- 1) Pasar berstruktur persaingan sempurna (uraian mengenai pasar persaingan sempurna dijelaskan di Bab VIII)
- 2) Permintaan: $Q = 30 - 6P$ atau $P = 5 - \frac{1}{6} Q$
- 3) Penawaran: $Q = -10 + 4P$ atau $P = \frac{1}{4} Q + 2\frac{1}{2}$

Keseimbangan awal (E_0 pada Diagram 2.16.a, b, c):

Permintaan = Penawaran

$$30 - 6P = -10 + 4P$$

$$10P = 40$$

$$P = 4$$

$$Q = 30 - 6P$$

$$= 30 - 6(4)$$

$$= 6 \text{ Unit}$$

Keseimbangan awal tercapai pada saat jumlah *output* adalah 6 unit, dengan harga jual 4 per unit.

1. Jika pemerintah menetapkan pajak penjualan kepada produsen sebesar $1\frac{1}{4}$ per unit. Harga jual setelah pengenaan pajak (P_t) adalah harga jual mula-mula (P) ditambah pajak per unit ($1\frac{1}{4}$ per unit).

$$P_t = P + T$$

$$= (\frac{1}{4} Q + 2\frac{1}{2}) + 1\frac{1}{4}$$

$$= \frac{1}{4} Q + 3\frac{3}{4}$$

$$\text{atau } 1/4 Q = -3 \frac{3}{4} + P$$

$$Q = -15 + 4P$$

Keseimbangan baru (E_1 pada Diagram 2.16.a):

Permintaan = Penawaran

$$30 - 6P = -15 + 4P$$

$$10P = 45P = 4,5$$

$$Q = 30 - 6P$$

$$= 30 - 6(4,5)$$

$$= 3 \text{ unit}$$

Besar pajak yang diterima pemerintah adalah jumlah *output* x pajak per unit, atau Penerimaan pajak = $3 (1 \frac{1}{4}) = 3 \frac{3}{4}$.

2. Jika pemerintah menetapkan pajak penjualan sebesar 20%.

Pengaruh terhadap sisi penawaran:

$P_t = P(1+r)$, di mana r adalah persentase pajak

$$P_t = (1/4 Q + 2 \frac{1}{2}) \times (1,2)$$

$$= (0,3 Q + 3), \text{ atau}$$

$$0,3 Q = -3 + P$$

$$Q = -10 + 3 \frac{1}{3} P$$

Keseimbangan baru (E_1 pada Diagram 2.16.b):

Permintaan = Penawaran

$$30 - 6P = -10 + 3 \frac{1}{3} P$$

$$9 \frac{1}{3} P = 40$$

$$120$$

$$P = \frac{120}{28} = 4 \frac{2}{7}$$

$$28$$

$$Q = 30 - 6P$$

$$= 30 - 6(4 \frac{2}{7})$$

$$= 30 - 6$$

$$= 4 \frac{2}{7} \text{ unit.}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Penerimaan pajak} &= 20\% \times (P \times Q) \\
 &= 20\% \times (4 \frac{2}{7} \times 4 \frac{2}{7}) \\
 &= 3,7
 \end{aligned}$$

3. Jika pemerintah menerapkan subsidi sebesar $1 \frac{1}{4}$ per unit yang diberikan kepada sisi penawaran, maka penawaran setelah subsidi.

$$\begin{aligned}
 P_s &= P + s = P + (-T) \\
 &= (1/4 Q + 2 \frac{1}{2}) + (-1 \frac{1}{4}) \\
 &= 1/4 Q + 1 \frac{1}{4}
 \end{aligned}$$

$$1/4 Q = -11/4 + P_s$$

$$q = -5 + 4P$$

Keseimbangan setelah subsidi (E_1 pada Diagram 2.16.c):

Permintaan = Penawaran

$$30 - 6P = -5 + 4P$$

$$10P = 35$$

$$P = 3,5$$

$$Q = 30 - 6P$$

$$= 30 - 6(3,5)$$

$$= 90 \text{ unit}$$

Keseimbangan pasar karena ada subsidi adalah:

Jumlah *output* = 9 unit, dengan harga jual 3,5 per unit.

Besar subsidi yang harus disediakan pemerintah adalah jumlah *output* (Q) dikalikan subsidi per unit $= 9 \times 1 \frac{1}{4} = 11 \frac{1}{4}$.

REFERENSI

- Arayaningsih, N Nyoman.(2018).*Ekonomi Manajerial : Kajian Teori dan Empiris Nilai Keputusan Investasi*.Bandung: Media Nusa Creative.
- CNBCIndonesia.(2020).Berdarah-darah Efek Pandemi Pizza Hut Rugi Rp 94 M di 2020. Diakes pada tanggal 17 Mei, 2021, melalui <https://www.cnbcindonesia.com/market/20210517141500-17-245998/berdarah-darah-efek-pandemi-pizza-hut-rugi-rp-94-m-di-2020>.
- CNBCIndonesia.(2020).Bisnis Kebal Corona Memang Ada Ikea Contohnya.Diakes pada tanggal 12 Januari 2021, melalui <https://www.cnbcindonesia.com/news/20201124210819-4-204363/bisnis-kebal-corona-memang-ada-ikea-contohnya>.
- CNBCINDONESIA.(2021). KFC Berdarah-darah Toko Toko Ritel Bertumbuhan 1 Toko Per Hari.Diakses pada tanggal 17 April 2021, melalui <https://www.cnbcindonesia.com/news/20210414155020-4-237865/kfc-berdarah-darah-toko-ritel-bertumbuhan-1-toko-per-hari>.
- CNBCINDONESIA.(2021).Ini Dia Rumah yang Dapat Penghapusan PPN 10.Diakses pada tanggal 7 Maret 2021, melalui <https://www.cnbcindonesia.com/news/20210301160850-4-226974/ini-dia-rumah-yang-dapat-penghapusan-ppn-10>.
- CNNIndonesia.(2020). Corona Penjualan Online Ikea Meroket 45 Persen. Diakses pada tanggal 12 Januari 2021, melalui <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20201007185736-92-555641/corona-penjualan-online-ikea-meroket-45-persen>.
- Detik.com.(2021)Karyawan Bicara Centro Pailit: Toko Tutup, Ratusan Orang Bakal Nganggur.Diakses pada tanggal 20 Mei 2021, melalui <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5576135/karyawan-bicara-centro-pailit-toko-tutup-ratusan-orang-bakal-nganggur>.

Ekonomi Bisnis.(2020). IKEA Tak Lagi Terbitkan Buku Katalog. Diakses pada tanggal 12 Januari 2021, melalui <https://ekonomi.bisnis.com/read/20201208/12/1327829/ikea-tak-lagi-terbitkan-buku-katalog>.

Graham, Robert.(____).*Managerial Economics for Dummies*.Hanover College.