

KONSEP DASAR TEORI PERMINTAAN DAN PENAWARAN

Tujuan

Pembaca diharapkan mampu:

1. Mengidentifikasi variabel-variabel yang relevan untuk merumuskan model permintaan suatu produk.
2. Menentukan pengaruh dari berbagai variabel yang mempengaruhi permintaan suatu produk.
3. Mengidentifikasi variabel-variabel yang relevan untuk merumuskan model penawaran suatu produk.
4. Menentukan pengaruh dari berbagai variabel yang mempengaruhi penawaran suatu produk.
5. Menganalisis keseimbangan pasar untuk menentukan harga keseimbangan dan kuantitas keseimbangan.
6. Menerapkan teori-teori permintaan dan penawaran dalam bentuk solusi masalah-masalah bisnis.

Konsep Dasar Teori Permintaan

Pada dasarnya **permintaan (*demand*)** dalam ekonomi manajerial dapat didefinisikan sebagai kuantitas barang atau jasa yang rela dan mampu dibeli oleh konsumen selama periode waktu tertentu berdasarkan kondisi-kondisi tertentu

Permintaan suatu barang atau jasa (Q_{dx}) pada dasarnya dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain:

- a. Harga dari barang atau jasa itu (*the price of good X = P_x*)
- B. Pendapatan konsumen (*the consumer's income = I*)
- C. Harga dari barang-barang atau jasa yang berkaitan (*the price of related goods or services = P_r*)
- D. Ekspektasi konsumen akan harga barang atau jasa, tingkat pendapatan, dan ketersediaan dari barang atau jasa itu di masa mendatang (*consumer expectations with respect to future price levels, P_e , income levels, I_e , and product availability, PA_e*)
- e. Selera konsumen (*the taste of consumers = T*), T diukur dalam indeks skala ordinal 1 - 5, atau 1 - 10, (skala ordinal antara sangat tidak suka sampai dengan sangat suka)
- f. Banyaknya konsumen potensial (*the number of potential consumers = N*)
- g. Pengeluaran iklan (*advertising expenditure = A*)
- h. Atribut atau *features* dari produk itu (*features or attributes of the product = F*)
- i. Faktor-faktor spesifik lain yang berkaitan dengan permintaan

terhadap produk X (*other demand-related factors specific to product X = O*)

Konsep dasar dari fungsi permintaan untuk suatu barang atau jasa, dapat dinyatakan dalam bentuk hubungan antara kuantitas yang diminta dan sekumpulan variabel spesifik yang mempengaruhi permintaan dari barang atau jasa itu. Dalam bentuk model matematik, konsep permintaan untuk suatu barang atau jasa, dinotasikan sebagai berikut:

$$Q_{dx} = f(P_x, I, P_y, P_e, I_e, P_{Ae}, T, N, A, F, W)$$

di mana:

- Q_{dx} = kuantitas permintaan barang atau jasa X,
- f = notasi fungsi yang berarti "fungsi dari" atau tergantung pada,
- P_x = harga dari barang atau jasa X, I = pendapatan konsumen,
- P_y = harga dari barang lain yang berkaitan,
- P_e = ekspektasi konsumen terhadap harga dari barang atau jasa X di masa mendatang,
- I_e = ekspektasi konsumen terhadap tingkat pendapatannya di masa mendatang
- P_{Ae} = ekspektasi konsumen terhadap ketersediaan barang atau jasa X itu di masa mendatang
- T = selera konsumen,
- N = banyaknya konsumen potensial, A = pengeluaran iklan
- F = features atau atribut dari barang atau jasa itu,
- W = Cuaca

No.	Nama Variabel	Simbol	Bentuk Hubungan	Tanda Slope Parameter
1.	Harga produk	P	Negatif (terbalik)	Negatif (-)
2.	Pendapatan konsumen	I	Positif (searah) untuk produk normal;	Positif (+)
			Negatif (terbalik) untuk produk inferior	Negatif (-)
3.	Harga produk lain yang berkaitan	P_r	Positif (searah) untuk produk substitusi;	Positif (+)
			Negatif (terbalik) untuk produk komplementer	Negatif (-)
4.	Ekspektasi harga produk di masa mendatang	P_e	Positif (searah)	Positif (+)
5.	Ekspektasi pendapatan konsumen di masa mendatang	I_e	Positif (searah)	Positif (+)
6.	Ekspektasi ketersediaan produk di masa mendatang	PA_e	Negatif (terbalik)	Negatif (-)
7.	Selera konsumen	T	Positif (searah)	Positif (+)
8.	Banyaknya konsumen potensial	N	Positif (searah)	Positif (+)
9.	Pengeluaran iklan	A	Positif (searah)	Positif (+)
10.	Feature atau atribut produk	F	Positif (searah)	Positif (+)

$\Delta Q_x / \Delta A > 0$, berarti pengaruh perubahan dari variabel pengeluaran iklan (A) terhadap kuantitas permintaan barang atau jasa X (QD_x) bersifat positif. Jika anggaran untuk iklan dari suatu produk yang ditawarkan meningkat/menurun, maka kuantitas permintaan barang atau jasa X akan meningkat/ menurun (ceteris paribus = dengan asumsi nilai dari variabel- variabel lain dalam fungsi permintaan konstan).

$\Delta Q_x / \Delta F > 0$, berarti pengaruh perubahan dari variabel *features* atau atribut dari suatu produk (F) terhadap kuantitas permintaan barang atau jasa X (QD_x) bersifat positif. Jika banyak *features* atau atribut dari suatu produk yang ditawarkan meningkat/ menurun, maka kuantitas permintaan barang atau jasa X akan meningkat/menurun (ceteris paribus = dengan asumsi nilai dari variabel-variabel lain dalam fungsi permintaan konstan). Konsumen biasanya sangat tertarik pada atribut produk yang ditawarkan, dan umumnya dibandingkan dengan produk-produk

$\Delta Q_x / \Delta N > 0$, berarti pengaruh perubahan dari variabel banyaknya konsumen potensial (N) terhadap kuantitas permintaan barang atau jasa X (QD_x) bersifat positif. Jika banyaknya konsumen potensial naik/turun, maka kuantitas permintaan barang atau jasa X akan naik/turun (ceteris paribus = dengan asumsi nilai dari variabel-variabel lain dalam fungsi permintaan konstan).

$\Delta Q_x / \Delta T > 0$, berarti pengaruh perubahan dari variabel selera konsumen (T) terhadap kuantitas permintaan barang atau jasa X (QD_x) bersifat positif. Jika selera konsumen terhadap barang atau jasa X naik/turun, maka kuantitas permintaan barang atau jasa X akan naik/turun (ceteris paribus = dengan asumsi nilai dari variabel-variabel lain dalam fungsi permintaan konstan). Selera konsumen selalu berubah sepanjang waktu, di mana perubahannya dapat secara gradual atau secara cepat.

$\Delta Q_x / \Delta PA_e < 0$, berarti pengaruh perubahan dari variabel ekspektasi konsumen terhadap ketersediaan produk itu (PA_e) di masa mendatang terhadap kuantitas permintaan barang atau jasa X (QD_x) pada saat sekarang bersifat negatif. Jika ekspektasi konsumen terhadap tingkat ketersediaan produk X di masa mendatang turun/naik, maka kuantitas permintaan barang atau jasa X pada saat sekarang akan naik/turun (ceteris paribus = dengan asumsi nilai dari variabel-variabel lain dalam fungsi permintaan konstan).

$\Delta QD_x / \Delta P_x < 0$, berarti pengaruh perubahan dari variabel harga barang atau jasa X (P_x) terhadap kuantitas permintaan barang atau jasa X (QD_x) bersifat negatif

$\Delta QD_x / \Delta I (> 0$, jika barang normal; < 0 , jika barang inferior), berarti pengaruh perubahan dari variabel pendapatan konsumen

(I) terhadap kuantitas permintaan barang atau jasa X (QD_x) bersifat positif untuk barang atau jasa X yang diklasifikasikan sebagai barang atau jasa normal, dan bersifat negatif untuk barang atau jasa X yang diklasifikasikan sebagai barang atau jasa inferior.

2 KONSEP DASAR TEORI PENAWARAN

Pada dasarnya penawaran (*supply*) dalam ekonomi manajerial dapat didefinisikan sebagai kuantitas produk (barang dan/atau jasa) yang ditawarkan untuk dijual di pasar, yang secara umum sangat tergantung pada sejumlah besar variabel. Bagaimanapun juga, para ahli ekonomi telah merumuskan beberapa variabel penting yang mempengaruhi penawaran suatu produk (Q_{sx}), antara lain:

- Harga dari produk X yang ditawarkan itu (P_x)
- Harga dari input yang digunakan untuk memproduksi produk X itu (P_i)
- Harga dari produk lain (bukan X) yang berkaitan dalam produksi (P_r)
- Tingkat teknologi yang tersedia (T)
- Ekspektasi produsen berkaitan dengan harga produk X yang ditawarkan itu di masa mendatang (P_e)
- Banyaknya perusahaan yang memproduksi produk sejenis yang ditawarkan itu (N_f)
- Faktor-faktor spesifik lain yang berkaitan dengan penawaran terhadap produk X itu, misalnya kondisi perekonomian negara, fasilitas dari pemerintah, keadaan politik, dll (O)

. Dalam bentuk model matematik, konsep penawaran suatu produk X, dinotasikan sebagai berikut:

$$Q_{Sx} = f(P_x, P_i, P_r, T, P_e, N_f, O)$$

di mana:

Q_{Sx}	=	kuantitas penawaran produk X
f	=	notasi fungsi yang berarti “fungsi dari” atau
		“tergantung pada”

$P_{x \text{ produk X}}$ = P_i = harga dari input yang digunakan untuk memproduksi

P_r = harga dari produk lain (bukan X) yang berkaitan dalam produksi

T = tingkat teknologi yang tersedia

P_e = ekspektasi produsen akan harga produk X itu di masa mendatang

N_f = banyaknya perusahaan yang memproduksi produk sejenis

O = faktor-faktor spesifik lain yang berkaitan dengan penawaran produk X itu
rga dari produk X

Ringkasan Bentuk Hubungan Variabel-Variabel dalam Fungsi Penawaran dan Kuantitas Penawaran Produk pada Waktu Tertentu

No.	Nama Variabel	Simbol	Bentuk Hubungan	Tanda Slope Parameter
1.	Harga produk	P	Positif (searah)	Positif (+)
2.	Harga input	P_i	Negatif (terbalik)	Negatif (-)
3.	Harga produk lain yang berkaitan	P_j	Positif (searah) untuk produk komplementer dalam produksi;	Positif (+)
			Negatif (terbalik) untuk produk substitusi dalam produksi	Negatif (-)
4.	Ekspetasi harga produk di masa mendatang	P_e	Negatif (terbalik)	Negatif (-)
5.	Tingkat teknologi yang tersedia	N	Positif (searah)	Positif (+)
6.	Banyaknya perusahaan sejenis	N_f	Positif (searah)	Positif (+)

Analisis Keseimbangan Pasar

Fungsi permintaan dan penawaran yang telah dibahas di atas, memberikan kerangka analisis untuk mengetahui atau mempelajari perilaku dari pembeli (konsumen) dan penjual (produsen) di pasar. Fungsi permintaan menunjukkan bagaimana pembeli (konsumen) bereaksi terhadap perubahan harga produk dan variabel-variabel lain penentu permintaan, sedangkan fungsi penawaran menunjukkan bagaimana penjual (produsen) bereaksi terhadap perubahan harga jual produk itu dan variabel-variabel lain penentu penawaran produk itu. Interaksi antara pembeli (konsumen) dan penjual (produsen) di pasar akan membawa kepada suatu kondisi yang disebut sebagai **"keseimbangan pasar (*market equilibrium*)"**. Dengan demikian **keseimbangan pasar** dapat didefinisikan sebagai suatu situasi di mana pada tingkat harga yang terbentuk itu, konsumen dapat membeli semua produk yang diinginkannya, dan produsen dapat menjual semua produk yang diinginkannya.

PERMINTAAN DAN PENAWARAN KAMAR HOTEL DI JAKARTA (DATA HIPOTESIS)

Titik Kombinasi (P, Q)	Harga Sewa (US\$ per hari)	Kuantitas Penawaran Kamar (unit per bulan) $S_p: Q_{Sk} = 10.000 + 250 P_k$	Kuantitas Permintaan Kamar (unit per bulan) $D_p: Q_{Dk} = 200.000 - 750 P_k$	Penawaran Berlebih (+) atau Permintaan Berlebih (-) ($Q_{Sk} - Q_{Dk}$)
A	130	42.500	102.500	-60.000
B	150	47.500	87.500	-40.000
C	170	52.500	72.500	-20.000
D	190	57.500	57.500	0
E	210	62.500	42.500	+20.000
F	230	67.500	27.500	+40.000
G	250	72.500	12.500	+60.000

Contoh Penerapan Konsep Permintaan dan Penawaran dalam Bentuk Solusi Masalah

1. Kondisi permintaan dan penawaran dalam pasar tenaga kerja di Indonesia merupakan pertimbangan penting bagi pengambilan keputusan oleh pihak manajemen bisnis total maupun oleh pemerintah. Beberapa faktor berikut mempunyai potensi untuk mempengaruhi keseimbangan pasar tenaga kerja di Indonesia. Dengan menggunakan asumsi yang biasa dipergunakan dalam teori permintaan dan penawaran, jelaskan dampak dari perubahan faktor-faktor berikut terhadap keseimbangan pasar tenaga kerja di Indonesia. Faktor-faktor dimaksud adalah:

- a. Peningkatan mutu pendidikan dari tenaga kerja.
- b. Peningkatan tunjangan kesejahteraan oleh perusahaan.
- c. Penurunan tingkat suku bunga pinjaman dari Bank.
- d. Peningkatan tingkat upah minimum regional (UMR) yang berada di atas tingkat upah keseimbangan pasar tenaga kerja.
- e. Deregulasi pemerintah yang mendorong perkembangan investasi.

- 2. Permintaan rumah di Indonesia telah diketahui berdasarkan survei pasar adalah sangat peka terhadap harga rumah, tingkat suku bunga pinjaman dari Bank, dan pendapatan konsumen. Berdasarkan karakteristik permintaan rumah ini, jelaskan pengaruh dari setiap kejadian di bawah ini terhadap perubahan permintaan rumah (kuantitas rumah yang diminta). Kejadian-kejadian yang dimaksud adalah:

- a. Peningkatan harga rumah.
- b. Penurunan suku bunga pinjaman dari Bank.
- c. Peningkatan suku bunga pinjaman dari Bank.
- d. Resesi ekonomi yang serius.
- e. Ekspansi (peningkatan pertumbuhan) ekonomi yang tinggi.

3. Jika diketahui bahwa fungsi permintaan untuk produk X adalah:


$$Q_{dx} = 60 - 2 P_x + 10 I + 7 P_y$$

Q_d = kuantitas produk X yang diminta, diukur dalam unit

P_x = harga produk X, diukur dalam satuan dollar

I = rata-rata pendapatan konsumen (dalam ribuan dollar), dan

P_y = harga dari produk Y yang berkaitan, diukur dalam satuan dollar

- a. Apakah produk X merupakan produk normal atau produk inferior?

Jelaskan!

- b. Apakah produk X dan produk Y merupakan produk substitusi atau produk komplementer? Jelaskan!

- c. Apabila diketahui bahwa $I = \$40$ (dalam ribuan dollar) dan $P_y = \$20$, maka tentukan fungsi permintaan untuk produk X.

- d. Apabila diketahui bahwa fungsi penawaran dari produk X

e.

Adalah : $Q_{sx} = -600 + 10P_x$, maka tentukan harga dan kuantitas keseimbangan!

e. Apa yang akan terjadi pada harga dan kuantitas keseimbangan, apabila karena terobosan teknologi dan program efisiensi telah memungkinkan produk X diproduksi dengan biaya yang lebih rendah, sehingga telah mengubah fungsi penawaran menjadi: $Q_{sx} = -360 + 10P_x$.

4. Berdasarkan analisis terhadap hasil penjualan PT ABC diketahui bahwa telah terjadi penurunan penjualan secara serius karena adanya kompetitor baru yang memasuki pasar produk makanan sejenis. Hasil analisis data berdasarkan survei pasar menunjukkan fungsi permintaan produk makanan dari PT ABC, sebagai berikut:

$$QDt = 6,85 - 0,35 Pt + 0,02 It + 0,51 At + 0,20 At-1$$

di mana:

QDt = penjualan produk makanan pada waktu t (ratusan unit)

Pt = harga produk makanan pada waktu t (US\$ per unit)

It = pendapatan disposal lokal pada waktu t (ribuan dollar)

At = pengeluaran iklan pada waktu t (ratusan dollar)

$At-1$ = pengeluaran iklan pada waktu sebelumnya $t-1$ (ratusan dollar)

Manajer pemasaran PT ABC sedang mempertimbangkan dua strategi apakah meningkatkan anggaran pengeluaran iklan (akan diperhitungkan melalui menaikkan harga produk), atau menurunkan harga produk (yang berakibat penurunan dalam anggaran pengeluaran iklan). Manajer pemasaran PT ABC meminta Anda untuk mengevaluasi dampak penjualan dari:

a. Peningkatan anggaran pengeluaran iklan dari \$50,000 menjadi \$55,000 dan peningkatan harga produk dari \$80 menjadi \$81.60.

b. Penurunan anggaran pengeluaran iklan dari \$50,000 menjadi \$45,000 dan penurunan harga produk dari \$80 menjadi \$78.40

c. Strategi mana dari dua strategi di atas (point a dan b) yang akan Anda rekomendasikan, jika perusahaan pada tahun ini mengalokasikan pengeluaran iklan sebesar \$50,000 (suatu kenaikan sebesar \$10,000 dari anggaran tahun lalu), menetapkan harga produk sebesar \$80, dan pendapatan disposal lokal (local disposable income) diperkirakan pada tingkat \$200 juta.

5. Hubungan berikut menggambarkan permintaan dan penawaran bulanan di pasar untuk produk benang jenis tertentu.

Fungsi permintaan: $Q_d = 100000 - 40000P$ Fungsi penawaran: $Q_s = -5000 + 30000P$

Berdasarkan data dalam tabel di atas, lakukan beberapa analisis keseimbangan pasar berikut:

- a. Tentukan harga dan kuantitas keseimbangan pasar dari produk ruang apartemen itu.
- b. Apabila karena sesuatu hal, pemerintah menetapkan harga jual tertinggi adalah US\$400 per m_2 . Apa dampak dari penetapan harga jual tertinggi ini terhadap keseimbangan pasar apartemen di Jakarta dan sekitarnya?
- c. Apabila karena sesuatu pertimbangan tertentu, pemerintah menetapkan harga jual terendah (harga dasar) sebesar US\$600 per m_2 . Apa dampak dari penetapan harga jual terendah (harga dasar) ini terhadap keseimbangan pasar apartemen di Jakarta dan sekitarnya?

Lakukanlah beberapa analisis keseimbangan pasar berikut: (Lengkapi dengan menggunakan grafik D & S)

- a. Tentukan harga dan kuantitas keseimbangan pasar dari produk ruang apartemen itu.
- b. Apabila karena sesuatu hal, pemerintah menetapkan harga jual tertinggi (Ceiling Price) adalah US\$400 per m². Apa dampak dari penetapan harga jual tertinggi ini terhadap keseimbangan pasar apartemen di Jakarta dan sekitarnya?.
- c. Apabila karena sesuatu pertimbangan tertentu, pemerintah menetapkan harga jual terendah (harga dasar/ Floor Price) sebesar US\$600 per m². Apa dampak dari penetapan harga jual terendah (harga dasar) ini terhadap keseimbangan pasar apartemen di Jakarta dan sekitarnya?