

3. Teori Permintaan dan Penawaran

DR. Ir. Maya Syafriana Effendi, MM
EKMAN



- Permintaan timbul karena **keinginan konsumen dan kemampuannya** (hasrat dan keinginan yang didukung dengan pendapatan) untuk membeli suatu komoditas
- **Teori permintaan konsumen:** jumlah komoditas yang diminta merupakan suatu fungsi/bergantung pada harga komoditas tersebut, pendapatan konsumen, harga komoditas yang berhubungan(komplementer atau substitusi) dan selera konsumen

Permintaan yang dihadapi perusahaan

- Bergantung pada **ukuran permintaan pasar atau industri** terhadap komoditas tersebut, **bentuk organisasi** industrinya dan **jumlah perusahaan** yang ada dalam industri tersebut
- Bergantung pula pada tipe barang yang dijual:
 1. Barang tahan lama
 2. Barang Fast Moving (tidak tahan lama)

Biasanya barang tahan lama lebih bergejolak/tidak stabil dibandingkan fast moving.

3.1 Konsep Dasar Teori Permintaan

- Permintaan adalah sejumlah barang yang diminta oleh konsumen pada tingkat harga tertentu.
- Teori Permintaan adalah menghubungkan antara tingkat harga dengan tingkat kuantitas barang yang diminta pada periode waktu tertentu
- Dalam bentuk model matematik, konsep permintaan untuk suatu barang dan jasa, dinotasikan sebagai berikut:

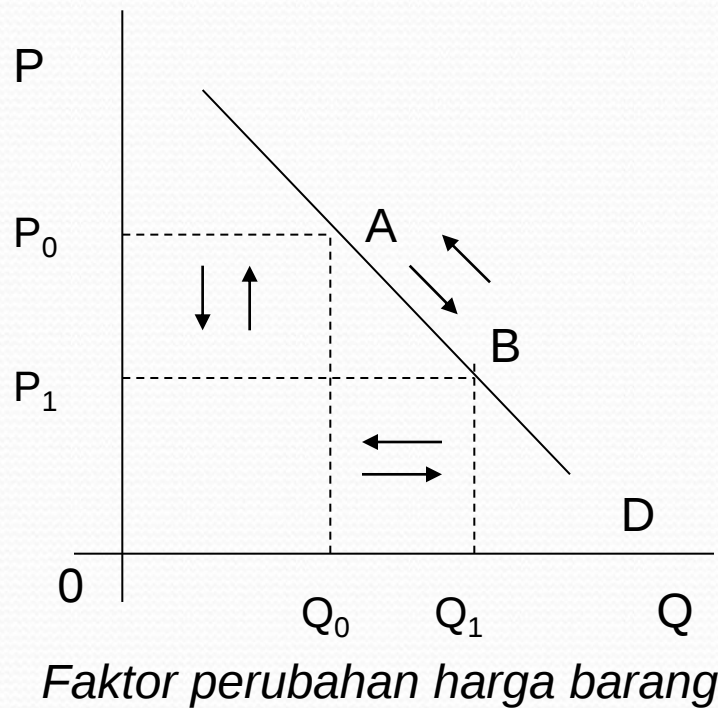
$$Q_{dx} = f (P_x, I, P_r, P_e, I_e, P_{ae}, T, N, A, F, O)$$

3.1 Konsep Dasar Teori Permintaan

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 Negatif (Terbalik) untuk produk Inferior	Positif (+) Negatif(-)
3	Harga Produk lain yang Berkaitan	Pr	Positif (Searah) untuk produk Substitusi Negatif (Terbalik) untuk produk Komplementer	Positif (+) Negatif(-)
4	Ekspektasi harga peoduk di masa mendatang	Pe	Positif (Searah)	Positif (+)
5	Ekspektasi pendapatan di masa mendatang	Ie	Positif (Searah)	Positif (+)
6	Ekspektasi ketersediaan produk di masa mendatang	PAe	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	Features atau atribut produk	F	Positif (Searah)	Positif (+)

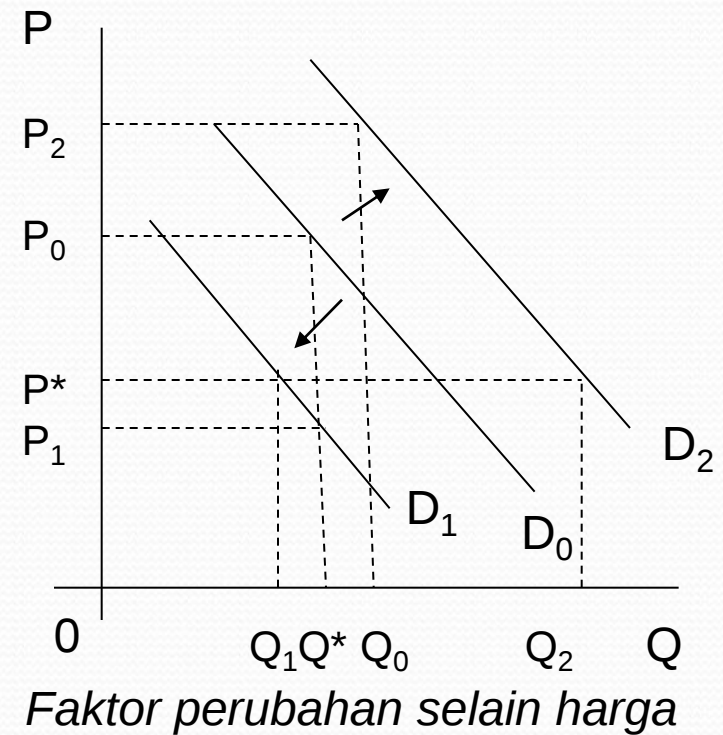
Gambar 1.3a

Kurva perubahan jumlah barang yang diminta (*ceteris paribus*)



Gambar 1.3b

Kurva Perubahan Permintaan



Perubahan jumlah yang diminta vs Perubahan Permintaan

Perubahan jumlah yang diminta terjadi sepanjang kurve (the move along curve) yang disebabkan oleh perubahan harga barang.

Perubahan permintaan disebabkan oleh perubahan faktor lain selain harga (shifting curve) pergeseran kurve naik atau turun.

$Q_{dx} = f [P_x] = \text{kor. negatif} = \text{barang normal}$

$Q_{dx} \uparrow = f [P_x] \uparrow = \text{kor. positif} = \text{barang (prestise) luxury}$

$Q_{dx} \downarrow = f [P_x] \downarrow = \text{kor. positif} = \text{barang giffen}$

$Q_{dx} \uparrow = f [P_y] \uparrow = \text{kor. positif} = x \text{ dg } y \text{ brg substitusi}$

$Q_{dx} \downarrow = f [P_y] \uparrow = \text{kor. negatif} = x \text{ dg } y \text{ brg komplementer}$

$Q_{dx} \uparrow = f [I] \uparrow = \text{kor. positif}$

$Q_{dx} \downarrow = f [I] \uparrow = \text{kor. Negatif} = x \text{ brg inferior}$

$Q_{dx} = f [T] = \text{kor. Positif}$

$Q_{dx} = f [Pop] = \text{kor. Positif}$

$Q_{dxt} = f [E_{pt+1}] = \text{kor positif}$

$Q_{dx} = f [Promosi] = \text{kor positif}$

3.2 Analisis Permintaan dalam Manajemen Bisnis Total

- Manajemen Bisnis Total yang berorientasi pada pelanggan (pasar) harus mampu melakukan analisis tentang bagaimana permintaan pasar terhadap produk yang sedang dihasilkan oleh bisnis itu.
- Analisis permintaan dapat ditunjukkan dalam bentuk tabel (Demand Schedule) atau grafik (Demand Curve)

3.3 Analisis Perubahan Fungsi Permintaan dalam Manajemen bisnis Total

- Dalam konteks ini, hukum permintaan tetap berlaku, bahwa kenaikan harga produk akan menurunkan kuantitas permintaan, namun penurunan kuantitas permintaan akibat kenaikan harga itu diikuti pula oleh pengaruh perubahan nilai dari variabel penentu permintaan yang berhubungan positif dengan variabel kuantitas permintaan itu

3.4 Konsep Dasar Teori PENAWARAN

- Dalam bentuk model matematikk, konsep penawaran suatu produk, dinotasikan sebagai berikut:

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

Dimana:

- Q_{sx} =kuantitas penawaran produk X
- f =notasi fungsi yang berarti “fungsi dari” atau “tergantung pada”
- P_x =harga dari produk X
- P_i =harga dari input yang digunakan untuk memproduksi produk X
- 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

3.4 Konsep Dasar Teori PENAWARAN

No .	Nama variabel	Simbol	Bentuk Hubungan	Tanda Slope Parameter
1	Harga produk	P	Positif (searah)	Positif (+)
2	Harga input	Pi	Negatif (terbalik)	Negatif (-)
3	Harga produk lain yang berkaitan	Pr	Positif (searah) untuk produk komplementer dalam produksi	Positif (+)
			Negatif (terbalik) untuk produk substitusi dalam produksi	Negatif (-)
4	Ekspektasi harga produk di masa mendatang	Pe	Negatif (terbalik)	Negatif (-)
5	Tingkat teknologi yang tersedia	N	Positif (searah)	Positif (+)
6	Banyaknya perusahaan sejenis	Nf	Positif (searah)	Positif (+)

3.5 Analisis Penawaran dalam Manajemen Bisnis Total

- Suatu fungsi penawaran yang dipergunakan dalam analisis penawaran, dapat dinyatakan secara umum dalam model matematik berikut:

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

3.5 Analisis Penawaran dalam Manajemen Bisnis Total

- Skedul Penawaran dapat didefinisikan sebagai suatu tabel yang menunjukkan daftar berbagai kemungkinan harga produk yang bersesuaian dengan kuantitas penawaran produk itu.
- Sedangkan kurva penawaran dapat didefinisikan sebagai suatu grafik yang menunjukkan hubungan antara kuantitas penawaran dan harga produk, apabila semua variabel lain penentu penawaran produk itu dibuat konstan (*ceteris paribus*)

3.6 Analisis Perubahan fungsi Penawaran dalam Manajemen Bisnis Total

- Dalam konteks ini, hukum penawaran tetap berlaku bahwa kenaikan harga produk akan meningkatkan kuantitas penawaran, namun peningkatan kuantitas penawaran akibat kenaikan harga itu diikuti pula oleh pengaruh penurunan penawaran kuantitas produk yang lebih besar sebagai akibat pengaruh perubahan nilai dari variabel tertentu penawaran yang berhubungan negatif dengan variabel kuantitas penawaran itu.

3.7 Analisis Keseimbangan pasar

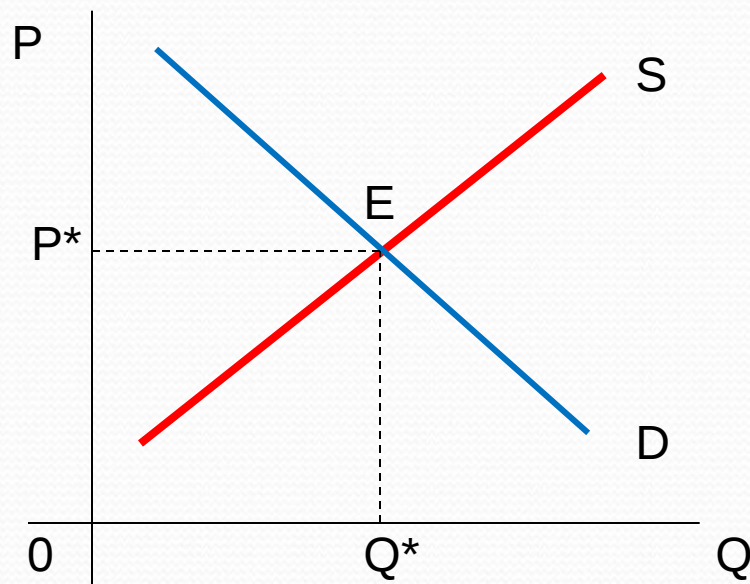
- Keseimbangan Pasar dapat didefinisikan sebagai suatu situasi dimana pada tingkat harga yang terbentuk, konsumen dapat membeli kuantitas produk yang diinginkannya, dan produsen dapat menjual kuantitas produk yang diinginkannya.
- Harga yang terbentuk pada kondisi keseimbangan pasar disebut sebagai ***harga keseimbangan***, sedangkan kuantitas produk pada kondisi keseimbangan pasar itu disebut sebagai ***kuantitas keseimbangan***.

3.7 Analisis Keseimbangan pasar

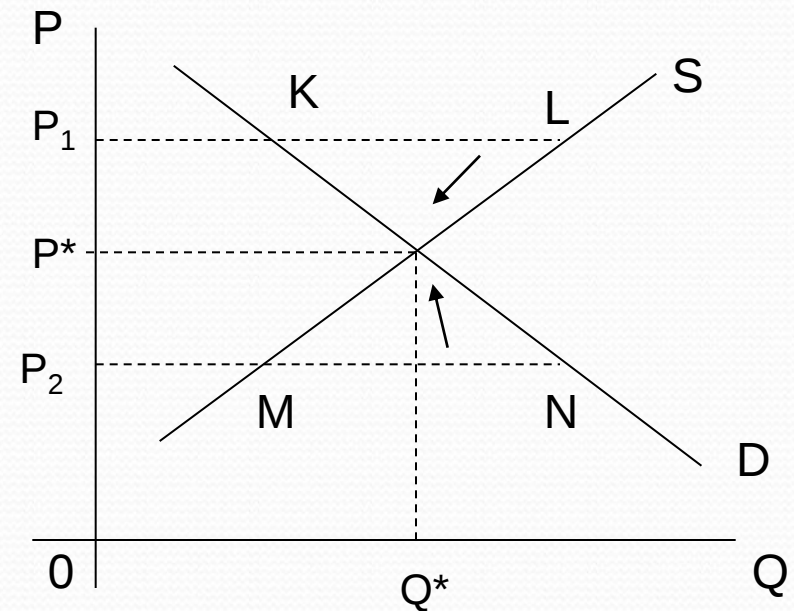
- ✕ Beberapa prinsip dasar yang perlu diperhatikan dalam melakukan analisis keseimbangan pasar, adalah:
 - + Harga keseimbangan adalah harga yang terbentuk pada situasi dimana kuantitas produk yang diminta sama dengan kuantitas produk yang ditawarkan
 - + Jika permintaan meningkat, karena adanya perubahan nilai dari variabel penentu permintaan, sementara penawaran tetap, maka titik harga-kuantitas keseimbangan akan bergeser ke atas
 - + Jika penawaran meningkat, karena adanya perubahan nilai dari variabel penentu penawaran, sementara permintaan tetap, maka harga keseimbangan akan menurun dan kuantitas keseimbangan akan meningkat
 - + Untuk produk-produk tertentu, sering kali harga dari produk itu dikendalikan atau diatur oleh pemerintah.

- ❑ Penentuan Harga Pasar, interaksi antara permintaan pasar dan penawaran pasar akan menghasilkan **harga (P)** dan **jumlah (Q)** keseimbangan (*ekuilibrium*) pasar barang tersebut.
- ❑ Secara grafik, keseimbangan pasar ditunjukkan pada titik perpotongan kurva penawaran dengan kurva permintaan.

Gambar 1.6 Kurva keseimbangan pasar



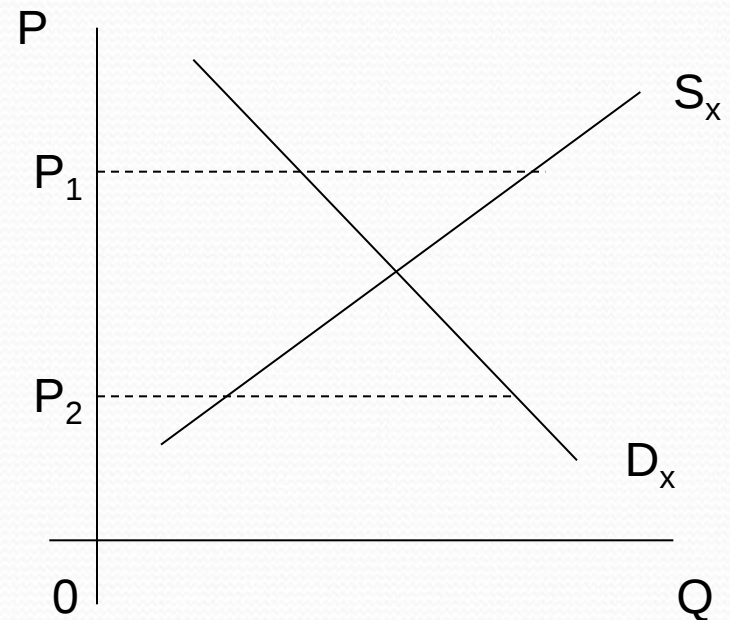
Gambar “ Terjadi Kelebihan Penawaran dan kelebihan Permintaan



Harga Dasar (floor price) , Harga Tertinggi (ceiling price)

- ❑ Suatu kebijakan pemerintah dalam perekonomian untuk mempengaruhi bekerjanya mekanisme pasar, yang bertujuan mengendalikan keseimbangan (*ekuilibrium*) pasar.
- ❑ Harga dasar adalah harga eceran terendah yang ditetapkan oleh pemerintah terhadap suatu barang, disebabkan oleh melimpahnya penawaran barang tersebut di pasar.
- ❑ Harga tertinggi adalah harga maksimum yang ditetapkan berkenaan dengan menurunnya penawaran barang di pasar, pemerintah melakukan operasi pasar.

Gambar 1.8 Kebijakan harga dasar dan harga tertinggi terhadap barang X.



3.8 Ringkasan

- ✖ Berdasarkan konsep ekonomi manajerial, terdapat dua kelompok yang berpartisipasi di pasar, yaitu: kelompok konsumen dan kelompok produsen.
- ✖ Hukum permintaan menyatakan bahwa kuantitas produk yang diminta berhubungan secara negatif (terbalik) dengan harga dari produk itu, dengan asumsi semua pengaruh dari variabel penentu permintaan dianggap konstan.
- ✖ Hukum penawaran menyatakan bahwa kuantitas produk yang ditawarkan berhubungan secara positif (searah) dengan harga dari produk itu, dengan asumsi bahwa semua pengaruh dari variabel penentu dianggap konstan.
- ✖ Harga dan kuantitas keseimbangan pasar ditentukan melalui perpotongan kurva permintaan dengan kurva penawaran.
- ✖ Pada titik perpotongan itu yang sering disebut sebagai titik keseimbangan pasar, kuantitas produk yang diminta sama dengan kuantitas produk yang ditawarkan, sehingga pasar menjadi seimbang (tidak bergejolak)



• *terimakasih* •