

Volume 7 Nomor 1 April 2022

e-ISSN 2541-0938
p-ISSN 2657-1528

JURKAMI

Jurnal Pendidikan Ekonomi

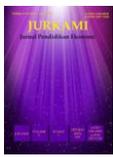
JURKAMI

VOLUME
7

NOMOR
1

SINTANG
APRIL
2022

e-ISSN
2541-0938
p-ISSN
2657-1528



JURKAMI: Jurnal Pendidikan Ekonomi
<http://jurnal.stkipersada.ac.id/jurnal/index.php/JPE>

DEWAN REDAKSI

Munawar Thoharudin, STKIP Persada Khatulistiwa Sintang, Indonesia (Editor in Chief)
Aniek Hindrayani, Universitas Sebelas Maret, Indonesia
Anna Marganingsih, STKIP Persada Khatulistiwa Sintang, Indonesia
Dessy Triana Relita, STKIP Persada Khatulistiwa Sintang, Indonesia
Emilia Dewiati Pelipa, STKIP Persada Khatulistiwa Sintang, Indonesia
Fitria Fitria, Universitas Bina Insan Lubuklinggau, Indonesia
Husni Syahrudin, FKIP Universitas Tanjungpura Pontianak, Indonesia
Maria Ulfah, FKIP Universitas Tanjungpura Pontianak, Indonesia
Nuraini Asriati, FKIP Universitas Tanjungpura Pontianak, Indonesia
Suwinto Johan, President University, Indonesia
Yulia Suriyanti, STKIP Persada Khatulistiwa Sintang, Indonesia

Tim Reviewer :

Abdul Mujib, Institut Agama Islam Negeri Metro Lampung, Indonesia
Abdul Samad, Universitas Fajar, Indonesia
Abdul Wahab, Universitas Muslim Indonesia, Indonesia
Bambang Ismanto, Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga, Indonesia
Dewi Kusuma Wardani, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia
Dicki Hartanto, UIN Sultan Syarif Kasim Riau, Indonesia
Febrianty Febrianty, Politeknik PalComTech, Indonesia
M. Rudi Irwansyah, Universitas Pendidikan Ganesha, Indonesia
Muh. Fahrurrozi, Universitas Hamzanwadi, Indonesia
Muhammad Hasan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar, Indonesia
Muhammad Ihsan Said Ahmad, Universitas Negeri Makassar, Indonesia
Muhammad Rahmattullah, FKIP, Universitas Lambung Mangkurat, Indonesia
Rhini Fatmasari, Universitas Terbuka, Indonesia
Sugiharsono, Universitas Negeri Yogyakarta, Indonesia
Suratno, Universitas Jambi, Indonesia
Tutut Suryaningsih, Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung, Indonesia

JURKAMI : Jurnal Pendidikan Ekonomi telah terindek :



Alamat Redaksi:

Jln. Pertamina Sengkuang Km.4, Kotak Pos 126, Kecamatan Sintang, Kabupaten Sintang, Kalimantan Barat, Indonesia
Email: jurnaljurkami@gmail.com

Penerbit:

LPPM STKIP Persada Khatulistiwa Sintang





PERMINTAAN DAN PENAWARAN DALAM EKONOMI MIKRO

Sisilia Venny¹, Nuraini Asriati²

Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Tanjungpura, Indonesia^{1,2}

²Corresponding Author Email: nuraini_fkp@yahoo.co.id

Author Email : sisiliavenny@student.untan.ac.id

Article History :

Received: March 2022

Revised: March 2022

Published: April 2022

Keywords:

Micro Economics,

Demand,

Supply

Sejarah Artikel

Diterima: Maret 2022

Direvisi: Maret 2022

Diterbitkan: April 2022

Kata kunci:

Ekonomi Mikro, Permintaan,
Penawaran



How to Cite: Venny, S., Asriati, N., 2022. *Permintaan dan Penawaran Dalam Ekonomi Mikro*. JURKAMI: Jurnal Pendidikan Ekonomi, 7 (1) DOI : 10.31932/jpe.v7i1.1583

Abstract:

In micro economics, there is demand and supply, those who demand are consumers and those who supply are producers. If the price goes up, the demand for goods or services goes down, otherwise if the price is low then the demand for goods or services goes up, the statement is the sound of the law of demand in a fixed position (Ceteris Paribus). If the price increases then the supply of goods or services will decrease, otherwise if the price decreases then the supply of goods or services will increase, the statement is the sound of the law of supply in a fixed position (Ceteris Paribus). Therefore, it is better if the demand and supply are adjusted according to income, so that the demand for more important goods can be fulfilled properly and the price of the goods or services offer can also adjust the income of consumers, in order to gain profits and aggressively promote the product.

Abstrak

Dalam ekonomi mikro, terdapat permintaan dan penawaran, yang melakukan permintaan adalah konsumen dan yang melakukan penawaran adalah produsen. Jika harga naik maka permintaan barang atau jasa turun, sebaliknya jika harga rendah maka permintaan barang atau jasa naik, pernyataan tersebut adalah bunyi dari hukum permintaan dalam posisi tetap (*Ceteris Paribus*). Jika harga naik maka penawaran barang atau jasa akan meningkat, sebaliknya jika harga turun maka penawaran barang atau jasa akan menurun, pernyataan tersebut merupakan bunyi dari hukum penawaran dalam posisi tetap (*Ceteris Paribus*). Oleh karena itu, sebaiknya jika melakukan permintaan dan penawaran disesuaikan dengan pendapatan, agar permintaan untuk barang yang lebih penting dapat terpenuhi dengan baik dan harga penawaran barang atau jasa juga dapat menyesuaikan pendapatan konsumen, agar bisa mendapatkan keuntungan serta gencar dalam mempromosikan produk.

PENDAHULUAN

Ilmu ekonomi mikro adalah ilmu yang mempelajari tentang perilaku produsen dan perilaku konsumen, bukan hanya itu saja ruang lingkup ekonomi mikro juga membahas tentang penentuan harga pasar, kuantitas faktor *input*, barang atau jasa yang

akan diperjual-belikan. Di dalam penelitian ekonomi mikro umumnya membahas bagaimana keputusan dan perilaku tersebut dapat mempengaruhi permintaan dan penawaran atas barang atau jasa, siapa yang akan menentukan harga, dan bagaimana



menentukan permintaan dan penawaran barang atau jasa pada periode selanjutnya. Dalam sistem perekonomian, permintaan dan penawaran suatu hal yang sangat penting untuk dipahami, supaya memahami apa saja yang terjadi dalam suatu pasar. Permintaan adalah sejumlah barang atau jasa yang diinginkan oleh konsumen dan mampu dibeli pada saat harga dan waktu tertentu sesuai dengan penghasilannya. Sedangkan penawaran, kebalikan dari permintaan yaitu sejumlah barang atau jasa yang ditawarkan oleh produsen dan mampu dijual pada saat harga dan waktu tertentu. Contohnya permintaan terhadap barang seperti kebutuhan pokok dan jasa seperti ojek online. Sedangkan penawaran barang kebutuhan pokok dan jasa ojek online, salon, cuci motor, dll.

Permintaan dalam pasar, seorang konsumen memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari agar memperoleh kepuasan yaitu melalui permintaan. Dalam melakukan permintaan, konsumen tentu menyesuaikan permintaan dengan penghasilan yang diperolehnya. Jika penghasilan tinggi maka permintaan barang atau jasa dapat dilakukan dengan jumlah yang tinggi, tetapi sebaliknya jika penghasilan rendah maka permintaan barang atau jasa dilakukan dengan jumlah yang rendah. Selain Penghasilan, harga juga berpengaruh terhadap permintaan. Semakin mahal harga barang atau jasa, konsumen tentu akan mengurangi konsumsi terhadap barang atau jasa tersebut, sebaliknya jika semakin murah harga barang atau jasa maka konsumen akan loyal dalam mengkonsumsinya dan tidak mencari di tempat lain.

Sedangkan Penawaran dalam pasar, seorang produsen akan melakukan penawaran barang atau jasa kepada konsumen agar mendapatkan keuntungan. Saat melakukan penawaran barang atau jasa tentu ada strategi yang dilakukan oleh produsen salah satunya dengan melakukan promosi. Selain melalui promosi, harga dapat mempengaruhi sebuah penawaran barang atau jasa, jika harga naik maka penawaran barang dan jasa akan meningkat, sebaliknya jika harga turun maka produsen enggan

mengurangi barang atau jasa yang akan di jual. Di dalam penawaran yang perlu diperkuat adalah cara mempromosikan barang atau jasa, agar saat harga naik konsumen tetap membelinya sehingga produsen mendapatkan keuntungan yang tinggi.

PEMBAHASAN

Definisi Permintaan dan Penawaran.

Permintaan adalah sejumlah barang atau jasa yang diinginkan oleh konsumen dan mampu dibeli pada saat harga dan waktu tertentu sesuai dengan penghasilannya (Febrianti, Yopi Nisa, 2014). Sejalan dengan hasil penelitian (Arida, 2015) mengatakan bahwa, permintaan yaitu barang atau jasa yang diinginkan konsumen, dalam penelitian ini menjelaskan permintaan tenaga kerja dipengaruhi karena luas lahan jadi tentu akan memerlukan jumlah permintaan tenaga kerja, kemudian juga dipengaruhi dari tingkat upah, karena kedua hal tersebut mempunyai korelasi yang sangat kuat.

Permintaan menurut Daya Beli.

Permintaan Menurut Daya Beli, Menurut (Febrianti, Yopi Nisa, 2014) Permintaan menurut daya beli di kelompokka menjadi 3 kelompok yaitu sebagai berikut; Permintaan Efektif, permintaan konsumen akan barang atau jasa yang disertai dengan daya beli atau mampu membeli, permintaan jenis ini seorang konsumen ingin memenuhi kebutuhan sesuai dengan kemampuan dalam membeli. Permintaan Potensial, permintaan konsumen akan barang atau jasa yang sebenarnya mampu membeli tetapi pembelian masih ditunda. Permintaan absolut, permintaan konsumen akan barang atau jasa tetapi tidak mempunyai kemampuan dalam membeli.

Adapun definisi **Penawaran** menurut (Sibuea, 2013) hubungan antara harga suatu barang dengan jumlah barang yang ditawarkan. Penawaran juga dapat dikatakan bahwa, kebalikan dari permintaan yaitu sejumlah barang atau jasa yang ditawarkan oleh produsen dan mampu dijual pada saat harga dan waktu tertentu. Menurut (Guiso,



2017) penawaran mendokumentasikan kehadiran partai-partai populis dapat mempengaruhi konflik dalam ekonomi untuk itu perlu adanya penawaran agar kehadiran partai-partai populis dapat menarik simpati masyarakat, sehingga partai-partai dapat berjalan dengan pesat dan menjalankan kebijakannya dan tugasnya. Sejalan dengan hasil penelitian (Arida, 2015) mengatakan bahwa, penawaran adalah kegiatan yang dilakukan oleh produsen dalam memasarkan barang dan jasanya. Dalam penelitian ini adalah penawaran terhadap tenaga kerja, yaitu dipengaruhi luas lahan, tingkat upah bahkan tingkat pengangguran. Dalam perspektif islam permintaan dan penawaran yang dilakukan sesuai sumber-sumber Al-Qur'an yaitu produksi, *supply*, *demand* harga, keuntungan, produsen, pemasaran, pasar dan zakat yang dibatasi dengan syariat Al-Qur'an (Muamanah, 2017).

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa permintaan adalah mencerminkan perilaku dari konsumen dalam membeli suatu barang, sedangkan penawaran yang mencerminkan perilaku dari produsen atau yang menjual barang kepada konsumen atau pembeli bahkan sampai ranah politik memeluk yang sebuah penawaran agar diterima oleh masyarakat. Bahkan di dalam Al-Qur'an membahas tentang permintaan dan penawaran sesuai syariatnya.

Fungsi Permintaan dan Penawaran. **Fungsi permintaan** menunjukkan bahwa, adanya hubungan antara jumlah barang atau jasa yang di minta oleh konsumen dengan harga barang atau jasa tersebut. Bunyi dari hukum permintaan yaitu jika harga naik maka jumlah barang atau jasa yang diminta turun, dan sebaliknya jika harga turun maka jumlah barang atau jasa yang diminta akan naik. Fungsi permintaan dapat mempengaruhi fungsi penawaran, hal tersebut terjadi karena adanya keseimbangan pasar (Emas & Dadang, 2018). Menurut (Marlina, 2018)

Mengatakan bahwa, Fungsi Permintaan menunjukkan adanya korelasi antara jumlah produk yang diminta oleh konsumen dengan harga produk dan selajan dengan hukum permintaan dimana jika harga turun maka jumlah yang akan diminta naik. Fungsi penawaran akan mempengaruhi fungsi penawaran, hal itu terjadi karena adanya keseimbangan pasar.

Fungsi Penawaran menunjukkan bahwa, adanya hubungan antara jumlah barang atau jasa yang ditawarkan oleh produsen untuk dijual dengan harga barang atau jasa. Bunyi dari hukum penawaran yaitu jika harga naik maka jumlah barang atau jasa yang ditawarkan bertambah, sebaliknya jika harga turun jumlah barang atau jasa yang ditawarkan turun (Emas & Dadang, 2018). Menurut (Marlina, 2018) mengatakan bahwa, fungsi penawaran menunjukkan adanya korelasi antara jumlah produk yang akan ditawarkan oleh penjual atau produsen dengan harga produk dan sejalan dengan hukum penawaran yaitu jika harga naik maka jumlah barang yang akan ditawarkan bertambah.

Terdapat beberapa **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Dan Penawaran.** Menurut (Sukirno, 2011), terdapat 7 **faktor yang dapat mempengaruhi permintaan** sebagai berikut yaitu Harga barang atau jasa itu sendiri, Harga barang atau jasa lain yang berpengaruh kuat dengan barang atau jasa tersebut, Pendapatan rata-rata masyarakat dan pendapatan rumah tangga, Motif distribusi pendapatan dalam masyarakat, Cita rasa masyarakat, Jumlah penduduk, dan Prediksi mengenai keadaan di masa yang akan datang. Menurut (Rahmanta, 2018) ada juga faktor yang mempengaruhi permintaan sebagai berikut; Harga, makin rendahnya harga, makin tinggi permintaan, sebaliknya makin tinggi harga, maka semakin rendah permintaan.

Adapun catatan faktor yang mempengaruhi permintaan dianggap tidak berubah, Harga barang lain, artinya apakah terdapat pengaruh antara harga suatu barang dengan barang lain?. Jawabannya tergantung dari hubungan barang tersebut apakah saling menggantikan (subsitusi) atau saling melengkapi (komplementer). Contoh barang pengganti yaitu tempe dan tahu. Artinya jika harga tahu naik maka konsumen dapat membeli alternatif lain yaitu tahu. Selera, sebuah variabel yang mempunyai pengaruh besar kecilnya permintaan akan barang atau jasa. Jumlah penduduk, semakin banyak jumlah penduduk tentu makin besar pula permintaan barang atau jasa. Tingkat pendapatan, perubahan tingkat pendapatan sangat berpengaruh terdapat barang yang akan dikonsumsi. Maka sering dijumpai bahwa dengan pendapatan yang besar tentu disertai dengan peningkatan jumlah barang yang dikonsumsi dan bertambah juga dari segi kualitas barang yang dikonsumsi.

Sejalan dengan hasil penelitian (Septiadi, 2019) menyebutkan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan terhadap beras yaitu harga beras eceran, pendapatan per kapita, jumlah penduduk, dan kualitas produk beras. Sejalan dengan hasil penelitian (Risty, 2013) mengatakan bahwa permintaan beras organik dipengaruhi oleh harga, pendapatan, dan jumlah tanggungan. Yang tidak terlalu berpengaruh yaitu faktor usia dan lamanya pendidikan. Kemudian berdasarkan nilai elastisitas harga bersifat **elastis**. Sedangkan pendapatan, usia, jumlah tanggungan dan lama pendidikan bersifat **inelastis**.

Berdasarkan pendapatan di atas dapat disimpulkan bahwa, faktor yang mempengaruhi permintaan yang pertama adalah harga, harga lain, selera, jumlah penduduk, tingkat pendapatan, prediksi yang akan datang.

Menurut (Sukirno, 2010) terdapat beberapa **faktor yang mempengaruhi**

penawaran sebagai berikut; Harga barang, sama seperti di dalam permintaan harga barang menjadi persoalan pertama saat melakukan penawaran, apabila harga barang atau jasa yang ditawarkan naik, maka jumlah barang atau jasa yang ditawarkan juga meningkat, tetapi sebaliknya jika harga barang menurun, maka jumlah barang atau jasa yang ditawarkan akan menurun. Harga barang lain, jika harga dari barang pengganti naik, maka jumlah barang yang akan ditawarkan akan meningkat, dalam hal ini penjual akan berharap, semoga konsumen beralih dari barang pengganti ke barang lainnya yang ditawarkan, karena harganya lebih murah. Biaya produksi, biaya produksi berkaitan dengan BBB, BTKL, BOP, jika biaya produksi meningkat, maka harga hasil produksi akan tinggi, agar tidak mengalami kerugian, produsen akan menjual produksi dengan jumlah yang sedikit. Sebaliknya jika biaya produksi rendah, maka produsen akan meningkatkan produknya, dan produsen akan menjual produksi dengan jumlah banyak untuk mendapatkan keuntungan. Tujuan-tujuan dari perusahaan, tujuan dari perusahaan adalah mencari laba sebesar-besarnya (*Profit Oriented*), menjual produknya dengan margin keuntungan yang besar sehingga harga jual menjadi tinggi, agar produk laris dan dapat menguasai pasar, maka perusahaan mampu menetapkan harga murah dengan tingkat keuntungan yang rendah agar dapat menarik minat dari pembeli, Tingkat teknologi, kemajuan teknologi tentu mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap barang yang ditawarkan. Teknologi yang modern akan mempermudah produsen dalam menghasilkan barang dan jasa.

Sejalan dengan hasil penelitian (Zamili, 2017) menyebutkan faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya permintaan berdasarkan harga, pendapatan konsumen, dan jumlah tanggungan dan faktor-faktor



yang mempengaruhi penawaran berdasarkan harga, biaya produksi, dan keuntungan.

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa, terdapat 5 faktor yang mempengaruhi penawaran, yaitu harga, harga barang lain, biaya produksi, tujuan perusahaan, tingkat teknologi. Di dalam penawaran ini produsen harus mengatur strategi dalam menawarkan produknya agar dapat menghasilkan keuntungan sebesar-besarnya.

Kurva Permintaan dan Penawaran.

Menurut (Sukirno, 2011) definisi dari kurva permintaan adalah sebuah kurva yang menggambarkan hubungan antara harga

suatu barang dengan jumlah barang yang akan di beli oleh konsumen. Pernyataan tersebut adalah wujud dari implementasi dari skedul atau hukum permintaan.

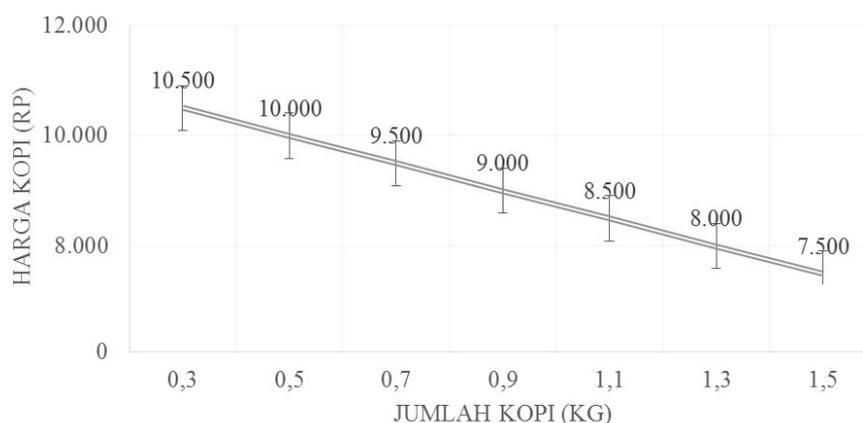
Agar lebih jelas, di bawah ini merupakan contoh kasus dari permintaan dan bentuk kurva permintaan, yaitu permintaan terhadap *Kopi*. “Saat harga kopi naik menjadi Rp 11.000/ons, maka konsumen akan sedikit membeli kopi, dan kemungkinan akan mencari barang pengganti lebih baik mengkonsumsi coklat atau teh. Tetapi jika harga kopi turun menjadi Rp 7.000/ons, maka konsumen akan membeli lebih banyak kopi”.

Tabel 1: Permintaan

Harga Kopi (dalam Rupiah)	Jumlah Kopi (dalam Kilogram)
7.500	1,5
8.000	1,3
8.500	1,1
9.000	0,9
9.500	0,7
10.000	0,5
10.500	0,3
11.000	0,1

Tabel 1 menunjukkan menggunakan angka-angka dalam tabel untuk menggambarkan hukum permintaan. Terdapat kesesuaian antara angka ditabel dengan hukum permintaan bahwa sumbu

horizontal menunjukkan *Quantity* dan sumbu vertikal menunjukkan *Price*. Garis yang menghubungkan *Quantity* dan *Price* disebut dengan Kurva Permintaan (*Demand Curve*).

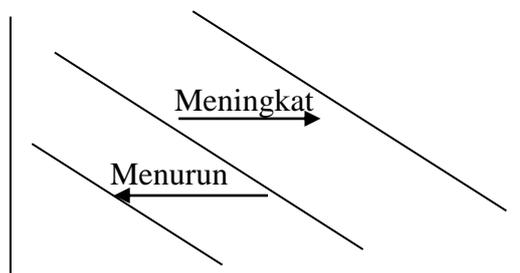


Gambar 1
Kurva Permintaan



Gambar 1 menunjukkan bahwa jumlah kopi yang dibeli oleh konsumen pada kondisi harga yang berbeda-beda. Jika harga kopi mencapai harga Rp 7.500/ons maka konsumen mampu membeli kopi sebanyak 1

kg 5 ons, tetapi jika harga kopi mengalami kenaikan maka pembelian akan kopi juga menurun, seperti pada saat harga kopi mencapai Rp 11.000/ons maka konsumen hanya mampu membeli 1 ons saja.



Gambar 2
 Kurva Pergeseran Permintaan

Gambar 2 menunjukkan kurva permintaan kopi mengalami pergeseran, meskipun banyaknya kopi yang dibeli oleh konsumen pada harga tertentu, namun kurva permintaan tidak selalu stabil sepanjang waktu. Saat terjadinya sesuatu dan mengubah jumlah dari permintaan pada suatu harga, maka kurva permintaan akan mengalami pergeseran. Misalnya pada masa pandemi terdapat tutorial agar minuman kopi dapat di campur dengan varian lain, tentu akan mempengaruhi permintaan akan kopi. Konsumen akan membeli kopi dengan jumlah yang banyak meskipun mungkin

dengan harga yang lebih mahal, sehingga kurva permintaan kopi mengalami pergeseran.

Kurva Penawaran, Saat jumlah harga naik maka penawaran barang akan meningkat, maka dapat dikatakan bahwa penawaran dan tingkat harga mempunyai hubungan secara positif, hubungan antara penawaran dan harga berlaku untuk semua jenis barang dan jasa dalam perekonomian (Ackmad, 2014). Agar lebih jelas, berikut contoh kasus yang akan menggambarkan kurva penawaran, barang yang akan ditawarkan adalah Kopi.

Tabel 2: Penawaran

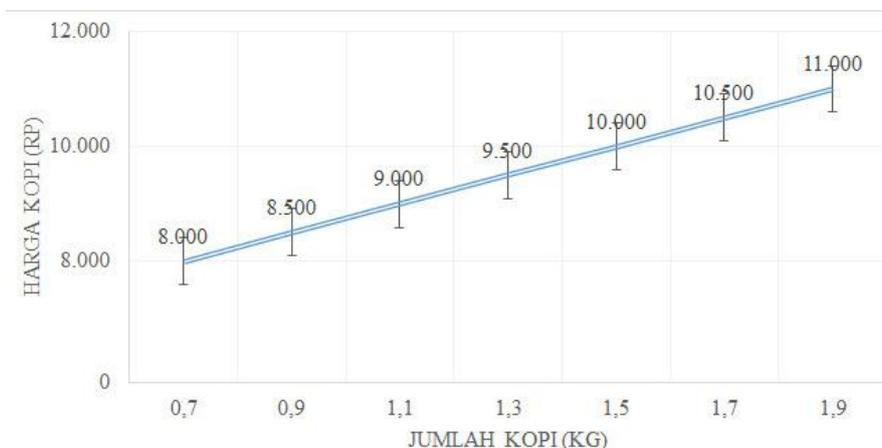
Harga Kopi (dalam Rupiah)	Jumlah Kopi (dalam Kilogram)
7.500	0,5
8.000	0,7
8.500	0,9
9.000	1,1
9.500	1,3
10.000	1,5
10.500	1,7
11.000	1,9

Tabel 2 menunjukkan menggunakan angka-angka dalam tabel untuk

menggambarkan hukum penawaran. Terdapat kesesuaian antara angka ditabel

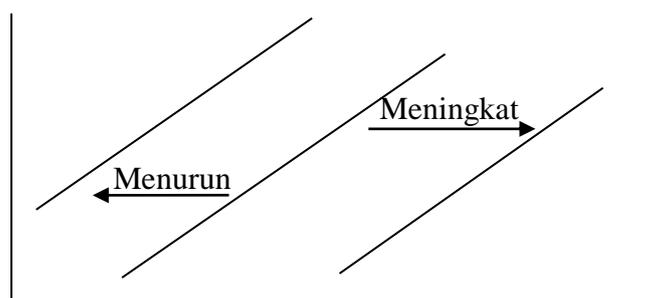


dengan hukum permintaan bahwa sumbu horizontal menunjukkan *Quantity* dan sumbu vertikal menunjukkan *Price*. Garis yang menghubungkan *Quantity* dan *Price* disebut dengan Kurva Penawaran (*Supply Curve*).



Gambar 3:
Kurva Penawaran

Gambar 3 menunjukkan jumlah penawaran oleh seorang produsen kopi pada macam-macam tingkat harga. Pada saat harga kopi Rp 7.500/ons, produsen hanya menawarkan produknya sedikit, tetapi pada saat harga meningkat menjadi Rp 11.000/ons maka penawaran yang dilakukan produsen semakin meningkat.



Gambar 4:
Pergeseran Kurva Penawaran

Gambar 4 menunjukkan pergeseran pada kurva penawaran, saat produsen menjual kopi dengan bermacam-macam tingkatan harga. Perubahan akan terjadi seiring dengan waktu. Misalnya, pada saat musim panen biji kopi tentu produsen membeli dengan petani kopi dengan harga murah, dengan begitu di harga berapapun produsen akan meningkat jumlah produk

yang akan ditawarkan kepada konsumen, sehingga keuntungan juga akan meningkat. Maka kurva penawaran akan bergeser ke kanan.

Hukum permintaan dan penawaran berlaku ketika dalam keadaan *Ceteris Paribus*, yaitu saat masyarakat dalam keadaan tidak berubah. Adapun faktor-faktor dari *Ceteris Paribus* adalah

pendapatan harus tetap, selera masyarakat tidak berubah, harga dari barang lain tetap, barang pengganti tidak ada, dan pengharapan akan masa depan tidak berubah.

Hukum Permintaan berbunyi Jika harga naik, maka permintaan akan barang atau jasa akan berkurang, sebaliknya jika harga turun maka permintaan akan barang atau jasa akan meningkat (Dinar dan Hasan, 2018). Sedangkan **Hukum Penawaran** berbunyi Jika harga naik, maka jumlah barang atau jasa yang ditawarkan akan meningkat, sebaliknya jika harga barang turun, maka jumlah barang atau jasa yang ditawarkan akan menurun (Dinar dan Hasan, 2018).

Elastisitas Permintaan dan Penawaran. **Elastisitas permintaan** adalah sebuah pengukuran yang berbentuk kuantitatif yang menunjukkan besarnya pengaruh perubahan harga terhadap perubahan permintaan arti permintaan ketika harga naik maka jumlah permintaan akan barang mengalami penurunan. Sebaliknya ketika harga turun maka jumlah permintaan akan meningkat (Koutsoyiannis dalam Solihah, 2014). Menurut (Koutsoyiannis dalam Solihah, 2014) mengemukakan terdapat beberapa jenis-jenis **elastisitas permintaan**, untuk lebih jelasnya ditampilkan dengan tabel berikut:

Tabel 3: Jenis-Jenis Elastisitas

Koefisien	Elastisitas
$n = 0$	Inelastis Sempurna
$0 < n < 1$	Inelastis
$n = 1$	Elastis Uniter
$1 < n < \infty$	Elastis
$n = \infty$	Elastis Sempurna

Permintaan Inelastis Sempurna. Permintaan ini terjadi harga ada perubahan harga tetapi tidak sama sekali berpengaruh terhadap jumlah yang diminta, dalam kasus ini konsumen saat membeli barang tidak lagi melihat harganya. Contoh: permintaan terhadap obat atau beras, maka konsumen akan mempertimbangkan yang sangat dibutuhkan saat ini, bukan dari segi harganya.

Permintaan Inelastis artinya jika adanya perubahan variabel permintaan sebanyak 2% maka perubahan jumlah barang akan mengalami pengurangan kurang dari 2%. Misalnya jika harga beras naik konsumen akan tetap membelinya karena beras merupakan makanan pokok meskipun harga beras mengalami kenaikan, tetapi

untuk mengkonsumsinya konsumen mungkin berhemat-hemat, saat harga beras turun maka permintaan dari beras tidak mengalami permintaan yang tinggi karena beras memiliki keterbatasan (rasa kenyang).

Permintaan Elastis Uniter diartikan sebagai perubahan pada variabel permintaan yang berbanding lurus dengan perubahan jumlah permintaan. Maka jika terdapat perubahan harga maka akan sebanding dengan barang yang diterima. Misalnya, saat harga *handphone* naik diluar jangkauan masyarakat, tetapi dikarenakan konsumen rata-rata menganggap bahwa *handphone* menjadi kebutuhan pokok untuk saat ini, konsumen akan terus membelinya.

Permintaan Elastis. Dalam variabel permintaan elastis misalnya 2% maka akan



diikuti oleh perubahan jumlah barang yang akan melebihi 2%. Dengan kata lain tingkat perubahan jumlah yang di minta akan lebih besar dari perubahan harga. Misalnya, saat barang mewah seperti emas, motor, dan mobil mengalami penurunan harga maka ramai dibeli oleh konsumen, namun ketika harga barang tersebut naik maka konsumen tidak akan mencari barang penggantinya.

Permintaan Elastis Sempurna. Terdapat variabel permintaan yang tidak diakibatkan oleh perubahan jumlah barang yang diminta. Elastis sempurna yang terjadi adalah ketika harga tetap namun permintaan akan barang tersebut dapat naik turun. Misalnya, bumbu dapur yang harga tetap namun permintaan akan bumbu dapur turun naik, permintaan akan bertambah ketika menjelang hari raya karena akan memasak makanan yang banyak.

Sejalan dengan hasil penelitian (Agustian, 2012) mengatakan bahwa elastisitas permintaan input terhadap benih, pupuk urea, dan pupuk Tsp bersifat inelastis terhadap perubahan harga sendiri. Sejalan dengan hasil penelitian (Citra Utami, 2016) mengatakan bahwa, nilai elastisitas harga menunjukkan bahwa Indonesia berdaya saing dibandingkan Thailand berdasarkan pendapat wisatawan Australia dan amerika dan lebih berdaya saing dibandingkan Malaysia menurut wisatawan amerika. Elastisitas tersebut dipengaruhi oleh harga pariwisata. Dalam penelitian ini merekomendasikan kebijakan perlu diterapkan yaitu peningkatan penerimaan devisa sektor pariwisata di Indonesia, antara lain strategi dalam menentukan harga, kestabilan inflasi domestik, menantau perkembangan tren negara kompetitor, dan Kerjasama para industry pariwisata.

Elastisitas Penawaran yaitu Perbandingan antara perubahan jumlah barang yang akan ditawarkan terhadap

perubahan harga, di dalam elastisitas penawaran yang merupakan faktor utamanya adalah dari faktor harga.

Jenis-jenis Elastisitas Penawaran dapat dibagi dalam lima golongan elastisitas yaitu: **Elastisitas Sempurna**, dapat terwujud jika produsen atau penjual bersedia menjual semua barangnya pada harga tertentu, maka kurva penawaran akan sejajar dengan sumbu datar. **Elastis**, Dalam kurva penawaran elastis dapat terwujud jika perubahan harga menyebabkan perubahan yang relative besar terhadap penawaran. **Elastis Uniter**, Elastis uniter dapat terwujud apabila kurva penawaran dimulai dari titik 0. **Tidak Elastis**, Kurva Penawaran tidak elastis terwujud apabila perubahan harga menyebabkan perubahan yang relative kecil terhadap penawaran. **Tidak Elastis Sempurna**, Kurva penawaran tidak elastis sempurna terwujud apabila produsen atau penjual sama sekali tidak dapat menambah penawarannya meskipun harga akan bertambah tinggi, perubahan harga menimbulkan perubahan yang relatif kecil terhadap suatu penawaran.

Sejalan dengan hasil penelitian (Agustian, 2012) mengatakan bahwa, elastisitas penawaran output yaitu jagung di provinsi jawa timur maupun di jawa barat terhadap perubahan harga sendiri adalah bersifat elastis, sedangkan terhadap perubahan harga input meliputi benih, urea, TSP dan tenaga kerja adalah inelastis.

Menurut (Savira, 2020) mengatakan terdapat beberapa **manfaat elastisitas penawaran** yaitu sebagai landasan dalam menyusun strategi penjualan, sebagai salah satu alat pemerintah supaya dapat mengetahui sifat dari barang yang akan diproduksi termasuk ekspor dan impor dan menentukan kebijakan-bijakan yang berhubungan dengan penawaran akan barang atau jasa.



PENUTUP

Permintaan dan penawaran merupakan bagian dari pembahasan ekonomi mikro. Permintaan adalah Permintaan adalah sejumlah barang atau jasa yang diinginkan oleh konsumen dan mampu dibeli pada saat harga dan waktu tertentu sesuai dengan penghasilannya. Berdasarkan daya beli permintaan dibagi menjadi tiga yaitu permintaan efektif, permintaan potensial, dan permintaan absolut. Sedangkan penawaran adalah hubungan antara harga dan jumlah barang, apabila harga naik maka jumlah barang yang akan ditawarkan akan meningkat. Adapun fungsi dari permintaan dan penawaran, fungsi permintaan dapat mempengaruhi fungsi penawaran, hal tersebut terjadi karena adanya keseimbangan pasar. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan yaitu harga barang atau jasa itu sendiri, harga barang atau jasa lain yang berpengaruh kuat dengan barang atau jasa tersebut, pendapatan rata-rata masyarakat, pendapatan rumah tangga, motif distribusi pendapatan dalam masyarakat, cita rasa masyarakat, jumlah penduduk, dan prediksi mengenai keadaan di masa yang akan datang. Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran yaitu harga barang, harga barang lain, biaya produksi, tujuan-tujuan dari perusahaan, dan tingkat teknologi. Kurva permintaan dan penawaran dalam keadaan *Ceteris Paribus*, tentu akan membentuk kurva sesuai dengan hukum permintaan dan penawaran. Namun bentuk kurva dapat berubah atau mengalami pergeseran pada saat waktu tertentu, dan itu berlaku untuk permintaan maupun penawaran. Di dalam permintaan dan penawaran juga ada yang namanya elastisitas dengan berbagai jenis-jenisnya, di dalam elastisitas permintaan dan penawaran dapat memberikan informasi penting bagi konsumen dan produsen.

Elastisitas permintaan digunakan untuk mengukur perubahan-perubahan yang terjadi dalam permintaan suatu barang, sedangkan elastisitas penawaran adalah untuk mengukur perubahan-perubahan yang terjadi dalam penawaran, sehingga dapat membantu produsen dalam menentukan kebijakan-kebijakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, A., & Hartoyo, S. (2012). Pendugaan elastisitas penawaran output dan permintaan input usahatani jagung. *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi dan Pembangunan*, 13(2), 247-259.
- Akhmad. 2014. *EKONOMI MIKRO: Teori dan Aplikasi di Dunia Usaha*. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Arida, A., Zakiah, Z., & Julaini, J. (2015). Analisis Permintaan Dan Penawaran Tenaga Kerja Pada Sektor Pertanian Di Provinsi Aceh. *Jurnal Agrisep*, 16(1), 66-78.
- Dinar, Muhammad dan Muhammad Hasan. 2018. *Pengantar Ekonomi: Pengantar dan Aplikasi*. Makasar: CV. Nur Lina
- Febianti, Y. N. (2014). Permintaan dalam ekonomi mikro. *Edunomic Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 2(1).
- Guiso, L., Herrera, H., Morelli, M., & Sonno, T. (2017). *Demand and supply of populism*. London, UK: Centre for Economic Policy Research.
- Marlina, E., & Ruhiat, D. (2018). Penerapan sub pokok fungsi pada matematika ekonomi terhadap fungsi permintaan dan fungsi penawaran. *AKURAT/ Jurnal Ilmiah Akuntansi FE UNIBBA*, 9(2), 90-96.
- Muawanah, M. (2017). Permintaan Dan Penawaran Dalam Islam. *Al-'Adalah*:



- Jurnal Syariah dan Hukum Islam*, 2(2), 111-127.
- Rahmanta. 2018. *Ekonomi Pertanian. Cetakan Ke-2 Universitas Sumatera Utara*. Medan: Sumatera Utara.
- Risty, C. T., & Iskandarini, G. (2013). Elastisitas permintaan beras organik di Kota Medan. *Journal of Agriculture and Agribusiness Socioeconomics*, 2(2), 15021.
- Savira, S. N. (2020). Elastisitas Penawaran. *Elastisitas Penawaran*, 1-15.
- Septiadi, D., & Joka, U. (2019). Analisis Respon dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Beras Indonesia. *AGRIMOR*, 4(3), 42-44.
- Sibuea, S., Sebayang, T., & Lubis, S. N. (2013). Analisis Keseimbangan Penawaran dan Permintaan Jagung di Sumatera Utara. *Journal of Agriculture and Agribusiness Socioeconomics*, 2(10), 15137.
- Sukirno, Sadono. 2011. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Utami, R. C., & Hartono, D. (2016). Analisis Daya Saing Harga Pariwisata Indonesia: Pendekatan Elastisitas Permintaan. *Jurnal Kepariwisata Indonesia: Jurnal Penelitian dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia*, 11(1), 93-118.
- Zamili, N., Harahap, G., & Siregar, R. S. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan dan Penawaran Cabe Merah. *Jurnal Ilmiah Pertanian (JIPERTA)*, 2(1), 77-86.

