

BUKU AJAR

**PENGANTAR
ILMU EKONOMI**



OLEH:

Dimas Pratidina Puriastuti Hadiani., S.Pt., MM

**PROGRAM STUDI PETERNAKAN
FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS KANJURUHAN MALANG
2014**

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Daftar Isi.....	iv
Daftar Gambar	v
BAB I. Pendahuluan.....	1
BAB II. Permintaan dan Penawaran	18
BAB III. Faktor-Faktor Produksi	40
BAB IV. Struktur Pasar.....	48
BAB V. Penentu Upah Tenaga Kerja	73
BAB VI. Sewa & Bunga	92
DAFTAR PUSTAKA	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kurva Penawaran	22
Gambar 2. Pergeseran Kurva Penawaran	23
Gambar 3. Kurva Permintaan.....	26
Gambar 4. Pergeseran Kurva Permintaan	27
Gambar 5. Titik Keseimbangan	38

BAB I

PENDAHULUAN

A. KOMPETENSI DASAR

Mahasiswa dapat mengetahui dan memahami tentang ruang lingkup pengantar ilmu ekonomi.

B. TUJUAN

Mahasiswa dapat:

1. Menjelaskan pengertian secara umum ilmu ekonomi
2. Memahami tentang tujuan mempelajari ilmu ekonomi
3. Menjelaskan prinsip-prinsip dalam ilmu ekonomi

RUANG LINGKUP PENGANTAR ILMU EKONOMI

Pengertian Ilmu Ekonomi

Ilmu ekonomi sebagai salah satu cabang ilmu sosial, didedikasikan untuk mempelajari perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya yang tak terbatas, dengan mengoptimalkan alternatif penggunaan sumberdaya yang langka. Kontradiksi antara kelangkaan sumberdaya dan ketidakterbatasan kebutuhan mengharuskan manusia sebagai *Homo Economicus* senantiasa bertindak dalam konteks optimalitas pilihan.

Definisi ilmu ekonomi dapat dikembangkan dari tiga konsep kunci sebagai berikut:

1. kebutuhan dan keinginan manusia tidak terbatas (*unlimited human's needs and wants*).
2. sumberdaya ekonomi yang tersedia untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia relatif langka (*scarcity resources*).
3. kedua kondisi tersebut mendorong manusia untuk senantiasa mengoptimalkan pilihan (*choice*) alternatif penggunaan sumberdaya agar dapat memberikan kepuasan konsumsi atau keuntungan maksimal.

Dengan demikian ilmu ekonomi merupakan ilmu sosial yang mempelajari perilaku manusia dalam mengoptimalkan pengambilan keputusan atas alternatif pilihan terbaik pemanfaatan sumberdaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Konsumen, berupaya mengoptimalkan pilihan konsumsinya agar dapat memaksimalkan kepuasan (utilitas) dengan anggaran belanja yang terbatas. Sementara itu produsen, akan berusaha memilih alternatif terbaik penggunaan sumberdaya produktif yang mereka miliki untuk memaksimalkan profit atau keuntungan.

Ilmu ekonomi merupakan kajian yang mempelajari usaha-usaha manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya yang relatif tidak terbatas, sedangkan alat pemenuhan kebutuhan berupaya sumber daya alam terbatas. Dengan melihat pengertian tersebut, maka jelas sekali ilmu ekonomi dipelajari karena adanya kesenjangan antara sumber daya alam yang tersedia dengan kebutuhan manusia. Ilmu ekonomi dipelajari untuk mengatasi kesenjangan kebutuhan manusia yang

tidak terbatas dengan sumber daya alam yang terbatas. Dengan adanya ilmu ekonomi, manusia memiliki kemampuan menggunakan sumber daya alam yang terbatas tersebut untuk memberikan kepuasan maksimum. Mau tidak mau, manusia harus memilih dari berbagai kemungkinan pilihan yang tersedia. Ilmu Ekonomi adalah ilmu tentang bagaimana cara-cara masyarakat menentukan atau menjatuhkan pilihan dengan menggunakan uang untuk mendapatkan sumber sumber produktif yang langka untuk menghasilkan berbagai barang untuk dikonsumsi.

Ekonomi atau economic dalam banyak literatur ekonomi berasal dari bahasa Yunani yaitu "*Oikos* atau *Oiku*" dan "*Nomos*" yang berarti peraturan rumah tangga. Dengan kata lain pengertian ekonomi adalah semua yang menyangkut dengan hal-hal yang berhubungan dengan kehidupan rumah tangga. Rumah tangga yang dimaksud tidak hanya merujuk pada satu keluarga (ayah, ibu, anak), melainkan rumah tangga yang lebih luas yaitu rumah tangga bangsa, negara, dan dunia.

Perkembangannya kata ekonomi diidentikkan dengan "Dapat terjangkau, hemat, dan sederhana". Seperti kata "kemasan ekonomi", "kelas ekonomi", dan lain sebagainya. Seiring perkembangannya ilmu ekonomi yaitu ilmu yang mengatur rumah tangga. Mengapa diatur?

Semakin majunya zaman dan berkembang pesatnya pembangunan ekonomi membawa dampak dan warna tersendiri bagi kehidupan manusia, yaitu adanya pemenuhan kebutuhan berupa sandang, pangan tidak lagi sesederhana dulu. Terjadi pergeseran antara kebutuhan sekarang dan yang lalu. Dalam kenyataannya konsumsi pangan dan sandang tidak lagi sekedar mengenyangkan perut dan

melindungi/menutup badan, namun dijadikan simbol masyarakat tertentu yang menunjukkan status kekuasaan dan kekayaan.

Setiap orang memiliki pekerjaan dan pendapatan yang tidak sama. Bagi sebagian pekerja yang memiliki pekerjaan bagus dengan pendapatan yang bagus pula, tentu dapat memenuhi kebutuhannya tidak hanya kebutuhan primer dan kebutuhan sekunder, tapi juga kebutuhan tersier seperti membeli mobil, motor dan lain sebagainya. Namun, bagi sebagian kalangan pekerja yang memiliki pekerjaan dengan pendapatan yang pas-pasan hanya cukup untuk dapat bertahan hidup.

Definisi Ilmu ekonomi yang dikemukakan oleh Profesor Samuelson yang merupakan salah satu ahli ekonomi terkemuka yang pernah menerima hadiah Nobel untuk ilmu ekonomi pada tahun 1970, mendefinisikan ilmu ekonomi sebagai “suatu studi mengenai individu-individu dan masyarakat membuat pilihan, dengan atau tanpa penggunaan uang, dengan menggunakan sumber-sumber daya yang terbatas tetapi dapat digunakan dalam berbagai cara untuk menghasilkan berbagai jenis barang dan jasa dan mendistribusikannya untuk kebutuhan konsumsi, sekarang dan di masa datang, kepada berbagai individu dan golongan masyarakat”.

Sedangkan menurut Mankiw mendefinisikan ilmu ekonomi sebagai “studi tentang bagaimana masyarakat mengelola sumber daya-sumber daya yang selalu terbatas atau langka”.

Jadi, jelas bahwa ilmu ekonomi memusatkan perhatiannya pada bagaimana perilaku manusia untuk memenuhi kebutuhannya, untuk mendapatkannya dibutuhkan pengorbanan karena ketersediaannya yang terbatas atau langka. Kajian utama ilmu ekonomi menitikberatkan perhatian dan analisis pada barang-barang :

- a. Berguna bagi manusia (langsung atau tidak langsung)
- b. Langka (Scarcity)

Konsep Kelangkaan (Scarcity), Biaya dan Pilihan(Choice)

Makna terminologis ilmu ekonomi yang utama berkaitan dengan masalah pilihan (choice). Konsumen misalnya harus menetapkan pilihan atas beberapa jenis barang yang ingin dikonsumsi. Konsumen senantiasa berupaya memaksimalkan kepuasan dengan keterbatasan sumberdaya finansial yang mereka miliki. Kita semua, terlepas dari siapa dan apa peran kita harus mengambil keputusan mengalokasikan waktu yang kita miliki untuk bekerja atau tidak. Kita juga harus mengambil keputusan apakah akan membelanjakan uang kita atau menabung saja. Produsen di sisi lain juga harus mengambil keputusan dalam aktivitas produksinya. Tujuan produsen adalah memaksimalkan profit dengan keterbatasan modal usaha yang mereka punyai pada tingkat harga jual produk mereka di pasar.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa baik konsumen maupun produsen selalu mempertimbangkan manfaat (benefit) dan ketersediaan sumberdaya dalam proses pengambilan keputusan atas tindakan yang bermotif ekonomi. Ada dua alasan yang melatarbelakangi perilaku ini yaitu:

1. Kelangkaan Sumberdaya (*scarcity*)

Konsep kelangkaan merujuk pada terbatasnya kuantitas ketersediaan sumberdaya dibandingkan dengan kebutuhan relatif masyarakat. Kelangkaan merupakan konsep

yang relatif. Negara yang memiliki pendapatan per kapita tinggi pun harus menghadapi masalah kelangkaan sumberdaya sebagaimana halnya negara-negara miskin. Perbedaannya terletak pada seberapa besar kelangkaan sumberdaya yang mereka hadapi dan kemampuan untuk mengatasi problematika yang timbul akibat kelangkaan tersebut. Penanganan yang tepat atas kelangkaan sumberdaya relatif ini kemudian melahirkan konsep spesialisasi. Melalui pemilikan sumberdaya yang spesifik, dapat diproduksi output unggulan yang relevan, yang selanjutnya dapat saling dipertukarkan dalam perekonomian pasar.

2. Proses pengambilan keputusan atas beberapa alternatif pilihan

Kelangkaan sumberdaya memaksa konsumen dan produsen untuk menetapkan pilihan. Penetapan pilihan mengandung dimensi waktu. Pilihan konsumen yang ditetapkan hari ini akan berdampak pada kehidupan mereka di masa mendatang. Demikian pula bagi pengusaha. Keputusan yang mereka tetapkan saat ini akan sangat mempengaruhi profitabilitas perusahaan di masa yang akan datang.

Selain itu proses pengambilan keputusan juga erat kaitannya dengan biaya peluang (opportunity cost). Biaya peluang melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi misalnya adalah sama dengan nilai pendapatan yang seharusnya diperoleh bila seseorang memilih bekerja dan tidak melanjutkan pendidikannya. Biaya peluang seorang konsumen yang membeli stereo set seharga satu juta rupiah sama dengan suku bunga yang ia terima dari bank seandainya ia menandatangani uang tersebut. Di luar waktu, kelangkaan sumberdaya dan biaya peluang, adakalanya proses pengambilan keputusan juga dibatasi oleh

pertimbangan-pertimbangan non ekonomi misalnya aspek politik, hukum dan moralitas serta etika.

Manfaat mempelajari ilmu ekonomi yang dikemukakan oleh Mankiw pada kenyataannya memiliki 3 manfaat diantaranya :

- a. Ilmu ekonomi dapat membantu memahami wujud perilaku ekonomi dalam dunia nyata secara lebih baik. Berlaku prinsip “ Mengetahui lebih baik dari pada tidak mengetahui”.
- b. Dengan mempelajari ilmu ekonomi akan membuat yang mempelajarinya lebih mahir atau lihai dalam perekonomian. Berlaku prinsip “ Bersedia dan waspada serta berjaga lebih baik dan aman dari pada tidak sama sekali”.
- c. Dengan menguasai ilmu ekonomi maka akan memberikan pemahaman atas potensi dan keterbatasan kebijakan ekonomi. Berlaku prinsip “Mengetahui akan membuat lebih bijak dari pada tidak sama sekali”.

Ilmu ekonomi dibagi ke dalam dua cabang utama yaitu mikroekonomi dan makro ekonomi. Mikroekonomi mengkaji perilaku unit ekonomi individual. Unit-unit ini mencakup konsumen, pekerja atau buruh, para penanam modal, pemilik lahan, perusahaan atau unit bisnis, dan setiap individu atau entitas yang memainkan peranan dalam kinerja perekonomian. Mikroekonomi menjelaskan cara dan alasan unit-unit ekonomi ini mengambil keputusan pembelian dan

bagaimana pilihan-pilihan mereka dipengaruhi oleh harga dan pendapatan yang senantiasa berubah. Mikroekonomi juga menjelaskan bagaimana perusahaan memutuskan berapa orang pekerja yang akan dipekerjakan dan dalam jangka waktu berapa lama, bagaimana pekerja-pekerja tersebut memutuskan di mana akan bekerja dan pada tingkat upah berapa serta berapa jam kerja yang dialokasikan. Bidang kajian mikroekonomi lain yang tak kalah penting adalah tentang bagaimana unit-unit ekonomi berinteraksi satu sama lain untuk membentuk unit-unit yang lebih besar yaitu pasar dan industri. Sebaliknya makroekonomi, mengkaji perekonomian berdasarkan unit analisis agregat, seperti tingkat dan laju pertumbuhan produksi nasional, suku bunga, pengangguran dan inflasi.

ALASAN & TUJUAN MEMPELAJARI ILMU EKONOMI

1. Tindakan Ekonomi

Tindakan Ekonomi adalah setiap usaha manusia yang dilandasi oleh pilihan yang paling baik dan paling menguntungkan. misalnya: Ibu memasak dengan kayu bakar karena harga minyak tanah sangat mahal. Tindakan ekonomi terdiri atas dua aspek, yaitu :

- a. Tindakan ekonomi Rasional, setiap usaha manusia yang dilandasi oleh pilihan yang paling menguntungkan dan kenyataannya demikian.
- b. Tindakan ekonomi Irrasional, setiap usaha manusia yang dilandasi oleh pilihan yang paling menguntungkan namun kenyataannya tidak demikian.

2. Motif Ekonomi

Motif ekonomi adalah alasan ataupun tujuan seseorang sehingga seseorang itu melakukan tindakan ekonomi. Motif ekonomi terbagi dalam dua aspek:

- Motif Intrinsik, disebut sebagai suatu keinginan untuk melakukan tindakan ekonomi atas kemauan sendiri.
- Motif ekstrinsik, disebut sebagai suatu keinginan untuk melakukan tindakan ekonomi atas dorongan orang lain.

Pada prakteknya terdapat beberapa macam motif ekonomi:

- Motif memenuhi kebutuhan
- Motif memperoleh keuntungan
- Motif memperoleh penghargaan
- Motif memperoleh kekuasaan
- Motif sosial / menolong sesama

3. Prinsip Ekonomi

Prinsip ekonomi merupakan pedoman untuk melakukan tindakan ekonomi yang didalamnya terkandung asas dengan pengorbanan tertentu diperoleh hasil yang maksimal.

Dengan demikian manusia mempelajari ilmu ekonomi untuk :

- Membantu dalam pengambilan keputusan
- Membantu memahami usaha masyarakat

- Memahami masalah-masalah global
- Bermanfaat dalam membangun masyarakat

SEPULUH PRINSIP ILMU EKONOMI

Menurut Robinson (1990) sepuluh prinsip ekonomi adalah sebagai berikut:

Prinsip Pengambilan Keputusan Individu

1. Orang Menghadapi *Trade off*

Ketika setiap orang dihadapkan pada pertukaran (*trade off*), maka dalam membuat keputusan harus merelakan sesuatu untuk suatu tujuan. Contoh seorang yang lebih memilih membelikan semua uangnya untuk membeli baju, maka dia harus merelakan kesempatan untuk membeli makanan untuk kebutuhan akan gizinya. Namun seseorang tidak boleh mengabaikan kebutuhan akan gizinya demi sebuah penampilan (baju). Dengan demikian, *trade off* yang harus dihadapi sangatlah penting karena semua orang akan dapat mengambil keputusan terbaik jika semua pilihan yang ada dimengerti dengan baik.

2. Biaya Adalah Apa yang Anda Korbankan Untuk Mendapatkan Sesuatu

Karena semua orang menghadapi *trade off*, maka untuk mengambil keputusan kita harus membandingkan biaya dan manfaat dari setiap tindakan yang akan dilakukan.

3. Orang Rasional Berpikir pada Batas-Batas

Keputusan dalam hidup jarang ada yang benar-benar hitam ataupun putih, tetapi biasanya berada di daerah abu-abu. Contoh pada saat makan malam kita tidak harus memutuskan untuk berpuasa atau makan serakus babi, namun kita harus memilih apakah kita perlu menambah sesendok nasi atau tidak. Seperti pada contoh, individu dan perusahaan dapat mengambil keputusan-keputusan yang lebih baik, dengan cara berpikir pada batas-batas. Seorang pengambil keputusan yang rasional akan bertindak, jika dan hanya jika, keuntungan dari tindakan tersebut melebihi biaya marginalnya.

4. Orang Tanggap Terhadap Insentif

Karena manusia mengambil keputusan dengan cara membandingkan keuntungan dan biaya, kebiasaan mereka akan berubah jika ada perubahan pada keuntungan atau biayanya. Contoh ketika harga daging sapi naik, orang lebih cenderung membeli daging ayam karena harganya lebih murah. Pada saat bersamaan pengusaha daging sapi akan menjual lebih banyak daging sapi karena dapat keuntungan yang lebih tinggi.

Pembuat kebijakan publik tidak boleh melupakan pentingnya insentif, karena banyak kebijakan yang bisa mengubah biaya atau keuntungan bagi orang-orang, sehingga merubah perilaku mereka. Contoh ketika harga bahan

bakar naik, akan mendorong masyarakat untuk menggunakan kendaraan umum atau mengganti mobil mereka dengan mobil listrik.

Ketika para pembuat kebijakan gagal mempertimbangkan bahwa kebijakan-kebijakan mereka akan berdampak pada perilaku masyarakat terhadap insentif, hasilnya bisa tidak sesuai keinginan. Contoh kebijakan publik yang mengatur keamanan berkendara yang mengharuskan sabuk pengaman disetiap mobil. Namun, suatu penelitian di tahun 1975, ekonom Sam Paltazam menunjukkan bahwa aturan tersebut: 1. Mengurangi jumlah kematian per kecelakaan, namun 2. Meningkatkan angka kecelakaan lalu lintas. Nettonya se sedikit perubahan pada angka kematian pengemudi, peningkatan pada angka pejalan kaki.

Intinya ketika menganalisis kebijakan apapun harus mempertimbangkan tidak hanya pengaruh-pengaruh langsungnya, tetapi juga pengaruh-pengaruh tidak langsung yang timbul akibat adanya insentif, perilaku masyarakat akan ikut berubah.

Prinsip Bagaimana Masyarakat Saling Interaksi

5. Perdagangan Menguntungkan Semua Pihak

Mudah sekali kita berkesimpulan keliru ketika menganalisis kompetisi antar negara, perdagangan bukanlah seperti pertandingan olahraga dimana satu pihak menang dan pihak lainnya kalah. Justru sebaliknya, perdagangan antar dua negara akan menguntungkan keduanya. Karena tidak akan lebih diuntungkan jika mengisolasi diri dari yang lain. Perdagangan membuat semua orang

berspesialisasi dalam keahlian mereka, seperti menjahit, memasak atau beternak. begitupun perdagangan antar negara. Sebagai contoh, seorang pengrajin keripik tempe di Sentra Industri Keripik Tempe Sanan Malang, tidak harus memproduksi tempe sendiri. Tempe sebagai bahan baku keripik tempe diproduksi oleh pengrajin tempe yang membeli kedelai dari kios langganannya di Pasar Dinoyo. Sedangkan si pedagang pengecer kedelai juga tidak harus menanam sendiri kedelai yang dijualnya kepada pengrajin tempe, bisa jadi si pedagang membelinya dari pedagang besar. Pedagang besar membeli kedelai dari pengimpor kedelai, dan pengimpor kedelai membeli kedelai dari asosiasi petani di Amerika Serikat. Dari ilustrasi di atas, Anda memperoleh penegasan bahwa setiap pihak yang terlibat dalam sistem agroindustri keripik tempe selain memperoleh keuntungan juga sekaligus dapat fokus pada bidang usaha yang menjadi keunggulannya.

6. Pasar Adalah Tempat yang Baik Untuk Mengorganisasikan Kegiatan Ekonomi

Dalam sebuah perekonomian pasar (*market economy*), keputusan-keputusan dari suatu perencanaan terpusat digantikan oleh keputusan-keputusan dari jutaan perusahaan dan rumah tangga. Bagaimanapun juga, dalam perekonomian pasar tidak ada satu pihakpun yang mengharapkan tercapainya kemakmuran masyarakat seutuhnya. Kendati demikian, walaupun pengambilan keputusan terjadi secara sendiri-sendiri oleh pihak-pihak yang mementingkan diri sendiri, perekonomian pasar telah terbukti sukses dalam

mengorganisasikan kegiatan ekonomi yang berhasil meningkatkan kemakmuran bersama.

Ada yang harus diperhatikan dari kemampuan tangan tak tampak dalam memandu kegiatan ekonomi. Ketika pemerintah mencegah harga-harga menyesuaikan diri secara alamiah terhadap permintaan dan penawaran, kemampuan tangan tak tampak untuk mengkoordinasikan jutaan rumah tangga dan perusahaan yang menyusun perekonomian menjadi lumpuh. Hal ini menjelaskan mengapa pajak berdampak buruk pada alokasi sumber-sumber daya. Pajak merusak harga dan merusak keputusan-keputusan perusahaan dan rumah tangga. Hal ini juga menjelaskan dampak buruk berbagai akibat kebijakan yang langsung mengontrol harga.

7. Pemerintah Kadang-Kadang Mampu Meningkatkan Hasil-Hasil dari Pasar

Meskipun pasar adalah tempat yang baik untuk mengorganisasikan kegiatan ekonomi, pasar tidaklah sempurna. Ada dua alasan umum bagi pemerintah untuk melakukan intervensi di bidang ekonomi : Mendukung efisiensi dan pemerataan. Artinya, kebijakan-kebijakan pemerintah bertujuan untuk memperbesar kue ekonomi atau untuk mengubah cara pembagian kue itu. Tangan tak tampak perlu pemerintah untuk melindunginya.

Prinsip Bagaimana Perekonomian Secara Keseluruhan Bekerja

8. Standar Hidup Suatu Negara Bergantung Pada Kemampuannya Menghasilkan Suatu Barang

Standar hidup dapat diakitkan dengan perbedaan produktivitas negara-negara, yaitu besarnya jumlah barang dan jasa yang dihasilkan dari satu jam kerja seorang pekerja. Di negara-negara dimana pekerja dapat menghasilkan jumlah barang dan jasa yang banyak persatuan waktu, sebagian besar masyarakatnya menikmati standar hidup yang tinggi. Begitupun sebaliknya. Begitu juga, tingkat pertumbuhan produktivitas suatau negara menentukan tingkat pendapatan rata-ratanya.

Hubungan produltivitas dan standar hidup punya dampak yang besar dan penting bagi kebijakan publik. Ketika dihadapkan pada pertanyaan bagaimana suatu kebijakan dapat mempengaruhi standar hidup, inti dari pertanyaan itu sebenarnya adalah bagaimana kebijakan tersebut mempengaruhi kemampuan kita untuk menghasilkan barang dan jasa. Untuk meningkatkan standar hidup, para pembuat kebijakan harus meningkatkan standar hidup, para pembuat kebijakan harus meningkatkan produktivitas dengan cara memastikan bahwa para pekerjanya terdidik baik, memiliki peralatan yang diperlukan untuk menghasilkan barang dan jasa, serta memiliki akses ke teknologi terbaik yang tersedia.

9. Harga-Harga Meningkat Jika Pemerintah Mencetak Lebih Banyak Uang

Apa yang menyebabkan inflasi terjadi karena pada hampir tiap kasus tingkat inflasi yang terus menerus dan besar-besaran, penyebabnya biasanya

adalah hal yang sama, yaitu pertumbuhan jumlah uang. Ketika pemerintah mencetak uang dalam jumlah yang besar, nilai uang itu sendiri akan turun.

10. Masyarakat Menghadapi *Trade Off* Jangka Pendek

Para pembuat kebijakan dapat mengeksploitasi *trade off* jangka pendek antara inflasi dengan pengangguran melalui beragam instrumen kebijakan. Dengan mengubah jumlah anggaran pembelanjaan negara, jumlah nilai pajak bagi pemerintah, dan jumlah uang yang dicetak, para pembuat kebijakan dapat memengaruhi dampak kombinasi inflasi dengan pengangguran yang sedang dialami perekonomian suatu negara. Karena instrumen-instrumen pembuat kebijakan moneter dan fiskal memiliki kekuatan potensial yang besar, maka bagaimana instrumen-instrumen pembuat kebijakan moneter dan fiskal memiliki kekuatan potensial yang besar, maka bagaimana instrumen-instrumen tersebut dapat digunakan oleh para pembuat kebijakan untuk mengendalikan perekonomian selalu menjadi topik yang mengundang perdebatan.

Ekonomi Peternakan sebagai Disiplin Ilmu

Ilmu ekonomi peternakan bersumber pada dua jenis cabang ilmu: Ilmu Peternakan dan Ilmu Ekonomi. Dengan kata lain ekonomi peternakan merupakan aplikasi prinsip-prinsip ilmu ekonomi di bidang peternakan. Konsekuensi dari batasan ini menyebabkan bahan kajian dari ekonomi pertanian sangat luas sebab definisi di atas sekaligus merepresentasikan muatan ekonomi, sosial serta isu-isu kebijakan dan lingkungan hidup yang sebagaimana diketahui sangat lekat dengan

masalah-masalah ekonomi peternakan. Persepsi bahwa ekonomi peternakan semata-mata mencakup praktek-praktek produksi pertanian dan peternakan tidak dapat dibenarkan sebab ruang lingkup ekonomi peternakan juga menyentuh aktivitas perekonomian yang jauh lebih luas, khususnya yang berkaitan dengan industri bahan pakan ternak, pangan, pemanfaatan limbah dan bio energi. Selanjutnya karena ekonomi peternakan dapat dipandang sekaligus sebagai cabang ilmu-ilmu peternakan dan ilmu ekonomi, maka ekonomi peternakan haruslah mencakup analisis ekonomi dari proses teknis produksi serta hubungan-hubungan sosial dalam produksi peternakan.

MASALAH-MASALAH DALAM EKONOMI PETERNAKAN

Masalah yang mendasar, yaitu :

1. What: apa yang akan kita usahakan
2. Where : dimana kita akan berusaha
3. Why : mengapa kita berusaha
4. When : kapan kita akan berusaha
5. For Whom : untuk siapa hasil usaha kita
6. How : bagaimana kita akan berusaha

Sebelum kita mendirikan sebuah usaha peternakan, kita harus menjawab 6 pertanyaan di atas. Karena jika kita sudah bisa menjawab pertanyaan di atas, usaha peternakan kita akan maju dan berkembang. Pemilik usaha peternakan tidak

hanya mengerti tentang ilmu peternakan saja, tetapi harus mengerti tentang ilmu ekonomi agar berjalan dengan seimbang.

SOAL LATIHAN

1. Carilah artikel (koran, majalah, internet) tentang usaha peternakan yang mengacu pada salah satu 10 prinsip ekonomi.
2. Kemudian kemukakan ulasanmu terhadap artikel tersebut.

BAB II

PENAWARAN DAN PERMINTAAN

C. KOMPETENSI DASAR

Mahasiswa dapat mengetahui dan memahami tentang proses penawaran dan permintaan yang terjadi dalam sebuah pasar.

D. TUJUAN

Mahasiswa dapat:

4. Menjelaskan pengertian tentang penawaran dan permintaan.
5. Menjelaskan pengertian tentang elastisitas penawaran dan permintaan.
6. Menjelaskan mengenai titik equilibrium

PENAWARAN (SUPPLY)

Pengertian Penawaran

Penawaran adalah jumlah barang yang produsen ingin tawarkan (jual) pada berbagai tingkat harga selama satu periode tertentu dengan menganggap factor yang mempengaruhinya konstan/tetap (*ceteris paribus*). Faktor-faktor yang menentukan tingkat penawaran adalah harga jual barang yang bersangkutan, serta faktor-faktor lainnya yang dapat disederhanakan sebagai faktor non harga.

Fungsi Penawaran

Fungsi penawaran adalah penawaran yang dinyatakan dalam hubungan matematis dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Persamaan matematis yang menjelaskan hubungan antara tingkat penawaran dengan faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran adalah:

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

di mana:	S_x	= penawaran akan barang X
	P_x	= harga X
	P_y	= harga Y (barang substitusi atau komplementer)
	P_i	= harga input / faktor produksi
	C	= biaya produksi
	tek	= teknologi produksi
	ped	= jumlah pedagang/penjual
	tuj	= tujuan perusahaan
	kebij	= kebijakan pemerintah

(Anonymous^a, 2012)

Faktor yang Mempengaruhi Penawaran

a. Harga Barang Itu Sendiri

Jika harga suatu barang naik, maka produsen cenderung akan menambah jumlah barang yang dihasilkan.

b. Harga Barang Lain yang Terkait

Secara umum dapat dikatakan bahwa apabila harga barang substitusi naik, maka penawaran suatu barang akan bertambah, dan sebaliknya. Sedangkan untuk barang komplemen, dapat kita nyatakan bahwa apabila harga barang komplemen naik, maka penawaran akan suatu barang berkurang, dan sebaliknya.

c. Harga Faktor Produksi

Kenaikan harga faktor produksi akan mengurangi laba perusahaan. Apabila tingkat laba suatu industri tidak menarik lagi, mereka akan pindah ke industri lain, dan hal ini akan mengakibatkan berkurangnya penawaran akan barang.

d. Biaya Produksi

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

e. Teknologi Produksi

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

f. Jumlah Pedagang/Penjual

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

g. Tujuan Perusahaan

Tujuan perusahaan adalah memaksimalkan laba, bukan memaksimalkan hasil produksinya. Akibatnya, tiap produsen tidak berusaha untuk memanfaatkan kapasitas produksinya secara maksimum, tetapi akan menggunakannya pada tingkat produksi yang memberikan keuntungan maksimum.

h. Kebijakan Pemerintah

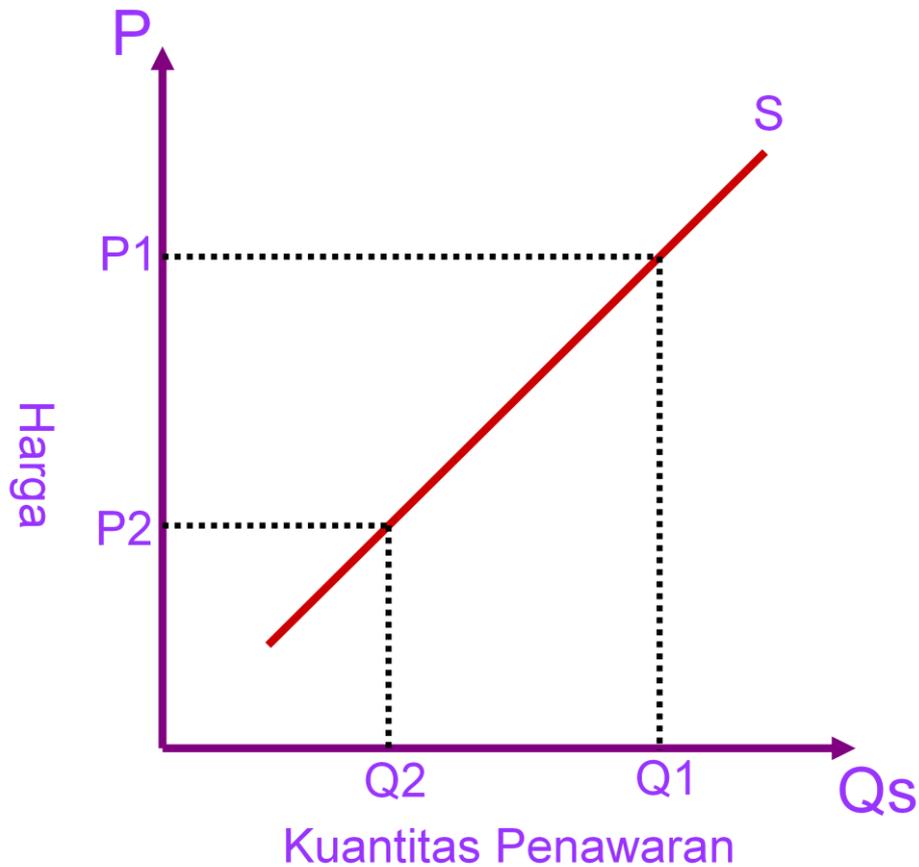
Kebijakan pemerintah juga dapat mempengaruhi penawaran akan suatu barang. Di Indonesia, beras merupakan makanan utama. Kebijakan pemerintah untuk mengurangi impor beras dan meningkatkan produksi dalam negeri guna tercapainya swasembada beras, menyebabkan para petani menanam padi tertentu yang memberikan hasil banyak setiap panennya. Kebijakan ini jelas menambah *supply* beras dan keperluan impor beras dapat dikurangi.

Kurva Penawaran

Hukum Penawaran (Supply)

⇒Semakin tinggi harga akan semakin banyak pula jumlah barang yang ditawarkan.

Kurva ini akan bergerak dari kiri bawah menuju ke kanan atas. Bentuk kurva penawaran dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



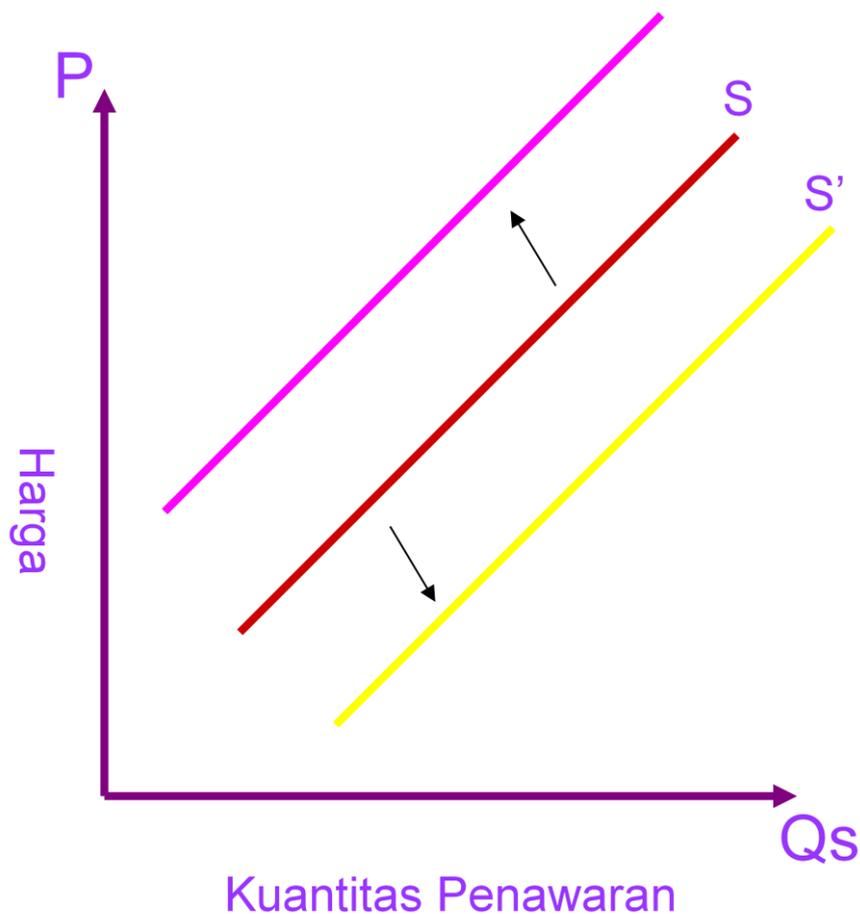
Gambar 1. Kurva Penawaran

Pergeseran Kurva Penawaran

Dalam perekonomian sering terjadi pergeseran kurva penawaran. Pergeseran kurva bisa ke arah kanan atau ke arah kiri. Hal ini bisa terjadi dikarenakan harga sumber daya, teknologi, jumlah penjual, ekspektasi di masa mendatang, pajak, perubahan jumlah produksi atau barang yang ditawarkan.

Pergeseran kurva penawaran ada dua macam, yaitu :

1. Peningkatan dalam penawaran : Merupakan perubahan yang meningkatkan kuantitas yang tersedia di produksi oleh penjual pada tingkat harga tertentu akan menggeser kurva penawaran ke arah kanan.
2. Penurunan dalam penawaran : Setiap perubahan yang menurunkan kuantitas yang tersedia di tawarkan oleh penjual pada tingkat harga tertentu akan menggeser kurva penawaran ke kiri.



Gambar 2. Pergeseran Kurva Penawaran

PERMINTAAN (DEMAND)

Pengertian Permintaan

Permintaan adalah jumlah barang/jasa yang diinginkan dan mampu dibeli oleh konsumen pada berbagai tingkat harga dalam jangka waktu tertentu dengan menganggap factor yang mempengaruhinya konstan/tetap (*ceteris paribus*).

Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Permintaan

1. *Harga*

Harga sebuah barang semakin rendah, maka permintaan atas barang tersebut akan semakin banyak.

2. *Pendapatan/penghasilan konsumen.*

Orang yang punya gaji dan tunjangan besar dia dapat membeli banyak barang yang dia inginkan, tetapi jika pendapatannya rendah maka seseorang mungkin akan mengirit pemakaian barang yang dibelinya agar jarang beli.

3. *Perilaku konsumen / selera konsumen*

Saat ini handphone blackberry sedang trend dan banyak yang beli, tetapi beberapa tahun mendatang mungkin blackberry sudah dianggap kuno.

4. *Ketersediaan dan harga barang sejenis pengganti dan pelengkap*

Jika roti tawar tidak ada atau harganya sangat mahal maka meises, selai dan margarin akan turun permintaannya

5. *Perkiraan harga di masa depan*

Barang yang harganya diperkirakan akan naik, maka orang akan menimbun atau membeli ketika harganya masih rendah misalnya seperti bbm/bensin.

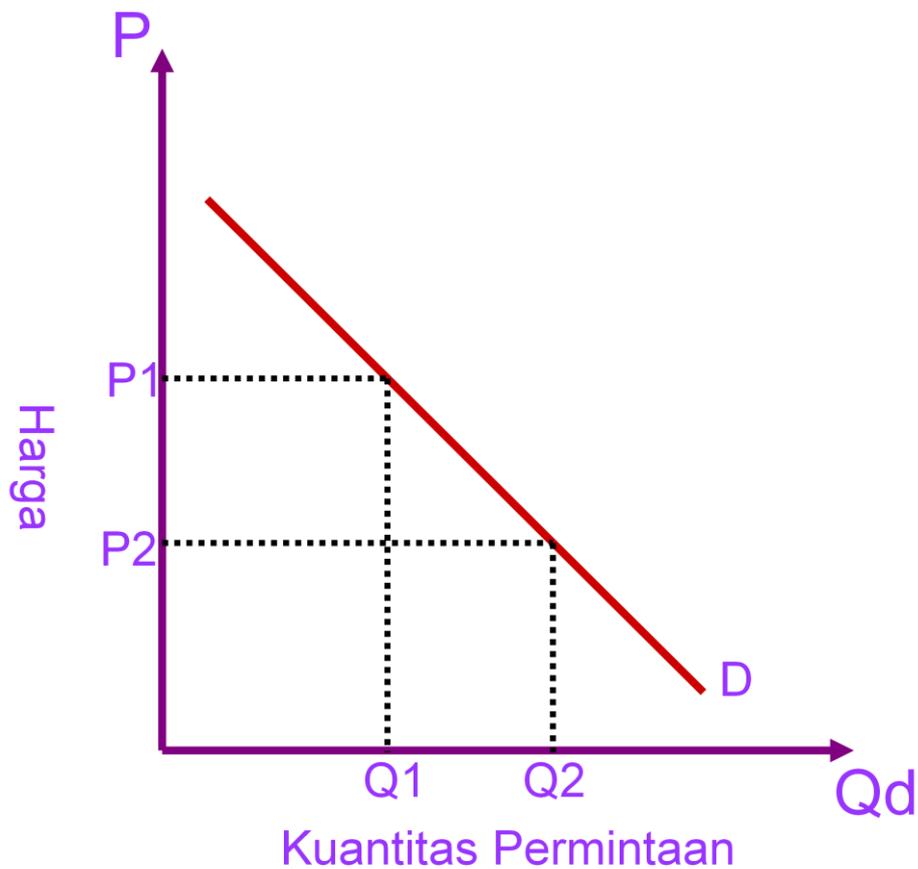
6. *Banyaknya/ intensitas kebutuhan konsumen*

Ketika flu burung dan flu babi sedang menggila, produk masker pelindung akan sangat laris. Pada bulan puasa (ramadhan) permintaan belewah, timun suri, cincau, sirup, es batu, kurma, dan lain sebagainya akan sangat tinggi dibandingkan bulan lainnya.

Hukum Permintaan (*Demand*)

Jika harga harga naik maka jumlah output yang diminta akan turun atau sebaliknya.

Kurva ini akan bergerak dari kiri atas menuju ke kanan bawah. Bentuk dari kurva permintaan dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



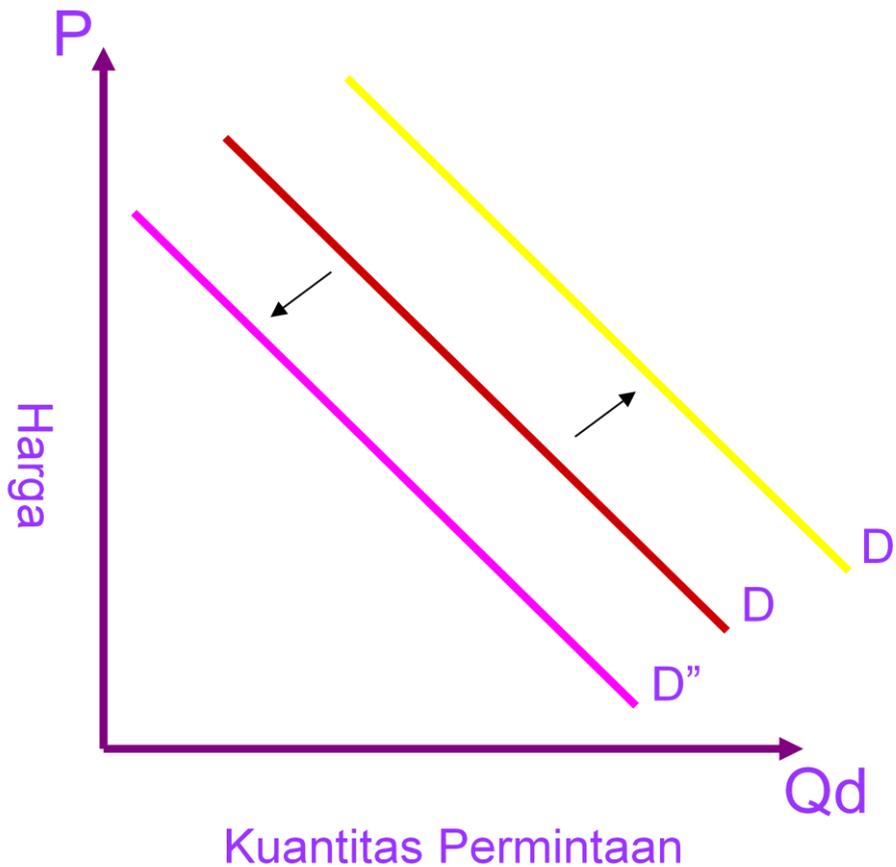
Gambar 3. Kurva Permintaan

PERGESERAN KURVA PERMINTAAN

Pergeseran permintaan adalah perubahan jumlah barang/jasa yang dibeli lebih banyak/lebih sedikit yang terjadi sebagai akibat pengaruh berbagai factor lain selain harga. Kenaikan permintaan adalah maningkatnya jumlah barang/jasa yang dibeli sebagai akibat turunnya harga, sedangkan penurunan permintaan adalah penurunan pembelian akibat kenaikan harga. Pergeseran kurva permintaan bisa bergerak ke arah kanan atau ke arah kiri. Hal ini bisa terjadi dikarenakan harga sumber daya, teknologi, tingkat pendapatan, jumlah penjual, ekspektasi di masa

mendatang, pajak, perubahan jumlah produksi atau barang yang ditawarkan.
Pergeseran kurva permintaan ada dua macam, yaitu :

1. Peningkatan dalam permintaan : Merupakan perubahan yang meningkatkan kuantitas yang diminta oleh konsumen pada tingkat harga tertentu akan menggeser kurva penawaran ke arah kanan.
2. Penurunan dalam permintaan : Setiap perubahan yang menurunkan kuantitas yang diminta oleh konsumen pada tingkat harga tertentu akan menggeser kurva penawaran ke kiri



Gambar 4. Pergeseran Kurva Permintaan

ELASTISITAS PENAWARAN

Pengertian Elastisitas Penawaran

Elastisitas penawaran adalah *ukuran yang menunjukkan seberapa banyak jumlah penawaran atas suatu barang berubah mengikuti perubahan harga tersebut.*

Rumus dari Elastisitas Penawaran

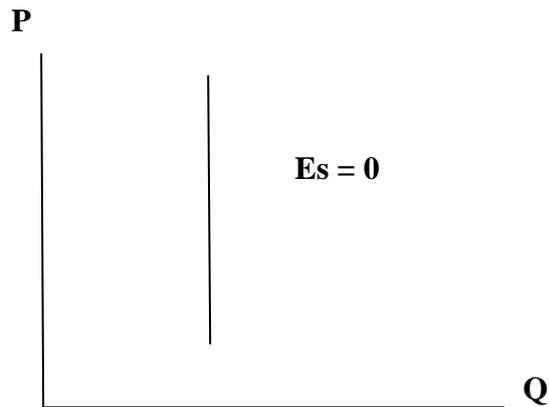
$$Es = \frac{\% \text{ perubahan barang yang ditawarkan } (\Delta Q)}{\% \text{ perubahan harganya } (\Delta P)}$$

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

Macam-macam Kurva Penawaran

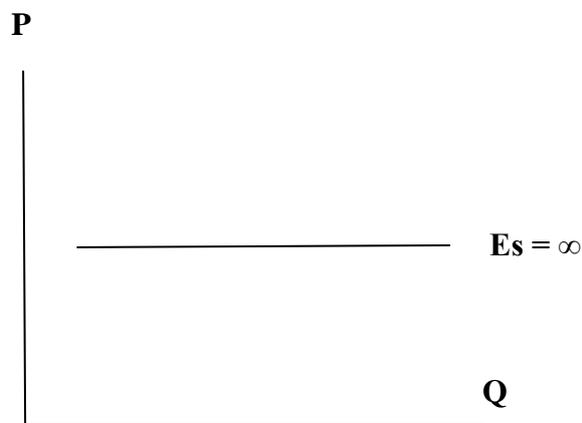
1. In Elastis Sempurna ($Es = 0$)

Inelastis sempurna adalah elastis yang bernilai nol, artinya berapa pun harganya, jumlah produk yang ditawarkan tetap.



2. Elastis Sempurna ($E_s = \infty$)

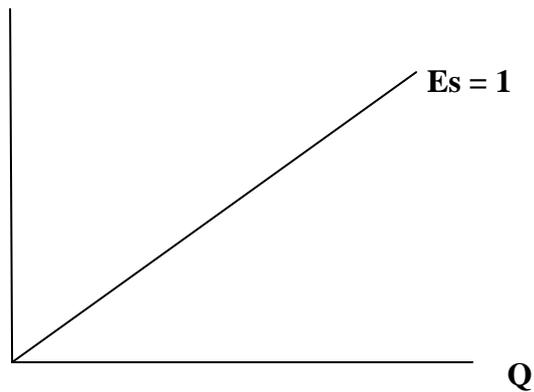
Elastisitas sempurna merupakan gambaran bahwa para penjual hanya mau menjual semua produk pada harga tertentu saja dan tidak akan menjual produk tersebut pada harga lain .



3. Unitari Elastis ($E_s = 1$)

Unitari elastis adalah elastisitas penawaran dimana persentase perubahan jumlah produk yang ditawarkan sama dengan persentase perubahan harga produk.

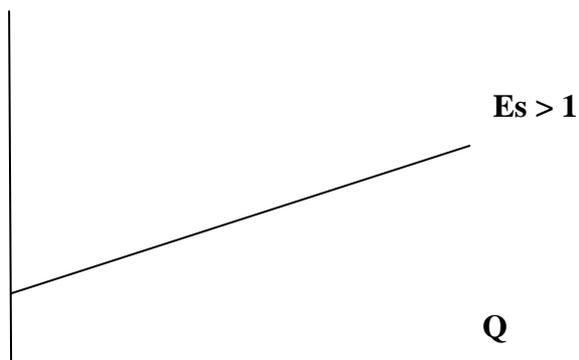
P



4. Elastis ($E_s > 1$)

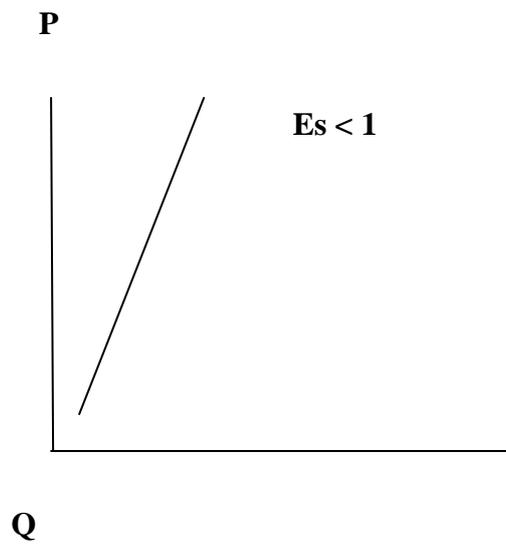
Elastisitas penawaran bisa dikatakan elastis jika persentase perubahan jumlah produk yang ditawarkan lebih dari persentase perubahan harga produk.

P



5. In Elastis ($E_s < 1$)

Elastisitas penawaran dapat dikatakan inelastis jika persentase perubahan jumlah produk yang ditawarkan lebih kecil dari persentase perubahan harga produk



ELASTISITAS PERMINTAAN

Pengertian Elastisitas Permintaan

Elastisitas Permintaan adalah *suatu ukuran kepekaan yang menyatakan seberapa besar perubahan permintaan barang yang disebabkan adanya perubahan harga*

Rumus Elastisitas Permintaan

$E = \frac{\% \text{Perubahan jumlah barang yang diminta}(\Delta Q)}{\%$

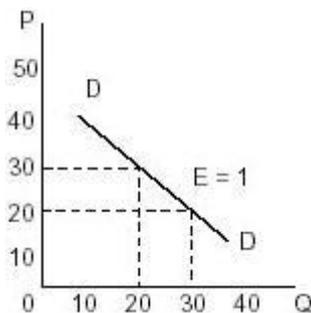
$\% \text{ perubahan harga}(\Delta P)$

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

Macam-Macam Elastisitas Permintaan

1. Unitari Elastis ($E = 1$)

Prosentase perubahan kuantitas permintaan = prosentase perubahan harga.
Contoh produk yang elastisitasnya uniter tidak dapat disebutkan secara spesifik. Jenis permintaan ini sebenarnya lebih sebagai pembatas antara permintaan elastis dan tidak elastis, sehingga belum tentu ada produk yang dapat dikatakan memiliki permintaan uniter elastis.

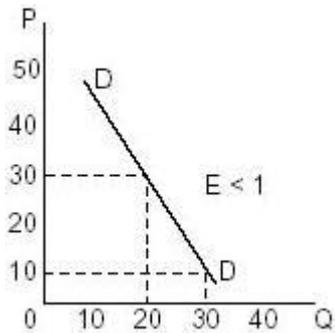


2. In Elastis ($E < 1$)

Prosentase perubahan kuantitas permintaan $<$ dari prosentase perubahan harga. Contoh permintaan tidak elastis ini dapat dilihat diantaranya pada produk kebutuhan. Misalnya beras, meskipun harganya naik, orang akan tetap membutuhkan konsumsi beras sebagai makanan pokok. Karenanya, meskipun mungkin dapat dihemat penggunaannya, namun cenderung tidak akan sebesar kenaikan harga yang terjadi.

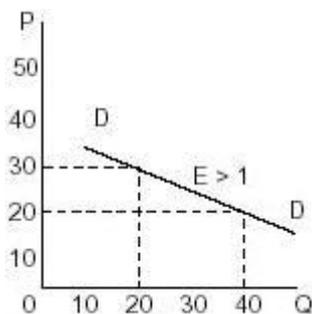
Sebaliknya pula, jika harga beras turun konsumen tidak akan menambah konsumsinya sebesar penurunan harga. Ini karena konsumsi beras memiliki keterbatasan (misalnya rasa kenyang). Contoh lainnya yang sejenis adalah bensin. Jika harga bensin naik, tingkat penurunan

penggunaannya biasanya tidak sebesar tingkat kenaikan harganya. Ini karena kita tetap membutuhkan bensin untuk bepergian. Sama halnya, ketika harganya turun, kita juga tidak mungkin bepergian terus menerus demi menikmati penurunan harga tersebut. Karakteristik produk yang seperti ini mengakibatkan permintaan menjadi tidak elastic.



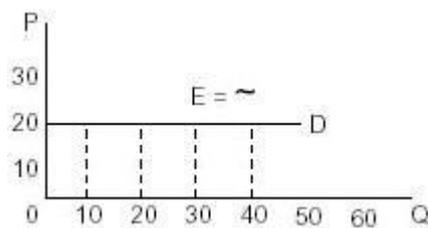
3. Elastis ($E > 1$)

Prosentase perubahan kuantitas permintaan $>$ prosentase perubahan harga. Ini sering terjadi pada produk yang mudah dicari substitusinya. Misalnya saja pakaian, makanan ringan, dan lain sebagainya. Ketika harganya naik, konsumen akan dengan mudah menemukan barang penggantinya. Perubahan harga yang kecil akan menimbulkan perubahan yang besar terhadap permintaan.



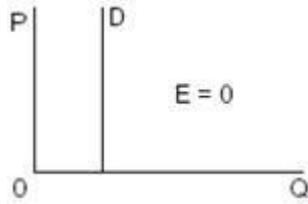
4. Elastis Sempurna ($E = \infty$)

Dimana pada suatu harga tertentu pasar sanggup membeli semua barang yang ada di pasar. Namun, kenaikan harga sedikit saja akan menjatuhkan permintaan menjadi 0. Dengan demikian, kurvanya berbentuk horisontal. Contoh produk yang permintaannya bersifat tidak elastis sempurna diantaranya barang/jasa yang bersifat komoditi, yaitu barang/jasa yang memiliki karakteristik dan fungsi sama meskipun dijual di tempat yang berbeda atau diproduksi oleh produsen yang berbeda.



5. In Elastis Sempurna ($E = 0$)

Perubahan harga tidak mempengaruhi jumlah yang diminta. Dengan demikian, kurvanya berbentuk vertikal. Kurva berbentuk vertikal ini berarti bahwa berapapun harga yang ditawarkan, kuantitas barang/jasa tetap tidak berubah. Contoh barang yang permintaannya tidak elastis sempurna adalah tanah (meskipun harganya naik terus, kuantitas yang tersedia tetap terbatas), lukisan milik pelukis yang telah meninggal (berapapun harga yang ditawarkan atas lukisan, pelukis tersebut tidak akan mampu menambah kuantitas lukisannya), dan contoh lainnya yang sejenis.



Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Elastisitas Permintaan

1. Banyaknya Barang Pengganti yang Tersedia

Terdapat banyak barang yang dapat digantikan dengan barang-barang lain yang sejenis dengannya. Tetapi ada pula yang sulit untuk mencari barang penggantinya. Perbedaan ini menimbulkan perbedaan elastisitas di antara berbagai macam barang. Jika barang tersebut mempunyai barang penggantinya maka permintaan cenderung bersifat elastis. Di saat harga barang naik, konsumen akan enggan membeli barang tersebut. Konsumen lebih suka membeli barang penggantinya yang harganya tidak mengalami kenaikan. Tetapi di saat harga barang turun dan harganya lebih murah dibandingkan harga barang pengganti maka konsumen akan membeli barang tersebut dan hal ini menyebabkan permintaan akan semakin naik.

Lain halnya jika barang tersebut tidak mempunyai barang pengganti. Jika barang tersebut harganya naik, maka konsumen mau tidak mau tetap membeli barang tersebut.

2. Prosentasi Pendapatan Yang Dibelanjakan

Besarnya pendapatan yang dimiliki seseorang mempengaruhi terhadap keputusan membeli sebuah barang. Sebagai contoh, seorang konsumen jika menyukai jenis minuman ringan tertentu walaupun harga minuman tersebut naik tidak akan mempengaruhi permintaan, ia akan tetap membeli minuman tersebut. Hal ini didasari karena pengeluaran untuk membeli minuman ringan tersebut merupakan prosentase yang relatif kecil dari pendapatannya.

Lain halnya dengan permintaan terhadap suatu barang-barang yang agak mahal seperti radio, televisi, sepeda motor, dan mobil. Sebelum memutuskan membeli salah satu barang tersebut, konsumen akan membandingkan harga-harga barang tersebut. Perbedaan harga dapat menyebabkan konsumen membatalkan untuk membeli barang tersebut.

3. Jangka Waktu Analisis

Pada saat harga naik, pembelian terhadap barang yang tahan lama oleh konsumen akan ditunda proses pembeliannya. Tetapi untuk pembelian terhadap barang yang tidak tahan lama maka proses pembeliannya akan tetap terbeli, bahkan pada saat harga barang tersebut turun, konsumen tetap membeli tetapi tidak dalam jumlah yang banyak. Hal ini dikarenakan barang tersebut tidak tahan lama.

TITIK EQUILIBRIUM

EkUILIBRIUM adalah keadaan yang menunjukkan baik konsumen maupun produsen telah menyetujui harga suatu barang, yaitu harga yang Konsumen bersedia membeli untuk sejumlah barang sama dengan harga yang Produsen bersedia menjual untuk sejumlah barang tersebut.

Harga keseimbangan ditentukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran. Penjual dan pembeli biasanya akan selalu mengambil tindakan yang bertujuan untuk mencapai keseimbangan antara permintaan dan penawaran. Situasi dimana jumlah penawaran lebih besar dari permintaan disebut dengan surplus. Sebaliknya, situasi dimana jumlah permintaan lebih besar dari penawaran disebut dengan kekurangan (shortage).

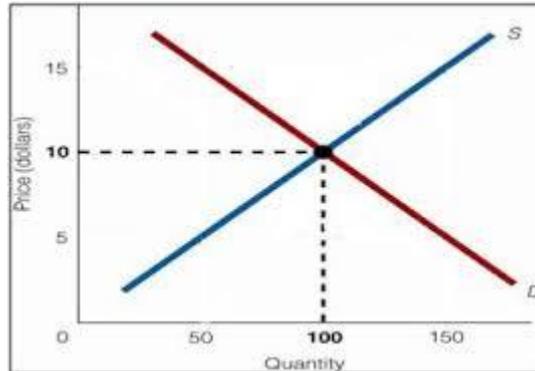
Setelah pasar sampai ke titik ekuilibrium, penjual dan pembeli sama – sama puas dan harga pun tidak akan berubah lagi. Biasanya situasi surplus maupun kekurangan sifatnya sementara, karena pasar akan selalu bergerak kearah titik keseimbangan. Kondisi seperti inilah yang disebut dengan hukum penawaran dan permintaan (the law of supply and demand).

Kita tahu bahwa permintaan dan penawaran tidak selalu tetap, namun selalu berubah – ubah sesuai dengan perubahan berbagai faktor yang mempengaruhinya. Apabila terjadi perubahan pada faktor – faktor tersebut, maka permintaan dan penawaran juga ikut berubah dan otomatis akan merubah posisi titik ekuilibrium. Jika terjadi peningkatan jumlah permintaan namun jumlah penawaran tetap, maka harga akan naik, sehingga titik ekuilibrium juga bergeser

naik. Sementara jika penawaran naik namun permintaan tetap, maka harga akan turun dan mengakibatkan titik ekuilibrium juga turun.

Rumus Ekuilibrium : $Q_d = Q_s$

Gambar 5. Titik Keseimbangan



SOAL LATIHAN

1. Dalam suatu pasar, perkaitan antara harga dan jumlah barang yang dijualbelikan adalah seperti ditunjukkan dalam tabel berikut :

Harga (Rp)	Permintaan (Unit)	Penawaran (Unit)
3.000	2.500	9.000
4.000	2.000	1.200
5.000	1.500	1.500
6.000	1.000	1.800

- a. Buatlah grafik permintaan dan penawarannya (dalam satu grafik saja).
- b. Berapakah harga keseimbangannya?

2. Dalam suatu pasar, perkaitan antara harga dan jumlah barang yang dijualbelikan adalah seperti ditunjukkan dalam tabel berikut :

Harga (Rp)	Permintaan (Unit)	Penawaran (Unit)
2.000	1.500	250
3.500	1.200	500
5.500	750	800
7.000	500	1.000
7.500	400	1.700

- a. Tentukan Ed disaat harga naik dari Rp. 5.500 menjadi Rp. 7.000 dan disaat harga turun dari Rp. 7.500 menjadi Rp. 7.000.
- b. Tentukan Es disaat harga naik dari Rp. 2.000 menjadi Rp. 3.500 dan disaat harga turun dari Rp. 7.000 menjadi Rp. 5.500.
3. Fungsi permintaan suatu barang ditunjukkan oleh sebuah persamaan $P = 15 - Q$. Sedangkan fungsi penawarannya ditunjukkan oleh persamaan $P = 3 + 0,5 Q$. Berapa harga dan jumlah barang yang diperoleh pada titik keseimbangannya.

BAB III

FAKTOR-FAKTOR PRODUKSI

E. KOMPETENSI DASAR

Mahasiswa dapat mengetahui dan memahami tentang faktor-faktor produksi.

F. TUJUAN

Mahasiswa dapat:

7. Menjelaskan pengertian faktor-faktor produksi
8. Menjelaskan jenis-jenis faktor-faktor produksi

FAKTOR-FAKTOR PRODUKSI

Kata produksi berasal dari bahasa Inggris *to produce* yang artinya menghasilkan. Jadi, produksi berarti kegiatan menghasilkan atau menciptakan barang dan jasa. Individu atau kelompok yang melakukan proses produksi disebut produsen. Sedangkan, barang atau jasa yang dihasilkan dari produksi disebut produk. Lengkapnya, pengertian produksi adalah kegiatan yang dilakukan oleh orang atau badan (produsen) untuk menghasilkan atau menambah nilai guna suatu barang atau jasa. Sebagai contoh, petani bekerja di sawah untuk menghasilkan barang dan jasa dan nelayan pergi ke laut untuk menangkap ikan. Petani dan nelayan termasuk produsen. Dalam arti yang lain, produksi dapat juga didefinisikan sebagai kegiatan untuk menambah nilai guna barang atau jasa untuk

memenuhi kebutuhan manusia. Faktor produksi adalah segala sesuatu yang dibutuhkan untuk memproduksi barang dan jasa.

JENIS-JENIS FAKTOR PRODUKSI

1. Alam
2. Modal.
3. Tenaga Kerja.
4. Kewirausahaan
5. Teknologi

1. FAKTOR PRODUKSI ALAM

ialah semua kekayaan yang terdapat di alam semesta yang dapat digunakan dalam proses produksi. Faktor produksi alam sering pula disebut faktor produksi asli. Faktor produksi alam terdiri atas tanah, air, sinar matahari, udara, dan barang tambang.

Tanah : Tanah antara lain digunakan untuk lahan pertanian, perkebunan, peternakan, mendirikan pabrik atau perkantoran, jalan raya, dan keperluan lainnya. Tanah ada juga yang digunakan sebagai bahan baku pembuatan benda tertentu. Misalnya, tanah dapat digunakan sebagai bahan baku pabrik batu bata dan genteng

Air : Air merupakan salah satu faktor produksi yang sangat penting bagi umat manusia. Selain untuk minum, mandi, atau memasak, air juga digunakan sebagai alat pembangkit tenaga listrik, sebagai sarana angkutan air, dan usaha perikanan.

Sinar Matahari : Sinar matahari dibutuhkan untuk keberlangsungan tumbuh-tumbuhan dan kehidupan manusia. Selain itu, sinar matahari juga digunakan sebagai sumber tenaga listrik.

Udara : Udara digunakan untuk kincir angin, penyegar ruangan, sarana perhubungan udara, dan menunjang kesuburan tanah.

Barang Tambang : Barang tambang seperti minyak, batubara, emas, intan, mineral, dan barang tambang lainnya sangat berguna bagi kehidupan manusia.

2. FAKTOR PRODUKSI MODAL

adalah faktor penunjang dalam mempercepat atau menambah kemampuan dalam memproduksi. Faktor produksi modal dapat berupa mesin-mesin, alat pengangkutan, sarana pengangkutan, atau bangunan.

Modal dapat dibedakan berdasarkan :

1. Sifatnya

- a. Modal tetap adalah barang-barang modal yang dapat digunakan berkali kali dalam proses produksi.
- b. Modal lancar adalah barang-barang modal yang habis sekali pakai dalam proses produksi.

2. Bentuknya

- a. Modal konkret (nyata) adalah modal yang dapat dilihat secara nyata dalam proses produksi.

b. Modal abstrak (tidak nyata) adalah modal yang tidak dapat dilihat tetapi mempunyai nilai dalam perusahaan

3. Sumbernya

a. Modal sendiri adalah modal yang berasal dari dalam perusahaan sendiri.

b. Modal asing adalah modal yang berasal dari luar perusahaan

4. Kepemilikannya

a. Modal individu adalah modal yang sumbernya dari perorangan dan hasilnya menjadi sumber pendapatan bagi pemiliknya. Contoh: rumah pribadi yang disewakan.

b. Modal masyarakat adalah modal yang dimiliki oleh pemerintah dan digunakan untuk kepentingan umum dalam proses produksi. Contoh :
RSU, jalan, jembatan.

3. FAKTOR PRODUKSI TENAGA KERJA

ialah faktor produksi insani secara langsung maupun tidak langsung menjalankan kegiatan produksi. Faktor produksi tenaga kerja dikategorikan sebagai faktor produksi asli. Meskipun mesin-mesin telah banyak menggantikan manusia sebagai pelaksana proses produksi, namun keberadaan manusia mutlak diperlukan.

TENAGA KERJA DI KELOMPOKKAN BERDASARKAN :

1. BERDASARKAN KUALITASNYA

- a. Tenaga kerja terdidik/ahli adalah tenaga kerja yang memerlukan pendidikan tertentu sehingga memiliki keahlian di bidangnya.
- b. Tenaga kerja terampil adalah tenaga kerja yang memerlukan kursus atau latihan di bidang ketrampilan tertentu sehingga terampil di bidangnya.
- c. Tenaga kerja tidak terdidik dan tidak terampil adalah tenaga kerja yang tidak membutuhkan pendidikan dan latihan dalam menjalankan pekerjaannya.

2. BERDASARKAN SIFAT KERJANYA

- a. Tenaga kerja rohani adalah tenaga kerja yang menggunakan pikiran, rasa, dan karsa.
- b. Tenaga kerja jasmani adalah tenaga kerja yang menggunakan kekuatan fisik

Klasifikasi tenaga kerja menurut Agus Ahyari dalam bukunya "Manajemen Produksi Perencanaan Sistem Produksi" (2002: 238) yaitu:

1. Tenaga kerja ahli dan terlatih,

Tenaga kerja ahli dan terlatih adalah tenaga kerja dengan bekal pendidikan formal tertentu, misalnya berbekal pendidikan sampai dengan sarjana muda, sarjana atau pendidikan ahli yang lain. Sedangkan yang dimaksud dengan tenaga kerja terlatih adalah merupakan tenaga kerja yang telah mempunyai

pengalaman kerja tertentu dalam jangka waktu tertentu pula (misalnya lima tahun).

2. Tenaga kerja ahli tetapi belum terlatih,

Tenaga kerja ahli tetapi belum terlatih adalah tenaga kerja dengan bekal pendidikan formal tertentu tetapi belum mempunyai pengalaman kerja

3. Tenaga kerja tidak ahli tetapi terlatih,

Tenaga kerja tidak ahli tetapi terlatih adalah merupakan tenaga kerja yang tidak sempat menikmati bangku pendidikan tinggi tetapi telah mempunyai pengalaman kerja

4. Tenaga kerja tidak ahli dan tidak terlatih

Tenaga kerja tidak ahli dan tidak terlatih adalah tenaga kerja yang tidak sempat menikmati bangku pendidikan tinggi dan tidak punya pengalaman kerja. Tenaga kerja semacam ini akan terdapat dimana-mana sehingga dimana pun perusahaan ini akan mendirikan pabriknya, didaerah tersebut akan tersedia tenaga kerja jenis ini. Berhasil tidaknya pencapaian tujuan dari suatu perusahaan antara lain akan ditentukan oleh tenaga kerja yang ada didalam perusahaan tersebut

4. FAKTOR PRODUKSI KEWIRAUSAHAAN

adalah keahlian atau ketrampilan yang digunakan seseorang dalam mengkoordinir faktor-faktor produksi untuk menghasilkan barang dan jasa. Kewirausahaan merupakan faktor produksi yang tidak dapat dilihat, dihitung, ditakar, diraba, tetapi hanya dapat dirasakan dan diketahui dengan melihat produk yang dihasilkan. Seorang pengusaha (entrepreneur) adalah orang yang memiliki

kemampuan mengelola, menyatukan faktor-faktor produksi, dan dapat mengendalikan perusahaan secara baik dengan menghasilkan produk dan memperoleh keuntungan dan berani menanggung risiko.

Keahlian (skill) yang harus dimiliki oleh seorang pengusaha terdiri dari:

1. *Tecnikal skills* (keahlian teknis) yaitu keahlian yang diperlukan untuk melakukan pekerjaan spesifik tertentu. Seperti mengoperasikan komputer, mendesain bangunan, membuat layout perusahaan dan sebagainya.
2. *Human relation skills* (keahlian berkomunikasi dan berinteraksi dengan masyarakat) yaitu keahlian dalam memahami dan melakukan interaksi dengan berbagai orang di masyarakat. Di antara keahlian ini adalah keahlian dalam bernegara, memotivasi, meyakinkan orang dan sebagainya.
3. *Conseptual skills* (keahlian konseptual), yaitu keahlian dalam berpikir secara abstrak, sistematis, termasuk di dalamnya mendiagnosa dan menganalisis berbagai masalah dalam situasi yang berbeda-beda bahkan keahlian untuk empidiksi dimasa yang akan datang.
4. *Decision making skills* (keahlian dalam pengambilan keputusan), yaitu keahlian untuk mengidentifikasi masalah sekaligus menawarkan berbagai alternatif solusi atas permasalahan yang dihadapi.
5. *Time management skills* (keahlian dalam mengelola waktu), yaitu keahlian dalam memanfaatkan waktu secara efektif dan efisien. Efektif adalah mengerjakan pekerjaan yang benar (doing the right things). Sedangkan efisien adalah mengerjakan pekerjaan dengan benar.

6. *Global management skills* (keahlian dalam manajemen global), yaitu keahlian manajemen yang tidak saja terfokus pada satu keadaan di negara tertentu akan tetapi juga lintas negara bahkan lintas budaya.

7. *Tecnological skills* (keahlian dalam hal teknologi), yaitu keahlian menejerial dalam mengikuti dan menguasai perkembangan teknologi yang terjadi.

5. FAKTOR PRODUKSI TEKNOLOGI

Adalah seluruh kemajuan teknologi yang digunakan oleh sebuah perusahaan dalam memproduksi sebuah barang. Terkadang biaya teknologi tidak seimbang dengan biaya produksi. Semakin canggih teknologi yang digunakan oleh sebuah perusahaan, maka produk yang dipasarkan akan semakin bersaing.

SOAL - SOAL LATIHAN

1. Sebutkan dan jelaskan macam-macam faktor produksi yang dapat digunakan dalam sebuah usaha peternakan !

BAB IV

STRUKTUR PASAR

G. KOMPETENSI DASAR

Mahasiswa dapat mengetahui dan memahami tentang struktur pasar yang ada di Indonesia.

H. TUJUAN

Mahasiswa dapat:

9. Menjelaskan macam-macam struktur pasar yang ada di Indonesia.
10. Menjelaskan pengertian pasar persaingan sempurna.
11. Menjelaskan pengertian pasar monopoli.
12. Menjelaskan pengertian pasar monopolistik.
13. Menjelaskan pengertian pasar oligopoli.

PASAR PERSAINGAN SEMPURNA

Pengertian

Pasar persaingan sempurna adalah suatu pasar dimana terdapat banyak penjual dan pembeli yang mana penjualnya menjual barang yang serupa atau identik sehingga penjual tidak dapat mempengaruhi harga di pasar.

Ciri-Ciri

1. Perusahaan/penjual adalah pengambil harga

Pengambil harga atau *price taker* berarti suatu perusahaan yang ada di dalam pasar tidak dapat menentukan atau mengubah harga pasar. Apa pun tindakan perusahaan dalam pasar, ia tidak akan menimbulkan perubahan ke atas harga pasar yang berlaku. Harga barang di pasar ditentukan oleh interaksi diantara keseluruhan produsen dan keseluruhan pembeli. Seorang produsen terlalu kecil peranannya didalam pasar sehingga tidak dapat mempengaruhi penentuan harga atau tingkat produksi dipasar. Peranannya sangat kecil tersebut disebabkan karena jumlah produksi yang diciptakan produsen merupakan sebagian kecil saja dari keseluruhan jumlah barang yang dihasilkan dan diperjual-belikan.

2. Setiap perusahaan/penjual mudah keluar masuk

Sekiranya perusahaan mengalami kerugian, dan ingin meninggalkan industri tersebut, langkah ini dapat dengan mudah dilakukan. Sebaliknya apabila ada produsen yang ingin melakukan kegiatan di industri tersebut, produsen tersebut dapat dengan mudah melakukan kegiatan yang diinginkannya tersebut. Sama sekali tidak terdapat hambatan-hambatan, baik secara legal maupun dalam bentuk lain secara keuangan atau secara kemampuan teknologi, misalnya kepada perusahaan-perusahaan untuk memasuki atau meninggalkan bidang usaha tersebut.

3. Menghasilkan barang yang serupa

Barang yang dihasilkan berbagai perusahaan tidak mudah untuk dibedakan. Barang yang dihasilkan sangat sama atau serupa. Tidak terdapat perbedaan yang nyata diantara barang yang dihasilkan suatu perusahaan lainnya. Barang seperti itu dinamakan dengan istilah barang *identical* atau *homogenous*. Karena barang-barang tersebut adalah sangat serupa para pembeli tidak dapat membedakan yang mana dihasilkan produsen A atau B atau produsen yang lainnya. Barang yang dihasilkan seorang produsen merupakan pengganti sempurna kepada barang yang dihasilkan oleh produsen-produsen lain. Sebagai akibat dari efek ini, tidak ada gunanya kepada perusahaan-perusahaan untuk melakukan persaingan yang berbentuk persaingan bukan harga atau *nonprice competition* atau *persaingan dengan misalnya melakukan iklan dan promosi penjualan*. Cara ini tidak efektif untuk menaikkan penjualan karena pembeli mengetahui bahwa barang-barang yang dihasilkan berbagai produsen dalam industry tersebut tidak ada bedanya sama sekali.

4. Terdapat banyak perusahaan/penjual di pasar

Sifat inilah yang menyebabkan perusahaan tidak mempunyai kekuasaan untuk mengubah harga. Sifat ini meliputi dua aspek, yaitu jumlah perusahaan sangat banyak dan masing-masing perusahaan adalah relative kecil kalau dibandingkan dengan keseluruhan jumlah perusahaan di dalam pasar. Sebagai akibatnya produksi setiap perusahaan adalah sangat sedikit kalau dibandingkan dengan jumlah produksi dalam industri tersebut,. Sifat ini menyebabkan apa pun yang dilakukan perusahaan, seperti menaikkan atau menurunkan harga dan menaikkan atau menurunkan produksi, sedikit

pun ia tidak mempengaruhi harga yang berlaku dalam pasar/industri tersebut.

5. Pembeli mempunyai pengetahuan yang sempurna mengenai pasar

Dalam pasar persaingan sempurna juga dimisalkan bahwa jumlah pembeli adalah sangat banyak. Namun demikian dimisalkan pula bahwa masing-masing pembeli tersebut mempunyai pengetahuan yang sempurna mengenai keadaan dipasar, yaitu mereka mengetahui tingkat harga yang berlaku dan perubahan-perubahan ke atas harga tersebut. Akibatnya para produsen tidak dapat menjual barangnya dengan harga yang lebih tinggi dari yang berlaku di pasar.

6. Perlu adanya iklan untuk promosi

Dikarenakan begitu banyaknya produk yang dihasilkan oleh beberapa produsen, maka diperlukan

KEBAIKAN DAN KEBURUKAN PASAR PERSAINGAN SEMPURNA

Pasar persaingan sempurna memiliki beberapa kebaikan dibandingkan pasar-pasar yang lainnya antara lain :

1. Persaingan sempurna memaksimumkan efisiensi

Sebelum menerangkan kebaikan dari pasar persaingan sempurna ditinjau dari sudut efisiensi, terlebih dahulu akan diterangkan dua konsep efisiensi yaitu:

- a. Efisiensi produktif : Untuk mencapai efisiensi produktif harus dipenuhi dua syarat. Yang pertama, untuk setiap tingkat produksi, biaya yang dikeluarkan adalah yang paling minimum. Untuk menghasilkan suatu tingkat produksi

berbagai corak gabungan faktor-faktor produksi dapat digunakan. Gabungan yang paling efisien adalah gabungan yang mengeluarkan biaya yang paling sedikit. Syarat ini harus dipenuhi pada setiap tingkat produksi. Syarat yang kedua, industri secara keseluruhan harus memproduksi barang pada biaya rata-rata yang paling rendah, yaitu pada waktu kurva AC mencapai titik yang paling rendah. Apabila suatu industri mencapai keadaan tersebut maka tingkat produksinya dikatakan mencapai tingkat efisiensi produksi yang optimal, dan biaya produksi yang paling minimal.

b. Efisiensi Alokatif

Untuk melihat apakah efisiensi alokatif dicapai atau tidak, perlulah dilihat apakah alokasi sumber-sumber daya ke berbagai kegiatan ekonomi/produksi telah dicapai tingkat yang maksimum atau belum. Alokasi sumber-sumber daya mencapai efisiensi yang maksimum apabila dipenuhi syarat berikut : harga setiap barang sama dengan biaya marginal untuk memproduksi barang tersebut. Berarti untuk setiap kegiatan ekonomi, produksi harus terus dilakukan sehingga tercapai keadaan dimana harga=biaya marginal. Dengan cara ini produksi berbagai macam barang dalam perekonomian akan memaksimalkan kesejahteraan masyarakat.

Efisiensi Dalam Persaingan Sempurna

Didalam persaingan sempurna, kedua jenis efisiensi yang dijelaskan diatas akan selalu wujud. Telah dijelaskan bahwa didalam jangka panjang perusahaan dalam persaingan sempurna akan mendapat untung normal, dan

untung normal ini akan dicapai apabila biaya produksi adalah yang paling minimum. Dengan demikian, sesuai dengan arti efisiensi produktif yang telah dijelaskan dalam jangka panjang efisiensi produktif selalu dicapai oleh perusahaan dalam persaingan sempurna.

Telah juga dijelaskan bahwa dalam persaingan sempurna harga = hasil penjualan marjinal. Dan didalam memaksimalkan keuntungan syaratnya adalah hasil penjualan marjinal = biaya marjinal. Dengan demikian didalam jangka panjang keadaan ini berlaku: harga = hasil penjualan marjinal = biaya marjinal. Kesamaan ini membuktikan bahwa pasar persaingan sempurna juga mencapai efisiensi alokatif.

Dari kenyataan bahwa efisiensi produktif dan efisiensi alokatif dicapai didalam pasar persaingan sempurna.

2. Kebebasan bertindak dan memilih

Persaingan sempurna menghindari wujudnya konsentrasi kekuasaan di segolongan kecil masyarakat. Pada umumnya orang berkeyakinan bahwa konsentrasi semacam itu akan membatasi kebebasan seseorang dalam melakukan kegiatannya dan memilih pekerjaan yang disukainya. Juga kebebasannya untuk memilih barang yang dikonsumsi menjadi lebih terbatas.

Didalam pasar yang bebas tidak seorang pun mempunyai kekuasaan dalam menentukan harga, jumlah produksi dan jenis barang yang diproduksi. Begitu pula dalam menentukan bagaimana faktor-faktor produksi digunakan dalam masyarakat, efisiensi adalah yang menjadi faktor yang menentukan

pengalokasinya. Tidak seorang pun mempunyai kekuasaan untuk menentukan corak pengalokasiannya. Selanjutnya dengan adanya kebebasan untuk memproduksi berbagai jenis barang maka masyarakat dapat mempunyai pilihan yang lebih banyak terhadap barang-barang dan jasa-jasa yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhannya. Dan masyarakat mempunyai kebebasan yang penuh keatas corak pilihan yang akan dibuatnya dalam menggunakan factor-faktor produksi yang mereka miliki.

Disamping memiliki kebaikan-kebaikan, pasar persaingan sempurna juga memiliki keburukan-keburukan antara lain :

1. Persaingan sempurna tidak mendorong inovasi

Dalam pasar persaingan sempurna teknologi dapat dicontoh dengan mudah oleh perusahaan lain. Sebagai akibatnya suatu perusahaan tidak dapat memperoleh keuntungan yang kekal dari mengembangkan teknologi dan teknik memproduksi yang baru tersebut. Oleh sebab itulah keuntungan dalam jangka panjang hanyalah berupa keuntungan normal, Karena walaupun pada mulanya suatu perusahaan dapat menaikkan efisiensi dan menurunkan biaya, perusahaan-perusahaan lain dalam waktu singkat juga dapat berbuat demikian. Ketidakekalan keuntungan dari mengembangkan teknologi ini menyebabkan perusahaan-perusahaan tidak terdorong untuk melakukan perkembangan teknologi dan inovasi.

Disamping oleh alasan yang disebutkan diatas, segolongan ahli ekonomi juga berpendapat kemajuan teknologi adalah terbatas dipasar persaingan

sempurna karena perusahaan-perusahaan yang kecil ukurannya tidak akan mampu untuk membuat penyelidikan untuk mengembangkan teknologi yang lebih baik. Penyelidikan seperti itu sering kali sangat mahal biayanya dan tidak dapat dipikul oleh perusahaan yang kecil ukurannya.

2. Persaingan sempurna adakalanya menimbulkan biaya sosial

Didalam menilai efisiensi perusahaan yang diperhatikan adalah cara perusahaan itu menggunakan sumber-sumber daya. Ditinjau dari sudut pandangan perusahaan, penggunaannya mungkin sangat efisien. Akan tetapi, ditinjau dari sudut kepentingan masyarakat, adakalanya merugikan tetapi bisa juga sebaliknya. Misalkan saja sebuah pabrik berdiri di perkampungan penduduk yang memiliki banyak jumlah pengangguran. Harapannya, pabrik tersebut menggunakan banyak peralatan modern sehingga tidak menyerap pengangguran. Hal ini bisa berdampak sosial yang terkadang penyelesaian masalahnya tidaklah murah.

3. Membatasi pilihan konsumen

Karena barang yang dihasilkan perusahaan-perusahaan adalah 100 persen sama, konsumen mempunyai pilihan yang terbatas untuk menentukan barang yang akan dikonsumsinya.

4. Biaya dalam pasar persaingan sempurna mungkin lebih tinggi

Didalam mengatakan biaya produksi dalam pasar persaingan sempurna adalah paling minimum, tersirat (yang tidak dinyatakan) pemisalan bahwa biaya produksi tidak berbeda. Pemisalan ini tidak selalu benar. Perusahaan-perusahaan

dalam bentuk pasar lainnya mungkin dapat mengurangi biaya produksi sebagai akibat menikmati skala ekonomi, perkembangan teknologi dan inovasi.

5. Distribusi pendapatan tidak selalu rata

Suatu corak distribusi pendapatan tertentu menimbulkan suatu pola permintaan tertentu dalam masyarakat. Pola permintaan tersebut akan menentukan bentuk pengalokasian sumber-sumber daya. Ini berarti distribusi pendapatan menentukan bagaimana bentuk dari penggunaan sumber-sumber daya yang efisien. Kalau distribusi pendapatan tidak merata maka penggunaan sumber-sumber daya (yang dialokasikan secara efisien) akan lebih banyak digunakan untuk kepentingan golongan kaya.

PASAR MONOPOLI

PENGERTIAN

Pasar Monopoli adalah suatu penguasaan pasar yang dilakukan oleh seseorang atau perusahaan atau badan untuk menguasai penawaran pasar (penjualan produk barang dan atau jasa di pasaran) yang ditujukan kepada para pelanggannya.

CIRI-CIRI

1. Hanya terdapat satu penjual
2. Tidak mempunyai barang pengganti
3. Tidak terdapat kemungkinan untuk masuk kedalam industri
4. Bertindak sebagai penentu harga

5. Promosi iklan kurang diperlukan

Faktor yang menimbulkan monopoli :

1. Memiliki satu sumber daya tertentu yang unik dan tidak dimiliki oleh perusahaan lain.
2. Umumnya dapat menikmati skala ekonomi hingga ke tingkat produksi yang sangat tinggi.
3. Terwujud melalui undang-undang.

Kebaikan dan Keburukan Monopoli

1. Implikasi terhadap kesejahteraan masyarakat yang perlu diperhatikan adalah bahwa dalam pasar monopoli
2. Hilang atau berkurangnya tingkat kesejahteraan konsumen, hal ini terjadi karena volume produksi lebih kecil dari volume output yang optimum, inefisiensi ini menimbulkan kesejahteraan konsumen yang semakin berkurang.
3. Menimbulkan eksploitasi terhadap konsumen dan pemilik faktor produksi.
4. Memburuknya kondisi makroekonomi nasional, sebab jumlah output riil industry lebih sedikit dari pada kemampuan sebenarnya.
5. Memburuknya kondisi perekonomian internasional, hal ini terjadi karena munculnya inefisiensi.

Ada beberapa kebijaksanaan yang ditempuh pemerintah untuk mengurangi efek negative monopoli

1. Melalui penetapan Undang-Undang Anti-Trust.
2. Pemerintah mendirikan perusahaan tandingan di dalam pasar tersebut dengan tujuan untuk member persaingan kepada si monopolis untuk membatasi kekuasaan monopolinya.
3. Membuka kran impor sehingga barang buatan luar negeri bisa memberikan persaingan kepada barang dalam negeri.
4. Dengan membuat ketentuan khusus terhadap operasi perusahaan monopoli tersebut.

Monopoli tidak selalu buruk dari pada persaingan sempurna, yaitu bila kita lihat dari segi lain :

1. Monopoli mendorong perusahaan untuk melakukan inovasi baru dalam produknya.
2. Dalam kasus monopoli alamiah, dimana luas pasar terbatas dan skala ekonomis yang besar, maka sangat tidak efisien bila diharapkan dalam bentuk industri persaingan sempurna.

PASAR MONOPOLISTIK

PENGERTIAN

Pasar Monopolistik adalah salah satu bentuk pasar di mana terdapat banyak produsen yang menghasilkan barang serupa tetapi memiliki perbedaan dalam beberapa aspek. Penjual pada pasar monopolistik tidak terbatas, namun setiap produk yang dihasilkan pasti memiliki karakter tersendiri yang membedakannya dengan produk lainnya. Contohnya adalah : sabun, shampoo, pasta gigi, dll. Meskipun fungsi semua pasta gigi sama yakni untuk membersihkan gigi, tetapi setiap produk yang dihasilkan produsen yang berbeda memiliki ciri khusus, misalnya perbedaan aroma, perbedaan warna, kemasan, dan lain-lain.

Pada pasar monopolistik, produsen memiliki kemampuan untuk memengaruhi harga walaupun pengaruhnya tidak sebesar produsen dari pasar monopoli atau oligopoli. Kemampuan ini berasal dari sifat barang yang dihasilkan. Karena perbedaan dan ciri khas dari suatu barang, konsumen tidak akan mudah berpindah ke merek lain, dan tetap memilih merek tersebut walau produsen menaikkan harga. Misalnya, pasar sepeda motor di Indonesia. Produk sepeda motor memang cenderung bersifat homogen, tetapi masing-masing memiliki ciri khusus sendiri. Sebut saja sepeda motor Honda, di mana ciri khususnya adalah irit bahan bakar. Sedangkan Yamaha memiliki keunggulan pada mesin yang stabil dan jarang rusak. Akibatnya tiap-tiap merek mempunyai pelanggan setia masing-masing.

Pada pasar persaingan monopolistik, harga bukanlah faktor yang bisa mendongkrak penjualan. Bagaimana kemampuan perusahaan menciptakan citra

yang baik di dalam benak masyarakat, sehingga membuat mereka mau membeli produk tersebut meskipun dengan harga mahal akan sangat berpengaruh terhadap penjualan perusahaan. Oleh karenanya, perusahaan yang berada dalam pasar monopolistik harus aktif mempromosikan produk sekaligus menjaga citra perusahaannya.

Pasar Monopolistik memiliki ciri-ciri yang melekat, yaitu :

1. **Terdapat banyak produsen atau penjual.** Meskipun demikian, pasar ini tidak memiliki produsen atau penjual sebanyak pasar persaingan sempurna dan tidak ada satu pun produsen yang mempunyai skala produksi yang lebih besar dari produsen lainnya.
2. **Adanya Diferensiasi Produk.** Sifat ini merupakan sifat yang sangat penting untuk dapat membedakan mana pasar persaingan monopolistik dan mana pasar persaingan sempurna. Seperti yang telah kita ketahui bahwa pasar persaingan sempurna seluruh perusahaannya memproduksi produk yang sama. Oleh karena itu susah untuk membedakan produk suatu perusahaan dengan perusahaan yang lain. Sedangkan dalam pasar persaingan monopolistik tidak susah untuk membedakan produk dari masing-masing perusahaan, karena perbedaan corak (different product) pada produk tersebut. Apabila kita lihat secara fisik suatu product, akan tampak jelas perbedaan tersebut. Maka kita dapat membedakan mana produk suatu perusahaan dengan product perusahaan yang lainnya. Di samping perbedaan dalam bentuk fisik, juga terdapat perbedaan dalam bentuk bungkus atau pembungkusan product, dan ada pula yang berbeda

dalam cara membayar barang yang akan di beli. Akibat dari berbagai macam perbedaan ini , barang yang di produksi oleh perusahaan pasar monopolistis ini *tidak bersifat barang pengganti sempurna* akan tetapi ia bersifat *barang pengganti yang dekat*.

3. **Produsen Dapat mempengaruhi harga.** Berbeda dengan Pasar Persaingan Sempurna, dimana harga terbentuk berdasarkan mekanisme pasar, maka pasar monopolistik dapat mempengaruhi harga meskipun tidak sebesar pasar oligopoli dan monopoli.
4. **Produsen dapat keluar masuk pasar.** Hal ini dipengaruhi oleh laba ekonomis, saat produsen hanya sedikit di pasar maka laba ekonomisnya cukup tinggi. Ketika produsen semakin banyak dan laba ekonomis semakin kecil, maka pasar menjadi tidak menarik dan produsen dapat meninggalkan pasar.
5. **Promosi penjualan harus aktif.** Dalam pasar persaingan monopolistis harga bukanlah penentu utama dari besarnya pasar dari perusahaan-perusahaan dalam pasar persaingan monopolistis. Pada pasar ini memungkinkan suatu perusahaan menarik banyak pelanggan walaupun harga barang produksinya berharga tinggi. Bahkan sebaliknya , suatu perusahaan tidak mudah menarik banyak pelanggan dengan harga barang produksi yang relatif rendah. Pada pasar ini harga bukan merupakan pendongkrak jumlah konsumen, melainkan kemampuan perusahaan menciptakan citra baik dimata konsumen, sehingga dapat menimbulkan fanatisme terhadap produk. Karenanya, iklan dan promosi memiliki peran penting dalam merebut dan mempertahankan konsumen.

Keuntungan dan Kerugian Pasar Monopolistik

Pasar Monopolistik memiliki keuntungan sebagai berikut :

1. Banyaknya produsen di pasar memberikan keuntungan bagi konsumen untuk dapat memilih produk yang terbaik baginya.
2. Kebebasan keluar masuk bagi produsen, mendorong produsen untuk selalu melakukan inovasi dalam menghasilkan produknya.
3. Diferensiasi produk mendorong konsumen untuk selektif dalam menentukan produk yang akan dibelinya, dan dapat membuat konsumen loyal terhadap produk yang dipilihnya.
4. Pasar ini relatif mudah dijumpai oleh konsumen, karena sebagian besar kebutuhan sehari-hari tersedia dalam pasar monopolistik.

Selain itu, Pasar Monopolistik juga memiliki kelemahan sebagai berikut :

1. Pasar monopolistik memiliki tingkat persaingan yang tinggi, baik dari segi harga, kualitas maupun pelayanan. Sehingga produsen yang tidak memiliki modal dan pengalaman yang cukup akan cepat keluar dari pasar.
2. Dibutuhkan modal yang cukup besar untuk masuk ke dalam pasar monopolistik, karena pemain pasar di dalamnya memiliki skala ekonomis yang cukup tinggi.
3. Pasar ini mendorong produsen untuk selalu berinovasi, sehingga akan meningkatkan biaya produksi yang akan berimbas pada harga produk yang harus dibayar oleh konsumen.

PASAR OLIGOPOLI

PENGERTIAN

Pasar Oligopoli adalah bentuk pasar yang hanya terdapat beberapa atau sedikit perusahaan saja yang menjual produk-produk yang identik atau mirip.

Faktor-faktor Penyebab terbentuknya Pasar Oligopoli

a. Efisiensi Skala Besar

Efisiensi skala besar di dalam efisiensi teknis (teknologi) dan efisiensi ekonomi (biaya produksi). Profit hanya bisa tercipta apabila perusahaan mampu mencapai tingkat efisiensi. Efisiensi teknis menyangkut pada penggunaan teknologi dalam proses produksi. Kemampuan produsen dalam menempatkan sumber daya secara optimal. Efisiensi ekonomi menyangkut pada biaya produksi. Bagaimana mengatur biaya pada komposisi yang tepat sehingga harga yang dipasarkan merupakan harga yang bisa diterima pasar dan produsen. Kompleksitas manajemen (tingkat kerumitan). Tingkat kerumitan dalam manajemen pengelolaan di suatu perusahaan. Dalam dunia nyata, perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam industri mobil, semen, kertas, pupuk, dan peralatan mesin, umumnya berstruktur oligopoly Teknologi padat modal (capital intensive) yang dibutuhkan dalam proses produksi menyebabkan efisiensi (biaya rata-rata minimum) baru tercapai bila output diproduksi dalam skala sangat besar. Keadaan diatas merupakan hambatan untuk masuk (barriers to entry) bagi perusahaan pesaing. Tidak mengherankan jika dalam pasar oligopoly hanya terdapat sedikit produsen.

b. Kompleksitas Manajemen

Berbeda dengan tiga struktur pasar lainnya (persaingan sempurna, monopoli, dan pasar monopolistik), struktur pasar oligopoli ditandai dengan kompetisi harga dan non harga. Perusahaan juga harus cermat memperhitungkan setiap keputusan agar tidak menimbulkan reaksi yang merugikan dari perusahaan pesaing. Karena dalam industri oligopoli, kemampuan keuangan yang besar saja tidak cukup sebagai modal untuk bertahan dalam industri. Perusahaan juga harus mempunyai kemampuan manajemen yang sangat baik agar mampu bertahan dalam struktur industri yang persaingannya lebih kompleks. Tidak banyak perusahaan yang memiliki kemampuan tersebut, sehingga dalam pasar oligopoli akhirnya hanya terdapat sedikit produsen.

Ciri – Ciri Pasar Oligopoli

- a. Pasar oligopoly hanya terdiri atas sekelompok kecil perusahaan. Dalam pasar oligopoly terdapat beberapa perusahaan raksasa yang menguasai penjualan dan di samping itu pula terdapat beberapa perusahaan kecil. Para perusahaan raksasa tersebut saling memengaruhi satu sama lain. Sifat ini menyebabkan setiap perusahaan harus mengambil keputusan dengan hati-hati dalam mengubah harga, bentuk barang, corak produksi dan sebagainya. Sifat saling memengaruhi (*mutual interdependence*) ini merupakan sifat khusus dari pasar oligopoli.
- b. Barang yang diproduksi adalah barang yang standar atau barang yang berbeda corak atau bisa bersifat homogen, dan bisa juga berbeda, namun memenuhi

standar tertentu. Barang yang diproduksi pada pasar ini ada kalanya merupakan barang yang standar misalnya pada industry penghasil barang mentah (baja dan aluminium) dan industry bahan baku (semen dan bahan bangunan). Selain itu pada pasar oligopoly juga memproduksi barang yang berbeda corak. Barang yang diproduksi adalah barang akhir seperti industry mobil, industry rokok, industry pesawat terbang, dan lain-lain.

c. Terdapat banyak pembeli di pasar

Seperti pasar persaingan sempurna, jumlah pembeli di pasar oligopoly sangat banyak.

d. Hanya ada beberapa perusahaan (penjual) yang menguasai pasar.

Umumnya adalah penjual-penjual (perusahaan) besar yang memiliki modal besar saja (konglomerasi). Karena ada ketergantungan dalam perusahaan tersebut untuk saling menunjang. Contoh: bakrie group memiliki pertambangan, property, dan perusahaan telepon seluler (esia).

e. Adanya hambatan bagi pesaing baru.

Perusahaan yang telah lama dan memiliki pangsa pasar besar akan memainkan peranan untuk menghambat perusahaan yang baru masuk ke dalam pasar oligopoly tersebut.

f. Adanya saling ketergantungan antar perusahaan (produsen).

h. Advertensi (periklanan) sangat penting dan intensif.

Untuk menciptakan brand image, menarik market share dan mencegah pesaing baru. Dalam pasar ini peran iklan sangat membantu perusahaan dagang karena iklan dapat dengan mudah diterima oleh masyarakat atau calon pembeli, oleh

karena itu iklan terbukti ampuh dalam menarik perhatian calon pembeli yang ingin memilih barang-barang , dengan mudah perusahaan membuat iklan tentang produknya dengan keunggulan -keunggulan produknya dibanding produk perusahaan lain atau perusahaan pesaing.

i. Sulit Dimasuki Perusahaan Baru

Dalam pasar oligopoli ini mengapa dikatakan sulit dimasuki oleh perusahaan baru, karena image dari perusahaan yang sudah lama terbangun lebih kuat dengan pembeli di banding perusahaan yang baru muncul yang menawarkan barang yang sama namun pembeli atau konsumen tidak tau kualitas dari barang-barang yang dijual perusahaan baru tersebut.

j. Harga Jual Tidak Mudah Berubah

Dalam pasar oligopoli ini harga yang keluar tidak cepat naik atau turun, bisa dikatakan harga selalu stabil dan tidak mudah berubah, mungkin saja karena penjualan yang stabil terhadap suatu produk yang diluncurkan oleh suatu perusahaan sudah cukup menghasilkan keuntungan, namun apa bila tiba-tiba harga naik otomatis pembeli akan berfikir kembali untuk membeli produk ini dan bisa jadi pembeli beralih pada produk perusahaan lainya yang menjual varian yang sama namu harga lebih murah dengan kualitas yang hampir sama.

Sifat- sifat pasar oligopoli :

- Ø Harga produk yang dijual relatif sama
- Ø Pembedaan produk yang unggul merupakan kunci sukses
- Ø Sulit masuk ke pasar karena butuh sumber daya yang besar
- Ø Perubahan harga akan diikuti perusahaan lain

Faktor – Faktor Penghambat Pasar Oligopoli

- a. Hak paten yang tidak memungkinkan perusahaan lain memproduksi barang yang sama.
- b. Modal yang di butuhkan terlalu besar, para pengusaha enggan untuk menanggung risiko yang besar.
- c. Perusahaan lama telah terkenal sehingga sulit untuk bersaing sehingga menimbulkan risiko yang besar bagi perusahaan baru.

d. Skala Ekonomis

Perusahaan yang telah lama memproduksi dan beroperasi relatif lebih memiliki kesempatan untuk menikmati skala ekonomis, karena untuk memperbesar produksinya perusahaan tersebut cukup menambah dari produksi yang sudah ada, sehingga sangat memungkinkan untuk menurunkan biaya produksi dan relatif akan mampu menjual produksinya dengan harga yang relatif lebih murah bila dibandingkan para pendatang baru.

e. Ongkos produksi yang berbeda antar perusahaan

Yang dijelaskan diatas adalah ongkos produksi per unt berbeda sebagai akibat dari tingkat (jumlah) produksi berbeda. Di samping itu ongkos produksi dapat pula berbeda pada tingkat produksi yang sama. Biasanya pada setiap tingkat produksi, ongkos produksi per unit yang harus dikeluarkan perusahaan yang baru lebih tinggi dari yang dikeluarkan perusahaan lama. Oleh karenanya perusahaan baru tidak dapat menjual barangnya semurah seperti perusahaan lama. Keadaan ini menghambat kemasukan perusahaan baru. Terdapat banyak faktor yang menimbulkan kecenderungan perbedaan ongkos produksi tersebut.

Kelebihan Dan Kelemahan Pasar Oligopoli

a. Kelebihan pasar oligopoli

1. Memberi kebebasan memilih bagi pembeli.

Pasar oligopoli ini sangat memberi kebebasan terhadap pemilihan produk, secara umum pembeli memperkirakan akan lebih baik membeli produk yang mana yang dibutuhkan yang mana yang mampu memenuhi kebutuhan, jadi para pembeli tidak akan di tawarkan dengan agresif oleh perusahaan dalam pasar ini, namun pembelilah yang menentukan akan membeli produk dari perusahaan mana.

2. Mampu melakukan penelitian dan pengembangan produk.

Dalam pasar Oligopoli ini tentu penelitian - penelitian akan banyak terjadi ,contohnya penelitian tentang minat pembeli yang banyak membeli dari perusahaan lain di banding dengan perusahaan kita , ini merupakan penelitian untuk pengembangan produk yang perusahaan ini miliki agar dapat menarik pembeli dari perusahaan pesaing berkat keunggulan kualitas yang dimiliki.

3. Lebih memperhatikan kepuasan konsumen karena adanya persaingan penjual.

Didalam pasar Oligopoli ini kepuasan konsumen atau pembeli sangat berpengaruh karena bisa saja dengan ketidak puasannya seorang pembeli dapat membuat pembeli lain ikut tidak puas dan beralih dengan produk lain dari perusahaan yang lain pula. oleh sebab itu banyak perusahaan bersikap baik dalam halnya pelayanan dan memperhatikan kepuasan pembeli agar pembeli bersikap loyal dan dapat membeli produk perusahaan ini dengan jenjang waktu yang lama.

4. Adanya penerapan teknologi baru

Didalam pasar oligopoli ini penerapan teknologi terbaru sangatlah bermanfaat, jikateknologi yang semakin berkembang tidak diikuti oleh perusahaan bisa jadi pembeli akan membeli produk dari perusahaan lain yang memberi penerapan

teknologi terbaru. oleh karena itu penerapan teknologi terbaru dapat memudahkan perusahaan untuk mengembangkan produknya agar lebih di minati.

b. Kelemahan pasar oligopoli

1. Menciptakan ketimpangan distribusi pendapatan

Dalam pasar oligopoli ini sering kali terjadi ketimpangan distribusi pendapatan, dimana perusahaan yang besar yang sudah lama berdiri dan banyak sekali peminatnya lebih banyak mendistribusikan produk dagangannya yang mengakibatkan hasil pendapatan yang banyak pula. sedangkan perusahaan yang kurang di minati pembeli otomatis akan mendistribusikan barang dagangannya dalam jumlah yang sedikit dan memperoleh pendapatan yang kecil.

2. Harga yang stabil dan terlalu tinggi bisa mendorong timbulnya inflasi

Didalam pasar oligopoli ini harga sangat bergantung, terkadang harga yang mahal itu menggambarkan kualitas yang bagus pun belum tentu banyak peminatnya oleh karena itu perusahaan yang bekecimbung di dalam usaha ini sangat jarang menaikkan harga, itupun jika naik hanya sedikit dan tidak berpengaruh terhadap minat pembeli sehingga jauh untuk terjadinya inflasi.

3. Bisa timbul pemborosan biaya produksi apabila ada kerjasama antar oligopolis karena semangat bersaing kurang

Didalam pasar oligopoli ini timbul pemborosan akibat biaya produksi yang besar namun pemasukan tidak seimbang ini diakibatkan perusahaan yang kurang peminat bekerjasama dengan perusahaan oligopolis lainnya yang juga kurang peminat untuk bersaing dengan perusahaan pemimpin pasar, mengapa bisa boros? karena biasanya dua perusahaan yang mempunyai satu produk kerjasama akan

menimbulkan sedikit penghasilan namun biaya produksi yang sama. akibatnya biaya produksi dan penghasilan perusahaan tersebut goyan dan bisa menyebabkan pemborosan.

4. Bisa timbul eksploitasi terhadap pembeli dan pemilik faktor produksi

Didalam pasar oligopoli ini timbul eksploitasi terhadap pembeli dan pemilik faktor produksi, ini dikarenakan minat pembeli yang cenderung memihak terhadap pemimpin pasar yang mengakibatkan faktor produksi perusahaan yang baru memulai eksistensinya kurang minat dari pembeli.

5. Sulit ditembus / dimasuki perusahaan baru

Didalam pasar oligopoli ini sulit untuk perusahaan lain bergabung dalam usaha karena minat pembeli yang tinggi terhadap pimpinan pasar sehingga sangat sulit untuk perusahaan baru untuk berkembang karena kurangnya peminat dari pembeli

6. Bisa berkembang ke arah monopoli perusahaan dalam pasar oligopoly

Didalam pasar oligopoli ini bisa berkembang ke arah monopoli jika sudah tidak ada yang mampu bersaing dengan pemimpin pasar, ini menyebabkan monopoli perusahaan ini berlanjut dengan menyaingi produk barang lainnya yang belum perusahaan ini kuasai. perusahaan ini berkemungkinan menyaring banyak pembeli karena produk yang lama sudah banyak peminat dan jika perusahaan ini menonopoli produknya sama dengan produk lain yang banyak di minati pembeli, boleh jadi dengan produk terbarunya perusahaan ini dengan mudah menyaingi perusahaan lama lainnya yang memiliki produk yang belum di miliki oleh perusahaan ini.

Macam – Macam Pasar Oligopoli

- a. Oligopoli murni adalah menjual barang yang homogen. Biasanya banyak dijumpai dalam industri yang menghasilkan bahan mentah atau merupakan praktek oligopoli dimana barang yang diperdagangkan merupakan barang yang bersifat identik
- b. Oligopoli Diferensial adalah menjual barang berbeda corak. Barang seperti itu umumnya adalah barang akhir atau merupakan suatu bentuk praktek oligopoli dimana barang yang diperdagangkan dapat dibedakan.

Dampak Positif dan Negatif Pasar Oligopoli

Dampak Positif Pasar Oligopoli

- Ø Karena keuntungan yang besar maka dapat menciptakan inovasi yang sangat berguna, bahkan lebih baik dari monopoli.
- Ø Oligopolis biasanya menggunakan sebagian dari keuntungan mereka untuk Penelitian dan Pengembangan sehingga memberi dampak positif bagi kemajuan teknologi

Dampak Negatif Pasar Oligopoli

- Ø Kemungkinan adanya keuntungan yang terlalu besar (excess profit) yang dinikmati oleh para produsen oligopoli dalam jangka panjang.
- Ø Kemungkinan adanya ketidak efisienan produksi karena setiap produsen tidak beroperasi pada AC minimum.
- Ø Kemungkinan adanya "eksploitasi" terhadap konsumen maupun buruh seperti kasus monopoli.

Ø Ketegaran harga (terutama ke bawah) sering dikatakan menunjang adanya inflasi yang kronis; dan ini merugikan masyarakat secara makro.

SOAL LATIHAN

1. Sebutkan dan jelaskan pembeda dari macam-macam jenis pasar di atas !
2. Carilah artikel (koran, majalah atau internet) mengenai jenis-jenis pasar yang mendukung usaha peternakan.

BAB V

UPAH TENAGA KERJA

I. KOMPETENSI DASAR

Mahasiswa dapat mengetahui dan memahami tentang penentuan upah tenaga kerja di dalam sebuah perusahaan.

J. TUJUAN

Mahasiswa dapat:

14. Menjelaskan pengertian upah tenaga kerja
15. Menjelaskan mengenai perbedaan upah dan gaji
16. Menjelaskan tentang perbedaan upah uang dan upah riil
17. Menjelaskan tentang bagaimana menentukan upah tenaga kerja
18. Menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi upah tenaga kerja

UPAH TENAGA KERJA

PENGERTIAN

Upah adalah Hak Pekerja/buruh yang diterima dan dinyatakan dalam bentuk uang sebagai imbalan dari pengusaha atau pemberi kerja kepada pekerja/buruh yang ditetapkan dan dibayarkan menurut perjanjian kerja, kesepakatan, atau peraturan perundang-undangan, termasuk tunjangan bagi pekerja / buruh dan keluarganya atas suatu pekerjaan / atau jasa yang telah atau akan dikerjakan

Gaji merupakan pembayaran atas penyerahan jasa yang dilakukan oleh karyawan yang mempunyai jenjang jabatan seperti manajer. Penggajian dapat diartikan sebagai proses pembayaran upah kepada seseorang atau individu untuk mengganti hasil kerja atau jasa yang telah dilakukan.

Pembayaran tenaga kerja dibedakan dua jenis, yaitu upah dan gaji. Gaji adalah pembayaran yang diberikan kepada pekerja tetap dan tenaga kerja profesional yang biasanya dilaksanakan sebulan sekali seperti pegawai pemerintah, guru, dosen, manajer, akuntan. Sedangkan upah dimaksudkan pembayaran kepada pekerja-pekerja yang pekerjaannya berpindah-pindah, seperti pekerja –pekerja yang pekerjaannya berpindah pindah, seperti pekerja pertanian, tukang kayu, tukang batu, dan buruh kasar. Berbeda dengan teori yang mengartikan upah seperti pembayaran atas jasa-jasa fisik maupun mental yang disediakan oleh tenaga kerja kepada para pengusaha. Dalam ekonomi pembayaran pekerja tidak dapat dibedakan antara upah dan gaji, keduanya berarti pembayaran kepada pekerja.

Tujuan Pemberian Upah

1. Mampu menarik tenaga kerja yang berkualitas baik dan mempertahankan mereka.

Perusahaan bukan hanya perlu memenuhi kewajiban normatifnya, tetapi sekaligus ingin agar tenaga profesional yang baik yang mereka butuhkan untuk menjalankan perusahaan tertarik untuk melamar dan setelah masuk tidak akan tertarik untuk pergi ke perusahaan lain.

2. Memotivasi tenaga kerja yang baik untuk berprestasi tinggi.

Tenaga kerja yang telah masuk harus memberikan kontribusi yang diharapkan perusahaan setinggi-tingginya sesuai kemampuan mereka. Untuk itu kebijakan dan sistem imbalan harus dirancang sedemikian rupa sehingga mampu merangsang gairah kerja.

3. Mendorong peningkatan kualitas sumber daya manusia.

Salah satu misi yang harus dilakukan perusahaan adalah secara bertahap melakukan kegiatan pergantian teknologi dengan yang lebih canggih dan memodernkan proses dan sistem operasinya, dan karena itu kualitas sumber daya manusianya harus ditingkatkan kepada standar tertentu. Misi tersebut mengisyaratkan bahwa perusahaan akan menerapkan konsep organisasi belajar yang akan lebih cepat dicapai bila kebijakan dan sistem penggajian yang digunakan juga dirancang sedemikian rupa sehingga mampu merangsang orang untuk berminat belajar terus-menerus.

4. Membantu mengendalikan biaya imbalan tenaga kerja.

Dengan sistem yang baik pimpinan perusahaan akan mampu memantau perkembangan peningkatan biaya tenaga kerja, menilai efektivitasnya berdasarkan tujuan-tujuan yang telah disebut terdahulu dan mengevaluasi apakah perkembangan biaya tersebut seimbang dengan peningkatan produktivitas yang diharapkan

Syarat-Syarat Kebijakan dan Sistem Pengupahan

1. Adil

Penetapan tingkat besarnya upah harus adil atau *fair*. Hal yang dianggap adil adalah apabila sistem penggajian perusahaan itu memberikan golongan kepangkatan dan gaji pokok yang lebih tinggi kepada pegawai yang mempunyai pendidikan formal lebih tinggi. Anggapan lain adalah bahwa terhadap pekerja yang mempunyai masa kerja yang lebih lama harus menerima upah yang lebih tinggi.

2. Atraktif dan kompetitif

Tingkat upah yang ditawarkan harus menarik dan kompetitif dibandingkan dengan perusahaan lain yang sejenis. Karena itu perusahaan harus secara rutin melakukan survei pada sektor industri yang sama atau lebih luas lagi, kemudian perusahaan mengambil posisi dimana perusahaan akan berada; sama dengan pasar, diatas pasar, atau dibawah pasar.

3. Tetap, mudah, mutakhir

Kebijakan dan sistem pengupahan yang digunakan perusahaan mestinya sesuai untuk perusahaan tersebut ditinjau dari berbagai aspek, termasuk budaya perusahaan.

4. Mematuhi ketentuan undang-undang dan peraturan pemerintah

Semua kebijakan, sistem dan aturan pengupahan perusahaan haruslah memenuhi ketentuan peraturan perundangan pemerintah, termasuk peraturan pemerintah dan peraturan menteri yang berlaku.

5. Cukup layak

Tingkat upah harus relatif cukup layak bagi penerimanya, sesuai dengan kemampuan perusahaan.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Upah

1. Upah yang berlaku sekarang

Kebanyakan perusahaan memutuskan apakah upahnya benar atau tidak dengan mengetahui sungguh-sungguh apa yang dibayarkan oleh perusahaan-perusahaan lain untuk golongan pekerjaan yang sama dalam pasar tenaga kerja yang sama atau kadang-kadang dalam industri yang sama tidak pandang dimana industri itu berada. Meskipun perusahaan dapat menarik tenaga kerja dengan membayar agak kurang, dalam jangka panjang pembayaran itu akan menjadi agak dekat dengan saingannya untuk memperoleh tenaga kerja dalam jumlah yang cukup dan mutu yang layak.

Faktor yang menentukan harga ekonomis permintaan dan penawaran yang sudah lazim sungguh-sungguh erat hubungannya dengan konsep upah yang berlaku. Apabila penawaran kecakapan tenaga kerja tertentu, katakan dari masinis, menjadi langka maka pembeli-pembeli menawarkan harga yang lebih tinggi dalam pasar tenaga kerja, dan upah yang berlaku meningkat. Demikian pula kebalikannya dapat terjadi. Apabila organisasi berpendapat bahwa tidak dapat menarik dan mempertahankan tenaga kerja yang diinginkan, maka mungkin bahwa tingkat upahnya terlalu rendah.

2. Kemampuan membayar

Kemampuan majikan untuk membayar mempengaruhi tingkat umum upah dalam suatu organisasi berhubungan dengan tingkat yang berlaku dalam pasar tenaga kerja atau industri. Hal ini tidak saja menentukan tarif untuk pekerjaan-pekerjaan perorangan atau pekerjaan orang-orang. Dalam beberapa industri, perusahaan yang memperoleh gambaran penjualan dan laba yang baik dalam jangka panjang cenderung membayar upah lebih tinggi daripada perusahaan yang mengalami kesulitan mencapai tujuan. Perusahaan-perusahaan kecil biasanya membayar upah lebih rendah daripada rata-rata untuk pasar tenaga kerja atau industrinya.

3. Biaya hidup

Berhubungan dengan biaya hidup adalah konsep “upah yang cukup untuk hidup”. Pada umumnya para majikan tidak suka menggunakan konsep upah yang cukup untuk hidup sebagai pedoman untuk menentukan upah, karena mereka lebih suka mendasarkan upah atas sumbangan daripada atas kebutuhan pegawai. Juga mereka merasakan bahwa tingkat hidup yang diberikan dalam studi anggaran karyawan adalah terbuka untuk perbedaan pendapat dan agak merupakan masalah pendapat.

4. Produktivitas

Produktivitas atau daya produksi diukur menurut hasil per jam orang. Ini tidak berarti bahwa tenaga kerja merupakan sebab utama untuk keuntungan. Perbaikan teknologis, organisasi dan manajemen yang lebih baik, pengembangan metode produksi yang lebih baik oleh tenaga kerja dan manajemen, kepandaian dan keterampilan yang lebih besar pada tenaga kerja, dan faktor-faktor lain

merupakan sebab-sebab keuntungan ini. Keuntungan dari produktivitas yang meningkat ini dapat diteruskan kepada tenaga kerja dalam bentuk upah yang lebih tinggi, kepada para pemegang saham dalam bentuk keuntungan saham yang lebih banyak, kepada organisasi sendiri dalam bentuk pendapatan yang disimpan, atau kepada langganan dalam bentuk mutu yang lebih tinggi atau harga yang lebih rendah. Sepanjang berhubungan dengan penentuan upah, produktivitas yang lebih tinggi memungkinkan berlakunya tingkat upah yang lebih tinggi. Produktivitas dapat juga dilihat dengan cara yang lain. Apabila bekerja dalam suatu pabrik dengan sistem insentif upah, maka produktivitas yang lebih besar oleh pegawai-pegawai perseorangan diketahui dalam bentuk upah yang lebih tinggi. Kecakapan dan kegiatan yang meningkat pula dan seterusnya mengakibatkan penghasilan yang lebih banyak.

5. Persyaratan pekerjaan

Untuk mengetahui dengan pasti nilai relatif suatu pekerjaan terhadap pekerjaan yang lain dalam suatu organisasi, sering digunakan ukuran sulitnya pekerjaan. Ini merupakan dasar bagi banyak rencana penilaian pekerjaan yang digunakan dalam industri. Pekerjaan-pekerjaan ditentukan tingkatnya relatif banyaknya kecakapan, kegiatan, dan tanggung jawab yang diperlukan, dan kondisi kerja yang tidak menguntungkan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi pengupahan

1. Permintaan dan penawaran tenaga kerja

Perusahaan memerlukan tenaga kerja maka perusahaan harus membayar harga yang akan menimbulkan penawaran tenaga kerja. Penawaran ini dapat

dikuasai oleh para pekerja individual dari kelompok buruh yang tergabung dalam serikat pekerja yang kuat.

2. Serikat kerja

Serikat pekerja dapat mempengaruhi kompensasi, karena dapat mengusahakan *closed shop* yang berarti perusahaan hanya boleh menerima tenaga kerja yang menjadi anggota serikat pekerja tertentu

3. Kemampuan membayar perusahaan

Artinya serikat pekerja yang seringkali menuntut kenaikan upah beranggapan bahwa perusahaan memperoleh keuntungan besar dan mampu membayar upah tinggi. Namun pada dasarnya penentu tingkat upah bagi perusahaan individual adalah permintaan dan penawaran tenaga kerja. Jadi meskipun perusahaan mampu membayar tinggi, tetapi karena tidak ada keuntungan maka perusahaan tidak akan membayar pekerja melebihi tingkat upah yang berlaku. Kemampuan membayar bukanlah merupakan faktor penting bagi industri secara keseluruhan. Apabila perusahaan yang berhasil dan membutuhkan tenaga kerja lebih banyak maka hal ini akan mempengaruhi tingkat upah karena adanya kenaikan terhadap permintaan tenaga kerja. Sebaliknya bila perusahaan mengalami kerugian dan kemampuan mereka untuk membayar upah berkurang maka permintaan terhadap tenaga kerja akan merosot dan akibatnya tingkat upah juga akan menurun.

4. Produktivitas

Salah satu faktor yang menyebabkan naik turunnya produktivitas adalah tenaga kerja. Oleh karena itu banyak pendapat bahwa tingkat upah harus didasarkan pada produktivitas. Tetapi dalam prakteknya penentuan upah

mengalami banyak kesulitan karena: tidak adanya produktivitas yang tepat dan dapat diterima dengan baik oleh pengusaha maupun pekerja, persentase kenaikan produktivitas yang diukur umumnya adalah kenaikan jangka panjang dan kenaikan ini belum tentu sama setiap tahunnya, dan tidak semua industri mengalami kenaikan produktivitas yang sama.

5. Biaya hidup

Kebanyakan orang berpendapat bahwa upah harus cukup untuk menghidupi pekerja dan keluarganya maka upah harus disesuaikan dengan biaya hidup. Namun penggunaan biaya hidup sebagai dasar penetapan upah belum dapat memecahkan kesulitan yang ada karena: biaya hidup tidak menunjukkan berapa seharusnya upah pokok, tetapi hanya menunjukkan bahwa tingkat upah harus dinaikkan bila biaya hidup naik, dan menghubungkan upah pada biaya hidup memang akan mengubah penghasilan nominal tetapi akan memberikan penghasilan nyata.

6. Pemerintah

Pemerintah melindungi pekerja terhadap tindakan sewenang-wenang para majikan, misalnya dengan menetapkan upah minimum dan penetapan jumlah jam kerja seminggu.

7. Pendapat penerima upah

Adil tidaknya upah tergantung pada pendapat si penerima upah sendiri. Meskipun upah yang diterima lebih tinggi dari tingkat upah yang berlaku dalam masyarakat, tetapi itu lebih rendah dari yang diterima teman sekerjanya yang berpangkat lebih rendah maka si penerima upah akan menganggap bahwa ia diperlakukan tidak adil, dan biasanya akan menuntut kenaikan upah.

Perbedaan upah uang dan upah riil

Dalam jangka panjang sejumlah tertentu upah pekerja mempunyai kemampuan yang semakin sedikit di dalam membeli barang dan jasa. Hal tersebut disebabkan kenaikan barang dan jasa tersebut yang berlaku dari waktu ke waktu. Meskipun kenaikan tersebut tidak serentak, hal tersebut tidak menimbulkan peningkatan kesejahteraan bagi pekerja. Untuk mengatasi hal tersebut ahli ekonomi membuat dua perbedaan antara pengertian upah, yaitu upah uang dan upah riil. Upah uang adalah jumlah uang yang diterima pekerja dari pengusaha sebagai pembayaran atas tenaga mental dan fisik para pekerja dalam proses produksi. Upah riil adalah tingkat upah pekerja yang diukur dari sudut kemampuan upah tersebut dalam membeli barang dan jasa yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan para pekerja.

CARA MENGHITUNG UPAH RIIL

Perbedaan keinginan pekerja menyebabkan efek berbeda kepada tingkat kesejahteraan antara para pekerja, sehingga hal tersebut dapat menimbulkan kesulitan dalam usaha untuk menunjukkan harga yang berlaku dalam suatu perekonomian dari tahun ke tahun. Untuk mengatasi hal tersebut biasanya setiap negara membuat indeks harga, yaitu suatu indeks atau ukuran yang memberikan gambaran tentang rata-rata dari perubahan harga dari waktu ke waktu. Fungsi indeks harga adalah untuk menaksir upah riil pekerja dari tahun ke tahun.

Hubungan Antara Produktivitas dan Upah

Upah riil yang diterima tenaga kerja terutama tergantung kepada produktivitas dari tenaga kerja tersebut. Ada hubungan dan kaitan sangat erat antara produktivitas dan kenaikan upah riil para pekerja menurut data dari negara-negara maju disamping menggunakan data, analisis secara grafik juga dapat menunjukkan hubungan antara produktivitas dan upah riil.

Produktivitas dapat didefinisikan sebagai produksi yang diciptakan oleh seorang pekerja pada suatu waktu tertentu. Kenaikan produktivitas berarti pekerja itu dapat menghasilkan lebih banyak barang pada jangka waktu yang sama, atau suatu tingkat produksi tertentu dapat dihasilkan dalam waktu yang singkat. Kenaikan produktivitas disebabkan oleh beberapa faktor, yang terpenting adalah :

1. Kemajuan teknologi memproduksi. kemajuan teknologi memungkinkan penggantian kegiatan ekonomi dari menggunakan binatang dan manusia kepada tenaga mesin kemudian pengembangan teknologi dari kemampuan mesin itu sendiri yang telah melakukan inovasi. Pergantian ini mempertinggi tingkat produktivitas.
2. Perbaikan sifat tenaga kerja. meninggikan taraf kesehatan, pendidikan, dan latihan teknik dari tenaga kerja. Hal ini dapat mempertinggi produktivitas tenaga kerja di bidang ini dinamakan investasi ke atas modal manusia.
3. Perbaikan dalam organisasi perusahaan dan masyarakat. Dalam perekonomian yang mengalami kemajuan, bentuk manajemen perusahaan mengalami perubahan. Pada mulanya pemilik merupakan juga pimpinan perusahaan. Tetapi semakin maju perekonomian, semakin banyak perusahaan yang diserahkan kepada manajer profesional. Dengan cara

perubahan ini juga organisasi perusahaan diperbaiki, dan diselenggarakan menurut cara-cara manajemen modern. Langkah seperti ini juga dapat meningkatkan produktivitas.

Penentuan Upah di Berbagai Bentuk Pasar Tenaga Kerja

Pasar tenaga kerja dapat dibedakan menjadi beberapa jenis. Bentuk-bentuk pasar tenaga kerja yang terpenting adalah :

1. Pasar tenaga kerja yang bersifat persaingan sempurna
2. Pasar tenaga kerja monopoli
3. Pasar tenaga kerja monopoli dipihak pekerja

Persaingan Sempurna Dalam Pasar Tenaga Kerja

Pasar persaingan sempurna dalam pasaran tenaga kerja berarti didalam pasar terdapat banyak perusahaan yang memerlukan tenaga kerja, dan tenaga kerja didalam pasar tidak menyatukan diri didalam serikat-serikat buruh yang akan bertindak sebagai wakil mereka. Didalam pasar tenaga kerja seperti itu sifat-sifat permintaan tenaga kerja tidak berbeda dengan sifat-sifat permintaan dan penawaran dipasar barang. Kurva permintaan ke atas tenaga kerja bersifat menurun dari kiri keatas kekanan bawah. berarti permintaan keatas tenaga kerja bersifat : semakin tinggi/rendah upah tenaga kerja semakin sedikit atau banyak permintaan keatas tenaga kerja.

Kurva penawaran tenaga kerja seperti juga kurva penawaran barang, bersifat naik dari kiri bawah ke kanan atas. Sifat penawaran seperti ini berarti : semakin tinggi upah semakin banyak tenaga kerja yang bersedia menawarkan tenaganya

Pasar Tenaga Kerja Monopsoni

Monopsoni berarti hanya terdapat satu pembeli dipasar sedangkan penjual jumlahnya banyak. Berarti pasar tenaga kerja seperti ini bersifat monopoli dipihak perusahaan yang hanya terdapat satu perusahaan yang akan menggunakan tenaga kerja yang ditawarkan dan satu-satunya perusahaan modern ditempat tersebut.

Penentuan upah dipasar monopsoni digunakan dua pendekatan :

- Menerangkan dengan menggunakan gambaran secara angka
- Menerangkan secara grafik

Monopoli dari Pihak Tenaga Kerja

Dengan tujuan agar mereka dapat memperoleh upah dan fasilitas bukan keuangan yang lebih baik, tenaga kerja dapat menyatukan diri didalam serikat buruh atau persatuan kerja. Serikat buruh adalah organisasi yang didirikan dengan tujuan agar para pekerja dapat, sebagai suatu kesatuan, membicarakan atau menuntut syarat-syarat kerja tertentu dengan para pengusaha.

Dipihak perusahaan kekuasaan monopoli tersebut tidak terdapat. Ini berarti tiap perusahaan datang ke pasar tenaga kerja tanpa terlebih dahulu mengadakan kesepakatan diantara mereka. Permintaan tenaga kerja tiap perusahaan didasarkan kepada efisiensi mereka masing-masing dan kebutuhan mereka untuk

memperoleh tenaga kerja. Penentuan upah dalam pasar tenaga kerja yang bersifat monopoli pihak pekerja dibedakan kepada tiga keadaan, yaitu :

- Menuntut upah yang lebih tinggi dari yang dicapai pada keseimbangan permintaan
- Membatasi penawaran tenaga kerja
- Menjalankan usaha-usaha yang bertujuan menaikkan permintaan tenaga kerja

Faktor-faktor Penentu Perbedaan Upah Tenaga Kerja

1. Perbedaan corak permintaan dan penawaran dalam berbagai jenis pekerjaan.

Permintaan dan penawaran tenaga kerja di dalam suatu jenis pekerjaan sangat besar peranannya dalam menentukan upah di sesuatu jenis pekerjaan. Di dalam suatu pekerjaan dimana terdapat penawaran tenaga kerja yang cukup besar tetapi tidak banyak permintaannya, upah cenderung dalam tingkat yang rendah.

2. Perbedaan jenis pekerjaan.

Kegiatan ekonomi meliputi berbagai jenis pekerjaan, ada diantara pekerjaan tersebut merupakan pekerjaan yang ringan dan juga mudah dikerjakan. Golongan pekerja akhir-akhir ini menuntut untuk memperoleh upah yang lebih tinggi dari pada pesuruh kantor karena mereka melakukan kerja yang lebih memerlukan tenaga fisik.

3. Perbedaan pendidikan, keahlian, dan kemampuan

Kemampuan, ketrampilan dan keahlian para pekerja memiliki perbedaan dalam hal bekerja, sifat-sifat tersebut menyebabkan mereka mempunyai

produktivitas masing-masing. Dalam perekonomian yang semakin maju kegiatan-kegiatan ekonomi semakin membutuhkan tenaga-tenaga yang terdidik, oleh karena itu semakin tinggi pendidikan seseorang maka peluang untuk mendapatkan pekerjaan mudah.

4. Terdapat pertimbangan bukan faktor keuangan dalam memilih pekerjaan
Daya tarik sesuatu pekerjaan bukan saja tergantung pada besarnya upah yang ditawarkan, selain itu faktor-faktor bukan keuangan diatas mempunyai peranan yang sangat penting terhadap seseorang dalam memilih pekerjaan. Seseorang sering kali bersedia menerima upah yang lebih rendah apabila beberapa terdapat pertimbangan yang tidak sesuai dengan apa yang diinginkan. Sebaliknya apabila factor-faktor bukan keuangan banyak yang tidak sesuai dengan seorang pekerja, ia akan menuntut upah yang lebih tinggi sebelum ia bersedia menerima pekerjaan yang di tawarkan.
5. Ketidaktepatan dalam mobilitas kerja.(faktor geografis, faktor institusional)
 - Faktor Geografis: Ada kalanya di tempat-tempat tertentu terdapat masalah kekurangan buruh walaupun tingkat upah lebih tinggi, sedangkan ditempat lain terdapat pengangguran dan tingkat upahnya relative rendah. Dalam keadaan seperti itu adalah wajar apabila para pengangguran tersebut berpindah ketempat yang lebih banyak lowongan pekerjaan yang lebih menjamin.
 - Faktor institusional : Di pekerjaan-pekerjaan tertentu terdapat organisasi-organisasi profesional yang baru. Tujuannya adalah untuk

menjamin supaya pendapatan mereka tetap berada pada tingkat yang tinggi. Di negara kita faktor institusional tidaklah merupakan faktor yang penting yang menghambat mobilitas tenaga kerja. Tetapi di beberapa negara, pembatasan institusional tersebut adakalanya cukup serius. Sebagai contoh, serikat-serikat buruh di Amerika Serikat adakalanya menuntut kepada majikan untuk tidak mengambil pekerja yang tidak menjadi anggota serikat buruh.

6. Jangka Waktu

Semakin lama seseorang bekerja dalam sebuah perusahaan, maka semakin tinggi pula upah yang diberikan kepadanya. Upah juga tergantung kepada lama seseorang mengabdikan atau bekerja.

7. Posisi atau jabatan

Jabatan seseorang semakin tinggi maka tanggung jawab yang diemban semakin besar pula sehingga upahnya pun semakin tinggi.

Ada tiga sistem pembayaran upah, yaitu:

1. Sistem upah menurut waktu,
2. Sistem upah menurut unit hasil
3. Sistem upah dengan insentif

SISTEM UPAH MENURUT WAKTU

Sistem upah menurut waktu menentukan bahwa besar kecilnya upah yang akan dibayarkan kepada masing-masing tenaga kerja, tergantung pada banyak sedikitnya waktu kerja mereka.

Keuntungan sistem upah menurut waktu yaitu:

- Para tenaga kerja tidak perlu terburu-buru di dalam menjalankan pekerjaan, karena banyak-sedikitnya unit yang mampu mereka selesaikan tidak terpengaruh pada besar-kecilnya upah yang mereka terima. Dengan demikian kualitas barang yang diproduksi akan dapat terjaga.
- Bagi para tenaga kerja yang kurang terampil, sistem upah ini dapat member ketengan dalam bekerja, karena walaupun mereka kurang bisa menyelesaikan unit yang banyak, mereka akan tetap memperoleh upah yang sama dengan yang diterima oleh tenaga kerja lain.

Kerugian sistem upah menurut waktu yaitu:

- Para tenaga kerja yang terampil akan mengalami kekecewaan, karena kelebihan mereka tidak dapat dimanfaatkan untuk memperoleh upah yang lebih besar dibandingkan para tenaga kerja yang kurang terampil, sehingga tenaga kerja yang terampil kurang bersemangat dalam bekerja.
- Adanya kecenderungan para pekerja untuk bekerja lamban, karena besar-kecilnya unit yang dihasilkan tidak berpengaruh pada besar-kecilnya upah yang mereka terima.

SISTEM UPAH MENURUT UNIT HASIL

Sistem upah menurut unit hasil yang menentukan besar-kecilnya upah yang diterima tenaga kerja, tergantung pada banyaknya unit yang dihasilkan. Semakin banyak unit yang dihasilkan, semakin banyak upah yang diterima.

Keuntungan sistem upah menurut unit hasil yaitu:

- Para tenaga kerja yang terampil akan mempunyai semangat kerja yang tinggi, dan akan menunjukkan kelebihan keterampilannya, karena besar-kecilnya unit yang dihasilkan akan menentukan besar-kecilnya upah yang akan mereka terima. Akibatnya produktivitas perusahaan meningkat.
- Adanya kecenderungan pekerja untuk bekerja lebih semangat, agar memperoleh upah yang lebih besar.

Kerugian sistem upah menurut unit hasil yaitu:

- Para pekerja akan bekerja terburu-buru, sehingga kualitas barang kurang terjaga.
- Para pekerja yang kurang terampil akan selalu memperoleh upah yang rendah, akibatnya mereka kurang mempunyai semangat kerja.

SISTEM UPAH DENGAN INSENTIF

Sistem upah dengan insentif yang menentukan besar-kecilnya upah yang akan dibayarkan kepada masing-masing tenaga kerja tergantung pada waktu lamanya bekerja, jumlah unit yang dihasilkan ditambah dengan insentif (tambahan upah) yang besar-kecilnya didasarkan pada prestasi dan keterampilan kerja pegawai. Sistem upah dengan insentif sering dianggap sebagai gabungan antara sistem upah menurut waktu dengan sistem upah menurut unit hasil. Sistem ini diharapkan akan memperoleh keuntungan dari kedua sistem tersebut. Namun sistem ini juga memiliki kerugian, yaitu sistem ini memerlukan sistem administrasi yang rumit, sehingga memerlukan tambahan pegawai di bagian administrasi.

Ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk menentukan tarif upah, yaitu dengan:

- Rata-rata tingkat upah. Penentuan tarif upah dalam suatu departemen atau pusat biaya dapat dilakukan dengan membuat estimasi jumlah pekerja dan tingkat upah, kemudian di hitung rata-rata upah.
- Rasio historis. Rasio historis antara jumlah upah yang dibayar dengan jumlah jam kerja langsung dalam suatu departemen dapat berubah bila kondisi berubah.
- Standar akuntansi. Penetapan tarif upah dapat sama dengan standar akuntansi biaya. Hal ini hanya dapat diterapkan jika perusahaan telah memakai sistem akuntansi biaya standar untuk upah, sehingga tidak perlu dibedakan antara standar dengan yang dianggarkan.

SOAL LATIHAN

1. Jelaskan perbedaan upah dan gaji!
2. Jelaskan tentang hal-hal yang mempengaruhi penentuan upah !
3. Jelaskan tentang sistem pembayaran upah !

BAB VI

SEWA DAN BUNGA

K. KOMPETENSI DASAR

Mahasiswa dapat mengetahui dan memahami tentang perhitungan sewa dan bunga dalam sebuah usaha.

L. TUJUAN

Mahasiswa dapat:

19. Menjelaskan pengertian sewa dan bunga
20. Menjelaskan jenis-jenis sewa dan bunga
21. Menghitung sewa dan bunga dalam sebuah usaha

SEWA

PENGERTIAN

Sewa atau *leasing* adalah suatu kegiatan pembiayaan kepada perusahaan (badan hukum) atau perorangan dalam bentuk pembiayaan barang modal. Pembayaran kembali oleh peminjam dilakukan oleh peminjam dilakukan secara berkala, dan dalam jangka waktu menengah atau panjang. Perusahaan yang menyelenggarakan *leasing* disebut *lessor*, sedangkan perusahaan yang mengajukan leasing disebut dengan *lessee*. Dalam pengertian yang umum, pada dasarnya sewa dapat diartikan sebagai harga yang dibayar ke atas penggunaan tanah dan faktor-faktor produksi lainnya yang jumlah penawarannya tidak dapat ditambah. Dalam pembicaraan sehari-hari sewa pada umumnya diartikan sebagai

pembayaran yang dilakukan suatu keluarga ke atas rumah yang disewanya, atau pembayaran seorang pengusaha ke atas bangunan atau toko milik orang lain yang digunakannya. Arti sewa dalam pembicaraan sehari-hari tersebut tidaklah sama dengan pengertian sewa secara umum. Karena sewa rumah, gedung atau yang lainnya tersebut telah meliputi bunga yang dibayarkan kepada modal yang digunakan untuk mendirikan bangunan-bangunan tersebut.

Istilah Sewa guna usahasudah sering terdengar di masyarakat umum terutama di kalangan pebisnis atau pelaku usaha. Kebutuhan akan barang modal sebagai sarana utama penunjang kegiatan usaha membutuhkan dana yang cukup besar, dan tidak sedikit para pengusaha yang memiliki keterbatasan dana tersebut. Untuk itu, sewa guna usaha merupakan salah satu solusi lembaga pembiayaan di luar metode pembiayaan yang disediakan oleh bank konvensional.

Perusahaan sewa guna usaha di Indonesia lebih dikenal dengan nama sewa guna usaha. Kegiatan utama perusahaan sewa guna usaha adalah bergerak di bidang pembiayaan untuk keperluan barang-barang modal yang diinginkan nasabah. Pembiayaan di sini maksudnya jika seseorang nasabah membutuhkan barang-barang modal seperti alat-alat berat, peralatan kantor, mobil dengan cara disewa atau dibeli secara kredit dapat diperoleh dari perusahaan sewa guna usaha.

Sedangkan menurut Aliminsyah, dkk (2002:283) mendefinisikan sewa sebagai sejumlah uang/ barang yang dibayarkan kepada pemilik tanah oleh pihak yang menggunakan tanah sebagai balas jasa untuk penggunaan tanah tersebut.

Berdasarkan pendapat ahli tersebut diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa sewa adalah harga yang dibayar ke atas penggunaan tanah dan faktor-faktor produksi lainnya yang jumlah penawarannya tidak dapat ditambah.

JENIS-JENIS SEWA

Aliminsyah, (2002:283) membedakan beberapa jenis sewa, yaitu:

1. Sewa dibayar di muka (prepaid rent): adalah salah satu bentuk aktiva dalam perusahaan yang berasal dari pembayaran sewa yang manfaatnya belum dipakai (dinikmati). Secara umum semua pembayaran yang manfaatnya baru akan dinikmati dimasa mendatang disebut dengan pembayaran dimuka (prepayment).
2. Sewa guna usaha pembiayaan (finance lease): adalah kegiatan sewa guna usaha, dimana penyewa guna usaha tidak mempunyai hak opsi untuk membeli objek sewa guna usaha.
3. Sewa menyewa biasa (operating lease): adalah kegiatan sewa guna usaha dimana penyewa guna usaha tidak mempunyai hak opsi untuk membeli objek sewa guna usaha.
4. Sewa modal (capital lease): adalah suatu sewa yang memuat satu atau dua dari keempat ketentuan, yang menetapkan bahwa aktiva yang disewa tersebut diperlakukan sebagai aktiva yang dibeli dalam perkiraannya.

CIRI-CIRI SEWA

a. Ada dua pihak yang saling mengikatkan diri Pihak yang pertama adalah pihak yang menyewakan yaitu pihak yang mempunyai barang. Pihak yang kedua adalah pihak penyewa, yaitu pihak yang membutuhkan kenikmatan atas suatu barang. Para pihak dalam perjanjian sewa-menyewa dapat bertindak untuk diri sendiri, kepentingan pihak lain, atau kepentingan badan hukum tertentu.

b. Ada unsur pokok yaitu barang, harga, dan jangka waktu sewa Barang adalah harta kekayaan yang berupa benda material, baik bergerak maupun tidak bergerak. Harga adalah biaya sewa yang berupa sebagai imbalan atas pemakaian benda sewa. Dalam perjanjian sewa-menyewa pembayaran sewa tidak harus berupa uang tetapi dapat juga menggunakan barang ataupun jasa (pasal 1548 KUH Perdata). Hak untuk menikmati barang yang diserahkan kepada penyewanya terbatas pada jangka waktu yang ditentukan kedalam perjanjian.

c. Ada kenikmatan yang diserahkan

Kenikmatan dalam hal ini adalah penyewa dapat menggunakan barang yang disewa serta menikmati hasil dari barang tersebut. Bagi pihak yang menyewakan akan memperoleh kontra prestasi berupa uang, barang, atau jasa menurut apa yang diperjanjikan sebelumnya.

Perjanjian sewa-menyewa merupakan perjanjian konsensual, yang berarti perjanjian tersebut sah dan mengikat apabila sudah tercapai kata sepakat diantara para pihak tentang unsur pokok perjanjian sewa-menyewa yaitu barang dan harga. Di dalam KUH Perdata tidak dijelaskan secara tegas tentang bentuk perjanjian sewa-menyewa sehingga perjanjian sewa-menyewa dapat dibuat secara lisan

maupun tertulis. Bentuk perjanjian sewa-menyewa dalam praktek khususnya sewa-menyewa bangunan dibuat dalam bentuk tertulis. Para pihak yang menentukan substansi atau isi perjanjian sewa-menyewa biasanya yang paling dominan adalah pihak yang menyewakan dikarenakan posisi penyewa berada dipihak yang lemah.

Risiko dalam Perjanjian Sewa-Menyewa

Risiko adalah kewajiban untuk memikul kerugian yang disebabkan oleh suatu peristiwa yang terjadi diluar kesalahan salah satu pihak, yang menimpa barang yang menjadi obyek dari suatu perjanjian. Risiko merupakan suatu akibat dari suatu keadaan yang memaksa sedangkan ganti rugi merupakan akibat dari wanprestasi. Pembebanan risiko terhadap obyek sewa didasarkan terjadinya suatu peristiwa diluar dari kesalahan para pihak yang menyebabkan musnahnya barang / obyek sewa. Musnahnya barang yang menjadi obyek perjanjian sewa-menyewa dapat dibagi menjadi dua macam yaitu :

1. Musnah secara total (seluruhnya)

Jika barang yang menjadi obyek perjanjian sewa-menyewa musnah yang diakibatkan oleh peristiwa di luar kesalahan para pihak maka perjanjian tersebut gugur demi hukum. Pengertian musnah disini berarti barang yang menjadi obyek perjanjian sewa-menyewa tidak lagi bisa digunakan sebagai mana mestinya, meskipun terdaat sisa atau bagian kecil dari barang tersebut masih ada.

Ketentuan tersebut diatur di dalam pasal 1553 KUH Perdata yang menyatakan jika musnahnya barang terjadi selama sewa-menyewa berangsur yang diakibatkan oleh suatu keadaan yang diakibatkan oleh suatu keadaan yang tidak bisa dipertanggung jawabkan pada salah satu pihak maka perjanjian sewa-menyewa dengan sendirinya batal.

2. Musnah sebagian

Barang yang menjadi obyek perjanjian sewa-menyewa disebut musnah sebagian apabila barang tersebut masih dapat di gunakan dan dinikmati kegunaanya walaupun bagian dari barang tersebut telah musnah. Jika obyek perjanjian sewa-menyewa musnah sebagian maka penyewa mempunyai pilihan, yaitu :

- a. Meneruskan perjanjian sewa-menyewa dengan meminta pengurangan harga sewa.
- b. Meminta pembatalan perjanjian sewa-menyewa.

Manfaat Sewa

Pembiayaan melalui leasing memberikan beberapa keuntungan, antara lain:

- Menghemat modal
- Diversifikasi sumber-sumber pembiayaan
- Persyaratan yang kurang ketat dan lebih fleksibel

- Biaya lebih murah
- Menguntungkan arus kas
- Memperoleh perlindungan akibat kemajuan teknologi dan keusangan
- Kesederhanaan dokumentasi
- Kemudahan penyusunan anggaran

BUNGA

PENGERTIAN

Bunga bank dapat diartikan sebagai balas jasa yang diberikan oleh bank yang berdasarkan prinsip konvensional kepada nasabah yang membeli atau menjual produknya. Bunga juga dapat diartikan sebagai harga yang harus dibayar kepada nasabah (yang memiliki simpanan) dengan yang harus dibayar oleh nasabah kepada bank (nasabah yang memperoleh pinjaman).

Dalam kegiatan perbankan sehari-hari ada 2 macam bunga yang diberikan kepada nasabahnya yaitu:

Bunga Simpanan

Bunga yang diberikan sebagai rangsangan atau balas jasa bagi nasabah yang menyimpan uangnya di bank. Bunga simpanan merupakan harga yang harus dibayar bank kepada nasabahnya. Sebagai contoh jasa giro, bunga tabungan dan bunga deposito.

Bunga Pinjaman

Adalah bunga yang diberikan kepada para peminjam atau harga yang harus dibayar oleh nasabah peminjam kepada bank. Sebagai contoh bunga kredit.

Kedua macam bunga ini merupakan komponen utama faktor biaya dan pendapatan bagi bank konvensional. Bunga simpanan merupakan biaya dana yang harus dikeluarkan kepada nasabah sedangkan bunga pinjaman merupakan pendapatan yang diterima dari nasabah. Baik bunga simpanan maupun bunga pinjaman masing-masing saling mempengaruhi satu sama lainnya. Sebagai contoh seandainya bunga simpanan tinggi, maka secara otomatis bunga pinjaman juga terpengaruh ikut naik dan demikian pula sebaliknya.

Edward dan Khan (1985), mengatakan bahwa faktor penentu suku bunga terbagi atas 2 (dua) faktor, yaitu internal dan eksternal. Faktor internal meliputi pendapatan nasional, jumlah uang beredar, dan ekspektasi inflasi. Sedangkan faktor eksternalnya adalah penjumlahan suku bunga luar negeri dan tingkat ekspektasi perubahan nilai tukar valuta asing. Seperti halnya dalam setiap analisis keseimbangan ekonomi, pembicaraan mengenai keseimbangan di pasar uang juga akan melibatkan unsur utamanya, yaitu permintaan dan penawaran uang. Bila mekanisme pasar dapat berjalan tanpa hambatan maka pada prinsipnya keseimbangan di pasar uang dapat terjadi, dan merupakan wujud kekuatan tarik menarik antara permintaan dan penawaran uang.

Adapun fungsi suku bunga menurut Sunariyah (2004:81) adalah :

- a) Sebagai daya tarik bagi para penabung yang mempunyai dana lebih untuk diinvestasikan.
- b) Suku bunga dapat digunakan sebagai alat moneter dalam rangka mengendalikan penawaran dan permintaan uang yang beredar dalam suatu perekonomian. Misalnya, pemerintah mendukung pertumbuhan suatu sektor industri tertentu apabila perusahaan-perusahaan dari industri tersebut akan meminjam dana. Maka pemerintah memberi tingkat bunga yang lebih rendah dibandingkan sektor lain.
- c) Pemerintah dapat memanfaatkan suku bunga untuk mengontrol jumlah uang beredar. Ini berarti, pemerintah dapat mengatur sirkulasi uang dalam suatu perekonomian.

JENIS-JENIS BUNGA

1. Floating Rate

Flat Rate merupakan perhitungan suku bunga yang tetap setiap periode, sehingga jumlah angsuran (cicilan) setiap periode pun tetap sampai pinjaman tersebut lunas. Perhitungan jenis suku bunga model ini adalah dengan mengalikan % bunga per periode dikali dengan pinjaman. Biasanya diterapkan untuk kredit barang konsumsi seperti handphone, home appliances, mobil atau kredit tanpa agunan (KTA). Dengan menggunakan sistem bunga flat ini maka porsi bunga dan pokok dalam angsuran bulanan akan tetap sama. Misalnya besarnya angsuran adalah satu juta rupiah dengan komposisi porsi pokok 750 ribu dan bunga 250

ribu. Maka, sejak angsuran pertama hingga terakhir porsinya akan tetap sama.

Untuk menghitung besarnya angsuran dengan menggunakan sistem bunga flat ini sebenarnya cukup sederhana, misalnya jika kita hendak membeli mobil seharga IDR 150 juta, maka:

- a. Harga mobil itu IDR 150 juta,
- b. DP 20%, maka pokok hutang menjadi IDR 120 juta.
- c. Ambil contoh saja bunganya 5% flat per tahun
- d. Tenor pinjaman tiga tahun

angsuran per bulannya menjadi:

$$\begin{aligned} &= (120 \text{ juta} + (120 \text{ juta} \times 5\% \times 3)) / 36 \text{ bulan} \\ &= 138 \text{ juta} / 36 \text{ bulan} \\ &= \text{Rp. } 3.833.334 \end{aligned}$$

Di dalam angsuran sebesar Rp. 3.833.334 itu terdapat porsi pokok sebesar Rp. 3.333.334 dan bunga sebesar Rp. 500.000.

Keuntungan suku bunga flat :

- Debitur memiliki kepastian besaran bunga yang harus dibayar setiap periodenya.
- Tidak ada perubahan besaran suku bunga meskipun saat suku bunga pasar mengalami kenaikan. Sehingga debitur diuntungkan dengan adanya selisih bunga tersebut.

Kerugian suku bunga flat :

- Bila terjadi penurunan suku bunga pasar, maka suku bunga kredit menjadi lebih mahal dari pasar.

2. *Sliding Rate*

Merupakan perhitungan suku bunga yang dilakukan dengan mengalikan prosentase suku bunga per periode dengan sisa pinjaman, sehingga jumlah suku bunga yang dibayar debitur semakin menurun, akibatnya angsuran yang dibayarpun menurun jumlahnya. Sehingga porsi bunga dan pokok dalam angsuran setiap bulan akan berbeda, meski besaran angsuran per bulannya tetap sama. Sistem bunga efektif ini biasanya diterapkan untuk pinjaman jangka panjang semisal KPR atau kredit investasi.

Jika dibandingkan kedua sistem bunga itu, maka masing-masing memiliki kelebihan dan kelemahan. Kelebihan sistem bunga flat adalah jika kita hendak melakukan pelunasan awal, maka porsi pokok hutang yang berkurang cukup sebanding dengan jumlah uang yang telah kita angsur. Namun kelemahannya, bunga itu cukup besar karena dihitung dari pokok hutang awal.

Sistem bunga efektif akan lebih berguna untuk pinjaman jangka panjang yang tidak buru-buru dilunasi di tengah jalan, karena jika kita membandingkan nominal bunga yang kita bayarkan, jauh lebih kecil dari sistem bunga flat.

Berdasarkan hitung-hitungan kasar saya, nominal yang dihasilkan perhitungan suku bunga flat kira-kira hampir dua kali suku bunga efektif; misalnya kredit dengan bunga 5% flat itu kira-kira sama dengan kredit 10% bunga efektif.

Dengan mengambil contoh kredit mobil di atas, maka sebenarnya besarnya angsuran sebesar Rp. 3.833.334 itu jika menggunakan metode perhitungan bunga efektif, maka bunga yang dikenakan pada debitur itu sekitar 10%. Sedangkan jika kita menggunakan sistem efektif dengan tingkat suku bunga 5%, maka besarnya angsuran hanya Rp. 3.596.508

3. *Floating Rate*

Merupakan perhitungan suku bunga yang dilakukan sesuai dengan tingkat suku bunga pada bulan yang bersangkutan. Dalam perhitungan model ini suku bunga dapat naik, turun atau tetap setiap periodenya. Begitu pula dengan jumlah angsuran yang dibayar sangat tergantung dari suku bunga pada bulan yang bersangkutan.

Contoh Perhitungan tiga jenis bunga diatas :

PT Marindo memperoleh fasilitas kredit dari BRI senilai Rp 18.000.000,- jangka waktu kredit adalah 1 tahun (12 bulan), bunga kredit dikenakan sebesar 14% per tahun. Berapakah :

1. Angsuran per bulan yang harus dibayar oleh PT.Marindo jika BRI menggunakan metode Flat Rate.

2. Jika menggunakan metode Sliding Rate
3. Jika menggunakan metode Floating Rate dengan asumsi tingkat suku bunga sebagai berikut:

Bulan 1 s/d bulan ke-4 suku bunga 14%

Bulan 5 s/d bulan ke-8 suku bunga 16%

Bulan 9 s/d bulan ke-12 suku bunga 15%

Jawaban :

1. Menghitung jumlah suku bunga dengan metode flate rate maka terlebih dahulu perlu dihitung jumlah pokok pinjaman yang harus dibayar oleh PT.Marindo .

a. Pokok pinjaman = jumlah pinjaman : jumlah angsuran

$$= \text{Rp } 18.000.000 : 12$$

$$= \text{Rp } 1.500.000$$

b. Suku bunga = % x pinjaman : tahun

$$= 14\% \times \text{Rp } 18.000.000 : 12$$

$$= \text{Rp } 210.000,$$

Jadi angsuran dengan metode flate rate adalah :

Pokok pinjaman Rp 1.500.000,-

Suku bunga Rp 210.000,-

Jumlah angsuran perbulan Rp 1.710.000,-

2. Dengan metode sliding rate pokok pinjaman (PP) tetap sama dan yang berbeda adalah perhitungan suku bunganya sebagai berikut:

a. Pokok pinjaman = jumlah pinjaman : jumlah angsuran

$$= \text{Rp } 18.000.000,- : 12$$

$$= \text{Rp } 1.500.000,-$$

b. Untuk suku bunga dihitung dengan menggunakan sisa pinjaman seperti berikut ini:

Bulan ke-1

$$\text{Bunga} = 14\% \times \text{Rp } 18.000.000,- : 12 \times 1 = \text{Rp } 210.000,-$$

$$\text{Pokok pinjaman} = \text{Rp } 1.500.000,-$$

$$\text{Jumlah angsuran bulan ke-1 adalah} = \text{Rp } 1.710.000,-$$

Bulan ke-2

Bunga = $14\% \times \text{Rp } 16.500.000,- : 12 \times 1 = \text{Rp } 192.000,-$

Pokok pinjaman = $\text{Rp } 1.500.000,-$

Jumlah angsuran bulan ke-2 adalah = $\text{Rp } 1.692.000,-$

Dan seterusnya sampai bulan ke-12 dengan menghitung sisa pinjaman setelah diangsur

3. Dengan menggunakan metode floating rate pokok pinjaman tetap sama yang berbeda adalah perhitungan suku bunganya sebagai berikut:

a. Pokok pinjaman = jumlah pinjaman : jumlah angsuran

= $\text{Rp } 18.000.000 : 12$

= $\text{Rp } 1.500.000$

b. Untuk suku bunga dihitung dengan menggunakan sisa pinjaman sebagai berikut:

Bulan ke-1 = $14\% \times \text{Rp } 18.000.000,- : 12 \times 1 = \text{Rp } 210.000,-$

Pokok pinjaman = $\text{Rp } 1.500.000,-$

Jumlah angsuran bulan ke-1 = $\text{Rp } 1.710.000,-$

Bulan ke-6 = $16\% \times \text{Rp } 18.000.000,- : 12 \times 1 = \text{Rp } 240.000,-$

Pokok pinjaman = $\text{Rp } 1.500.000,-$

Jumlah angsuran bulan ke-6 = $\text{Rp } 1.740.000,-$

Begitu seterusnya yang membedakan hanya persentase bunga per bulan saja

SOAL-SOAL LATIHAN

PT. Jaya Makmur meminjam modal kepada BRI sebesar Rp. 20.000.000,- jangka waktu kredit adalah 1 tahun (12 bulan), bunga kredit dikenakan sebesar 10% per tahun. Berapakah :

1. Angsuran per bulan yang harus dibayar oleh PT. Jaya Makmur jika BRI menggunakan metode Flate Rate.
2. Jika menggunakan metode Sliding Rate
3. Jika menggunakan metode Floating Rate dengan asumsi tingkat suku bunga sebagai berikut:

Bulan 1 s/d bulan ke-4	suku bunga	10%
Bulan 5 s/d bulan ke-8	suku bunga	12%
Bulan 9 s/d bulan ke-12	suku bunga	14%

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyari, Agus. 2006. Manajemen Produksi Perencanaan Sistem Produksi. Edisi Keempat. Yogyakarta: BPFE.
- Aliminsyah, dkk. 2002. Kamus Istilah Akuntansi. Bandung : CV.YRAMAWIDYA.
- Mankiw, N.G., 2000, Pengantar Ekonomi, Erlangga, Jakarta.
- Moekijat. 2007. Penilaian Pekerjaan Untuk Menentukan Gaji & Upah. Cetakan II. Bandung: Mandar Maju.
- Projudikoro, Wiryono. Hukum Perdata Tentang Persetujuan-Persetujuan Tertentu. cet ke-7. Jakarta: Sumur Bandung.
- Sukirno, Sadono. 2006. Mikro Ekonomi Teori Pengantar. Jakarta: PT. Raja Grafindo