

MEKANISME PASAR PERMINTAAN 1

NAMA : SOFYAN AFDILLA NUGRAHA SUKARNO

NIM : 191020700074

PRODI : TEKNIK INDUSTRI 2B2

MATA KULIAH : PENGANTAR ILMU EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SIDOARJO

ABSTRAK

By Sofyan Afdilla N.S

Dalam kehidupan sehari-hari, manusia sebagai makhluk sosial dan juga konsumen selalu melakukan berbagai permintaan untuk memenuhi kehidupan sehari-harinya untuk berbagai barang dan jasa yang dibutuhkan. Permintaan yang dilakukan oleh konsumen ialah cara mereka untuk memperoleh suatu kepuasan tersendiri dalam memenuhi kebutuhannya.

Dalam melakukan permintaan, konsumen harus selalu melakukan penyesuaian permintaan yang dilakukan dengan pendapatan konsumen yang mereka peroleh tersebut. Dari sini, bisa dilihat jika pendapatan konsumen tersebut tinggi, maka konsumen bisa melakukan permintaan dalam jumlah yang besar. Sebaliknya jika pendapatan konsumen rendah, maka konsumen hanya bisa melakukan permintaan kecil atau sedikit. Selain pendapatan, harga juga bisa berpengaruh terhadap jasa juga, tidak mesti barang. Semakin mahal harga barang atau jasa tersebut, konsumen akan mengurangi konsumsi barang atau jasa tersebut dilihat dari pendapatannya atau beralih ke harga yang lebih rendah untuk menyamakan pendapatannya tersebut. Dan sebaliknya, jika semakin murah harga barang atau jasa, konsumen akan tetap dalam mengkonsumsi barang atau jasa tersebut, dan tidak akan mencari harga yang lebih murah lagi.

ABSTRACT

By Sofyan Afdilla N.S

In everyday life, humans as social beings and consumers always make various requests to meet their daily lives for various goods and services needed. Demand made by consumers is their way to obtain a separate satisfaction in meeting their needs. In making requests, consumers must always make adjustments to the demand made with the income of the consumers they obtain. From here, it can be seen if the consumer's income is high, then consumers can make requests in large quantities. Conversely, if consumers' income is low, then consumers can only make small or little requests. In addition to income, prices can also affect services as well, not necessarily goods. The more expensive the price of the goods or services, the consumer will reduce the consumption of the goods or services seen from their income or move to a lower price to equalize the income. And conversely, if the price of goods or services is getting cheaper, consumers will continue to consume the goods or services, and will not look for even cheaper prices.

ISI

MEKANISME PASAR PERMINTAAN 1

PERMINTAAN

1.1 PENGERTIAN PERMINTAAN

Permintaan adalah suatu proses dalam meminta sesuatu atau sejumlah barang yang dibeli atau diminta pada suatu harga dan waktu tertentu. Permintaan berkaitan dengan keinginan konsumen akan suatu barang atau jasa yang ingin dipenuhi dengan kecenderungan permintaan konsumen akan barang dan jasa itu tidak terbatas. Sejumlah barang dan jasa yang diinginkan dan mampu dibeli oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari pada berbagai tingkatan harga dan waktu tertentu di pasaran. Biasanya, tinggi rendahnya suatu permintaan akan mempengaruhi harga. Tapi sebaliknya, rendahnya permintaan juga akan membuat harga semakin rendah. Ketika suatu barang meningkat, ceteris paribus, jumlah permintaan barang tersebut akan menurun. Begitu juga dengan sebaliknya. Permintaan adalah keinginan yang disertai dengan kesediaan serta kemampuan untuk membeli barang yang bersangkutan. Setiap orang boleh saja ingin kepada apapun yang diinginkannya, tetapi jika keinginannya itu tidak ditunjang oleh kesediaan serta kemampuan untuk membeli, maka keinginannya itupun hanya akan tinggal keinginan saja. Disini jelaslah bahwa keinginan memang tidak mempunyai pengaruh apa-apa terhadap harga, sedangkan permintaan berpengaruh.

Permintaan timbul akibat adanya kebutuhan seseorang terhadap barang tertentu dan barang yang diminta konsumen pada umumnya berbeda-beda. Dalam konsep permintaan tersebut terdapat dua variabel yaitu variabel tingkat harga, dan variabel jumlah harga yang diminta atau yang akan dibeli dan tingkat harga menunjukkan adanya hubungan satu dengan yang lainnya.

Permintaan juga timbul akibat keinginan. Hal itu menunjukkan bahwa keinginan dan permintaan itu merupakan dua hal yang berbeda satu dengan yang lainnya. Permintaan bukanlah keinginan, sebagaimana keinginan bukan permintaan. Sekalipun berbeda, tidak dapat diingkari bahwa keduanya itu berhubungan erat. Sekalipun demikian, keinginan itu tidak akan merupakan bahan pembahasan disini sebab, keinginan itu saja tidak mempunyai pengaruh apa-apa terhadap tingkat harga. Permintaan memiliki pengertian yang lebih dalam daripada keinginan. Permintaan adalah keinginan yang disertai dengan kesediaan serta kemampuan untuk membeli barang yang bersangkutan.

Setiap orang boleh saja ingin kepada apa pun yang diinginkannya, tetapi jika keinginannya itu tidak ditunjang oleh kesediaan serta kemampuan untuk membeli, maka keinginannya itupun hanya akan tinggal keinginan saja.

1.2 HUKUM PERMINTAAN

Hukum permintaan adalah hukum yang menjelaskan tentang adanya hubungan yang bersifat negatif antara tingkat harga dengan jumlah barang yang diminta. Apabila harga naik, maka jumlah barang yang diminta sedikit. Apabila harga rendah, maka jumlah barang yang diminta meningkat. Beginilah bunyi hukum permintaan :

*“semakin turun tingkat harga itu,
maka semakin banyak jumlah barang yang tersedia diminta, dan sebaliknya
semakin naik tingkat harga,
maka semakin sedikit jumlah barang yang bersedia diminta.”*

Hukum permintaan menjelaskan bahwa jumlah barang yang diminta akan selalu berbanding terbalik dengan harga barang yang diminta. Kedua besaran berkorelasi negatif artinya jika harga barang cenderung naik, misal akibat inflasi, maka jumlah barang yang diminta akan cenderung berkurang. Sebaliknya, jika harga barang cenderung turun, maka jumlah barang yang diminta akan cenderung bertambah.

Hukum permintaan tersebut berlaku jika keadaan yang lain ceteris paribus atau keadaan lainnya di luar harga harus dianggap tetap. Keadaan lain yang dimaksud adalah pendapatannya tetap, selernya tetap, harga barang yang lain tetap, dan tidak ada barang substitusi atau barang pengganti.

1.3 MACAM-MACAM PERMINTAAN

Permintaan adalah kesediaan pembeli untuk membeli barang dengan berbagai tingkat harga dalam waktu dan tempat tertentu.

Permintaan dapat digolongkan menjadi tiga, yaitu :

1. **Permintaan efektif** adalah permintaan terhadap suatu barang yang disertai dengan kemampuan untuk membayar harga barang tersebut.
2. **Permintaan absolut** adalah permintaan terhadap suatu barang yang tidak disertai dengan kemampuan untuk membayar harga barang tersebut.
3. **Permintaan potensial** adalah permintaan yang memiliki kemampuan membeli namun tolak dengan segera melaksanakan pembelian.
Keadaan ini merupakan potensi permintaan.

Pembagian lain, permintaan dapat dibedakan dari jumlah pemintanya :

1. **Permintaan Individual** adalah permintaan yang berasal dari perseorangan atau individu.
Permintaan ini dipengaruhi oleh nilai yang dikaitkan dengan perolehan dan penggunaan barang dan jasa yang bersangkutan serta kemampuan untuk memperolehnya.
2. **Permintaan pasar** adalah penjumlahan gabungan dari permintaan-permintaan individual atau pribadi yang ada di pasar tersebut.

Permintaan juga dapat dibedakan lagi yaitu :

- 1. Permintaan negatif.**
Semua atau sebagian terbesar dari segmen pasar potensial yang penting tidak menyukai produk atau jasa yang ditawarkan, bahkan mereka bersedia membayar untuk menghindarinya.
- 2. Tidak ada permintaan.**
Berarti orang itu tidak berminat sama sekali terhadap penawaran suatu produk atau jasa.
- 3. Permintaan Latent.** Bilamana sebagian besar orang-orang mempunyai kebutuhan yang kuat akan sesuatu yang tidak ada dalam bentuk barang atau jasa yang nyata. Permintaan ini memberikan kesempatan pada manajer untuk mengembangkan produk atau jasa yang dibutuhkan oleh orang-orang.
- 4. Permintaan menurun.**
Suatu keadaan dimana permintaan untuk suatu produk atau jasa itu semakin berkurang dari tingkat sebelumnya, dan diperkirakan akan menurun terus jika tidak dilakukan usaha-usaha untuk memperbaiki pasar yang dituju, penawaran dan usaha-usaha pemasaran.
- 5. Permintaan tidak teratur.**
Suatu keadaan dimana pola permintaan pada saat tertentu dipengaruhi oleh fluktuasi musim atau hal-hal lain.
- 6. Permintaan penuh.**
Suatu keadaan dimana tingkat dan saat permintaan yang sekarang sama dengan tingkat dan saat permintaan yang diharapkan.
- 7. Permintaan berlebihan.** Suatu keadaan dimana permintaan lebih besar dari penawarannya.
- 8. Permintaan tidak sehat.**
Suatu jenis produk atau jasa yang permintaannya dinilai kurang baik dari segi kesejahteraan konsumen, kemakmuran masyarakat atau penyediannya.

1.4 FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN

- a. Harga barang itu sendiri (P_x)**
- b. Jumlah penduduk (pen)**
- c. Tingkat pendapatan per kapita (Y/cap)**
- d. Selera atau kebiasaan dalam permintaan (sel)**
- e. Perkiraan harga di masa mendatang (P_p)**
- f. Harga barang lain (P_y)**
- g. Distribusi pendapatan (Y_{dist})**
- h. Usaha-usaha produsen meningkatkan penjualan ($prom$)**

A. Harga barang itu sendiri

1. jika harga suatu barang semakin murah, maka permintaan suatu barang tersebut semakin bertambah.
2. Dan hal ini akan membawa kita ke hukum permintaan (bila harga suatu barang itu naik), maka jumlah barang tersebut yang diminta akan berkurang dan sebaliknya.

B. Jumlah penduduk

Jumlah penduduk adalah jumlah manusia yang bertempat tinggal atau berdomisili pada suatu wilayah atau daerah dan memiliki mata pencaharian tetap di daerah tersebut serta tercatat secara sah berdasarkan peraturan yang berlaku di daerah tersebut. Pencatatan atau pengkategorian seseorang sebagai penduduk biasanya berdasarkan usia yang telah ditetapkan.

Mari ambil contoh berikut :

Sebagai makanan pokok masyarakat Indonesia, maka permintaan beras berhubungan positif dengan jumlah penduduk. Semakin banyak jumlah penduduk itu, maka permintaan beras akan semakin banyak atau meningkat.

C. Tingkat Pendapatan per Kapita

Pendapatan perkapita adalah besarnya pendapatan rata-rata penduduk di suatu negara, yang diperoleh dari hasil pembagian pendapatan nasional suatu negara dengan jumlah penduduk negara tersebut. Biasanya pendapatan perkapita sering disebut dengan PDB (Produk Domestik Bruto) perkapita. Tingkat pendapatan perkapita dapat mencerminkan daya beli suatu barang. Semakin tinggi tingkat pendapatan tersebut, maka semakin kuat daya belinya serta permintaan terhadap suatu barang itu meningkat.

D. Selera atau Kebiasaan

Selera adalah kemauan yang sesuai dengan keinginan diri sendiri terhadap suatu barang. Selera atau kebiasaan juga dapat mempengaruhi permintaan suatu barang tersebut. Misalnya; walaupun harganya sama, permintaan beras di wilayah Maluku lebih rendah dibanding dengan Sumatera Utara. Mengapa? Karena orang Maluku lebih menyukai sagu, sebaliknya orang Sumatera Utara selain lebih menyukai beras, ada kebiasaan (adat) yang membutuhkan beras, terutama dikalangan masyarakat Batak, pada suatu acara pernikahan.

E. Perkiraan Harga di masa mendatang

Perkiraan itu adalah ramalan harga di masa depan bisa saja meningkat. Karena jika perkiraan harga di masa depan mahal maka konsumen akan berlomba-lomba untuk membeli dan dijual kembali di masa mendatang agar mendapatkan untung, jika pada masa depan harga turun maka permintaan konsumen akan biasa saja atau stabil.

Seperti dalam hukum permintaan yang berbunyi :

“Semakin turun tingkat harga, maka akan semakin banyak jumlah barang yang tersedia diminta oleh konsumen, dan sebaliknya semakin naik tingkat harga, maka semakin sedikit jumlah barang yang tersedia diminta, dan sebaliknya semakin naik tingkat harga semakin sedikit jumlah barang tersedia diminta”. Bila kita memperkirakan bahwa suatu barang akan naik, adalah lebih baik membeli barang itu sekarang, sehingga mendorong orang untuk membeli lebih banyak barang saat ini untuk menghemat belanja di masa mendatang.

F. Harga barang lain

1. Harga barang lain juga sering mempengaruhi permintaan suatu barang, tetapi kedua macam barang tersebut mempunyai keterkaitan. Keterkaitan dua macam barang dapat bersifat substitusi (pengganti) dan bersifat komplemen (pelengkap)
2. Contoh barang Substitusi adalah daging ayam = daging sapi, ikan = tempe
3. Contoh barang pelengkap adalah mobil = bensin

G. Distribusi pendapatan

Tingkat pendapatan perkapita bisa memberikan kesimpulan yang salah bila distribusi pendapatan buruk. Artinya sebagian kecil kelompok masyarakat menguasai “kue” perekonomian. Jika distribusi pendapatan buruk, berarti daya beli secara umum melemah sehingga permintaan terhadap suatu barang tersebut menurun.

H. Usaha-usaha produsen meningkat penjualan

1. Bujukan para penjual kepada konsumen untuk membeli barang tersebut besar sekali peranannya dalam mempengaruhi masyarakat.
2. Misalnya : lewat iklan, pemberian hadiah, pemberian diskon, dan pemberian potongan harga.

1.5 MODEL DAN TEORI PERMINTAAN

Model Permintaan digunakan untuk menentukan harga dan kualitas yang terjual di pasaran. Model ini sangat penting untuk melakukan analisa ekonomi mikro terhadap perilaku para penjual dan pembeli. Model ini memperkirakan bahwa dalam suatu pasar yang kompetitif, harga akan berfungsi sebagai penyeimbang antara kuantitas yang diminta oleh konsumen dan kuantitas yang ditawarkan oleh produsen, sehingga terciptalah keseimbangan ekonomi antara harga dan kuantitas.

Teori Permintaan, dalam prakteknya permintaan seseorang atau masyarakat terhadap suatu barang atau jasa dipengaruhi beberapa faktor karena dibutuhkan. Barang dan jasa mempunyai harga atau nilai, karena barang tersebut berguna dan langka. Kegunaan (utility) suatu barang akan menimbulkan keinginan, dan pada gilirannya akan membutuhkan permintaan. Sebaliknya kelangkaan suatu barang mendorong beberapa orang untuk memanfaatkan kelangkaan itu dengan cara menjualnya, sehingga kelangkaan menimbulkan penawaran.

Jika ditarik kesimpulan, bahwa kegunaan menimbulkan permintaan dan kelangkaan menimbulkan penawaran atau karena bergunalah suatu barang diminta dan karena langkalah suatu barang ditawarkan.

1.6 KURVA PERMINTAAN

Kurva Permintaan atau Demand curve merupakan grafik atau garis yang menggambarkan hubungan antara harga dengan jumlah komoditas yang ingin dan dapat dibeli konsumen. Kurva ini digunakan untuk memperkirakan perilaku dalam pasar kompetitif dan seringkali digabung dengan kurva penawaran untuk memperkirakan titik ekuilibrium (saat jumlah penawaran dan permintaan sama).

Eratnya hubungan yang ada antara harga dan permintaan pada gilirannya akan menunjukkan hubungan yang erat yang ada antara harga dan jumlah barang yang diminta. Tetapi sebelum membicarakan hal itu lebih jauh, maka yang lebih penting adalah mengetahui terlebih dahulu apakah sebenarnya permintaan itu. Permintaan akan sesuatu jenis barang adalah jumlah-jumlah itu yang pembeli atau para pembeli bersedia membelinya pada tingkat harga yang berlaku pada suatu pasar serta waktu tertentu.

Ada beberapa hal ini penting yang dapat dilihat dari definisi permintaan diatas itu. Pertama adalah bahwa permintaan merupakan sederetan angka yang menunjukkan banyaknya satuan barang yang diminta pada pelbagai tingkat harga. Hal kedua yang terpenting adalah bahwa barang yang diselidiki dalam suatu pembicaraan mengenai permintaan adalah satu jenis barang saja, dan bahwa permintaan itu terjadi di pasar serta waktu yang juga tertentu.

Barang permintaan akan sesuatu jenis barang adalah jumlah-jumlah itu yang pembeli (atau para pembeli) bersedia membelinya pada tingkat harga yang berlaku pada suatu pasar serta waktu tertentu. Ada beberapa hal penting yang dapat dilihat dari definisi permintaan diatas itu.

Ciri-ciri Kurva Permintaan

Sesuai dengan hukum permintaan, maka bentuk kurva permintaan adalah miring atau membentuk lereng, dari kiri atas ke kanan bawah atau dari kanan bawah ke kiri atas.

Ciri-cirinya :

1. Bergerak dari kiri atas ke kanan bawah.
2. Kurva berbentuk garis lurus
3. Kurva bergerak ke kanan, menunjukkan peningkatan permintaan terhadap suatu barang.

Gerakan-gerakan Kurva Permintaan

Ada suatu hal yang penting sekali untuk diperhatikan, yaitu memahami perbedaan antara istilah permintaan dan istilah jumlah yang diminta. Hal ini sering sekali menimbulkan kesalahpahaman sebab kebanyakan orang menganggapnya sama. Sampai dengan saat ini pun masih sering terdengar orang yang mengatakan :“naiknya harga sesuatu barang akan menurunkan permintaan orang akan barang itu”. Pernyataan itu salah sebab dalam persoalan seperti itu, bukan permintaan (demand) yang berubah (dalam hal ini: turun), melainkan jumlah yang diminta (quantity demand). Ada perbedaan yang jelas antara kedua istilah tersebut. Perbedaan pengertian seperti itu timbul karena adanya perbedaan pengertian masalah perubahan atau gerakan kurva permintaan.

Gerakan kurva permintaan yang dimaksudkan disini adalah :

- a. Gerakan didalam kurva permintaan (shift along the demand curve), dan
- b. Gerakan seluruh kurva permintaan (shift of the demand curve)

Perubahan permintaan dapat dilihat adanya pergeseran kurva permintaan, baik pergeseran permintaan meningkat (dari D ke D_n), maupun pergeseran menurun (D ke D_t). pergeseran kurva permintaan seperti inilah yang disebut perubahan permintaan itu. Ada banyak sebab mengapa kurva permintaan dapat bergeser seperti itu. Di antara sebab-sebab itu terdapatlah :

- a. Tingkat pendapatan per kapita (per capita income)
- b. Cita rasa atau selera (taste) konsumen terhadap barang itu
- c. Harga barang lain , terutama barang pelengkap dan barang pengganti
- d. Harapan atau perkiraan konsumen terhadap harga barang yang bersangkutan

Hal yang pertama menyebabkan terjadinya perubahan jumlah yang diminta, sedangkan hal yang kedua itu menyebabkan terjadinya perubahan permintaan.

Namun, untuk lebih jelasnya, disebutkan bahwa bentuk kurva permintaan itu turun miring ke kanan adalah sebagai berikut :

- a. Kalau terjadi penurunan harga:
 - 1) Mereka yang dahulu, sebelum harga barang yang bersangkutan turun, tidak dapat membelinya, kini sesudah turunnya harga, orang akan meninggalkan membeli barang lain untuk berganti membeli barang yang harganya sudah turun itu. Bertambahnya jumlah barang yang diminta karena adanya penggantian seperti ini disebut substitution effect (efek bergantian).
 - 2) Jika terjadi penurunan harga, tiap-tiap orang akan cenderung membeli lebih banyak. Misalkan bahwa pada suatu saat harga air adalah sedemikian mahal, cholis akan membeli air jumlah yang cukup untuk diminumnya saja. Namun, jika harga air itu turun lagi, mungkin ia akan membeli lebih banyak untuk berwudhu dan mandi ataupun untuk memandikan hewan peliharaan, sedangkan kalau harga turun pula lagi, ia bahkan akan menyiram tanaman-tanaman dengan air yang dibelinya itu pula. Demikianlah contoh turunnya harga sesuatu akan menyebabkan orang membeli lebih banyak karena kini ia menjadi relatif lebih banyak untuk barang yang bersangkutan daripada sebelumnya. Bertambahnya jumlah barang yang

diminta karena naiknya pendapatan konsumen seperti ini disebut income effect (efek pendapatan).

b. Kalau terjadi kenaikan harga:

- 1) Setiap orang akan merasa lebih miskin untuk barang itu (merasa lebih miskin menurut ukuran harga barang itu) sekalipun pendapatan uangnya, misalnya tidak mengalami perubahan. Karena perasaan lebih miskin inilah, mereka akan mengurangi pembeliannya akan barang yang diminta itu turun karena adanya income effect.
- 2) Untuk menutup kebutuhannya akan barang yang sudah mereka kurangi pembeliannya itu. Mereka akan menggantinya dengan barang yang lain yang dipandanginya sesuai (misalnya, jika harga kopi naik, maka ada orang yang akan berhenti minum kopi dan menggantinya dengan teh; bahkan jika harga beras naik hingga tak terbeli, orang mungkin akan berpindah makan jagung atau bahkan gaplek). Disini, keberadaan barang pengganti atau barang substitusi itulah yang mendorong konsumen untuk mengurangi permintaannya sehingga dikatakanlah bahwa efek substitusi yang bekerja menurunkan jumlah barang yang diminta konsumen itu.

Demikianlah hubungan berlawanan arah antara harga satuan P dan jumlah yang diminta Q (sehingga kurva permintaan turun ke kanan bawah) terjadi karena bekerjanya efek pendapatan dan efek substitusi.

Ada suatu hal yang penting untuk diperhatikan, yaitu memahami perbedaan antara istilah permintaan dan istilah jumlah yang diminta. Hal ini sering sekali menimbulkan kesalahpahaman sebab kebanyakan orang menganggapnya sama. Sampai dengan saat inipun masih sering terdengar orang yang mengatakan; naiknya harga sesuatu barang akan menurunkan permintaan orang akan barang itu;. Pernyataan tersebut salah satu sebab dalam persoalan seperti itu, (*demand*) yang berubah (dalam hal ini turun), melainkan jumlah yang diminta. Ada perbedaan yang jelas antara kedua istilah itu. Perbedaan pengertian seperti itu timbul karena adanya perbedaan pengertian masalah perubahan atau gerakan kurva permintaan.

Pergeseran Kurva Permintaan

Sesuai dengan hukum permintaan,

Kurva permintaan dapat bergeser ke kanan atau ke kiri, jika keadaan lain *ceteris paribus* (istilah *ceteris paribus* seringkali digunakan, yaitu sebagai suatu asumsi untuk menyederhanakan beragam formulasi dan deskripsi dari berbagai anggapan ekonomi) tidak penuh.

Apabila pendapatan seseorang bertambah, maka permintaan barang cenderung bertambah, sehingga kurva bergeser ke kanan. Tapi sebaliknya, apabila pendapatan seseorang turun, maka permintaan juga turun, hal ini dikarenakan menggesernya kurva ke arah kiri. Hal yang sebaliknya terjadi didalam panel sehubungan dengan barang mewah. Pada awalnya, jumlah barang mewah yang diminta bergerak lambat dengan meningkatnya tingkat

pendapatan masyarakat, untuk kemudian semakin tinggi tingkat pendapatan, menjadi semakin dikonsumsi oleh orang. Mesin cuci misalnya, atau barang mewah lainnya.

Hal pertama yang menyebabkan terjadinya pergeseran kurva permintaan adalah perubahan pendapatan nyata per kapita konsumen atau masyarakat. Hampir untuk setiap orang dan hampir untuk setiap barang, semakin besarnya pendapatan selalu berarti semakin besarnya permintaan konsumen tersebut terhadap barang itu.

Hal kedua yang menyebabkan terjadinya pergeseran kurva permintaan adalah taste atau selera atau cita rasa konsumen terhadap segala sesuatu itu, pada lazimnya, senantiasa berubah dari waktu ke waktu. Jika saja pada suatu waktu selera masyarakat terhadap sepeda motor meningkat, misalnya, sudahlah pasti bahwa jumlah sepeda motor yang diminta masyarakat akan bertambah pula, sekalipun harganya tidak turun. Sebaliknya, jika selera masyarakat terhadap barang tersebut turun, maka hal yang sebaliknya yang terjadi, yakni jumlah sepeda motor yang diminta akan merosot, sekalipun harga jualnya tidak naik.

Hal ketiga adalah perubahan harga barang lain (price of related goods), khususnya barang-barang substitusi (pengganti) dan barang-barang pelengkap (komplementer). Misalnya terjadi kenaikan harga daging ayam disuatu daerah, sedangkan masyarakat di daerah tersebut amat suka makan daging ayam itu (artinya daging ayam adalah produk penting). Kenaikan harga ayam itu akan menyebabkan konsumen mengurangi permintaannya akan daging ayam dan sebagai gantinya, mereka akan membeli pengganti atau substitusinya, yakni daging sapi. Demikianlah, permintaan akan daging sapi tiba-tiba meningkat sekalipun para produsennya tidak menurunkan harga. Kurva asal permintaan daging sapi D bergeser ke kanan (dan/atau ke atas) menjadi kurva D' .

Hal yang terakhir, yakni yang keempat adalah mengenai perkiraan masyarakat. Maksudnya adalah ekspektasi konsumen terhadap harga barang dimasa mendatang, yakni apakah harga itu akan naik, turun, atau tetap. Perkiraan itu amat menentukan. Misalkanlah kita sedang menganalisis permintaan akan mobil. Jika para konsumen mengira bahwa harga mobil akan naik bulan depan, permintaan mobil sekarang akan tiba-tiba naik karena mereka akan segera membeli sebelum harga barang itu betul-betul naik nanti.

Demikianlah, kurva permintaan suatu barang akan berubah searah dengan ekspektasi masyarakat terhadap harga barang yang bersangkutan.

Variabel-variabel yang mempengaruhi permintaan

$$Q_x = f(P_x, A_x, D_x, O_x, I_c, T_c, E_c, P_y, A_y, D_y, O_y, N, W, G, \dots)$$

Dengan keterangan seperti berikut:

Q_x = jumlah barang X yang diminta

P_x = harga barang X per unit

A_x = advertensi barang X

D_x = desain barang X

O_x = outlet (tempat menjual) barang X

I_c = income (pendapatan) konsumen

T_c = taste (selera atau cita rasa) konsumen

E_c = expectation (harapan) konsumen

- Py = harga barang Y per unit
Ay = advertensi barang Y
Dy = desain barang Y
Oy = outlet (tempat menjual) barang Y
N = number (jumlah) penduduk
W = weather (cuaca)
G = kebijakan pemerintah (Government)

1.6 PERMINTAAN PASAR

Apasih permintaan pasar itu? Permintaan pasar merupakan penjumlahan seluruh permintaan yang dihadapi oleh semua firm atau perusahaan secara individual. Apabila kurva-kurva permintaan individual itu dijumlahkan, maka akan didapatkan sebuah kurva permintaan pasar atau market demand curve.

Permintaan pasar bagi sesuatu barang tertentu tidak lebih daripada penjumlahan horizontal atau mendatar secara aritmetris beberapapermintaan individual yang dihadapi oleh setiap produsen atau perusahaan. Dengan kata lain, jumlah yang diminta di pasar pada setiap tingkat harga adalah penjumlahan semua jumlah individual yang diminta pada tingkat harga tersebut. Sebenarnya apabila semua firm atau perusahaan itu menyebar secara menyeluruh atau merata dan tingkat efisiensi mereka pun merata pula, maka permintaan pasar akan sama dengan satu permintaan individual dikalikan dengan jumlah produsen. Namun, oleh karena penyebaran dan efisiensi kurang atau tidak merata setiap pengusaha itu berbeda satu sama lain, maka penjumlahanlah yang dilakukan untuk mendapatkan permintaan pasar.

Permintaan pasar merupakan hasil penjumlahan secara aritmetis dari semua permintaan yang dihadapi oleh produsen individual. Maka kurva permintaan pasar pun merupakan penjumlahan aritmetis dari kurva-kurva permintaan individual. Kurva-kurva individual tersebut dijumlahkan secara jorizontal (mendatar) bukan vertikal (tegak). Sebab karena penjumlahan yang dimaksud adalah penjumlahan kuantitas, buka penjumlahan harga; kuantitas digambarkan atau diukurkan pada sumbu datar, dan harga diukurkan pada sumbu tegak atau sumbu vertikal.

Demikianlah, kurva permintaan pasar merupakan penjumlahan horizontal secara aritmetis dari semua kurva permintaan yang dihadapi oleh seluruh produsen individual.

1.7 FAKTOR YANG TIDAK BERLAKU UNTUK FUNGSI PERMINTAAN

Faktor-faktor tersebut akan mempengaruhi pergeseran kurva permintaan. Namun demikian ada tiga macam barang yang tidak berlaku untuk kurva permintaan ini, yaitu:

a. Barang Griffen

Barang Griffen adalah barang inferior atau barang dengan kualitas rendah yang efek pendapatannya lebih besar daripada efek substitusinya, contoh barang tiruan, barang mudah rusak.

b. Barang Spekulasi

Barang Spekulasi adalah barang yang diharapkan dimasa mendatang akan mengalami kenaikan harga. Kenaikan harga sekarang justru diikuti dengan kenaikan permintaan, contoh emas atau perhiasan lainnya ataupun barang antik.

c. Barang Prestise

Barang Prestise adalah barang-barang yang memiliki harga tinggi dan konsumen bersedia untuk membayar barang tersebut karena unsur prestise (tinggi). Biasanya barang-barang prestise ini hanya dicari oleh para kolektor barang dunia. Misal pakaian bekas milik orang kenamaan atau orang terkenal, lukisan karya pelukis yang terkenal, dan lain sebagainya.

Ditarik kesimpulan bahwa perubahan jumlah barang yang yang diminta merupakan pencerminan dari adanya gerakan sepanjang kurva permintaan, dan gerakan ini terjadi karena adanya perubahan harga barang itu sendiri.

Diantara sebab-sebab tersebut terdapatlah empat (4) keterangan yaitu sebagai berikut :

- a. Tingkat pendapatan per kapita masyarakat.
- b. Cita rasa atau selera konsumen terhadap barang itu.
- c. Harga barang lain, terutama barang pelengkap dan barang pengganti.
- d. Harapan atau perkiraan konsumen terhadap harga barang yang bersangkutan.

1.7 PENGERTIAN FUNGSI PERMINTAAN

Fungsi permintaan adalah fungsi yang menunjukkan hubungan atau kolerasi antara variabel harga (dinotasikan dengan huruf p) dengan variabel jumlah barang yang diminta (dinotasikan dengan huruf Q).

Fungsi permintaan mengikuti hukum permintaan yang menyatakan bahwa semakin rendah harga suatu barang, maka semakin banyak jumlah barang tersebut yang ingin diminta. Sebaliknya, semakin tinggi harganya, semakin sedikit jumlah barang yang ingin diminta (ceteris paribus). Ceteris paribus adalah suatu asumsi atau anggapan bahwa semua faktor lain yang turut mempengaruhi permintaan dianggap konstan atau tidak berubah. Jadi melalui fungsi permintaan, dapat diketahui hubungan antara variabel bebas (independent variable) yaitu harga dan variabel tidak (dependet variabel) yaitu jumlah barang yang diminta, dengan asumsi faktor-faktor lain tetap.

Dengan demikian, hubungan antara harga barang dengan jumlah barang yang diminta adalah negatif. Bentuk umum fungsi permintaan dapat dinyatakan dengan persamaan sebagai berikut:

$$Q_d = f(p)$$

Q_d = jumlah barang yang diminta

$F(p)$ = fungsi dari harga

Secara sederhana jika fungsi permintaan adalah linear, maka dapat dinyatakan dengan persamaan seperti berikut :

$$Q_d = a - b P \text{ atau}$$

$$P = (a/b) - (Q_d/b)$$

Dengan keterangan :

Q_d = jumlah barang yang diminta

P = harga barang per unit

a = konstanta (berupa angka)

b = gradien atau kemiringan

Adapun syarat mutlak fungsi permintaan adalah :

A) Nilai a harus positif (+)

B) Nilai b harus negatif (-)

Secara sederhana linear, fungsi permintaan atau persamaan kurva penawaran dapat dicari dengan menggunakan rumus :

$$(P - P_1) / (P_2 - P_1) = (Q_d - Q_{d1}) / (Q_{d2} - Q_{d1})$$

Invers dari Fungsi Permintaan

Harga sebagai sebuah fungsi dari permintaan kuantitas

Contoh :

- **Fungsi Permintaan**

$$Q_{x4} = 10 - 2P,$$

- **Invers Fungsi Permintaan**

$$2P_x = 10 - Q_{x4}$$

$$P_x = 5 - 0,5 Q_{x4}$$

1.8 PERUBAHAN DAN PERGESERAN PERMINTAAN

Perubahan permintaan terjadi karena dua sebab utama, yaitu perubahan harga dan perubahan faktor *ceteris paribus*, misalnya pendapatan, selera, dan sebagainya (faktor nonharga).

Perubahan harga menyebabkan perubahan jumlah barang yang diminta, tetapi perubahan itu hanya terjadi dalam satu kurva yang sama. Ini yang disebut pergerakan permintaan sepanjang kurva permintaan (*movement along demand curve*).

Permintaan dikatakan naik, jika :

1. Orang atau masyarakat bersedia membeli jumlah yang lebih banyak, sekalipun harga barang itu tetap.
2. Orang atau masyarakat bersedia membeli jumlah barang yang tetap, sekalipun harga barang itu sudah naik.

Permintaan dikatakan turun, jika :

1. Orang atau masyarakat bersedia membeli jumlah yang lebih sedikit, sekalipun harga barang itu tidak berubah atau tetap.
2. Orang atau masyarakat bersedia membeli jumlah barang yang tetap, sekalipun harga barang itu turun.

1.8 ELASTISITAS PERMINTAAN

Elastisitas permintaan merupakan suatu ukuran kepekaan jumlah barang yang diminta jika harganya berubah. Ada enam (6) hal yang mempengaruhi elastisitas permintaan suatu barang, mari lihat keenam hal tersebut dibawah ini satu demi satu :

- a. **TERSEDIANYA BARANG PENGGANTI** (substitutability)
Semakin banyaknya serta baik barang pengganti yang dimiliki oleh suatu barang tertentu, maka semakin elastis permintaannya. Sebaliknya, jika semakin sedikit dan atau tidak memiliki barang pengganti yang tersedia untuknya, maka semakin inelastis permintaannya. Jelaslah bahwa jika peranan suatu barang dapat dengan mudah digantikan oleh barang lain, maka ketika harganya naik, orang akan segera berpindah untuk menggunakan barang penggantinya itu saja dan meninggalkan pemakaian barang yang harganya naik itu sehingga permintaan barang yang harganya naik tersebut merosot. Sebaliknya, jika barang itu tidak mempunyai barang pengganti, atau mempunyai, tetapi tidak begitu baik, maka ketika harga naik, orang tidak akan segera berpikir untuk meninggalkan pemakaiannya serta menggantikannya dengan barang lain. Orang tidak akan menggantikan barang yang harganya telah naik itu dengan barang lain karena memang barang itu tidak memiliki pengganti yang baik.
- b. **PENTINGNYA BAGI KEHIDUPAN** (urgency)
Semakin penting arti suatu barang bagi kehidupan manusia, semakin inelastis permintaannya. Sebaliknya, semakin tidak penting arti barang tersebut bagi kehidupan manusia, maka semakin elastis permintaannya. Barang yang penting tentu orang tidak akan meninggalkannya. Jika harga naik, orang akan berpikir untuk tetap membelinya.

Demikianlah jika harganya turun, orang tidak akan memborong dengan membelinya terlalu banyak sebab biasanya kebutuhan orang akan barang perlu itu sudah tertentu jumlahnya. Akibatnya, jumlah yang diminta tidak akan banyak berpengaruh oleh perusahaan harganya, naik maupun turun. Dengan kata lain, permintaannya inelastis atau tidak peka terhadap perubahan harga. Sebaliknya, barang yang tidak penting tidak akan banyak diperhatikan orang. Lagi pula, biasanya orang tidak akan menetapkan sejumlah tertentu barang tidak penting itu untuk mereka miliki atau disediakan dirumah atau malah menjadi barang rongsokan. Jika hargnay naik, maka dengan mudah orang akan memutuskan untuk tidak membelinya, dan barulah jika harganya turun orang akan membelinya. Itu berarti bahwa jumlahnya yang diminta akan sangat berpengaruh oleh perubahan harganya. Dengan kata lain, permintaannya sangat elastis atau peka terhadap harga.

c. **MAHALNYA BARANG ITU** (expensiveness)

Semakin mahal harga barang tersebut, semakin elastislah permintaannya. Barang yang berharga murah lebih memudahkan konsumen membelinya. Jika harga naik, kenaikan itu belum akan mengganggu anggaran konsumen secara signifikan sehingga mereka akan tetap membelinya. Sebaliknya, jika harganya turun, penurunannya itupun juga tidak banyak sehingga tidak akan secara signifikan menguntungkan anggaran konsumen. Dengan demikian mereka akan sedikit saja menambah pembelian mereka. Dengan kata lain, permintaan akan barang yang murah harganya ini adalah inelastis.

d. **SERBAGUNANYA BARANG ITU** (versatility)

Semakin serba guna, maka semakin inelastislah permintaan, dan semakin sedikit fungsi suatu barang maka semakin elastislah permintaan suatu barang.

Barang yang serba guna, yakni luas kemungkinan penggunaannya akan sangat dibutuhkan. Jika orang tidak memerlukannya untuk suatu keperluan, maka barang serba guna itu bisa dipakai untuk keperluan yang lain. Jika barang serba guna ini harganya naik, maka konsumen akan sulit untuk meninggalkannya karena barang tersebut banyak fungsinya itu. Jika harganya turun, maka konsumen juga tidak akan membeli banyak-banyak karena biasanya konsumen membatasi jumlah barang ditempat tinggalnya itu. Sebaliknya jika barang yang sempit penggunaannya mengalami kenaikan harga, konsumen akan berpikir untuk tidak lagi memakai barang itu karena hanya sedikit saja keperluannya yang akan terganggu karenanya. Jika harganya turun, jelaslah konsumen akan segera membelinya karena sekalipun sedikit ada juga guna barang itu.

e. **SIFAT TAHAN LAMANYA DARI BARANG ITU** (durability)

Barang memiliki sifat-sifat salah satunya adalah seberapa tahan lamakah barang itu digunakan untuk sehari-hari. Semakin tahan lama barang itu digunakan, maka semakin elastislah permintaan terhadapnya, dan demikian pula sebaliknya. Semakin tidak tahan lama suatu barang, maka semakin inelastis pula lah permintaan terhadapnya. Untuk barang tahan lama, jika terjadi kenaikan harga, orang masih dapat menanggukuhkan pembeliannya, atau dengan kata lain. Jika harga naik, orang tidak akan membelinya lagi sebab barang tersebut masih bisa dipakai dan karena sifat tahan lamanya itu. Sebaliknya dengan barang yang tidak tahan lama, tidak diperlakukan sedemikian rupa.

f. **WAKTU** (time)

Permintaan cenderung lebih inelastis atau tidak peka dalam jangka waktu yang pendek daripada dalam jangka panjang. Semakin banyak waktu yang dimiliki konsumen untuk mereaksi perubahan harga, semakin elastislah permintaan barang itu. Secara konseptual, waktu yang lebih panjang memungkinkan konsumen untuk mencari pengganti barang tersebut. Demikianlah, semakin banyak konsumen memiliki waktu untuk mereaksi perubahan harga, semakin elastis atau pekalah permintaan akan barang tersebut terhadap perubahan harga. Sebaliknya, semakin sedikit waktu yang dimiliki oleh konsumen untuk mereaksi perubahan harga, semakin inelastis atau tidak pekalah permintaannya terhadap suatu perubahan harga.

1.9 KOEFISIEN ELASTISITAS PERMINTAAN

A. Elastisitas Permintaan Sendiri

Dengan adanya koefisien elastisitas permintaan sendiri ini, akan menjadi sangat mudahlah bagi setiap orang untuk melihat barang manakah yang lebih elastis, dan manakah yang kurang elastis atau inelastis.

Adapun lima kriteria untuk koefisien elastisitas permintaan dapat diterangkan sebagai berikut:

1. Koefisien elastisitas permintaan yang besarnya tak terhingga adalah untuk barang yang jumlahnya yang diminta berubah-ubah sekalipun tidak ada perubahan harga, atau dengan kata lain, pada tingkatan harga yang sama dapat diminta jumlah barang yang berbeda. Artinya adalah bahwa sekalipun tiada perubahan harga, jumlah barang yang diminta dapat juga berubah-ubah.
2. Koefisien elastisitas permintaan yang lebih besar dan satu adalah untuk barang yang sedikit saja harganya berubah sudah cukup untuk menyebabkan terjadinya perubahan yang berarti pada jumlah barang yang diminta atau dengan kata lain, jumlah barang yang diminta sangat dipengaruhi oleh perubahan harga.
3. Koefisien elastisitas permintaan yang sama dengan satu, ialah elastisitas satu atau unit elasticity merupakan untuk barang yang perubahan jumlahnya yang diminta sebanding dengan perubahan harga.
4. Koefisien elastisitas permintaan yang besarnya lebih kecil dari satu tetapi lebih besar dari nol. Yaitu permintaan yang inelastis, adalah untuk barang yang perubahan harganya tidak seberapa banyak menyebabkan perubahan pada jumlahnya yang diminta atau dengan kata lain, perubahan jumlah yang diminta sedikit saja terpengaruh oleh perubahan harganya.
5. Koefisien elastisitas permintaan yang besarnya sama dengan nol, ialah permintaan yang inelastis sempurna untuk barang yang perubahan harganya tidak berpengaruh sama sekali terhadap jumlahnya yang diminta atau dengan kata lain, jumlah yang tertentu akan tetap diminta orang sekalipun harganya berubah-ubah.

B. Elastisitas Permintaan Silang

Elastisitas permintaan silang merupakan elastisitas permintaan yang tidak menyangkut satu jenis barang saja. Ada tiga bentuk hubungan antara harga dan jumlah yang diminta antar dua barang yang berlainan. Ketiga bentuk hubungan tersebut adalah hubungan saling bebas atau independen, hubungan penggantian, atau substitusi, dan hubungan saling melengkapi atau komplementer.

1. Hubungan saling bebas menyatakan bahwa jumlah suatu barang yang diminta sama sekali tidak dipengaruhi oleh perubahan harga barang lain.
2. Hubungan substitusi ini pada pokoknya dua barang dikatakan berhubungan substitusi jika berubahnya harga satu barang menyebabkan perubahan jumlah barang lain yang diminta, dengan perubahan yang searah. Hubungan ini disebut juga hubungan rivalitas atau persaingan karena seakan kedua jenis barang itu saling bersaing dalam melayani kebutuhan konsumen dalam membeli salah satu produk bersaing itu.
3. Hubungan komplementer atau pelengkap ini sama seperti hubungan yang ke-dua yakni hubungan substitusi diatas. Hubungan pelengkap ini memiliki pokok yaitu dua barang dikatakan berhubungan saling melengkapi jika berubahnya harga salah satu diantara keduanya menyebabkan perubahan jumlah barang lain yang diminta, dengan perubahan yang berlawanan arah. Hubungan ini disebut juga hubungan kooperatif atau hubungan kerja sama karena seakan kedua jenis barang itu bekerja sama dalam melayani kebutuhan manusia satau karena konsumen yang membeli salah satunya akan membeli yang lainnya juga.

Karena perubahan harga salah satu barang memiliki pengaruh pada jumlah barang lain yang diminta, tentu dapat dicari elastisitas permintaannya, yang dalam hal ini adalah elastisitas permintaan silang. Konsep elastisitas permintaan silang itu sama dengan elastisitas permintaan sendiri, hanya saja disini yang dibicarakan adalah mengenai dua barang.

C. Elastisitas Pendapatan

elastisitas pendapatan adalah ukuran yang menyebabkan kepekaan jumlah output yang diminta karena perubahan pendapatan konsumen. Maksudnya itu ialah apabila perubahan pendapatan konsumen naik, naik pula permintaan terhadap suatu barang tertentu.

KESIMPULAN

Dari penjelasan mengenai bab Mekanisme Pasar Permintaan ini, dapat diambil kesimpulan yaitu bahwa permintaan itu akan terjadi dan selalu terjadi apabila terdapat dua orang atau lebih yang saling berkaitan satu sama lain. Dua orang atau lebih yang saling berkaitan ini dinamakan konsumen yang melakukan permintaan dan produsen yang menangani permintaan konsumen tersebut. Setiap konsumen itu berbeda-beda, ada yang melakukan permintaan dan langsung dibeli, ada juga konsumen yang melakukan permintaan namun tidak membeli barang itu, ada juga konsumen yang membeli barang dari produsen itu lalu dijual kembali dengan harga yang berbeda selisih sedikit tidak jauh dari harga konsumen membeli pertama kali. Jika konsumen itu sudah nyaman dengan pelayanan permintaan kepada produsen, maka konsumen tersebut akan selalu membeli barang itu dari produsen yang membelinya itu, atau juga disebut konsumen tersebut berlangganan dengan produsen barang tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

https://www.academia.edu/9757569/MEKANISME_PASAR_PERMINTAAN_DAN_PENAWARAN

<https://ardra.biz/ekonomi/ekonomi-mikro/teori-hukum-dan-kurva-permintaan/>

<https://www.slideshare.net/mobile/mellykaiyo/em-safrida-mekanisme-pasar-permintaan-dan-penawaran>

<http://stimbedua.blogspot.com/2015/11/makalah-mekanisme-pasar-permintaan-dan.html>

<http://ekonominator.blogspot.com/2015/10/mikro-ekonomi-mekanisme-pasar.html>

<https://contohdanfungsi.blogspot.com/2013/03/macam-macam-permintaan.html?m=1>

<https://ukirama.com/en/blogs/apa-itu-harga-keseimbangan-dan-bagaimana-ara-menghitungnya>

Rosyid, Suherman. Pengantar Teori Ekonomi: Pendekatan kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro/Suherman Rosyidi.-Ed. Revisi-Cet.12.-Jakarta:Rajawali Pers, 2017.