

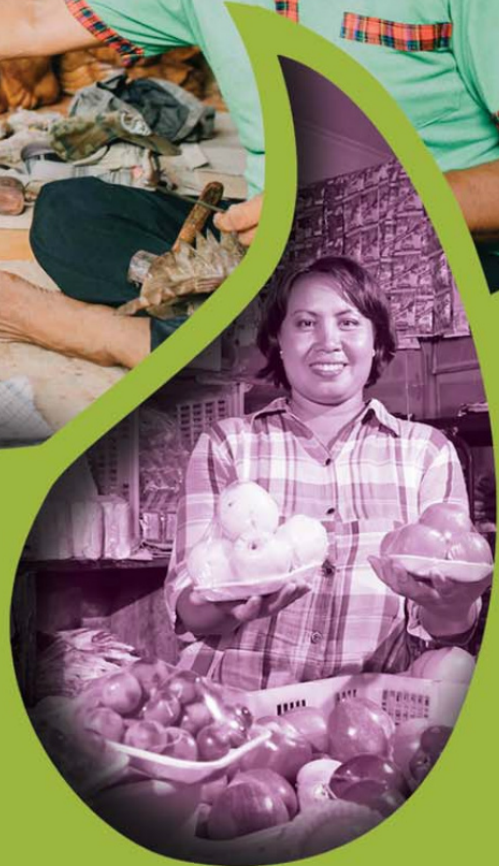
MODUL 4

Kebutuhan dan Peluangku untuk Sejahtera

ILMU PENGETAHUAN SOSIAL (IPS)
PAKET B SETARA SMP/MTs



Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi
Direktorat Jenderal Pendidikan Anak Usia Dini, Pendidikan Dasar, dan Pendidikan Menengah
Direktorat Pendidikan Masyarakat dan Pendidikan Khusus
Tahun 2021



MODUL 4

Kebutuhan dan Peluangku untuk Sejahtera

**ILMU PENGETAHUAN SOSIAL (IPS)
PAKET B SETARA SMP/MTs**



Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi
Direktorat Jenderal Pendidikan Anak Usia Dini, Pendidikan Dasar, dan Pendidikan Menengah
Direktorat Pendidikan Masyarakat dan Pendidikan Khusus
Tahun 2021



Hak Cipta © 2017 pada Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan
Dilindungi Undang-Undang

Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS) Paket B Tingkatan III Modul Tema 4 : Kebutuhan dan Peluangku untuk Sejahtera

■ **Penulis:** Dhyana Ainur Amalia, M.Pd.; Faiz Damayanti

■ **Diterbitkan oleh:** Direktorat Pembinaan Pendidikan Keaksaraan dan Kesetaraan-
Ditjen Pendidikan Anak Usia Dini dan Pendidikan Masyarakat-Kementerian Pendidikan dan
Kebudayaan, 2018

iv+ 32 hlm + ilustrasi + foto; 21 x 28,5 cm

ISBN 978-623-7450-83-2

Edisi Revisi Tahun 2021

Modul Dinamis: Modul ini merupakan salah satu contoh bahan ajar pendidikan kesetaraan yang berbasis pada kompetensi inti dan kompetensi dasar serta didesain sesuai kurikulum 2013. Selain itu modul ini merupakan dokumen yang bersifat dinamis dan terbuka lebar sesuai dengan kebutuhan dan kondisi daerah masing-masing, namun merujuk pada tercapainya standar kompetensi dasar.

Daftar Isi

Halaman Judul	i
Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	iv
Pengantar Modul	1
Petunjuk Penggunaan Modul	2
Tujuan yang Diharapkan Setelah Belajar Modul	2
UNIT 1 BUTUH ATAU INGIN	3
A. Uraian Materi	5
B. Prinsip Ekonomi bagi Produsen, Distributor, dan Konsumen	7
Lembar Kerja	7
Penugasan 1.1	8
Penugasan 1.2	8
Latihan 1	8
UNIT 2 AKU TAHU PROSESNYA	9
A. Kegiatan Produksi	10
B. Kegiatan Distribusi	12
C. Kegiatan Konsumsi	16
Penugasan 2	19
UNIT 3 PASAR TRADISIONAL VERSUS <i>ONLINE SHOP</i>	20
A. Permintaan (<i>Demand</i>)	20
B. Penawaran (<i>Supply</i>)	23
C. Pasar	24
Penugasan	30

Kata Pengantar

Pendidikan kesetaraan sebagai pendidikan alternatif memberikan layanan kepada masyarakat yang karena kondisi geografis, sosial budaya, ekonomi dan psikologis tidak berkesempatan mengikuti pendidikan dasar dan menengah di jalur pendidikan formal. Kurikulum pendidikan kesetaraan dikembangkan mengacu pada kurikulum 2013 pendidikan dasar dan menengah hasil revisi berdasarkan peraturan Mendikbud No.24 tahun 2016. Proses adaptasi kurikulum 2013 ke dalam kurikulum pendidikan kesetaraan adalah melalui proses kontekstualisasi dan fungsionalisasi dari masing-masing kompetensi dasar, sehingga peserta didik memahami makna dari setiap kompetensi yang dipelajari.

Pembelajaran pendidikan kesetaraan menggunakan prinsip *flexible learning* sesuai dengan karakteristik peserta didik kesetaraan. Penerapan prinsip pembelajaran tersebut menggunakan sistem pembelajaran modular di mana peserta didik memiliki kebebasan dalam penyelesaian tiap modul yang disajikan. Konsekuensi dari sistem tersebut adalah perlunya disusun modul pembelajaran pendidikan kesetaraan yang memungkinkan peserta didik untuk belajar dan melakukan evaluasi ketuntasan secara mandiri.

Tahun 2017 Direktorat Pembinaan Pendidikan Keaksaraan dan Kesetaraan, Direktorat Jenderal Pendidikan Anak Usia Dini dan Pendidikan Masyarakat mengembangkan modul pembelajaran pendidikan kesetaraan dengan melibatkan Pusat Kurikulum dan Perbukuan Kemdikbud, para akademisi, pamong belajar, guru dan tutor pendidikan kesetaraan. Modul pendidikan kesetaraan disediakan mulai paket A tingkat kompetensi 2 (kelas 4 Paket A), sedangkan untuk peserta didik Paket A usia sekolah, modul tingkat kompetensi 1 (Paket A setara SD kelas 1-3) menggunakan buku pelajaran Sekolah Dasar kelas 1-3, karena mereka masih memerlukan banyak bimbingan guru/tutor dan belum bisa belajar secara mandiri.

Kami mengucapkan terimakasih atas partisipasi dari Pusat Kurikulum dan Perbukuan Kemdikbud, para akademisi, pamong belajar, guru, tutor pendidikan kesetaraan dan semua pihak yang telah berpartisipasi dalam penyusunan modul ini.

Jakarta, Desember 2017

Direktur Jenderal

ttd

Harris Iskandar

UNIT 1 BUTUH ATAU INGIN

Pernahkah kalian ingin berjalan-jalan ke pusat perbelanjaan seperti supermarket atau mall? Apa yang akan diagendakan sepanjang waktu di sana? *Hang out* di gerai siap saji sambil ber wifi ria atau mencuci mata ditengah beragam produk fashion yang terkini? Ya, ada berbagai barang dan jasa ditawarkan di hadapan kita. Mata ini seolah dimanjakan oleh penawaran yang luar biasa dengan pilihan sangat bervariasi. Bagaimana sebaiknya kita bersikap?



sumber: www.blogveterinario.com

Kebutuhan dan Peluangku untuk Sejahtera

3



KEBUTUHAN DAN PELUANGKU UNTUK SEJAHTERA



Pengantar Modul

Pernahkah kita membayangkan kebutuhan hidup kita di masa depan? Atau kita hanya berkuat dengan kebutuhan hidup kita saat ini atau satu bulan kedepan, sehingga kita belum atau bahkan tidak pernah terlintas untuk hidup di masa kita sudah tua nanti. Masa tua seseorang masih menjadi sesuatu yang ditakutkan sebagian besar masyarakat Indonesia. Masa tua identik antara lain dengan tinggal di rumah, mengasuh cucu, hidup bergantung pada anak, dan pulang kampung, serta menghabiskan uang tabungan.

Tahukah Anda, masa tua kita nanti sangat tergantung pada bagaimana kita menyiapkannya. Besarnya penghasilan seseorang bukan jaminan untuk dapat menikmati masa tua dengan baik, sehingga seseorang masih harus bekerja untuk dapat memenuhi kebutuhan hidupnya atau bergantung pada orang lain.

Untuk itu, Anda perlu mempelajari modul “Kebutuhan dan Peluangku untuk Sejahtera” agar dapat menyiapkan masa depan dengan baik. Modul “Kebutuhan dan Peluangku untuk Sejahtera” akan terbagi dalam 4 sub tema atau topik bahasan, yaitu

1. Butuh atau Ingin, memuat penjelasan mengenai pentingnya menggunakan prinsip ekonomi untuk menjawab kelangkaan, kebutuhan, atau keinginan yang melandasi motif, dan tindakan ekonomi yang dilakukan;
2. Aku Tahu Prosesnya, memuat penjelasan proses produksi, distribusi, dan konsumsi dalam siklus ekonomi guna menyiapkan generasi yang siap menjadi pelaku ekonomi.
3. Pasar Tradisional versus Online Shop, menjelaskan hubungan antara permintaan, penawaran, harga dan transaksi perdagangan pada berbagai jenis pasar, baik pasar tradisional maupun online shop.;
4. Peluang Indonesia Sejahtera, menjelaskan bahwa Indonesia memiliki peluang sejahtera berupa potensi warga negara yang memahami kelangkaan dan kebutuhan sumber daya dikaitkan dengan permintaan, penawaran, harga, dan pasar.

Selain penjelasan mengenai materi, modul ini juga dilengkapi dengan latihan untuk menguji pemahaman dan penguasaan Anda terhadap materi yang telah dipelajari.

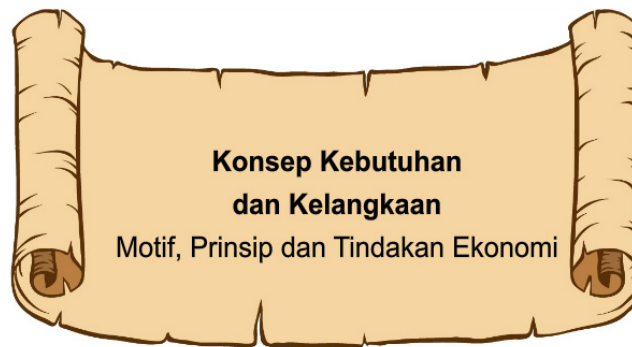
Berikut adalah beberapa realita tindakan ekonomi yang ada di sekitar kita cermatilah dan berikan pendapatmu:

NO	TINDAKAN	MOTIF
1		
2		
3		
4		
5		

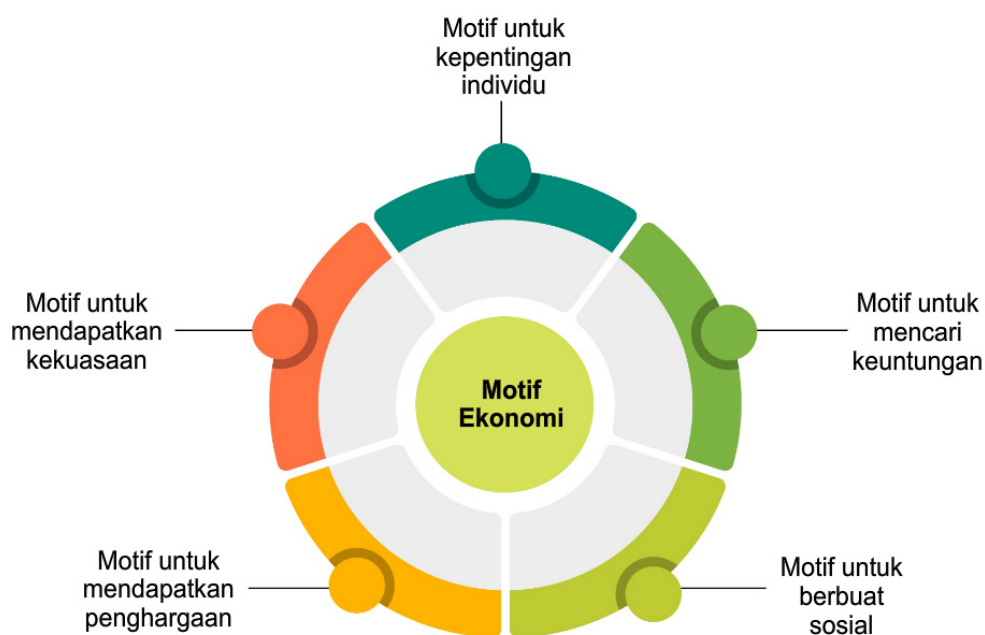
Setiap manusia apapun profesinya seharusnya mendasarkan tindakannya pada prinsip ekonomi sebagai dasar berpikir untuk melakukan tindakan ekonomi. Prinsip ekonomi mewajibkan kita berusaha mendapatkan hasil semaksimal mungkin dengan sumber daya yang ada.



A. Uraian Materi



Ketika sekelompok remaja memilih pernik-pernik lucu bagi perlengkapan sekolah, apakah yang ada dibenaknya? Berapa mereka harus mengeluarkan uang untuk mendapatkannya? Motif apakah ini? Ya, dalam ilmu ekonomi kita mengenal berbagai keinginan atau alasan yang melandasi seseorang melakukan suatu tindakan. Motif seseorang memilih suatu tindakan diharapkan sesuai dengan Prinsip Ekonomi. Hal ini penting agar setiap bentuk pengeluaran kita tidak melebihi pendapatan yang akan diterima. Tindakan ekonomi harus dilakukan secara rasional dengan pikiran dan akal yang sehat, bertanggung jawab, penuh kejujuran, dan santun.



Jadi, contoh di atas seseorang yang membeli aneka perlengkapan sekolah dengan bentuk sesuai selera adalah merupakan tindakan ekonomi untuk memenuhi kebutuhan. dengan motif kepentingan individu.



sumber: berita.baca.co.id

Saat kita dihadapkan pada beberapa pilihan seperti di atas, apa yang akan kita lakukan? Mengambil barang atau jasa yang membuat hati bahagia atautkah mengikuti kata hati dengan membeli sesuai kebutuhan saja? Pasti pilihan yang sulit ya. Bagaimana dengan kondisi finansial kita? Mungkin ada yang memiliki banyak uang sehingga apapun yang diinginkan pasti bisa didapat. Sebagian yang lain menghitung selisih uang saku atau harus menabung dulu untuk mendapatkan barang atau jasa yang diinginkan atau dibutuhkannya.

Berdasar uraian diatas, menurutmu apakah keinginan dan kebutuhan itu? Dan bagaimana hubungannya dengan kelangkaan atau keterbatasan? Di tengah era globalisasi, dengan diberlakukannya Kawasan Perdagangan Bebas ASEAN (*Asean Free Trade Area/AFTA*) dan Organisasi Perdagangan Dunia (*World Trade Organization/WTO*), informasi apa ya yang sebaiknya kita perlu tahu.

Dalam modul ini kita akan mencoba belajar tentang keinginan, kebutuhan dan keterbatasan manusia serta motif dari setiap tindakan yang dilakukannya dikaitkan dengan prinsip ekonomi.

Petunjuk Penggunaan Modul

Modul ini terdiri dari beberapa materi yang disusun secara berurutan mulai dari unit 1 sampai dengan unit 3. Pembahasan setiap unit merupakan satu kesatuan untuk dapat memahami modul secara baik. Anda perlu mengikuti petunjuk berikut untuk membaca modul.

1. Membaca pengantar modul untuk mengetahui materi modul secara utuh.
2. Membaca tujuan yang diharapkan setelah membaca atau mempelajari modul.
3. Mempelajari modul secara berurutan agar memperoleh pemahaman yang utuh.
4. Melakukan semua penugasan yang ada pada modul untuk mendapatkan pemahaman mengenai materi modul dengan baik.
5. Melakukan penilaian pemahaman dengan mengisi soal-soal latihan yang disediakan di akhir modul.
6. Anda dapat melanjutkan ke modul selanjutnya bila hasil penilaian pemahaman memiliki skor 70 atau lebih.
7. Bila ada kesulitan untuk memahami materi modul, Anda dapat meminta bantuan teman, tutor, atau orang yang Anda anggap dapat memberikan penjelasan lebih baik.

Selamat membaca dan mempelajari modul

Tujuan yang Diharapkan Setelah Belajar Modul

Setelah membaca dan mempelajari modul ini, secara umum Anda diharapkan memiliki:

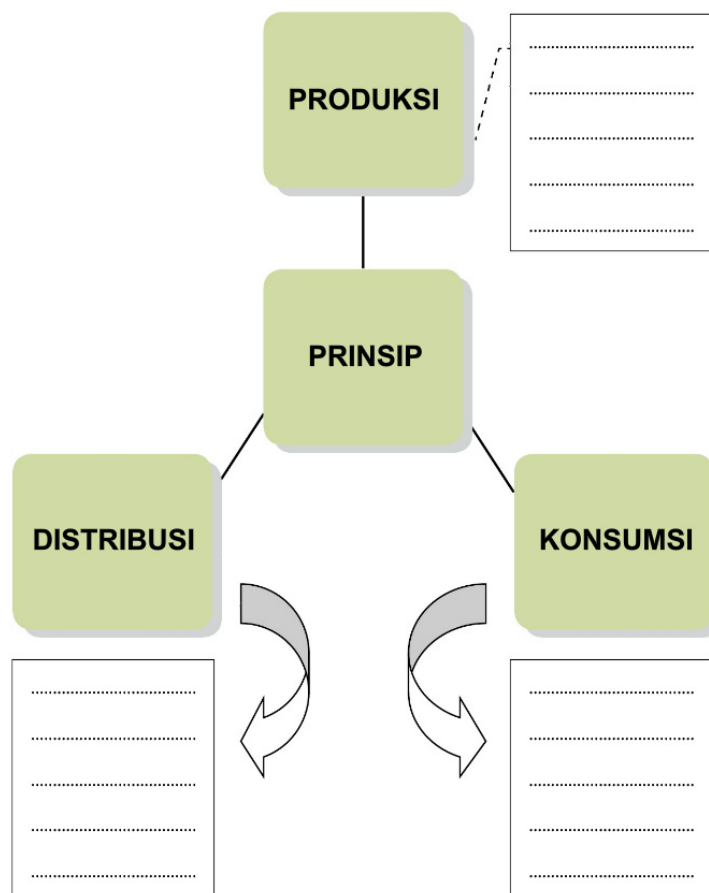
1. Pengetahuan dalam melakukan identifikasi kebutuhan, motif, prinsip, skala prioritas, dan tindakan ekonomi
2. Pengetahuan tentang berbagai proses produksi, konsumsi, dan distribusi sehingga dapat bersikap cerdas dalam memilih tindakan sesuai perannya dalam siklus ekonomi.
3. Pengetahuan dalam mencermati fenomena permintaan, penawaran, harga, dan tren pasar saat ini dikaitkan dengan dampak globalisasi.
4. Pengetahuan terhadap hubungan antara kelangkaan, kebutuhan, permintaan, penawaran, harga, dan pasar dikaitkan dengan potensi sumber daya serta peluang Indonesia untuk lebih sejahtera.



B. Prinsip Ekonomi bagi Produsen, Distributor, dan Konsumen

Setelah memahami motif-motif ekonomi, tentu kalian akan bertanya tentang keterkaitan antara berbagai pelaku dengan prinsip ekonomi. Cobalah tuliskan apa saja tindakan pelaku ekonomi dalam proses produksi, distribusi, dan konsumsi berikut yang sesuai dengan prinsip ekonomi.

LEMBAR KERJA



PENUGASAN 1.1

Buatlah daftar kebutuhanmu sehari-hari, kemudian urutkan sesuai dengan tingkat kepentingannya dan berilah penjelasan.

PENUGASAN 1.2

Buatlah tabel data hasil identifikasi beberapa orang dalam keluarga (minimal 3) tentang kebutuhan mereka dan pemilihan skala prioritas (minimal 5 jenis).

LATIHAN 1

Jawablah soal berikut dengan benar!

1. Apakah perbedaan kebutuhan dan keinginan?
2. Apakah saja faktor penyebab kebutuhan?
3. Buatlah skema tentang kebutuhan manusia.
4. Apa yang kamu ketahui tentang motif ekonomi.
5. Sebagai generasi muda yang cerdas, kita akan selalu bertindak dengan berpegang teguh pada prinsip ekonomi. Berikan tanggapanmu tentang hal ini

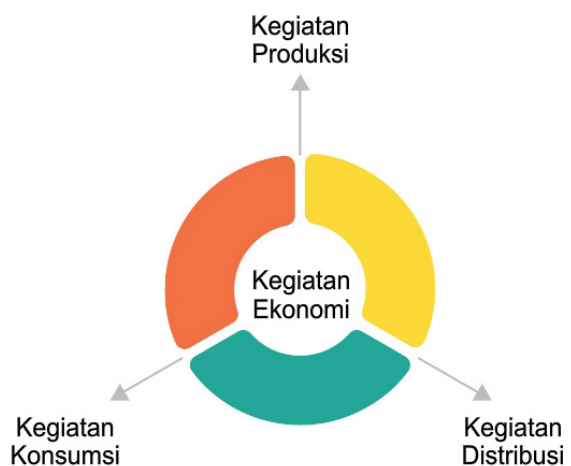
UNIT 2

AKU TAHU PROSESNYA



sumber: <https://pleisbilongtumi.files.wordpress.com>

Secara umum, kegiatan ekonomi dibagi menjadi tiga, yaitu kegiatan produksi, kegiatan distribusi, dan kegiatan konsumsi. Kegiatan ekonomi mempunyai tujuan untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam hidupnya. Tiga kegiatan ekonomi, yakni produksi, distribusi, dan konsumsi saling berhubungan antara satu dengan yang lainnya. Kegiatan produksi menghasilkan barang/jasa. Agar hasil produksi sampai di tangan pada saat yang dibutuhkan, diperlukan kegiatan distribusi yang baik dan lancar.



Kebutuhan dan Peluangku untuk Sejahtera

9

Produsen adalah orang atau lembaga tertentu yang menghasilkan suatu barang/ jasa yang akan dijual ke orang lain untuk memenuhi kebutuhan dirinya (melalui keuntungan penjualan barang/ jasa). Sebagai contoh produsen adalah petani, pemilik pabrik, nelayan, guru dan lain-lain. Di bawah ini adalah contoh kegiatan produksi misalnya:

- Mengeksploitasi sumber daya alam, contohnya pertambangan, dan lain-lain
- Mengolah tanah pertanian, kehutanan, perkebunan, dan juga perikanan darat
- Membuat barang dari bahan mentah menjadi bahan jadi, contohnya membuat kursi, dan lain-lain
- Melakukan jasa-jasa, contohnya perusahaan asuransi, dan lain-lain

Adapun tujuan kegiatan produksi barang/ jasa adalah untuk memenuhi kebutuhannya yang sekaligus untuk mendapatkan keuntungan. Barang dan jasa yang diproduksi oleh produsen akan dikonsumsi oleh masyarakat dalam rangka untuk memenuhi segala kebutuhannya. Dan untuk produsen, barang yang diproduksinya melalui penggabungan beberapa faktor produksi bertujuan mencari keuntungan. Produsen mendapatkan keuntungan berasal dari selisih antara penerimaan dari penjualan dengan biaya yang dikeluarkan dalam produksi barang/jasa tersebut.

a. Faktor produksi

ASLI	TURUNAN
Faktor produksi alam	Faktor produksi modal
Tenaga kerja	Faktor produksi kewirausahaan

1) Faktor produksi alam

Adalah merupakan segala sesuatu yang disediakan oleh alam baik secara langsung ataupun tidak langsung bisa dipakai manusia untuk memenuhi segala kebutuhan hidupnya untuk mencapai suatu kemakmuran. Contoh faktor produksi alam yang dapat dinikmati langsung misalnya tanah, udara, air, dan juga sinar matahari. Sedangkan contoh faktor produksi alam yang harus melewati proses pengolahan lebih lanjut misalnya gas alam, berbagai macam barang tambang (timah, perak, aluminium, dll), serta tenaga alam (PLTA dan PLTU).

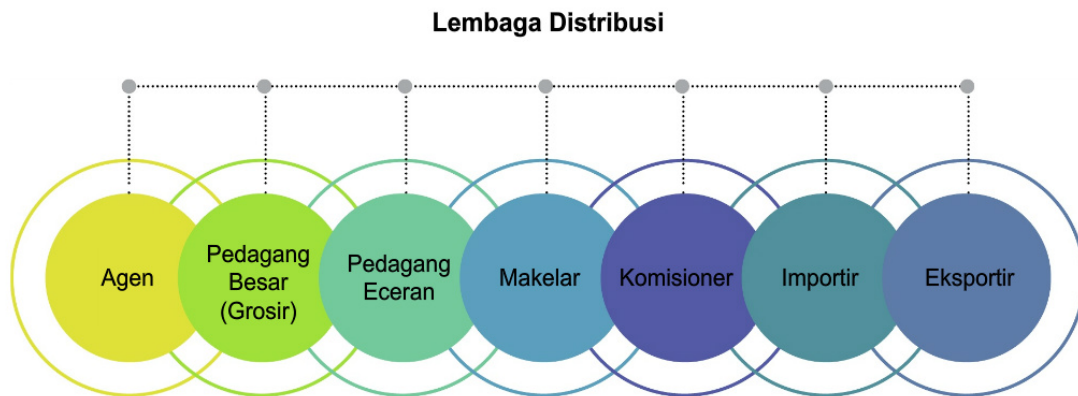
2) Faktor produksi tenaga kerja

Tenaga kerja atau sumber daya manusia adalah merupakan segala kegiatan manusia baik berbentuk fisik ataupun rohani yang ditujukan untuk keperluan produksi. Faktor produksi ini sangat diperlukan untuk mengolah dan meningkatkan nilai (*value*) atau manfaat atas suatu benda. Dengan kemampuan sumber daya manusia ini, maka alam bisa dimanfaatkan sebaik-baiknya.

3) Faktor produksi modal

Modal tidak hanya terbatas pada bentuk uang saja, namun dapat juga berbentuk mesin, gedung, tanah, dan lain-lain.

b. Lembaga Distribusi



1) Agen

Merupakan pedagang atau lembaga distribusi yang membeli dan menjual barang atas nama pihak lain ataupun lembaga yang menyuruhnya.

2) Pedagang besar (grosir)

Merupakan pedagang yang usahanya adalah membeli barang dalam jumlah yang besar lalu menjualnya lagi kepada pedagang kecil (pengecer), toko, warung, dan juga para pedagang kaki lima.

3) Pedagang eceran

Merupakan pedagang yang membeli barang dari pedagang besar (grosir) lalu menjualnya langsung ke konsumen akhir. Sebagai contoh adalah pasar swalayan, toko-toko kecil, dan juga warung.

4) Makelar

Pengertian makelar adalah orang atau lembaga distributor yang melakukan kegiatan jual beli barang yang bertindak atas nama pihak lain atau atas nama yang menyuruhnya, tidak atas nama dirinya sendiri. Para makelar akan bertanggung jawab atas tindakan dan kegiatan jual beli barang yang dilakukannya tersebut.

5) Komisioner

Merupakan orang atau badan yang melakukan kegiatan jual beli barang yang bertindak atas namanya sendiri, meskipun barang itu milik orang lain.

6) Importir

Pengertian importir adalah pedagang yang membeli atau mendatangkan barang dari luar negeri yang kemudian menjualnya di dalam negeri.

7) Eksportir

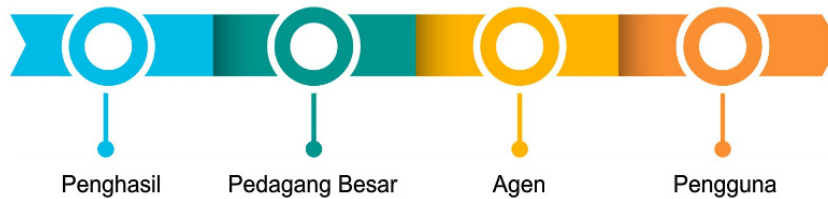
Adalah merupakan pedagang yang membeli barang di dalam negeri kemudian menjual barangnya ke luar negeri.

Berikut ilustrasi distribusi secara tidak langsung.

Distribusi dengan satu jenis perantara



Distribusi dengan dua jenis perantara



Distribusi dengan tiga jenis perantara



Distributor sebagai pelaku fungsi distribusi, mempunyai tugas-tugas sebagai berikut.

- Menjual : Penjualan barang/jasa ketangan konsumen
- Membeli : Pembelian hasil produksi barang/ jasa dari produsen
- Menyimpan : Penyimpanan barang-barang ke gudang hingga batas waktu barang tersebut diperlukan
- Mengangkut: Pengangkutan barang dari produsen ke konsumen yang memerlukannya
- Pembelanjaan: Kegiatan yang menyangkut permodalan, pembayaran upah pegawai (buruh), dan juga biaya pembelian barang
- Promosi: Suatu cara memperkenalkan suatu barang yang diperdagangkan, baik yang berhubungan dengan harga ataupun berhubungan dengan mutu kepada konsumen
- Informasi: Pemberian penjelasan tentang perkiraan dari harga dan pemasaran barang pada suatu saat tertentu dari pimpinan kepada pelaksana
- Standarisasi: Melakukan penetapan ukuran dari barang-barang untuk memudahkan bagi konsumen dalam menetapkan pilihan.

Meskipun kegiatan produksi tinggi, jika kegiatan distribusi tidak bisa berjalan dengan lancar, akibatnya konsumen sulit memperoleh barang/jasa yang dibutuhkan. Demikian, pula meskipun tingkat produksi tinggi dan distribusi lancar, konsumen tidak ada maka barang tidak laku dan produsen pun akan menderita kerugian.



A. Kegiatan Produksi

Produksi adalah suatu kegiatan yang menghasilkan barang atau jasa. Produksi barang yaitu kegiatan menambah kegunaan benda dengan mengubah sifat dan bentuknya, misalnya membuat makanan, membuat barang industri, dan lain-lain.

Produksi barang nantinya akan menghasilkan dua jenis, yakni barang antara dan barang akhir. Barang antara adalah barang yang digunakan untuk menciptakan barang lainnya, misalnya kain, benang, semen, dll. Sedangkan barang akhir adalah barang yang siap dipakai atau dikonsumsi, misalnya pakaian, roti, tempat tidur, dll. Sedangkan produksi jasa adalah kegiatan menambah kegunaan benda tanpa mengubah sifat dan bentuknya, misalnya menggelar pameran budaya, perbankan, ojek *online*, dan lain-lain.



sumber: <https://konveksisurabaya.my.id>

Kegiatan produksi di salah satu perusahaan

Berikut adalah fungsi kegiatan distribusi antara lain:

- Menyalurkan barang dan jasa dari produsen hingga ke tangan konsumen
- Memecahkan perbedaan tempat

Perbedaan tempat antara produsen dan konsumen bisa menyebabkan perbedaan harga barang yang tinggi. Adapun perbedaan tempat dan hasil produksi diatasi dengan cara yaitu para pedagang membagi hasil produksinya secara merata dari tempat yang produksinya berlimpah ke tempat yang kekurangan produksi.

- Memecahkan perbedaan waktu

Terdapat barang yang dihasilkan tidak secara bersamaan dengan waktu kebutuhannya, sebagai contoh adalah padi yang dipanen secara musiman, tetapi dibutuhkan secara terus-menerus oleh masyarakat. Di sini terdapat perbedaan waktu, hal ini diatasi oleh para pedagang dengan cara melakukan pembelian pada saat panen, lalu menyimpannya. Pada saat diperlukan oleh konsumen baru dijual kembali sehingga kebutuhan dari masyarakat bisa tetap terjaga. Ini artinya para pedagang telah membantu kelancaran dari arus barang sehingga harganya normal.

- Seleksi dan kombinasi barang

Kebutuhan dari konsumen banyak ragamnya, maka bagi pedagang harus bisa menyediakan beberapa macam barang/ jasa supaya sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh konsumen. Pedagang mengatasi perbedaan tersebut dengan cara menyediakan beraneka macam barang/ jasa dalam jumlah dan juga mutu yang sesuai dengan yang diinginkan oleh para konsumen sesuai dengan daya belinya masing-masing.

a. Cara distribusi dan tugas distributor

Adapun distribusi memiliki tujuan untuk menyalurkan barang dengan cepat dari produsen ke tangan konsumen. Penyaluran barang bisa dilakukan dengan dua cara berikut ini.

DISTRIBUSI LANGSUNG

Adalah penyaluran hasil produksi dari produsen langsung dijual/ disalurkan ke tangan konsumen. Berikut adalah contoh kegiatan distribusi dalam kehidupan sehari-hari untuk distribusi langsung: petani sayur atau petani buah-buahan yang secara langsung menjual hasil produksinya ke tangan konsumen (masyarakat) tanpa melalui perantara. Berikut ilustrasi distribusi secara langsung.

Produsen → Konsumen/pemakai

DISTRIBUSI TIDAK LANGSUNG

Adalah penyaluran dengan memakai bantuan beberapa perantara, seperti pedagang besar, agen, dan juga pedagang eceran, lalu ke konsumen. Berikut contoh kegiatan distribusi barang secara tidak langsung: pabrik handphone yang menghasilkan handphone tidak menjualnya secara langsung ke konsumen, namun melalui agen/toko-toko handphone lalu ke konsumen.

Adapun sifat dari konsumsi barang bisa bersifat langsung atau bersifat tidak langsung. Pada konsumsi secara langsung pada umumnya adalah untuk barang yang sekali habis pakai, sebagai contoh adalah makanan, minuman, dan juga sejenisnya.

Sedangkan untuk yang secara tidak langsung adalah umumnya untuk barang modal atau barang yang bisa untuk dipakai berulang kali, misalnya barang adalah mesin jahit, mobil, perabot rumah tangga, dan lain lain

a. Faktor yang mempengaruhi konsumsi

1) Pendapatan

Pendapatan adalah merupakan faktor utama yang mempengaruhi pada perbedaan tingkat konsumsi di masyarakat. Besar dan kecilnya pendapatan suatu masyarakat memiliki pengaruh kepada perilaku konsumsi masyarakat tersebut. Apabila semakin besar pendapatan dari seseorang, maka akan semakin besar juga kecenderungannya untuk melakukan kegiatan konsumsi barang/ jasa. Begitu pula sebaliknya, semakin kecil pendapatan dari seseorang maka akan semakin kecil juga kecenderungan di tingkat konsumsinya.

2) Harga diri terhadap lingkungan

Hal ini dilakukan supaya harga dirinya tidak jatuh di masyarakat supaya dianggap mampu membeli suatu barang/ jasa. Karena seseorang terkadang akan merasa malu jika ia tidak memiliki barang yang dimiliki oleh orang lain sehingga akan mendorongnya untuk membeli barang yang sama bahkan bisa dengan harga yang lebih mahal.

3) Ketamakan dan kesombongan

Seseorang yang bertingkah laku akan menimbulkan suatu keinginan untuk membeli barang yang belum ia dimiliki. Orang tersebut memiliki anggapan bahwa jika mempunyai barang yang belum dimiliki oleh orang lain, maka dirinya merasa lebih dari yang lain.

4) Harapan pendapatan tinggi di masa yang akan datang

Hal ini berkaitan dengan hutang. Oleh karena adanya harapan terhadap kenaikan pendapatan, maka seseorang akan berusaha untuk mencari pinjaman dalam rangka berbelanja, sehingga konsumsinya akan meningkat.

5) Tingkat pendidikan

Biasanya orang yang memiliki pendidikan yang tinggi maka konsumsinya akan lebih besar jika dibandingkan dengan orang yang memiliki pendidikan yang rendah. Sebagai contoh adalah seorang siswa SMP berbeda tingkat konsumsinya jika dibandingkan dengan seorang mahasiswa.

6) Tempat tinggal

Sebagai contoh adalah di masyarakat desa akan memiliki tingkat konsumsi yang lebih rendah jika dibandingkan dengan mereka yang tinggal di daerah perkotaan. Contoh lainnya adalah seseorang yang tinggal di daerah dingin akan berbeda konsumsinya dengan daerah yang beriklim panas.

C. Kegiatan Konsumsi

Konsumsi adalah suatu kegiatan menggunakan atau menghabiskan barang/jasa untuk memenuhi kebutuhan atau kelangsungan hidup. Pelaku yang melakukan kegiatan konsumsi disebut sebagai konsumen. Contoh paling simpel pelaku kegiatan konsumsi adalah diri kita sendiri.

Kita membeli pulsa XL, berarti kita adalah konsumen XL yakni orang yang menggunakan jasa XL untuk kelangsungan hidup provider-nya. Tanpa adanya konsumen, kegiatan produksi dan distribusi tidak akan berjalan karena pada akhirnya semua barang/jasa yang diproduksi memang diciptakan untuk konsumen.

Contoh konsumsi adalah: pemakaian tas sekolah. Nilai guna dari tas sebagai alat untuk membawa buku dan perlengkapan sekolah lainnya dikatakan habis jika tas tersebut telah rusak dan tidak bisa dipakai lagi.

Tujuan konsumsi adalah untuk memenuhi semua kebutuhan hidup manusia, sehingga akan dicapai kehidupan yang makmur dan sejahtera.



sumber: <https://www.medcom.id>

Pengunjung sedang memilih buah-buahan di supermaket.

7) Umur dan jenis kelamin

Orang tua akan berbeda konsumsi jika dibandingkan dengan anak-anak. Begitu juga untuk jenis kelamin, laki-laki akan berbeda konsumsinya jika dibandingkan dengan seorang perempuan.

Seperti yang sudah dikatakan bahwa tujuan konsumsi barang/ jasa adalah untuk memperoleh kepuasan yang maksimum dan memenuhi kebutuhan.

b. Pelaku kegiatan konsumsi

1) Rumah tangga keluarga

Pada rumah tangga keluarga pada umumnya terdiri dari ayah, ibu, dan juga anak. Untuk masing-masing anggota keluarga memiliki kebutuhan hidup yang mungkin sama atau bisa juga berbeda. Maksud dari kebutuhan yang sama tersebut adalah merupakan kebutuhan yang sama-sama dirasakan kebutuhannya oleh seluruh anggota keluarga, sebagai contohnya adalah kebutuhan makanan, minuman, pakaian, dan lain-lain. Untuk yang berbeda kebutuhannya misalnya kebutuhan orang tua yang bekerja akan berbeda kebutuhannya dengan anaknya yang masih sekolah.

Supaya kebutuhan rumah tangga bisa terpenuhi sesuai dengan besarnya pendapatan yang dihasilkan maka perlu memperhatikan hal-hal berikut ini.

- Menyusun anggaran belanja rumah tangga
- Membuat catatan atas penerimaan dan atas pengeluaran
- Pembagian secara bijaksana atas semua kebutuhan
- Berusaha menabung

2) Rumah tangga perusahaan

Perusahaan adalah merupakan salah satu penyedia dari barang/ jasa yang dibutuhkan oleh konsumen, sehingga perusahaan melakukan kegiatan produksi.

Contoh kegiatan konsumsi yang dilakukan perusahaan: Pada perusahaan tekstil maka akan melakukan pembelian bahan baku yang berupa kapas, membayar gaji pegawai, pemakaian peralatan yang menunjang proses produksi.

3) Rumah tangga pemerintah

Pemerintah dalam rangka menjalankan pemerintahan akan berusaha semaksimal mungkin untuk memenuhi kebutuhan masyarakatnya. Hal yang disediakan oleh pemerintah adalah dengan menyediakan sarana dan prasarana masyarakat, seperti membuat jalan raya, menyediakan angkutan umum, dan lain-lain. Kegiatan konsumsi yang dilakukan pemerintah, misalnya saja belanja negara dalam rangka untuk pembangunan dan proyek negara.

c. Aspek positif dan aspek negatif perilaku konsumtif

Aspek Positif: Memenuhi kebutuhan hidupnya dan juga sekaligus untuk meningkatkan kemakmuran ataupun kesejahteraan. Jika barang/ jasa hanya untuk memenuhi kebutuhannya

penurunan, maka jumlah permintaan akan naik/bertambah, dan sebaliknya apabila harga mengalami kenaikan, maka jumlah permintaan akan turun/berkurang.”

Dalam hukum permintaan, jumlah suatu barang akan berbanding terbalik dengan tingkat harga barang tersebut. Kenaikan harga barang akan menyebabkan berkurangnya jumlah barang yang diminta, hal ini dikarenakan daya tarik untuk membeli semakin menurun yang disebabkan oleh mahalnya harga jual barang tersebut.

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan



1) Selera

Apabila selera konsumen terhadap suatu barang dan jasa tinggi, maka akan diikuti dengan permintaan jumlah barang dan jasa yang meningkat, demikian sebaliknya.

Contoh: Permintaan konsumen terhadap smartphone sedang meningkat, seperti Blackberry, Iphone, Android, Tablet. Bahkan kita bisa menjumpai konsumen yang mempunyai lebih dari satu barang berteknologi tinggi di jaman sekarang ini.

2) Harga Barang Jasa Pengganti/Pelengkap

Adanya barang pengganti akan berpengaruh terhadap jumlah permintaan. Pada saat harga barang naik, jika ada barang pengganti maka jumlah permintaan akan dipengaruhi.

Contoh: Kompor dan minyak tanah adalah salah satu yang saling melengkapi. Jika harga minyak tanah terus menerus naik, maka konsumen akan beralih menggunakan kompor dan gas yang harganya relatif stabil.

3) Intensitas Kebutuhan Konsumen

Mendesak/tidaknya atau penting tidaknya kebutuhan seseorang terhadap barang/ jasa, mempengaruhi jumlah permintaan. Kebutuhan primer, lebih penting dibanding kebutuhan sekunder. Kebutuhan sekunder lebih penting dibanding tertier, sehingga pengaruhnya

4) Faktor produksi kewirausahaan

Faktor ini mempunyai peran merencanakan, mengorganisir, mengatur, mempekerjakan karyawan, memeriksa hasil kerja karyawan, menggabungkan faktor-faktor produksi lainnya misalnya alam (tanah), tenaga kerja, dan modal.



B. Kegiatan Distribusi

Distribusi adalah suatu kegiatan menyalurkan barang dari produsen ke konsumen. Badan atau orang yang melakukan ini disebut sebagai distributor. Tanpa adanya distributor, barang dari produsen akan sulit sampai ke tangan konsumen.

Biasanya, distributor harus selalu membeli dalam jumlah besar karena kendala waktu, jarak, dan biaya. Misalnya beras yang diproduksi di pedalaman tidak akan bisa satu per satu sampai ke tangan konsumen di perkotaan tanpa adanya peran distributor.

Distribusi punya beberapa tujuan, yakni menstabilkan harga barang/jasa di seluruh negeri, menjaga perkembangan usaha dan kegiatan produksi, serta mempercepat sampainya barang ke tangan konsumen.

Cara-cara distribusi pun bermacam-macam, misalnya melalui pedagang besar atau agen, pedagang eceran, koperasi, toko milik produsen sendiri, *door to door*, dan lain-lain.



sumber: <http://www.infoblora.com>

Pendistribusian barang.

terhadap jumlah permintaan berbeda.

Contoh: Menjelang lebaran kebutuhan seperti daging, ketupat dan pakaian jumlah permintaannya akan meningkat dibanding dengan hari-hari biasa.

4) Pendapatan Masyarakat

Pendapatan masyarakat mencerminkan daya beli masyarakat. Tinggi/rendahnya pendapatan masyarakat akan mempengaruhi kualitas maupun kuantitas permintaan.

5) Distribusi Pendapatan

Makin merata pendapatan, maka jumlah permintaan semakin meningkat, sebaliknya pendapatan yang hanya diterima/dinikmati oleh kelompok tertentu, maka secara keseluruhan jumlah permintaan akan turun.

6) Pertambahan Penduduk

Jumlah penduduk akan mempengaruhi jumlah permintaan. Makin banyak penduduk, maka jumlah permintaan akan meningkat.

d. Macam-macam Permintaan

1) Berdasarkan jumlah konsumen

- Permintaan individual, banyak sedikitnya barang tertentu dalam waktu tertentu yang dibutuhkan seseorang
- Permintaan pasar, banyak sedikitnya orang yang memerlukan barang yang sama dalam waktu yang sama.

2) Berdasarkan daya beli konsumen

- Permintaan efektif, permintaan yang disertai daya beli dan sudah dilaksanakan
- Permintaan potensial, permintaan yang disertai dengan kemampuan membeli tetapi belum terjadi transaksi.
- Permintaan absolut, permintaan yang didukung dengan kemampuan membeli.

e. Kurva Permintaan

Kurva permintaan adalah suatu grafik yang menggambarkan sifat hubungan antara jumlah permintaan barang dan jasa dengan tingkat harganya dalam berbagai kondisi. Pada umumnya, kurva permintaan menurun dari kiri atas ke kanan bawah. Artinya jika harga barang semakin menurun maka jumlah permintaan akan barang semakin meningkat.



saja, tetapi tidak bisa untuk meningkatkan kemakmuran/ kesejahteraan maka belum dapat disebut memiliki aspek positif.

Contoh: seseorang yang mengonsumsi minuman yang sehat selain bisa mengobati rasa hausnya juga membuat tubuhnya menjadi sehat.

Aspek Negatif: Merupakan kebalikan dari yang positif yaitu merupakan sisi buruk dari perilaku konsumtif.

Contoh: orang yang mengonsumsi miras akan mengobati rasa hausnya namun akan merusak kesehatannya

Tips yang perlu diperhatikan pada saat akan melakukan konsumsi adalah kemampuan dan daya beli, kesesuaian dengan tempat, adat istiadat, agama dan juga budaya yang ada dimasyarakat. Apabila barang/ jasa yang akan dikonsumsi dapat kita beli tetapi tidak sesuai dengan adat, maka sebaiknya dihindari saja.

PENUGASAN 2

1. Peserta didik diminta menuliskan peran diri dalam kegiatan ekonomi sesuai profesi (sebagai produsen, distributor, atau konsumen) berikut penjelasannya.
2. Peserta didik diminta melakukan pengamatan tentang kebutuhan barang dan kegiatan produksi serta distribusi di lingkungan sekitarnya. (lingkup kelurahan atau dusun).
3. Membuat tabel hasil analisis kebutuhan barang dan data kegiatan produksi serta distribusi di lingkungan sekitarnya.

UNIT 3

PASAR TRADISIONAL
VERSUS *ONLINE SHOP*

sumber: <https://assets-a1.kompasiana.com/http://www.businessfirstmagazine.com.au>

Gadget? Siapa yang tidak mengenal istilah tersebut, barang kecil yang mampu menjangkau dunia. Sebab dengan gadget apa saja bisa dilakukan, bahkan transaksi jual beli sekalipun. Kini dunia perdagangan banyak menuai pro dan kontra dengan adanya transaksi jual beli melalui *online shop*, sebab penjual-penjual pasar tradisional banyak dirugikan. Berikut penjelasan tentang pasar tradisional versus *online shop*.



A. Permintaan (*Demand*)

a. Pengertian

Permintaan ialah jumlah barang dan jasa yang diminta seseorang atau individu dalam waktu tertentu pada berbagai tingkat harga.

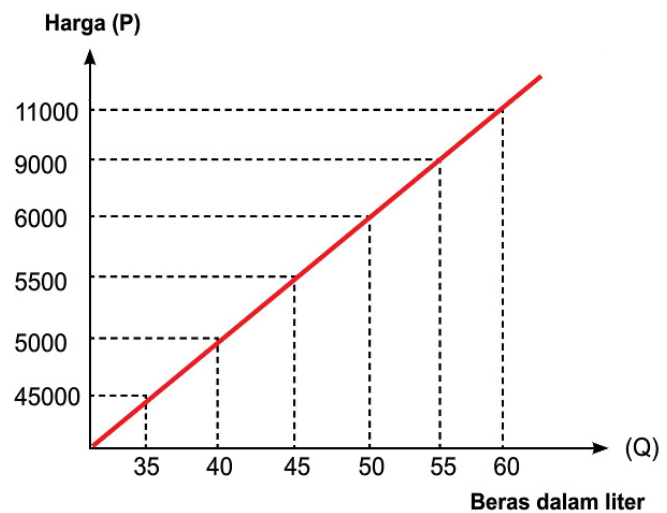
b. Hukum Permintaan

Hukum permintaan tidak berlaku mutlak, tetapi bersifat tidak mutlak dan dalam keadaan *ceteris paribus* (faktor-faktor lain dianggap tetap). Hukum permintaan: "Apabila harga mengalami

- 2) Penawaran Pasar: penawaran yang dilakukan oleh sekelompok produsen atau sekelompok penjual di pasar.

e. Kurva penawaran

Kurva penawaran adalah garis yang menghubungkan titik-titik pada tingkat harga dengan jumlah barang/jasa yang ditawarkan. Kurva penawaran bergerak dari kiri bawah ke kanan atas yang menunjukkan bahwa jika harga barang tinggi, para penjual/produsen akan menjual dalam jumlah yang lebih banyak. Agar lebih jelas, ikuti contoh berikut dengan seksama.



C. Pasar

Pasar adalah tempat bertemunya permintaan dan penawaran barang/jasa. Pada dasarnya, pasar dapat digolongkan menurut unsur-unsur yang terdapat dalam pasar, barang yang diperjualbelikan, waktu terjadinya, luas wilayah, dan strukturnya. Pada pembelian kali ini akan dibahas pasar menurut strukturnya. Dipandang dari dari organisasi pasar atau strukturnya, bentuk pasar dibedakan menjadi dua macam.



sumber: <https://okeinfo.net/>

Suasana pasar tradisional



B. Penawaran (*Supply*)

a. Pengertian

Penawaran adalah jumlah barang atau komoditi yang akan diproduksi dan ditawarkan untuk dijual dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat sosial dalam suatu pasar ekonomi.

b. Hukum penawaran

“Bila tingkat harga naik, maka jumlah barang yang ditawarkan akan naik, Bila tingkat harga turun maka jumlah barang yang ditawarkan akan turun.

Dalam hukum penawaran, semakin tinggi harga, jumlah barang yang ditawarkan semakin banyak. Sebaliknya, semakin rendah harga barang, jumlah yang ditawarkan semakin sedikit juga.

c. Faktor yang Mempengaruhi Penawaran

1) Biaya Produksi dan Teknologi yang digunakan

Jika biaya produksi suatu produk sangat tinggi, maka produsen hanya membuat beberapa jenis saja dari produk tersebut. Contoh: Produk *limited edition*

2) Tujuan Perusahaan

Tujuan perusahaan yaitu ingin supaya produknya laku terjual di pasaran dan mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya. Produk yang laku di pasaran adalah produk yang harganya terjangkau tetapi dengan kualitas yang bagus. Contoh: Produk buatan Cina lebih banyak diperdagangkan karena lebih murah sehingga banyak konsumen yang mencarinya.

3) Pajak

Pajak naik, harga jual akan naik juga. Hal ini menyebabkan permintaan dari konsumen menurun. Contoh: jika pajak bea cukai naik, harga barang-barang impor akan naik pula. Seperti halnya kedelai impor yang harganya naik, para pengusaha juga enggan membeli dengan harga yang mahal.

4) Tingkat teknologi yang digunakan

Adanya kemajuan teknologi akan menyebabkan pengurangan terhadap biaya produksi dan produsen dapat menawarkan barang dalam jumlah yang lebih besar lagi.

5) Perkiraan harga barang di masa datang

Apabila kondisi pendapatan masyarakat meningkat, biaya produksi berkurang dan tingkat harga barang dan jasa naik, maka produsen akan menambah jumlah barang dan jasa yang ditawarkan. Tetapi bila pendapatan masyarakat tetap, biaya produksi mengalami peningkatan, harga barang dan jasa naik, maka produsen cenderung mengurangi jumlah barang dan jasa yang ditawarkan atau beralih pada usaha lain.

d. Macam-macam penawaran

Adapun macam-macam penawaran adalah:

1) Penawaran Individual: penawaran yang dilakukan oleh seorang produsen atau seorang pedagang di pasar.

3) Kelebihan dan Kelemahan Pasar Persaingan Sempurna

KELEBIHAN	KELEMAHAN
1. Pembeli sangat mengetahui harga pasar sehingga sangat kecil terjadi kerugian atau kekecewaan. 2. Konsumen merasa sejahtera, karena bebas memasuki pasar. 3. Terdapat persaingan murni, karena barang yang diperjualbelikan homogen. 4. Harga cenderung stabil karena keadaan pasar dapat diketahui sebelumnya. 5. Mudah memilih atau menentukan barang yang diperjualbelikan. 6. Barang yang diproduksi dapat diperoleh dengan ongkos yang serendah-rendahnya.	1. Hanya terdapat satu atau dua industri/pasar yang mendekati persaingan sempurna, sedang sektor yang lain banyak ketidaksempurnaan. 2. Terdapat faktor eksternal yang tidak diperhitungkan dalam posisi kesejahteraan optimum konsumen. 3. Tidak ada barang substitusi karena bersifat homogen.

b. Pasar Persaingan Tidak Sempurna (*Imperfect Competition Market*)

Pasar persaingan tidak sempurna adalah pasar yang tidak terorganisasi secara sempurna, atau bentuk pasar dimana salah satu ciri dari pasar persaingan sempurna tidak terpenuhi. Pasar persaingan tidak sempurna terdiri atas pasar monopoli, oligopoli, dan pasar persaingan monopolistik.

1) Pasar Monopoli

Pasar monopoli adalah suatu keadaan pasar di mana hanya ada satu kekuatan atau satu penjual yang dapat menguasai seluruh penawaran, sehingga tidak ada pihak lain yang menyainginya atau terdapat *pure monopoly* (monopoli murni). Contoh pasar monopoli antara lain perusahaan negara, dan perusahaan minyak bumi serta gas alam.

a) Ciri-ciri pasar monopoli di antaranya sebagai berikut.

- Di dalam pasar hanya terdapat satu penjual
- Jenis barang yang diproduksi tidak ada barang penggantinya (*no substitutes*) yang mirip
- Adanya hambatan atau rintangan (*barriers*) bagi perusahaan baru yang akan masuk ke dalam pasar monopoli
- Penjual menentukan harga sesuai keinginannya karena tidak tersedianya barang substitusi
- Kurva permintaan di pasar sama dengan kurva permintaan yang dihadapi perusahaan monopolis

2) Proses Terbentuknya Harga Pasar

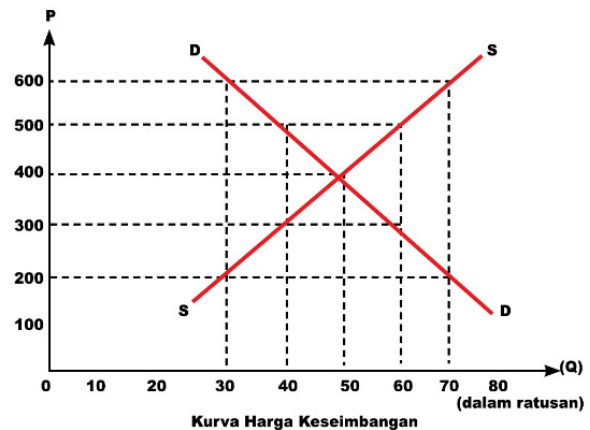
Harga pasar tercapai setelah melalui serangkaian proses tawar-menawar. Apabila harga barang yang ditawarkan tinggi (mahal) ke pembeli maka barang/jasa tidak akan dapat terjual, pada kondisi seperti itu penjual/produsen menurunkan harga. Sebaliknya jika harga yang ditawarkan pembeli terlalu rendah maka penjual tidak akan mau menjualnya, maka pembeli menaikkan harga.

3) Kurva Harga Pasar

Apabila penawaran diwujudkan dalam bentuk kurva S dan permintaan diwujudkan dalam bentuk kurva D, maka harga pasar (harga keseimbangan) akan terjadi pada saat kurva S berpotongan dengan kurva D. Titik potong kedua kurva itu menunjukkan keseimbangan antara penawaran dan permintaan. Keseimbangan kurva penawaran dan kurva permintaan melahirkan harga pasar.

Terbentuknya harga pasar dipengaruhi

oleh faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan dan penawaran. Masing-masing faktor dapat menyebabkan bergesernya jumlah permintaan dan jumlah penawaran. Dengan bergesernya permintaan dan penawaran akan mengakibatkan bergesernya tingkat harga keseimbangan.



PENUGASAN

1. Peserta didik mencermati daftar kebutuhan barang (penugasan unit 1), kemudian mengidentifikasi harga masing-masing pada beberapa penjual di pasar tradisional serta menuliskan dalam laporan pengamatan.
2. Peserta didik membandingkan harga barang sejenis (tugas 1) pada pasar modern termasuk diantaranya online shop.
3. Peserta didik membuat tabel jenis-jenis pasar (kelebihan dan kekurangannya) berdasar pengalaman.

Catatan:

Catatan:



b) Kelebihan dan kelemahan pasar oligopoli antara lain sebagai berikut.

KELEBIHAN	KELEMAHAN
1. Industri-industri oligopoli bisa mengadakan inovasi dan penerapan teknologi baru yang paling pesat 2. Terdorong untuk berlomba penemuan proses produksi baru dan penurunan ongkos produksi 3. Lebih mampu menyediakan dana untuk pengembangan dan penelitian.	1. Kemungkinan adanya keuntungan yang terlalu besar (excess profit) yang dinikmati produsen. 2. Tidak efisiensi produksi karena setiap produsen tidak beroperasi pada biaya rata-rata yang minimum. 3. Kemungkinan adanya eksploitasi konsumen maupun buruh. 4. Terdapat kenaikan harga (inflasi) yang merugikan masyarakat secara makro.

3) Pasar Monopolistik

Pasar persaingan monopolistik adalah pasar yang terjadi bila dalam suatu pasar terdapat banyak produsen, tetapi ada diferensiasi produk (perbedaan merk, bungkus, dan sebagainya) di antara produk-produk yang dihasilkan oleh masing-masing produsen.

Contoh pasar persaingan monopolistik adalah rumah makan, tukang cukur, dan perusahaan angkutan.

a) Kelebihan dan kelemahan pasar oligopoli antara lain sebagai berikut.

KELEBIHAN	KELEMAHAN
1. Konsumen memiliki banyak pilihan barang. 2. Produsen dapat menentukan harga sendiri-sendiri dalam satu pasar karena tidak ada persaingan. 3. Masing-masing monopolistik mempunyai keuntungan sendiri-sendiri karena memiliki pasar (konsumen) sendirisendiri.	1. Tidak efisiennya produksi karena produsen tidak berproduksi dengan biaya rata-rata (AC) yang minimum. 2. Terlalu banyak perusahaan kecil. 3. Konsumen masih harus membayar harga produk yang lebih tinggi dari biaya produksi untuk menghasilkan produk tersebut, atau P lebih besar dari MC.

c. Harga Pasar

1) Pengertian Harga Pasar

Harga pasar atau harga keseimbangan menggambarkan keadaan dimana harga barang atau jasa yang ingin dibeli konsumen sama dengan harga barang atau jasa yang tersedia dijual oleh produsen/penjual. Dengan kata lain harga keseimbangan adalah harga hasil kesepakatan antara penjual dan pembeli.

a. Pasar Persaingan Sempurna (*Perfect Competition Market*)

Pasar persaingan sempurna adalah pasar yang terdapat mobilitas sempurna dari sumber daya serta adanya pengetahuan yang sempurna baik pembeli maupun penjual, sehingga kekuatan permintaan dan penawaran dapat bergerak bebas. Contoh pasar persaingan sempurna antara lain bursa efek atau pasar modal atau pasar uang.

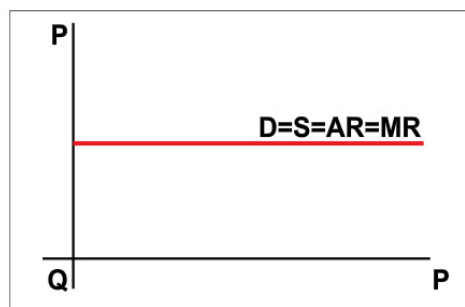
1) Ciri-ciri pasar persaingan sempurna

Adapun ciri-ciri pasar persaingan sempurna adalah sebagai berikut.

- Jumlah pembeli dan penjual sangat banyak
- Barang yang diperdagangkan bersifat homogen
- Terdapat kebebasan keluar masuk pasar (*free entry and free exit*)
- baik bagi pembeli maupun penjual
- Tidak ada hambatan dalam mobilitas sumber ekonomi dari satu usaha ke usaha lain
- Penjual dan pembeli memahami keadaan pasar secara sempurna
- Pembeli dan penjual bebas mengadakan perjanjian, tanpa ada campur tangan pemerintah
- Pemerintah tidak ikut campur tangan tentang harga, baik langsung maupun tidak langsung

2) Pembentukan Harga

Pada pasar persaingan sempurna harga pasar cenderung stabil, sehingga bentuk kurva permintaan dan penawaran pada pasar sempurna berupa garis lurus mendatar sejajar dengan sumbu jumlah barang (OQ). Berapa pun jumlah barang yang dibeli atau yang ditawarkan tidak akan menaikkan atau menurunkan harga barang. Dan kurva tersebut juga merupakan kurva pendapatan rata-rata atau AR (*Average Revenue*) dan pendapatan marginal atau MR (*Marginal Revenue*).



Kurva permintaan dan penawaran pada pasar persaingan sempurna

b) Kelebihan dan kelemahan pasar monopoli antara lain sebagai berikut.

KELEBIHAN	KELEMAHAN
1. Industri-industri yang berkembang banyak yang bersifat monopoli. 2. Mendorong untuk adanya inovasi baru agar tetap terjaga monopolinya. 3. Tidak akan mungkin timbul perusahaan-perusahaan yang kecil sehingga perusahaan monopoli akan semakin besar.	1. Timbul ketidakadilan karena keuntungan banyak dinikmati oleh produsen. 2. Tidak efisiensinya biaya produksi, karena perusahaan monopoli tidak memanfaatkan secara penuh penghematan ongkos produksi atau sering disebut timbulnya pemborosan. 3. Konsumen merasa berat karena harus membeli barang dengan harga sangat tinggi oleh perusahaan monopoli. 4. Adanya unsur eksploitasi terhadap konsumen dan pemilik faktor-faktor produksi.

Untuk mencegah timbulnya dampak negatif adanya monopoli, maka pemerintah harus ikut campur tangan, misalnya dalam hal penetapan harga maksimum dan penetapan Undang-Undang Antimonopoli atau UU yang mengatur ekspor impor.

2) Pasar Oligopoli

Pasar oligopoli adalah suatu keadaan pasar dimana terdapat beberapa produsen atau penjual menguasai penawaran, baik secara independen (sendiri-sendiri) maupun secara diam-diam bekerja sama. Contoh pasar oligopoli antara lain pasar bagi perusahaan industri motor, industri baja, industri rokok, dan industri sabun mandi.

a) Ciri-ciri pasar oligopoli di antaranya sebagai berikut.

- Terdapat sedikit penjual (3 sampai dengan 10) yang menjual produk substitusi, artinya yang mempunyai kurva permintaan dengan elastisitas silang (*cross elasticity of demand*) yang tinggi
- Terdapat rintangan untuk memasuki industri oligopoli. Hal ini karena perusahaan yang ada dalam pasar hanya sedikit
- Keputusan harga yang diambil oleh suatu perusahaan harus dipertimbangkan oleh perusahaan yang lain dalam industri
- Penjual ini tidak mempengaruhi harga serta *output* dari produk lain yang dijual dalam perekonomian
- Harga cenderung stabil walaupun jumlah barang yang terjual