



Diversity UIKA Bogor  
E-ISSN: 2776-9798

*Diversity*  
JURNAL ILMIAH PASCASARJANA

<http://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/diversity>

---

## Permintaan dan Penawaran dalam Ekonomi Mikro

Cahyo Saputro<sup>a</sup>, Qurroh Ayuniyyah<sup>b\*</sup>

<sup>ab</sup>Pasca Sarjana Universitas Ibn Khaldun Bogor, Indonesia

\* Corresponding author e-mail: [cahyo77saputro@gmail.com](mailto:cahyo77saputro@gmail.com)

DOI: 10.32832/djip-uika.v14i2.16867

---

### ABSTRAK

Dalam ekonomi mikro, terdapat hukum permintaan dan penawaran, subyek yang melakukan permintaan adalah konsumen, sedangkan subyek yang melakukan penawaran adalah produsen. Jika permintaan barang atau jasa turun, maka harga akan cenderung turun. Sebaliknya jika permintaan barang atau jasa naik, maka harga akan cenderung naik. Pernyataan tersebut adalah bunyi dari hukum permintaan dalam posisi tetap (*Ceteris Paribus*). Jika harga naik maka penawaran barang atau jasa akan meningkat, sebaliknya jika harga turun maka penawaran barang atau jasa akan menurun. Oleh karena itu, Langkah bijak, sebaiknya jika melakukan permintaan dan penawaran disesuaikan dengan kebutuhan & pendapatan, agar permintaan untuk barang yang lebih penting dapat terpenuhi dengan baik dan harga penawaran barang atau jasa juga dapat menyesuaikan pendapatan konsumen, karena produsen kadang gencar dalam mempromosikan produk agar bisa menjual produknya serta mendapatkan keuntungan, pembeli terpengaruh iklan & secara masif membeli sehingga mendorong produsen menaikkan harga.

**Kata kunci:** ekonomi mikro, permintaan, penawaran

## Demand and Supply in Microeconomics

### ABSTRACT

*In microeconomics, there is a law of demand and supply, the subject of demand is the consumer, while the subject of supply is the producer. If the demand for goods or services falls, then prices will tend to fall. Conversely, if the demand for goods or services rises, prices will tend to rise. This statement is the sound of the law of demand in a fixed position (*Ceteris Paribus*). If the price rises, the supply of goods or services will increase, conversely, if the price falls, the supply of goods or services will decrease, therefore, a wise step, it is better if the demand and supply are adjusted to the needs & income, so that the demand for more important goods can be fulfilled properly and the price of supplying goods or services can also adjust the income of consumers, because producers are sometimes aggressive in promoting products in order to sell their products and get profits, buyers are influenced by advertisements & massively buy so as to encourage producers to raise prices.*

**Keyword:** microeconomics, demand, supply

---

[Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

## **PENDAHULUAN**

Ilmu ekonomi mikro adalah ilmu yang mempelajari tentang perilaku produsen dan perilaku konsumen, bukan hanya itu saja ruang lingkup ekonomi mikro juga membahas tentang penentuan harga pasar, kuantitas faktor input, barang atau jasa yang akan diperjual-belikan. Di dalam penelitian ekonomi mikro umumnya membahas bagaimana keputusan dan perilaku tersebut dapat mempengaruhi permintaan dan penawaran atas barang atau jasa, siapa yang akan menentukan harga, dan bagaimana menentukan permintaan dan penawaran barang atau jasa pada periode selanjutnya. Dalam sistem perekonomian, permintaan dan penawaran suatu hal yang sangat penting untuk dipahami, supaya memahami apa saja yang terjadi dalam suatu pasar.

## **METODE PENELITIAN**

Metodologi yang digunakan dalam artikel ini adalah metode deskriptif kualitatif, dengan menggunakan analisis adalah studi literatur.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Permintaan adalah barang atau jasa yang diinginkan oleh konsumen dan mampu dibeli pada saat harga dan waktu tertentu sesuai dengan penghasilannya. Sedangkan penawaran, kebalikan dari permintaan yaitu sejumlah barang atau jasa yang ditawarkan oleh produsen dan mampu dijual pada saat harga dan waktu tertentu. Dalam melakukan permintaan, konsumen tentu menyesuaikan permintaan dengan penghasilan yang diperolehnya. Jika penghasilan tinggi maka permintaan barang atau jasa dapat dilakukan dengan jumlah yang tinggi, tetapi sebaliknya jika penghasilan rendah maka permintaan barang atau jasa dilakukan dengan jumlah yang rendah. Selain Penghasilan, harga juga berpengaruh terhadap permintaan. Semakin mahal harga barang atau jasa, konsumen tentu akan mengurangi konsumsi terhadap barang atau jasa tersebut, sebaliknya jika semakin murah harga barang atau jasa maka konsumen akan loyal dalam mengonsumsinya

dan tidak mencari di tempat lain. Sedangkan penawaran dalam pasar, seorang produsen akan melakukan penawaran barang atau jasa kepada konsumen agar mendapatkan keuntungan. Saat melakukan penawaran barang atau jasa tentu ada strategi yang dilakukan oleh produsen salah satunya dengan melakukan promosi. Selain melalui promosi, harga dapat mempengaruhi sebuah penawaran barang atau jasa, jika harga naik maka penawaran barang dan jasa akan meningkat, sebaliknya jika harga turun maka produsen enggan mengurangi barang atau jasa yang akan di jual. Di dalam penawaran yang perlu diperkuat adalah cara mempromosikan barang atau jasa, agar saat harga naik konsumen tetap membelinya sehingga produsen mendapatkan keuntungan yang tinggi. Permintaan adalah sejumlah barang atau jasa yang diinginkan oleh konsumen dan mampu dibeli pada saat harga dan waktu tertentu sesuai dengan penghasilannya (Febrianti, Yopi Nisa, 2014). Sejalan dengan hasil penelitian (Arida, 2015) mengatakan bahwa, permintaan yaitu barang atau jasa yang di inginkan konsumen, dalam penelitian ini menjelaskan permintaan tenaga kerja dipengaruhi karena luas lahan jadi tentu akan memerlukan jumlah permintaan tenaga kerja, kemudian juga dipengaruhi dari tingkat upah, karena kedua hal tersebut mempunyai korelasi yang sangat kuat. Permintaan Menurut Daya Beli, Menurut (Febrianti, Yopi Nisa, 2014). Permintaan menurut daya beli, dikelompokkan menjadi 3 yaitu:

1. Permintaan Efektif, permintaan konsumen akan barang atau jasa yang disertai dengan daya beli atau mampu membeli, permintaan jenis ini seorang konsumen ingin memenuhi kebutuhan sesuai dengan kemampuan dalam membeli.
2. Permintaan Potensial, permintaan konsumen akan barang atau jasa yang sebenarnya mampu membeli tetapi pembelian masih ditunda.
3. Permintaan absolut, permintaan konsumen akan barang atau jasa tetapi tidak mempunyai kemampuan dalam membeli.

Adapun definisi Penawaran menurut (Sibuea, 2013) hubungan antara harga suatu barang dengan jumlah barang yang ditawarkan. Penawaran juga dapat dikatakan

bahwa, kebalikan dari permintaan yaitu sejumlah barang atau jasa yang ditawarkan oleh produsen dan mampu dijual pada saat harga dan waktu tertentu. Hasil penelitian (Arida, 2015) mengatakan bahwa, penawaran adalah kegiatan yang dilakukan oleh produsen dalam memasarkan barang dan jasanya. Dalam penelitian ini adalah penawaran terhadap tenaga kerja, yaitu dipengaruhi luas lahan, tingkat upah bahkan tingkat pengangguran.

Dalam perspektif Islam permintaan dan penawaran yang dilakukan harus sesuai sumber-sumber dalam Al-Qur'an yaitu produksi, *supply*, *demand*, harga, keuntungan, produsen, pemasaran, pasar dan zakat yang dibatasi dengan syariat Al-Qur'an (Muamanah, 2017). Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa permintaan adalah mencerminkan perilaku dari konsumen dalam membeli suatu barang, sedangkan penawaran yang mencerminkan perilaku dari produsen atau yang menjual barang kepada konsumen, memerlukan yang sebuah penawaran agar diterima oleh masyarakat.

### **Fungsi Permintaan dan Penawaran**

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

Fungsi penawaran menunjukkan bahwa, adanya hubungan antara jumlah barang atau jasa yang ditawarkan oleh produsen untuk dijual dengan harga barang atau jasa. Bunyi dari hukum penawaran yaitu jika harga naik maka jumlah barang atau jasa yang ditawarkan bertambah, sebaliknya jika harga turun jumlah barang atau

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

Terdapat beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan dan penawaran. Menurut (Sukirno, 2011), terdapat 7 faktor yang dapat mempengaruhi permintaan sebagai berikut yaitu:

1. Harga barang atau jasa itu sendiri
2. Harga barang atau jasa lain yang berpengaruh kuat dengan barang atau jasa tersebut
3. Pendapatan rata-rata masyarakat dan pendapatan rumah tangga
4. Motif distribusi pendapatan dalam masyarakat
5. Cita rasa Masyarakat
6. Jumlah penduduk
7. Prediksi mengenai keadaan di masa yang akan datang

Menurut Rahmanta, (2018) ada juga faktor yang mempengaruhi permintaan sebagai berikut: Harga, makin rendahnya harga, makin tinggi permintaan, sebaliknya makin tinggi harga, maka semakin rendah permintaan. Apakah terdapat pengaruh antara harga suatu barang dengan barang lain?. Jawabannya tergantung dari hubungan barang tersebut apakah saling menggantikan (substitusi) atau saling melengkapi (komplementer). Contoh barang pengganti yaitu tempe dan tahu. Artinya jika harga tahu naik maka konsumen dapat membeli alternatif lain yaitu tempe. Selera, sebuah variabel yang mempunyai pengaruh besar kecilnya permintaan akan barang atau jasa. Jumlah penduduk, semakin banyak jumlah penduduk tentu makin besar pula permintaan barang atau jasa. Perubahan tingkat pendapatan sangat berpengaruh terhadap barang yang akan dikonsumsi. Maka sering dijumpai bahwa dengan pendapatan yang besar tentu disertai dengan peningkatan jumlah barang yang dikonsumsi dan bertambah juga dari segi kualitas barang yang dikonsumsi. Sejalan dengan hasil penelitian

(Septiadi, 2019) menyebutkan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan terhadap beras yaitu harga beras eceran, pendapatan per kapita, jumlah penduduk, dan kualitas produk beras. Sejalan dengan hasil penelitian (Risty, 2013) mengatakan bahwa permintaan beras organik dipengaruhi oleh harga, pendapatan, dan jumlah tanggungan. Yang tidak terlalu berpengaruh yaitu faktor usia dan lamanya pendidikan. Kemudian berdasarkan nilai elastisitas harga bersifat elastis. Sedangkan pendapatan, usia, jumlah tanggungan dan lama pendidikan bersifat in-elastis. Berdasarkan pendapatan di atas dapat disimpulkan bahwa, faktor yang mempengaruhi permintaan yang pertama adalah harga, harga lain, selera, jumlah penduduk, tingkat pendapatan, prediksi yang akan datang. Menurut (Sukirno, 2010) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi penawaran adalah harga barang, sama seperti di dalam permintaan harga barang menjadi persoalan pertama saat melakukan penawaran, apabila harga barang atau jasa yang ditawarkan naik, maka jumlah barang atau jasa yang ditawarkan juga meningkat, tetapi sebaliknya jika harga barang menurun, maka jumlah barang atau jasa yang ditawarkan akan menurun. Jika harga dari barang pengganti naik, maka jumlah barang yang akan ditawarkan akan meningkat, dalam hal ini penjual akan berharap, semoga konsumen beralih dari barang pengganti ke barang lainnya yang ditawarkan, karena harganya lebih murah. Tujuan dari Perusahaan adalah mencari laba sebesar-besarnya (*profit oriented*), menjual produknya dengan margin keuntungan yang besar sehingga harga jual menjadi tinggi, agar produk laris dan dapat menguasai pasar, maka perusahaan mampu menetapkan harga murah dengan tingkat keuntungan yang rendah agar dapat menarik minat dari pembeli. Tingkat kemajuan teknologi tentu mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap barang yang ditawarkan. Teknologi yang modern akan mempermudah produsen dalam menghasilkan barang dan jasa. Sejalan dengan hasil penelitian (Zamili, 2017) menyebutkan faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya permintaan berdasarkan harga, pendapatan konsumen, dan jumlah tanggungan dan faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran berdasarkan harga, biaya produksi, dan keuntungan. Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa, terdapat 5 faktor yang mempengaruhi penawaran, yaitu:

1. Harga
2. Harga barang lain
3. Biaya produksi
4. Tujuan Perusahaan
5. Tingkat teknologi

Di dalam penawaran ini, produsen harus mengatur strategi dalam menawarkan produknya agar dapat menghasilkan keuntungan sebesar-besarnya. Hukum permintaan dan penawaran berlaku ketika dalam keadaan *Ceteris Paribus*, yaitu saat masyarakat dalam keadaan tidak berubah. Adapun faktor-faktor dari *Ceteris Paribus* adalah pendapatan harus tetap, selera masyarakat tidak berubah, harga dari barang lain tetap, barang pengganti tidak ada, dan pengharapan akan masa depan tidak berubah. Hukum Permintaan berbunyi Jika harga naik, maka permintaan akan barang atau jasa akan berkurang, sebaliknya jika harga turun maka permintaan akan barang atau jasa akan meningkat (Dinar dan Hasan, 2018). Sedangkan Hukum Penawaran berbunyi Jika harga naik, maka jumlah barang atau jasa yang ditawarkan akan meningkat, sebaliknya jika harga barang turun, maka jumlah barang atau jasa yang ditawarkan akan menurun (Dinar dan Hasan, 2018).

### **Elastisitas Permintaan dan Penawaran**

Elastisitas permintaan adalah sebuah pengukuran yang berbentuk kuantitatif yang menunjukkan besarnya pengaruh perubahan harga terhadap perubahan permintaan arti permintaan ketika harga naik maka jumlah permintaan akan barang mengalami penurunan. Sebaliknya ketika harga turun maka jumlah permintaan akan meningkat. Menurut Koutsoyiannis (dalam Solihah, 2014) mengemukakan terdapat beberapa jenis-jenis elastisitas permintaan:

1. **Permintaan Ineslastis Sempurna.** Permintaan ini terjadi harga ada perubahan harga tetapi tidak sama sekali berpengaruh terhadap jumlah yang diminta, dalam kasus ini konsumen saat membeli barang tidak lagi melihat harganya. Contoh: permintaan terhadap obat atau beras, maka konsumen akan

mempertimbangkan yang sangat dibutuhkan saat ini, bukan dari segi harganya.

2. Permintaan In-elastis artinya jika adanya perubahan variabel permintaan sebanyak 2% maka perubahan jumlah barang akan mengalami pengurangan kurang dari 2%. Misalnya jika harga beras naik konsumen akan tetap membelinya karena beras merupakan makanan pokok meskipun harga beras mengalami kenaikan, tetapi untuk mengonsumsinya konsumen mungkin berhemat-hemat, saat harga beras turun maka permintaan dari beras tidak mengalami permintaan yang tinggi karena beras memiliki keterbatasan (rasa kenyang).
3. Permintaan Elastis Uniter diartikan sebagai perubahan pada variabel permintaan yang berbanding lurus dengan perubahan jumlah permintaan. Maka jika terdapat perubahan harga maka akan sebanding dengan barang yang diterima. Misalnya, saat harga *handphone* naik di luar jangkauan masyarakat, tetapi dikarenakan konsumen rata-rata menganggap bahwa *handphone* menjadi kebutuhan pokok untuk saat ini, konsumen akan terus membelinya.
4. Permintaan Elastis dalam variabel permintaan elastis misalnya 2% maka akan diikuti oleh perubahan jumlah barang yang akan melebihi 2%. Dengan kata lain tingkat perubahan jumlah yang di minta akan lebih besar dari perubahan harga. Misalnya, saat barang mewah seperti emas, motor, dan mobil mengalami penurunan harga maka ramai dibeli oleh konsumen, namun ketika harga barang tersebut naik maka konsumen tidak akan mencari barang penggantinya.
5. Permintaan Elastis Sempurna. Terdapat variabel permintaan yang tidak diakibatkan oleh perubahan jumlah barang yang diminta. Elastis sempurna yang terjadi adalah ketika harga tetap namun permintaan akan barang tersebut dapat naik turun. Misalnya, bumbu dapur yang harga tetap namun permintaan akan bumbu dapur turun naik, permintaan akan bertambah ketika menjelang hari raya karena akan memasak makanan yang banyak. Sejalan dengan hasil penelitian (Agustian, 2012) mengatakan bahwa



elastisitas permintaan *input* terhadap benih, pupuk urea, dan pupuk Tsp bersifat inelastis terhadap perubahan harga sendiri.

Elastisitas Penawaran yaitu Perbandingan antara perubahan jumlah barang yang akan ditawarkan terhadap perubahan harga, di dalam elastisitas penawaran yang merupakan faktor utamanya adalah dari faktor harga. Jenis-jenis Elastisitas Penawaran dapat dibagi dalam lima golongan elastisitas yaitu:

1. Elastisitas Sempurna, dapat terwujud jika produsen atau penjual bersedia menjual semua barangnya pada harga tertentu, maka kurva penawaran akan sejajar dengan sumbu datar. Elastis, Dalam kurva penawaran elastis dapat terwujud jika perubahan harga menyebabkan perubahan yang relatif besar terhadap penawaran.
2. Elastis Uniter, dapat terwujud apabila kurva penawaran dimulai dari titik 0. Tidak Elastis, Kurva Penawaran tidak elastis terwujud apabila perubahan harga menyebabkan perubahan yang relatif kecil terhadap penawaran. Tidak Elastis Sempurna, Kurva penawaran tidak elastis sempurna terwujud apabila produsen atau penjual sama sekali tidak dapat menambah penawarannya meskipun harga akan bertambah tinggi, perubahan harga menimbulkan perubahan yang relatif kecil terhadap suatu penawaran. Sejalan dengan hasil penelitian (Agustian, 2012) mengatakan bahwa, elastisitas penawaran *output* yaitu jagung di provinsi Jawa Timur maupun di Jawa Barat terhadap perubahan harga sendiri adalah bersifat elastis, sedangkan terhadap perubahan harga input meliputi benih, urea, TSP dan tenaga kerja adalah inelastis. Menurut (Savira, 2020) mengatakan terdapat beberapa manfaat elastisitas penawaran yaitu sebagai landasan dalam menyusun strategi penjualan, sebagai salah satu alat pemerintah supaya dapat mengetahui sifat dari barang yang akan diproduksi termasuk ekspor dan impor dan menentukan kebijakan-kebijakan yang berhubungan dengan penawaran akan barang atau jasa.

## **SIMPULAN**

Permintaan dan penawaran merupakan bagian dari pembahasan ekonomi mikro.

Permintaan adalah sejumlah barang atau jasa yang diinginkan oleh konsumen dan mampu dibeli pada saat harga dan waktu tertentu sesuai dengan penghasilannya. Berdasarkan daya beli permintaan dibagi menjadi tiga yaitu permintaan efektif, permintaan potensial, dan permintaan absolut.

Sedangkan penawaran adalah hubungan antara harga dan jumlah barang, apabila harga naik maka jumlah barang yang akan ditawarkan akan meningkat. Adapun fungsi dari permintaan dan penawaran, fungsi permintaan dapat mempengaruhi fungsi penawaran, hal tersebut terjadi karena adanya keseimbangan pasar. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan yaitu harga barang atau jasa itu sendiri, harga barang atau jasa lain yang berpengaruh kuat dengan barang atau jasa tersebut, pendapatan rata-rata masyarakat, pendapatan rumah tangga, motif distribusi pendapatan dalam masyarakat, cita rasa masyarakat, jumlah penduduk, dan prediksi mengenai keadaan di masa yang akan datang. Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran yaitu harga barang, harga barang lain, biaya produksi, tujuan-tujuan dari perusahaan, dan tingkat teknologi. Kurva permintaan dan penawaran dalam keadaan *Ceteris Paribus*, tentu akan membentuk kurva sesuai dengan hukum permintaan dan penawaran. Namun bentuk kurva dapat berubah atau mengalami pergeseran pada saat waktu tertentu, dan itu berlaku untuk permintaan maupun penawaran. Di dalam permintaan dan penawaran juga ada yang namanya elastisitas dengan berbagai jenis-jenisnya, di dalam elastisitas permintaan dan penawaran dapat memberikan informasi penting bagi konsumen dan produsen. Elastisitas permintaan digunakan untuk mengukur perubahan-perubahan yang terjadi dalam permintaan suatu barang, sedangkan elastisitas penawaran adalah untuk mengukur perubahan-perubahan yang terjadi dalam penawaran, sehingga dapat membantu produsen dalam menentukan kebijakan-kebijakan.

## REFERENSI

- Agustian, A., & Hartoyo, S. (2012). Pendugaan elastisitas penawaran output dan permintaan input usahatani jagung. *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi dan Pembangunan*, 13(2), 247-259.
- Akhmad. 2014. *Ekonomi Mikro: Teori dan Aplikasi di Dunia Usaha*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Arida, A., Zakiah, Z., & Julaini, J. (2015). Analisis Permintaan Dan Penawaran Tenaga Kerja Pada Sektor Pertanian Di Provinsi Aceh. *Jurnal Agrisep*, 16(1), 66-78.
- Dinar, Muhammad dan Muhammad Hasan.2018. *Pengantar Ekonomi: Pengantar dan Aplikasi*. Makasar: CV.
- Nur Lina Febianti, Y. N. (2014). Permintaan dalam ekonomi mikro. *Edunomic Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 2(1).
- Guiso, L., Herrera, H., Morelli, M., & Sonno, T. (2017). Demand and supply of populism. London, UK: Centre for Economic Policy Research.
- Marlina, E., & Ruhiat, D. (2018). Penerapan sub pokok fungsi pada matematika ekonomi terhadap fungsi permintaan dan fungsi penawaran.