

2. Penawaran

a. *Pengertian dan Faktor yang mempengaruhi Penawaran*

Bicara tentang penawaran kalian pasti pernah mendapatkan sebuah penawaran atau malah dua buah. Penawaran di sekitar kita ada banyak macamnya seperti penawaran barang, penawaran kerja, penawaran kerjasama, penawaran harga dan lain-lain. Tapi tahukah apa itu penawaran? Pengertiannya apa sih? Untuk mengetahui jawabannya simak modul di bawah ini? Penawaran adalah keseluruhan jumlah barang yang bersedia ditawarkan pada berbagai tingkat harga tertentu dan waktu tertentu. Jika harga naik, jumlah barang yang ditawarkan bertambah. Begitu juga ketika harga turun, maka jumlah barang yang ditawarkan juga turun atau semakin sedikit.

Seperti halnya pembeli, apakah penjual juga hanya memperhitungkan faktor harga saja dalam menyusun daftar penawaran? Tentu saja tidak. Pada kenyataannya banyak faktor yang memengaruhi penawaran penjual. Namun ketika merumuskan penawaran, cukup dengan menghubungkan harga dan jumlah barang dan jasa yang ditawarkan. Faktor-faktor selain harga dianggap tidak berubah. Setelah mengetahui pengertian penawaran sekarang kita menuju faktor-faktor yang mempengaruhi sebuah penawaran karena, penawaran tergantung pada banyak faktor. Faktor apa sajakah itu? Simak uraian di bawah ini dan video berikut untuk lebih jelasnya <https://bit.ly/2HzCUyZ>. Penawaran dan produksi mempunyai hubungan yang sangat erat. Hal-hal yang mendorong dan menghambat kegiatan produksi berpengaruh terhadap jumlah penawaran. Berikut ini faktor-faktor yang memengaruhi penawaran.

1) Harga Barang itu Sendiri

Apabila harga barang yang ditawarkan mengalami kenaikan, maka jumlah barang yang ditawarkan juga akan meningkat. Sebaliknya jika barang yang ditawarkan turun jumlah barang yang ditawarkan penjual juga akan turun. Misalnya jika harga sabun mandi meningkat

dari Rp1.500,00 menjadi Rp2.000,00, maka jumlah sabun mandi yang penjual tawarkan akan meningkat pula.

2) Harga Barang Pengganti

Apabila harga barang pengganti meningkat maka penjual akan meningkatkan jumlah barang yang ditawarkan. Penjual berharap, konsumen akan beralih dari barang pengganti ke barang lain yang ditawarkan, karena harganya lebih rendah. Contohnya harga kopi meningkat menyebabkan harga barang penggantinya yaitu teh lebih rendah, sehingga penjual lebih banyak menjual teh.

3) Biaya Produksi

Biaya produksi berkaitan dengan biaya yang digunakan dalam proses produksi, seperti biaya untuk membeli bahan baku, biaya untuk gaji pegawai, biaya untuk bahan-bahan penolong, dan sebagainya. Apabila biaya-biaya produksi meningkat, maka harga barangbarang diproduksi akan tinggi. Akibatnya produsen akan menawarkan barang produksinya dalam jumlah yang sedikit. Hal ini disebabkan karena produsen tidak mau rugi. Sebaliknya jika biaya produksi turun, maka produsen akan meningkatkan produksinya. Dengan demikian penawaran juga akan meningkat.

4) Kemajuan Teknologi

Kemajuan teknologi sangat berpengaruh terhadap besar kecilnya barang yang ditawarkan. Adanya teknologi yang lebih modern akan memudahkan produsen dalam menghasilkan barang dan jasa. Selain itu dengan menggunakan mesin-mesin modern akan menurunkan biaya produksi dan akan memudahkan produsen untuk menjual barang dengan jumlah yang banyak. Misalnya untuk menghasilkan 1 kg gula pasir biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan Manis sebesar Rp4.000,00. Harga jualnya sebesar Rp7.500,00/ kg. Namun dengan menggunakan mesin yang lebih modern, perusahaan Manis mampu menekan biaya produksi menjadi Rp3.000,00. Harga jual untuk setiap 1 kilogramnya tetap yaitu Rp7.500,00/kg. Dengan

demikian perusahaan Manis dapat memproduksi gula pasir lebih banyak.

5) Pajak

Pajak yang merupakan ketetapan pemerintah terhadap suatu produk sangat berpengaruh terhadap tinggi rendahnya harga. Jika suatu barang tersebut menjadi tinggi, akibatnya permintaan akan berkurang, sehingga penawaran juga akan berkurang.

6) Perkiraan Harga di Masa Depan

Perkiraan harga di masa datang sangat memengaruhi besar kecilnya jumlah penawaran. Jika perusahaan memperkirakan harga barang dan jasa naik, sedangkan penghasilan masyarakat tetap, maka perusahaan akan menurunkan jumlah barang dan jasa yang ditawarkan. Misalnya pada saat krisis ekonomi, harga-harga barang dan jasa naik, sementara penghasilan relatif tetap. Akibatnya perusahaan akan mengurangi jumlah produksi barang dan jasa, karena takut tidak laku.