

KARAKTERISTIK PERMINTAAN PASAR TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI DI KOTA MAKASSAR

Burhanuddin¹

¹ FEB UNM Makassar

Email: burhanuddin@unm.ac.id

Artikel info	Abstrak
<i>Received; 12-10-2022</i> <i>Revised; 15-10-2022</i> <i>Accepted; 2-11-2022</i> <i>Published; 13-11-2022</i>	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh permintaan pasar terhadap pertumbuhan ekonomi yang berada di Kota Makassar. Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh bahwa hubungan permintaan pasar sangat berpengaruh terhadap pasar, perlu diketahui sistem ekonomi yang sangat penting untuk kita pelajari agar kita mengetahui ada apa saja faktor – factor didalam nya, dan ketika suatu barang itu naik, maka permintaan akan menurun. Begitupun sebaliknya, jika harga barang itu turun maka permintaan itu semakin naik, tentunya itu sudah menjadi “hukum permintaan” yang terus berjalan didalam roda perekonomian
Key words: <i>Karakteristik permintaan pasar, ekonomi, makassar.</i>	artikel global teacher professioanl dengan akses terbuka dibawah lisensi CC BY-4.0



PENDAHULUAN

Permintaan pasar merupakan suatu kegiatan ekonomi yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari khususnya dalam bidang ekonomi, perpaduan jumlah dan harga dari suatu barang yang dibutuhkan oleh para konsumen dalam berbagai tingkat periode dan suatu harga tertentu. Pendapatan harga barang sangat berpengaruh pada permintaan suatu barang itu. Apabila permintaan tersebut menurun dan tidak berubahnya pendapatan maka harga barang tersebut akan naik, dan sebaliknya, jika permintaannya bertambah atau mengalami kenaikan dan pendapatannya berubah maka harga suatu barang akan turun. (Soekirno, 1985 dalam Firdaus dan Arianti) Dalam Islam Pasar dijamin kebebasannya, hal ini menunjukkan bahwa pasar adalah tempat untuk menampung barang hasil produksi kemudian dijual ke konsumen.

Satu faktor dalam suatu analisis permintaan yang berpengaruh terhadap harga produk yaitu terhadap jumlah barang yang diminta, sedangkan beberapa faktor kecuali yang dianggap sebagai ceteris paribus (tidak berubah) yaitu seperti pendapatan, selera, dll. Dengan demikian dapat diketahui hubungan antara tingkat harga tersebut dan jumlah barang yang diminta.

Hukum permintaan menyatakan bahwa, bila jumlah barang yang diminta mengalami penurunan maka harga suatu barang akan naik). Pada dasarnya karakteristik permintaan pasar dapat di bagi menjadi 5 macam, yaitu: Bersifat Dinamis, Tergantung Pada Harga, tergantung pada penawaran, tergantung pada permintaan produk, peka terhadap persaingan.

Karakteristik permintaan yang pertama dan terpenting adalah sifatnya yang dinamis. Sifat dinamis dari permintaan membuat semua orang yang terlibat dalam pasar selalu waspada. Adapun yang dimaksud dengan sifat dinamis adalah permintaan akan suatu produk tidak akan pernah sama di setiap pasar. Contohnya, permintaan krim pelembab dan sweater akan meningkat di musim dingin dan akan menurun di musim panas. Selain itu, permintaan suatu produk juga sangat tergantung pada kualitas produk atau jasa. Contohnya, sebuah restoran tetap akan diminati oleh konsumen walaupun mereka menyajikan makanan enak dengan harga yang relatif mahal. Namun permintaan tersebut akan mengalami penurunan ketika pelanggan melihat adanya penurunan kualitas pada makanan yang mereka sajikan.

Karakteristik permintaan juga sangat sensitif terhadap harga suatu produk atau jasa. Karena alasan ini, maka perusahaan sangat memperhatikan secara detail ketika akan menentukan harga produknya. Nilai harga produk Anda tidak boleh melebihi harga produk pesaing Anda. Namun, beberapa perusahaan terkadang memutuskan harga produknya berdasarkan metode psikologi terbalik. Mereka percaya bahwa pelanggan akan tetap membeli produknya jika mereka menjual produknya dengan harga yang lebih tinggi. Keyakinan ini cukup masuk akal, karena sifat dasar manusia yang selalu berpikir bahwa mereka akan mendapatkan produk yang berkualitas dengan membayar lebih mahal. Prinsip "Ada kualitas, ada harga" sudah tertanam di benak mereka. Karena ketergantungan permintaan pada harga, perusahaan terkadang tidak menggunakan konsep penjualan ini untuk meningkatkan penjualan produk mereka. Karena sebagian besar populasi pelanggan lebih suka membeli produk dengan harga diskon. Mereka percaya bahwa dengan membeli produk dengan potongan harga, mereka akan menghemat uang mereka.

Penawaran dan permintaan terhadap suatu produk atau jasa berbanding terbalik satu sama lain. Karena permintaan terhadap suatu produk akan meningkat ketika pasokan barang di pasar rendah. Orang-orang bersiap untuk membayar apapun harganya untuk mendapatkan produk yang mereka butuhkan. Banyak penjual kemudian memanfaatkan hal ini untuk menciptakan situasi pasar "Palsu" di pasar di mana pembeli dibuat percaya bahwa pasokan produk sedang mengalami penurunan. Dengan melakukan hal ini, mereka dengan mudah dapat meningkatkan penjualan produknya. Masa depan sebuah perusahaan sangat bergantung pada permintaan produk mereka di pasar. Ada teori sains murni di balik hal ini. Bagaimana Anda bisa menjual sesuatu ketika orang tidak menginginkannya?

Karena takut kehilangan permintaan pasar, perusahaan kemudian terpaksa harus menghabiskan banyak uang untuk periklanan dan pemasaran. Mereka menggunakan teknik yang berbeda untuk menarik lebih banyak pelanggan.

Ada beberapa contoh perusahaan dalam sejarah yang muncul karena permintaan tiba-tiba akan suatu produk dan kemudian gulung tikar (bangkrut) ketika permintaan produk tersebut tiba-tiba berhenti. Persaingan akan mempengaruhi permintaan produk di pasar. Permintaan terhadap produk Anda akan mencapai puncaknya ketika Anda memiliki monopoli di pasar.

Anda dapat menjual produk Anda dengan harga yang diinginkan, dan orang-orang masih terus menginginkannya, karena Anda telah melakukan praktik monopoli dagang. Tetapi Anda harus ingat, bahwa persaingan di pasar juga dapat menurunkan nilai produk. Pelanggan Anda akan terbagi bahkan ketika masih ada permintaan produk Anda di pasar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah jenis penelitian *ex-post facto* dengan dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Permintaan pasar (X) pertumbuhan ekonomi (Y) sebagai variabel tak-bebas. Penelitian ini dilaksanakan pada semester ganjil tahun ajaran 2021/2022 di Kota Makassar. Populasi penelitian, yaitu seluruh guru ekonomi di SMA Negeri di Kota Makassar dan pengambilan sampel dilakukan dengan teknik random sampling.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pasar bisa diartikan salah satu tempat yang paling ramai saat kita mau membeli suatu kebutuhan karena disana tempat pertemuan permintaan dan penawaran berlangsung. Pasar juga merupakan sebuah tempat untuk berdagang dan berbelanja dan bertemunya pembeli dan penjual. Pasar juga ada yang sistemnya jual belinya masih tradisional dan masih menggunakan peralatan yang seadanya atau bias diartikan tempat jual beli yang belum banyak menggunakan fasilitas-fasilitas yang modern seperti halnya supermarket ataupun mall. Supermarket atau mall juga merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli akan tetapi di dalamnya sudah menggunakan fasilitas-fasilitas yang canggih seperti mesin kasir, label harga yang sudah tertera dan ditempat itu tidak bisa ditawar lagi, dan lain sebagainya. Ada beberapa pendapat menurut ahli berbeda antara satu dengan yang lain, berikut pendapat para ahli :

Menurut Kotler dan Amstrong “1999” Mendefinisikan pasar adalah pembeli yang mempunyai kemampuan aktual dari sebuah benda atau jasa yang penjual akan menawarkan produk atau jasa sebagai gantinya penjual mendapatkan informasi dan uang. Menurut Atep Adya Barata “Pasar merupakan tempat bertemunya pembeli dan penjual. Menurut Atep, pertemuannya ini tak harus dilakukan secara langsung. Bisa jadi melalui media tertentu atau perantara, lalu, sesudah pertemuan, pertukaran pun terjadi”. Menurut William J. Stanton, “pengertian dari pasar adalah tempat dimana para penjual dapat mempromosikan, mengenalkan, serta mendistribusikan barang atau jasa. Dimana disana juga ada kumpulan dari sekian banyak warga yang memiliki tujuan untuk mendapatkan rasa puas. Rasa puas itu berasal dari penggunaan uang untuk ditukar dengan barang atau jasa yang mereka inginkan”.

Menurut Simamora “Pengertian pasar adalah suatu kelompok/perkumpulan masyarakat untuk membeli barang tertentu dengan keinginan dan kebutuhannya. Tak hanya itu, mereka juga mempunyai kemampuan menjual dan membeli barang tersebut. Dan kesempatan tukar-menukar barang dengan alat pembayaran ada di dalam pasar”. Menurut Handri Ma’aruf “Pasar merupakan ruang untuk para penjual dan pembeli bertransaksi. Di dalam pasar, ada penawaran dan permintaan antara si pembeli dan si penjual dan terjadilah transaksi jual beli”.

Pasar mempunyai fungsi yang cukup penting dalam kehidupan sehari-hari. Dari kegiatan jual beli hingga ikon dari suatu wilayah. Berikut merupakan beberapa fungsi dari pasar yang ada di tengah kalangan masyarakat di berbagai belahan dunia ini. Bertemunya Pembeli Bersama Barang atau Jasa yang dibutuhkan. Tak semua suatu hal yang kita butuhkan itu kita mempunyai semua, oleh karenanya sebuah pasar sangat kita butuhkan di kehidupan kita sehari-hari. Pasar pun juga bisa jadi tempat untuk kita mempertemukan beragam kebutuhan

sehari hari yang sebelumnya sulit didapatkan. Walaupun begitu untuk memenuhi apa yang kita butuhkan itu, kita juga harus memiliki alat pembayaran yang sesuai dengan hukum perekonomian bias dengan uang tunai, saldo rekening, atau bahkan sistem barter.

Pasar juga bisa menjadikan tempat untuk masyarakat mencari uang atau biasa dikatakan sebagai tempat sumber mata pencaharian. Pasar merupakan tempat yang menyediakan ruang bagi banyak produsen (orang yang memproduksi barang atau jasa) guna untuk menukarkan apa yang mereka jual dengan alat pembayaran yang sah, bisa dalam bentuk uang, barter dll. Para penjual mendapatkan keuntungan dari margin (persentase keuntungan dari produk) yang sudah mereka tetapkan. Dengan keuntungan itu, mereka bisa mengembalikan modal, atau mengembangkan bisnis (usaha) yang mereka jalankan. Dengan adanya pasar membuat kondisi sosial dan ekonomi masyarakat menjadi terpenuhi. Karena, seseorang dapat mencari kebutuhannya sendiri tanpa harus melakukan sesuatu yang ilegal atau yang melanggar hukum. Pasar juga bisa menjadikan “ladang” rejeki untuk para penjual meraup keuntungan dan juga meningkatkan perekonomian si penjual tadi supaya perekonomian masyarakat tetap stabil.

Pasar juga bisa menjadi sebuah tempat untuk meningkatkan perekonomian masyarakat. Dengan adanya pasar, masyarakat menjadi lebih makmur dan sejahtera, masyarakat bebas menjual apa saja sesuai aturan hukum dan produk mereka bisa dipasarkan dimanapun sampai diekspor ke luar negeri. Dalam kehidupan sehari-hari kita dapat melihat pasar dalam bentuk fisik seperti pasar barang konsumsi (ikan, daging, sayur dll). Secara sederhana pasar dapat dikelompokkan menjadi beberapa bagian yakni : ☐ Menurut dari segi fisiknya, pasar dapat dibedakan menjadi beberapa bagian, di antaranya yakni : Pasar tradisional adalah pasar yang didirikan oleh pemerintah, swasta, koperasi, dan swadaya masyarakat. Didalam pasar tradisional tempat berdagang atau berjualannya bisa berbentuk kios, toko, los, dan tenda yang kebanyakan menyediakan barang-barang konsumsi sehari-hari masyarakat.

Pasar tradisional kebanyakan dikelola oleh pedagang kecil sampai menengah. Proses penjualan dan pembelian dilakukan dengan tawar-menawar. Para pengelolanya bermodal kecil namun keuntungan yang didapatkan bisa dikatakan lumayan cukup besar. Pasar tidak nyata atau (Abstrak) adalah pasar yang tidak mempertemukan secara langsung bertatap muka antara pembeli dan penjual. Salah satu contohnya pasar tidak nyata adalah seperti pasar saham, modal dll, tentunya dengan dilakukan jual beli secara online. Pasar ini memang menjadi alternatif dari sebagian kalangan masyarakat, dengan sistem jual beli nya bisa dilakukan dimana saja, kita bisa membeli atau menjual barang yang sudah disediakan lewat aplikasi ponsel pintar seperti contohnya SHOPEE, TOKOPEDIA dll ataupun di media lainnya.

Kelebihan dari pasar ini adalah pasar ini bisa dilakukan dimanapun dan kapan saja, tentunya lebih gampang untuk mencari barang/produk yang kita butuhkan atau kita inginkan, dan tidak menyulitkan kita selaku pedagang dan pembeli. Namun dari banyaknya kelebihan pasar abstrak ini adapula kekurangannya yakni, sebagai pembeli, kita tidak bisa mengecek atau melihat barang itu langsung. Jika terjadi suatu kesalahan memesan, dengan complain pun kadang tidak bisa membuat kita puas. Kekurangan jika dari sudut penjual adalah kita harus percaya pada jasa ekspedisi yang ada. Walaupun bisa jadi para jasa ekspedisi tersebut melakukan kesalahan seperti menghilangkan, merusak barang itu dan lain lain.

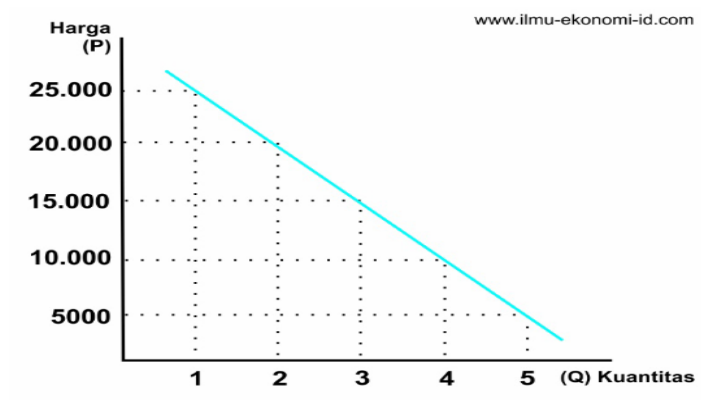
Pasar raya adalah pasar tradisional yang besar yang menawarkan berbagai produk makanan dan rumah tangga. Biasanya di setiap kota pasti ada pasar raya hanya saja di setiap kota pasti berbeda menyebutnya. Pasar Konkrit atau pasar yang nyata adalah pasar yang dimana terjadinya para pembeli dan penjual saling bertatap muka. Di pasar Konkrit, berlangsungnya transaksi dengan cara bertemu sehingga tak akan terjadi kesalahan komunikasi atau salah paham atau penipuan dll. Pada pasar ini juga para pembeli bisa melakukan pemilihan barang atau produk dengan secara langsung. Namun tetap saja ada kekurangan dari pasar nyata ini, Kekurangannya dari pasar ini yaitu tidak praktis seperti pasar abstrak. Para pembeli harus pergi langsung ke tempat para penjualnya terlebih dahulu dan bertemu sama penjualnya secara langsung. Toko Serba Ada merupakan tempat yang menyediakan dan menjual segala kebutuhan pokok yang kita butuhkan sehari-hari. Seperti bahan makanan, kebutuhan dapur, kebutuhan kamar mandi dan lain sbagainya. Sesuai dengan Namanya yaitu toko serba ada maka took ini sudah pasti menyediakan apapun yang kita butuhkan. Toko swalayan merupakan toko yang menyediakan barang-barang kebutuhan masyarakat atau kebutuhan sehari-hari, para pembeli bisa menemukan barang secara langsung dan memilih secara mandiri dengan barang yang diinginkan.

Biasanya barang barang yang dijual adalah barang sebuah kebutuhan sehari-hari sampai elektronik. Seperti sembako, daging,sayuran,buah, perlengkapan rumah tangga sampai kulkas dan televisi. dan lain sebagainya. Saat kita berada di dalam took swalayan jangan heran jika kita tidak dilayani pemilik swalayan atau pegawainnya secara langsung, karena didalam took swalayan pembeli di persilahkan meilih dan mengambil barang yang dibutuhkan secara mandiri, setelah itu baru dibayar di kasir yang sudah disediakan toko. Permintaan adalah suatu barang atau jasa yang diinginkan oleh konsumen pada waktu tertentu. Misalnya pada waktu sekarang dikarenakan menyebarnya virus COVID-19 contoh permintaan barang seperti masker, Hand sanitizer, bahkan seperti jahe pada saat ini sangat dibutuhkan oleh karena itu harga dari barang-barang tersebut melonjak naik dikarenakan permintaan lebih banyak dari jumlah yang di produksi. Disini akan saya gambarkan kurva yang mana kurva ini akan menggambarkan hubungan fungsional antara harga dan jumlah yang diminta. Kurva ini akan menggambarkan makin rendah harga (P) suatu barang maka akan bertambah jumlah permintaannya (Q). mengapa demikian? Karena :

Orang yang awalnya tidak mampu membeli dikarena harga barang tersebut turun maka orang itu mampu membelinya.

Harga Barang	Jumlah Pembeli
Rp.5.000.00,-	5 Orang
Rp.10.000.00,-	4 Orang
Rp.15.000.00,-	3 Orang
Rp.20.000.00,-	2 Orang
Rp.25.000.00,-	1 Orang

Orang yang awalnya mampu membeli suatu barang dikarenakan harga barang tersebut naik maka orang itu tidak mampu membelinya. Berikut table dan kurva permintaan fungsional antara harga dan jumlah barang yang diminta:



Mekanisme pasar dengan pengelolaan keuangan Pertumbuhan ekonomi di Sidoarjo, untuk semakin menurunkan angka kemiskinan yang ada. Terdapat banyak faktor, yang menjadi penyebab tersendatnya pelaku usaha mikro dalam mengelola usahanya, diantaranya adalah terbatasnya pengetahuan tentang pengelolaan usaha, utamanya terkait dengan pengelolaan keuangannya. Kondisi tersebut, disebabkan karena latar belakang pendidikan yang dimiliki oleh para pelaku usaha mikro, yang kurang terhadap pengetahuan dan keterampilan terkait pengelolaan keuangan. (Renny Oktafia 2018:88). Kita tahu bahwa jika kita mempunyai suatu usaha hendaknya kita perlu melakukan manajemen keuangan terlebih dahulu, apa itu manajemen keuangan?.

Manajemen keuangan adalah merupakan semua aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan usaha - usaha mendapatkan dana perusahaan dengan biaya yang murah serta usaha untuk menggunakan dan mengalokasikan dana tersebut secara efisien, fungsi pengelolaan manajemen keuangan dapat disimpulkan sebagai suatu kegiatan perencanaan, pengendalian, pengelolaan, penganggaran, pencarian, penyimpanan, dan pemeriksaan dana yang dilakukan oleh suatu perusahaan. Pengelolaan yang mendapatkan dana dan menggunakan dana tersebut secara efisien adalah pengelolaan yang baik, sehingga perusahaan mendapatkan laba dan dapat bertahan di masa yang akan datang, Pengelolaan keuangan yang baik dapat menghindarkan suatu perusahaan mengalami kegagalan usaha, pengelolaan suatu usaha juga perlu memperhatikan fungsi manajemen keuangannya guna untuk meningkatkan kualitas produknya.

KESIMPULAN

Jadi seperti yang saya jelaskan sebelumnya bahwa hubungan permintaan pasar sangat berpengaruh terhadap pasar, perlu diketahui sistem ekonomi yang sangat penting untuk kita pelajari agar kita mengetahui ada apa saja faktor-faktor didalam nya, dan ketika suatu barang itu naik, maka permintaan akan menurun. Begitupun sebaliknya, jika harga barang itu turun maka permintaan itu semakin naik, tentunya itu sudah menjadi “hukum permintaan” yang terus berjalan didalam roda perekonomian. Dan terlihat jelas bahwa permintaan jika dilihat dari dua sisi yakni dari permintaan menurut pandangan islam dan permintaan secara konvensional sangat banyak berbeda, jika permintaan dari pandangan Islam mengedepankan nilai Kehalalan dan nilai faedah, maka jika secara ekonomi konvensional permintaan dilihat dari harga, kualitas, dll dari suatu barang tersebut, perbedaan ini bukan menjadi masalah menurut saya, karena setiap orang juga memiliki sudut pandang yang berbeda dari segi permintaan, yang terpenting kita ambil nilai positifnya dari kedua sisi permintaan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Arihan, & Sani, L. (2020). *Kinerja pasar di SMK Purnawarman Purwakarta*. Jurnal Pendidikan Ekonomi. Jakarta: Alfabeta
- Ningsih, I. W., Widodo, A., & Asrin, A. (2021). *Urgensi kompetensi literasi digital dalam pembelajaran pada masa pandemi Covid-19*. Jurnal Inovasi Teknologi Pendidikan, 8 (1). 81-91.
- Pohan, E. (2020). *Konsep Pembelajaran Daring Berbasis Pendekatan Ilmiah*. Purwodadi: CV. Sarnu Untung.
- Rahyubi, H. (2014). *Teori-teori Belajar dan Aplikasi Pembelajaran Motorik*. Bandung: Penerbit Nusa Media.
- Sampebua, M., Limbong, M., & Tambunan, W. (2021). *Pengaruh Kompetensi Guru dan Kinerja Guru Terhadap Pembelajaran Online di SMK Kristen Tagari*. Jurnal pendidikan tabusai. 5(1), 827-840.
- Santoso, Adrian, P. Putra, H. (2020). *Mengemas Materi Online Learning*. Yogyakarta: Gava Media.
- Shivangi Dhawan. (2020). *Online Learning: A Panacea in the Time of COVID-19 Crisis*. *Journal of Educational Technology*. Vol. 49(1) 5–22. *Journal of Educational Technology*. Vol. 49(1) 5–22.
- Slamet, E., Harapan, E., & Wardiah, D. (2021). *Pengaruh Literasi Digital Guru dan Motivasi Kepala Sekolah Terhadap Keberhasilan Belajar di Rumah*. Jurnal Pendidikan Tambusia. 5(1).774-778.
- Suryadi, D. (2016) Peranan Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Kegiatan Pembelajaran dan Perkembangan Dunia Pendidikan. *Informatika*. Vo. 3. No. 3. Hal : 63-75.