

KELAS

X

RENCANA PELAKSANAAN PEMBELAJARAN
(RPP)

MATA PELAJARAN EKONOMI

Disusun Oleh :

Imam Mujahit, S.Pd. M.Si

NIP. 196908201995121004

**CABANG PENDIDIKAN KABUPATEN NGANJUK
DINAS PENDIDIKAN
PROPINSI JAWA TIMUR**



RENCANA PELAKSANAAN PEMBELAJARAN

TAHUN PELAJARAN 2021/2022

Satuan Pendidikan : SMA Negeri 1 Pace Nganjuk
Mata Pelajaran : Ekonomi
Kelas/Semester : X / Satu
Tema : Permintaan dan Penawaran
Sub Tema : Terbentuknya keseimbangan pasar dan struktur pasar
Pembelajaran ke : 3
Alokasi Waktu : 1 x 45 menit

A. Tujuan Pembelajaran

Melalui pemahaman terhadap permintaan, penawaran dan harga keseimbangan, siswa diharapkan dapat menjelaskan permintaan penawaran dan harga keseimbangan Kegiatan Pembelajaran

B. Kegiatan Pembelajaran

Pertemuan ke : 3

Kegiatan Pembelajaran	Penilaian
A. Kegiatan Pendahuluan: Mempersiapkan kondisi kelas, berdoa, menyiapkan peserta didik dan motivasi, apersepsi menyampaikan tujuan pembelajaran dan menjelaskan garis besar kegiatan pembelajaran	Sikap Observasi Kerjasama Keaktifan bekerja dan Keterampilan kinerja
B. Kegiatan inti : 1. Peserta didik diminta menafsirkan gambar pembelajaran kemudian mencatat poin-poin penting hasil penafsiran tersebut di bukunya masing-masing. 2. Peserta didik diarahkan merumuskan pertanyaan/menerima pertanyaan terkait hasil pengamatan, stimulus dan tujuan pembelajaran tentang permintaan, penawaran dan harga keseimbangan 3. Peserta didik mengamati atau mendiskusikan dalam kehidupan sehari-hari terkait dengan permintaan, penawaran dan harga keseimbangan 4. Peserta didik melakukan penguatan konsep dengan cara studi literatur dan mengerjakan soal-soal terkait persamaan fungsi permintaan, penawaran dan harga keseimbangan 5. Peserta didik mempreentasikan hasil diskusi kelompok 6. Guru mengarahkan peserta didik untuk menyimpulkan atau merangkum	Tes lisan Tes tertulis
C. Kegiatan Penutup Refleksi kegiatan pembelajaran	

C. Penilaian Pembelajaran

- Sikap :
Lembar Pengamatan
- Pengetahuan:
Lembar kerja Peserta didik
- Keterampilan
Lembar kenerja dan observasi diskusi

Mengetahui
Kepala Sekolah

Pace, 15 November 2021
Guru Mapel

IMAM MUJAHIT, S.Pd. M.Si.
NIP. 196908201995121004

IMAM MUJAHIT, S.Pd. M.Si.
NIP. 196908201995121004



Tujuan Pembelajaran

Melalui Pembelajaran ini, siswa diharapkan dapat :

1. Mendiskripsikan Pengertian Permintaan, Penawaran dan harga keseimbangan
2. Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan dan Penawaran
3. Menjelaskan Hukum permintaan dan penawaran serta asumsi yang mendasarinya
4. Menggambarkan grafik permintaan dan penawaran
5. Mendiskripsikan pengertian harga dan jumlah keseimbangan
6. Menjelaskan terbentuknya harga keseimbangan
7. Menggambarkan grafik harga keseimbangan
8. Mendiskripsikan berbagai bentuk pasar barang



Berapa harga durian ini ?

Rp 5000

Aku beli 10 ya Nek ...?

PERMINTAAN

Pembelajaran Hukum Permintaan Dalam Kehidupan Sehari-hari

1. Definisi Permintaan
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan
3. Kurva Permintaan
4. Fungsi Kurva Permintaan



Definisi Permintaan

PERMINTAAN adalah
Kesanggupan pembeli untuk
membeli berbagai jumlah produk
pada berbagai tingkat harga
dalam waktu tertentu



Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan

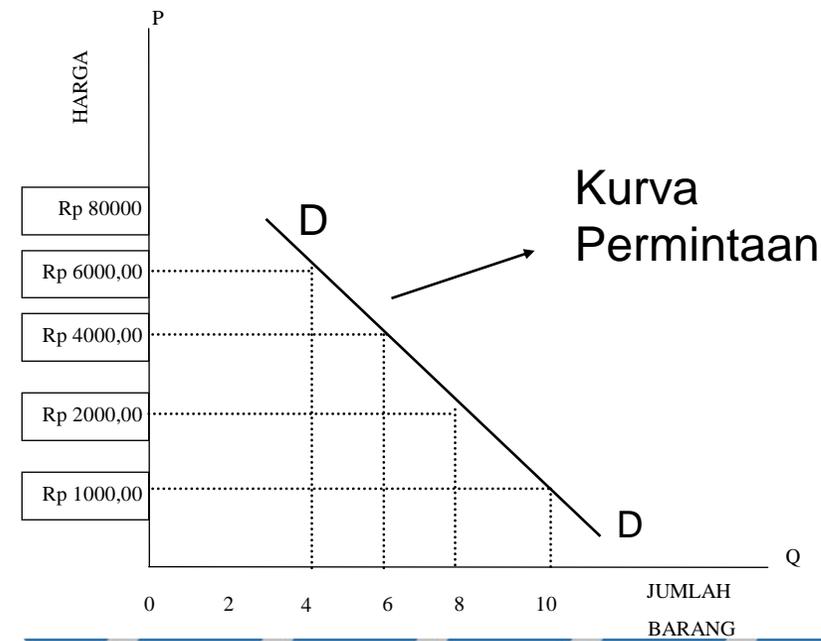
1. Harga
2. Pendapatan
3. Selera Konsumen
4. Harga Barang Lain
5. Perkiraan
6. Jumlah Penduduk



Kurva Permintaan

- ❖ Hukum Permintaan menyatakan bahwa bila harga naik maka jumlah permintaan akan turun dan sebaliknya
- ❖ Untuk menggambarkan kurva permintaan, digunakan sebagai tolak ukur adalah harga, sedangkan faktor-faktor lain dianggap konstan (Ceteris Paribus)

HARGA	PERMINTAAN
Rp 6.000.00	4
Rp 4.000.00	6
Rp 2.000.00	8
Rp 1.000,00	10



Fungsi Kurva Permintaan

- **Fungsi Kurva Permintaan Mempunyai Persamaan Sebagai berikut :**

$$Q_d = a - bP$$

Ket :

P : adalah harga produk
Q_d : adalah Jumlah produk yang diminta
a : konstanta
b : koefesien

- **Untuk memperoleh Persamaan Kurva Permintaan dapat digunakan rumus :**

$$\frac{Q - Q_1}{Q_2 - Q_1} = \frac{P - P_1}{P_2 - P_1}$$

Ket :

P1 : adalah harga mula-mula
P2 : adalah harga setelah perubahan
Q1 : adalah jumlah yang diminta mula-mula
Q2 : adalah Jumlah yang diminta setelah perubahan harga

Contoh:

Dalam suatu pasar diketahui saat harga beras Rp 5,00 jumlah yang diminta 40 Kg dan ketika ada kenaikan harga beras menjadi Rp 15,00 maka jumlah yang diminta 20 Kg. Carilah Fungsi Permintannya

$$\text{Dik } P_1 = 5 \quad Q_1 = 40$$

$$P_2 = 15 \quad Q_2 = 20$$

Jawab:

$$\text{Rumus : } \frac{Q - Q_1}{Q_2 - Q_1} = \frac{P - P_1}{P_2 - P_1}$$

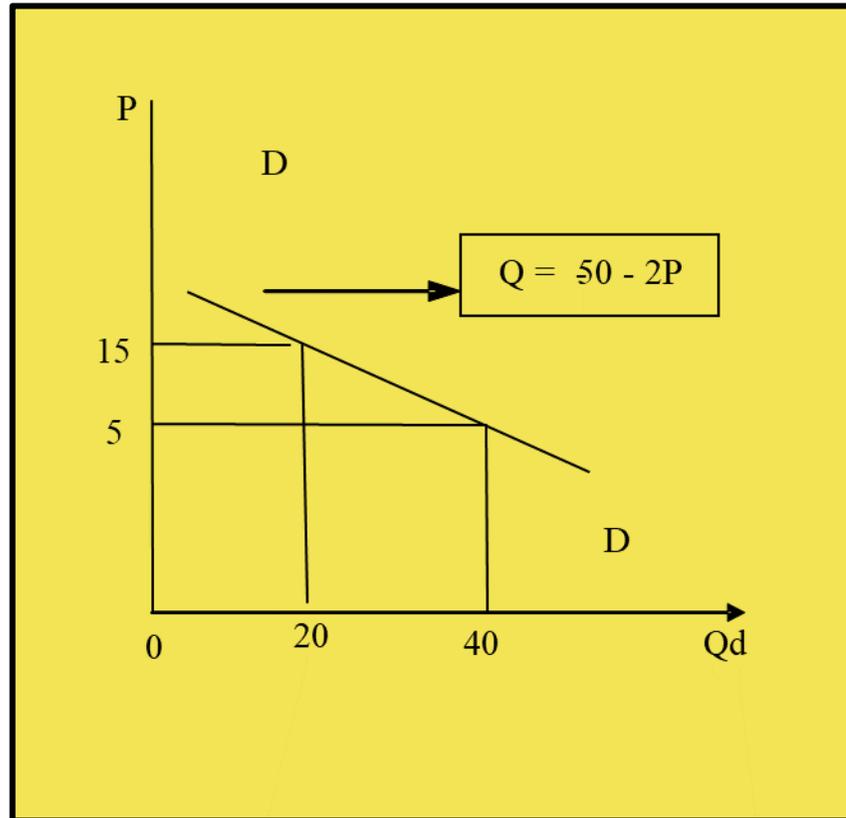
$$\frac{Q - 40}{20 - 40} = \frac{P - 5}{15 - 5}$$

$$\frac{Q - 40}{-20} = \frac{P - 5}{5}$$

$$10Q - 400 = 100 - 20P$$

$$10Q = 500 - 20P$$

$$Q = 50 - 2P$$



PENAWARAN (SUPPLY)

Jumlah barang yang ditawarkan penjual, pada tingkat harga tertentu, pada periode tertentu, dan pada pasar tertentu.



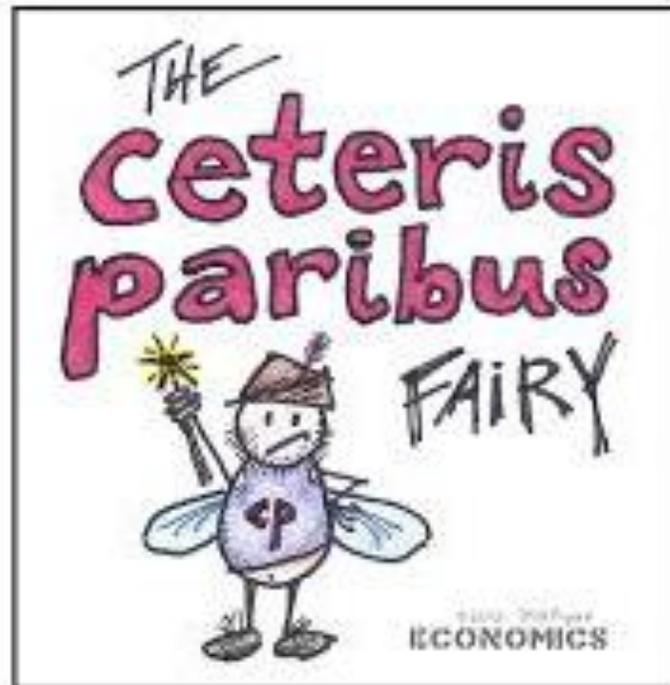
Faktor Yang Mempengaruhi Penawaran

1. Harga
2. Harga Input
3. Teknologi
4. Harga Barang Lain
5. Perkiraan Harga
6. Jumlah Penjual



HUKUM PENAWARAN

Apabila harga suatu barang naik, penawaran barang tersebut akan naik. Apabila harga barang turun, penawaran barang tersebut akan turun, ceteris paribus.

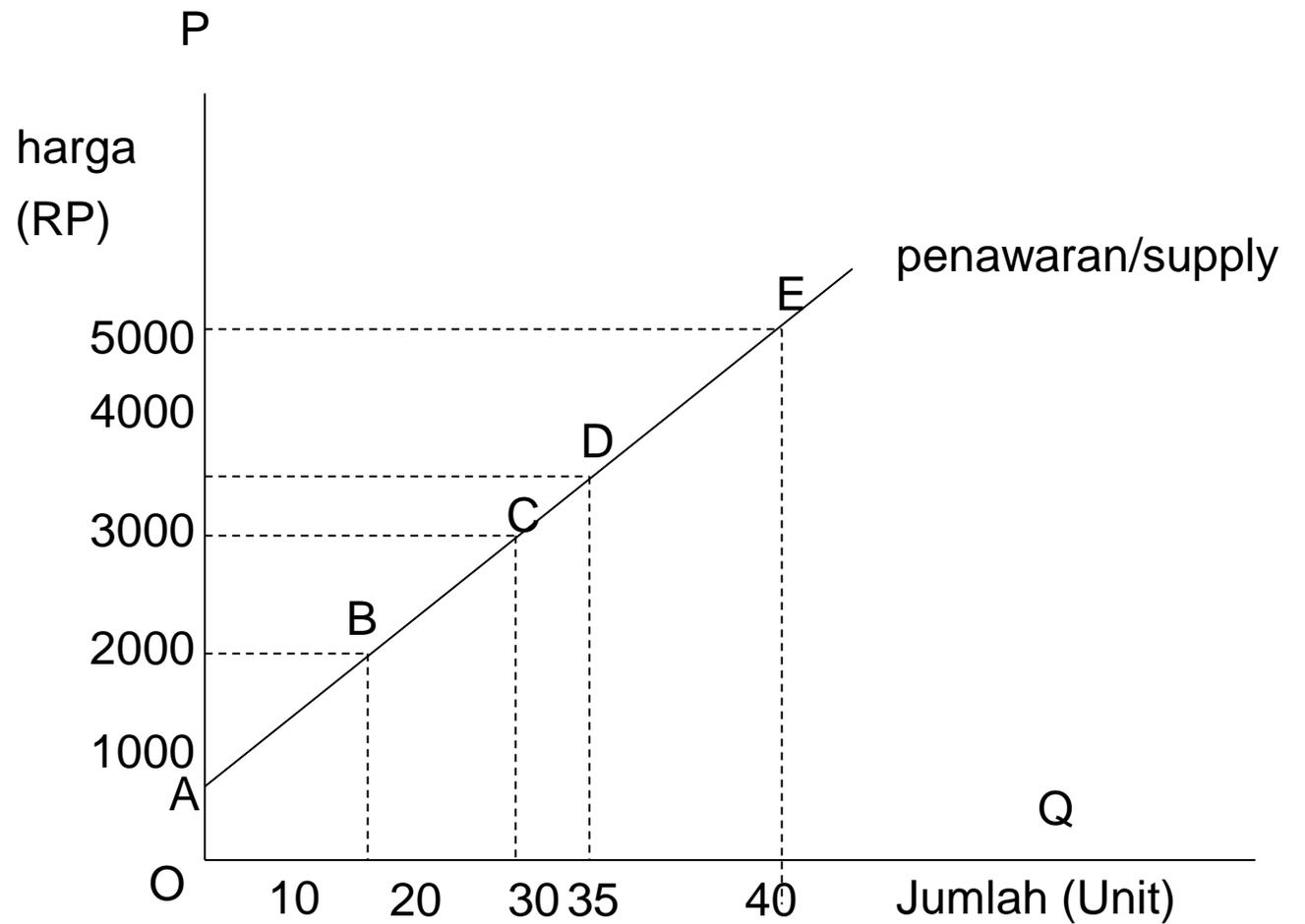


Tabel penawaran duren di Pasar Minggu

HARGA (RP)	DUREN YG DITAWARKAN (UNIT)
1000	10
2000	20
3000	30
3500	35
4000	40



kurva penawaran duren



Contoh:

Pada saat harga barang "X" Rp 5,- jumlah yang ditawarkan 5 unit, jika harga barang tersebut naik menjadi Rp 15,- jumlah yang ditawarkan bertambah menjadi 55 unit, buatlah fungsi penawaran barang tersebut.

$$\text{Dik } P_1 = 5 \quad Q_1 = 5$$

$$P_2 = 15 \quad Q_2 = 55$$

Jawab:

$$\text{Rumus : } \frac{Q - Q_1}{Q_2 - Q_1} = \frac{P - P_1}{P_2 - P_1}$$

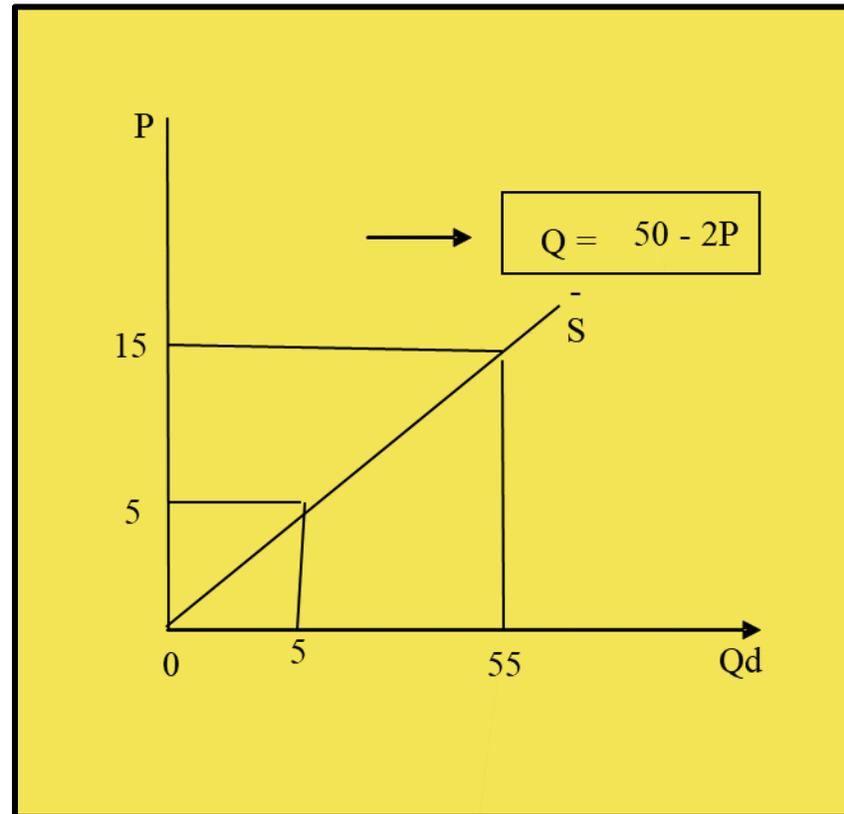
$$\frac{Q - 5}{55 - 5} = \frac{P - 5}{15 - 5}$$

$$\frac{Q - 5}{50} = \frac{P - 5}{10}$$

$$10Q - 50 = 100 - 20P$$

$$10Q = 500 - 20P$$

$$Q = 50 - 2P$$



KESEIMBANGAN PASAR (EKUILIBRIUM)

Suatu keadaan ketika jumlah barang yang diminta sama dengan jumlah barang yang ditawarkan pada harga tertentu.

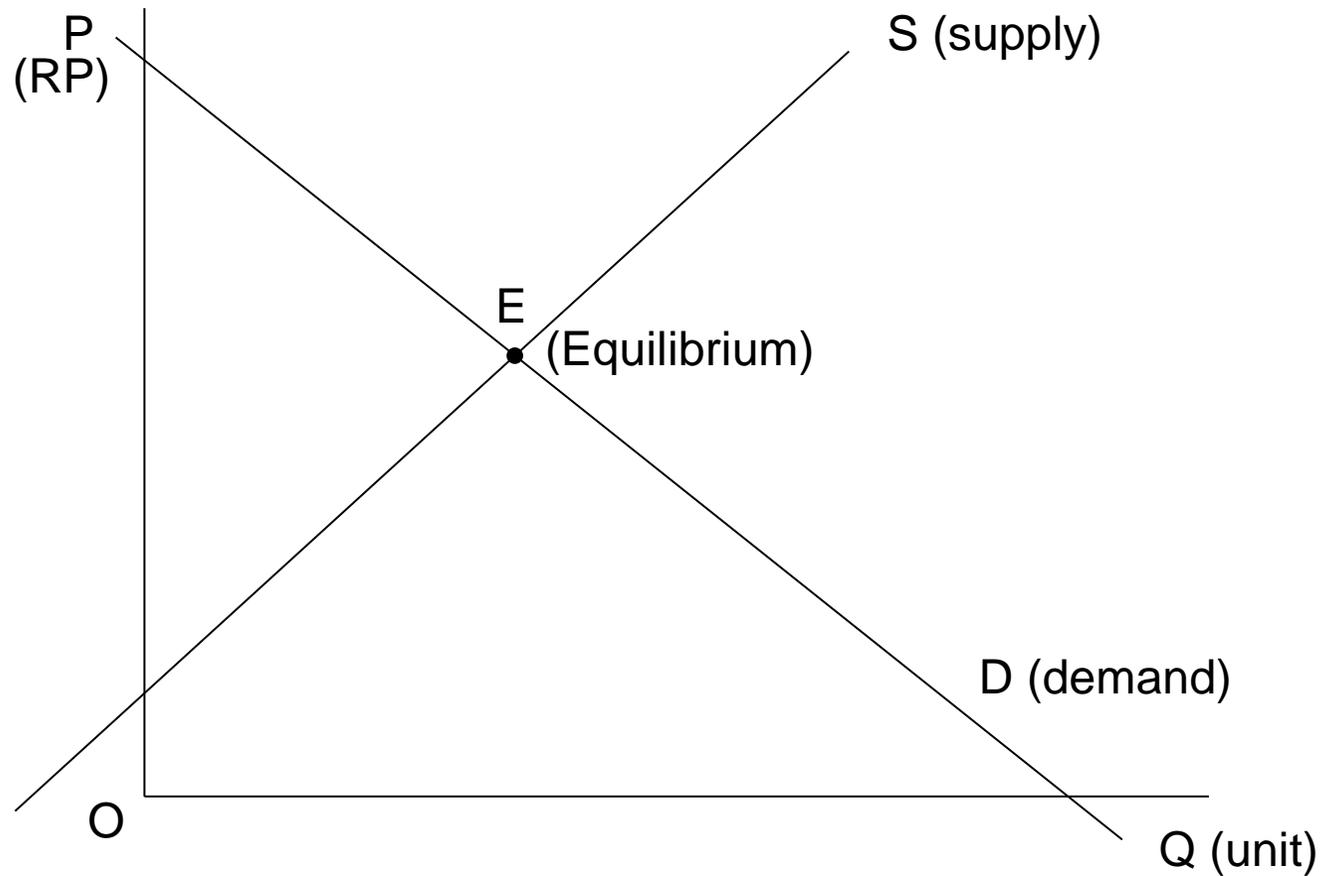


PROSES TERBENTUKNYA KESEIMBANGAN PASAR

PERMINTAAN barang yang dilakukan oleh pembeli dan **PENAWARAN** barang yang dilakukan oleh penjual akan senantiasa mengikuti *hukum permintaan dan penawaran*. Namun, pembeli dan penjual akan selalu melakukan tawar menawar sehingga akan membentuk harga keseimbangan



kurva keseimbangan pasar



Contoh:

Berdasarkan contoh permintaan dan penawaran di atas, dimana fungsi permintaannya $Q_d = 30 - 2P$ dan fungsi penawarannya $Q_s = -20 + 5P$. Keseimbangan dapat dilihat pada grafik berikut

Dik $Q_d = 50 - 2P$

$$Q_s = -20 + 5P$$

Jawab:

$$50 - 2P = -20 + 5P$$

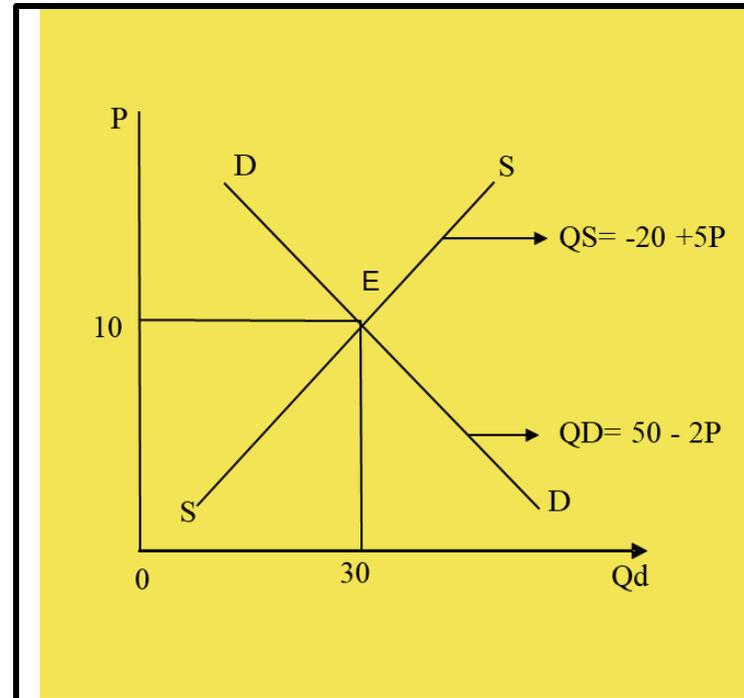
$$50 + 20 = 5P + 2P$$

$$70 = 7P$$

$$P = 10$$

$$Q_d = 50 - 2(10)$$

$$Q_d = 30$$



tabel harga keseimbangan pasar buah duren di Pasar Minggu

Harga (RP)	Permintaan (Kg)	Penawaran (Kg)	interaksi
5000	3500	7500	Surplus Penawaran
4000	4500	7000	Surplus penawaran
3000	6000	6000	Ekuilbrium
2000	8000	4000	Surplus permintaan
1000	11000	1000	Surplus permintaan

PERAN PASAR DALAM PEREKONOMIAN

1. Pengertian Pasar

Pasar adalah bertemunya permintaan dan penawaran untuk suatu barang dan jasa yang diperjualbelikan

2. Peran Pasar dalam Perekonomian

- a. Tempat informasi harga
- b. Tempat promosi
- c. Tempat pendistribusian barang hasil produksi



MACAM-MACAM PASAR

a. Pasar menurut waktu

Menurut waktunya pasar dibedakan sebagai berikut:

1. Pasar harian (pasar yang pertemuan antara penjual dan pembeli dapat dilakukan setiap hari)
2. Pasar mingguan (pasar yang proses jual belinya dilakukan seminggu sekali)
3. Pasar bulanan (pasar yang diselenggarakan sebulan sekali)
4. Pasar tahunan (pasar yang dilakukan setahun sekali)

MACAM-MACAM PASAR

b. Pasar menurut wujud

Menurut wujudnya, pasar dibedakan menjadi 2 yaitu:

1. Pasar konkret

Pasar konkret yaitu pasar dimana barang yang diperjualbelikan benar-benar ada dan penjual dan pembeli bertemu langsung

Ciri-ciri pasar konkret:

- a) Transaksi dilakukan secara tunai
- b) Barang dapat dibawa/diambil saat itu juga
- c) Barang yang diperjualbelikan benar-benar ada/nyata
- d) Penjual dan pembeli bertemu langsung

MACAM-MACAM PASAR

b. Pasar menurut wujud

Menurut wujudnya, pasar dibedakan menjadi 2 yaitu:

2. Pasar Abstrak

Pasar abstrak yaitu pasar dimana barang yang diperjualbelikan tidak tersedia secara langsung dan antara penjual dan pembelinya tidak bertemu secara langsung.

Ciri-ciri pasar abstrak:

- a) Penjual dan pembeli berada di tempat yang berbeda dan berjauhan
 - b) Transaksi dilandasi oleh rasa saling percaya
 - c) Barang yang diperjualbelikan tidak tersedia, hanya contoh saja
 - d) Transaksi dilakukan dalam partai besar
- 

MACAM-MACAM PASAR

c. Pasar menurut luas jangkauan distribusi

pasar dibedakan menjadi 4 yaitu:

1. **Pasar regional**

Pasar regional adalah pasar yang daerah pemasarannya meliputi beberapa negara pada wilayah tertentu. Misalnya di Kawasan Asia Tenggara dibentuk AFTA

2. **Pasar internasional**

Pasar internasional adalah pasar yang daerah pemasarannya mencakup seluruh kawasan dunia. Misalnya pasar kopi di Brasil, pasar wol di Sidney Australia

3. **Pasar lokal**

Pasar lokal adalah pasar yang daerah pemasarannya hanya meliputi daerah tertentu, dan pada umumnya menawarkan barang yang dibutuhkan masyarakat di sekitarnya. Misalnya pasar Klewer di Solo yang menyediakan berbagai jenis kain batik, karena masyarakat di Solo dan sekitarnya banyak yang mengenakan batik.

4. **Pasar nasional**

Pasar nasional adalah pasar yang daerah pemasarannya meliputi wilayah satu negara. Pasar ini menjual barang-barang yang dibutuhkan oleh masyarakat negara tersebut

STRUKTUR PASAR / BENTUK PASAR

Menurut teorinya, struktur pasar dibedakan menjadi 4 yaitu

1. Pasar persaingan bebas sempurna
2. Pasar monopoli
3. Pasar oligopoli
4. Pasar persaingan monopolistik

STRUKTUR PASAR / BENTUK PASAR

1. Pasar Persaingan Bebas Sempurna

Ciri-cirinya:

- a) Jumlah pembeli dan penjual cukup banyak dan aktif hadir di pasar
 - b) Semua pihak, baik pihak pembeli maupun penjual mempunyai atau menguasai informasi sepenuhnya tentang keadaan pasar
 - c) Barang yang dijual bersifat homogen (seragam) sehingga semua pedagang di pasar pasti akan menjual barang-barang yang serupa
 - d) Faktor produksi mudah dibagi dan dipindahkan sehingga timbul kemudahan perpindahan tenaga kerja, bahan baku, serta sarana dan prasarana produksi untuk masuk dan keluar dari lingkungan industri sebagai reaksi atas terjadinya keanekaragaman kemungkinan pencapaian laba dan perubahan harga
- 

STRUKTUR PASAR / BENTUK PASAR

2. Pasar Monopoli

Pasar monopoli ialah pasar yang dikuasai sepenuhnya oleh penjual. Penjual mempunyai kekuasaan yang mampu memaksakan kemauannya, baik dalam bentuk harga, volum, tempat maupun waktu pembelian barang yang akan dijualnya. Contoh : PLN menguasai listrik d Indonesia, PT Pos Indonesia memonopli penjualan benda-benda pos di Indonesia.

Ciri-ciri pasar monopoli antra lain:

- a) Terdapat satu penjual dan banyak pembeli
 - b) Harga ditentukan secara sepihak oleh penjual
 - c) Tidak ada barang lain yang dapat menggantikan barang yang dijualbelikan dengan sempurna
 - d) Ada halangan yang kuat bagi penjual baru untuk masuk dalam pasar
- 

STRUKTUR PASAR / BENTUK PASAR

3. Pasar Oligopoli

Ciri-ciri pasar oligopoli yaitu:

- a) Terdapat banyak pembeli di pasar
 - b) Hanya ada beberapa penjual
 - c) Produk yang dijual bersifat homogen dan bisa juga berbeda namun memenuhi standar mutu
 - d) Terdapat hambatan untuk memasuki pasar bagi perusahaan baru
 - e) Adanya saling ketergantungan
 - f) Penggunaan iklan sangat intensif
- 

STRUKTUR PASAR / BENTUK PASAR

4. Pasar Persaingan Monopolistik

Pada dasarnya persaingan monopolistik merupakan pasar yang berada di antara dua jenis pasar yang ekstrim, yaitu pasar persaingan sempurna dan pasar monopoli. Oleh karena itu, sifat pasar persaingan monopolistik mengandung unsur sifat monopoli dan pasar persaingan sempurna. Pasar persaingan monopolistik dapat didefinisikan sebagai suatu pasar yang terdapat banyak produsen barang dengan berbagai corak (*differentiated product*)

Ciri-ciri pasar persaingan monopolistik:

- a) Selalu ada sejumlah besar penjual dan pembeli di pasar
- b) Produksi barang dan jasa yang diperjualbelikan lazimnya bervariasi baik dalam merk, mutu, kampanye iklan yang dilakukan maupun dampak psikologis yang berbeda terhadap konsumen
- c) Memasuki pasar persaingan monopolistik selalu mudah
- d) Selalu terbuka peluang yang sifatnya bukan persaingan dalam harga, tetapi persaingan dalam diferensiasi jenis komoditas yang dilakukan untuk menarik minat konsumen sebanyak-banyaknya.



Terima Kasih