

**ANALISIS SURPLUS KONSUMEN
DAN SURPLUS PRODUSEN IKAN SEGAR DI KOTA BANDUNG
(Studi Kasus di Pasar Induk Caringin)**

Ickman Santi Kusumawardani*, Iwang Gumila** dan Iis Rostini**

*) Alumni Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Unpad

**) Staf Dosen Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Unpad

ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei sampai dengan September 2012. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis surplus konsumen dan surplus produsen ikan segar di Kota Bandung di lokasi Pasar Induk Caringin di Kota Bandung dengan menggunakan metode survey. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara dengan responden (Pedagang dan Pembeli Ikan Segar di Pasar Induk Caringin). Data sekunder diperoleh dari instansi-instansi terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa surplus konsumen lebih besar dari pada surplus produsen. Berarti bahwa keuntungan yang dinikmati oleh para konsumen lebih besar dari produsen. Hal ini berkaitan dengan struktur Pasar Induk Caringin yaitu pasar persaingan sempurna.

Kata kunci : Kota Bandung, Pasar Induk Caringin, Surplus Konsumen, Surplus Produsen

ABSTRACT

The study was held in May to September 2012. The purpose of the study was analyzed between consumer surplus with producer surplus in Bandung City at location Pasar Induk Caringin. The method of this study use surplus consumer and surplus producer. This study used a case study. Primary data and secondary data was required in this study. Primary data obtained by interviewing the respondents (fresh fish seller and fresh fish buyer). Secondary data obtained by institute library. The results showed that the consumer surplus is higher than the producer. It means the consumers get benefit more than producers. This is related to the structure of the Pasar Induk Caringin perfectly competitive market.

Keywords: Bandung City, Consumer Surplus, Pasar Induk Caringin, Producer Surplus

PENDAHULUAN

Kota Bandung memiliki letak yang strategis dari Jakarta dan sering menjadi tempat kunjungan favorit wisata di akhir pekan atau libur panjang. Kota Bandung mudah di akses membuat perekonomian Kota Bandung berkembang dengan cepat. Banyak bisnis yang berkembang di Bandung salah satunya adalah bisnis kuliner.

Bahan baku yang banyak digunakan dalam bisnis kuliner meliputi ikan segar yang langsung diolah lalu dimakan dan ikan yang diubah bentuk olahannya menjadi produk-produk lain yang diminati oleh konsumen. Ikan segar maupun produk olahan ikan dapat diolah dengan berbagai macam cara dan menghasilkan produk-produk yang baru dan menarik. Selain itu warung-warung *seafood* dengan harga kaki lima dengan rasa yang enak juga mulai menjamur di Kota Bandung.

Data Statistik menunjukkan bahwa produksi ikan setiap tahun cenderung meningkat 2005 sampai dengan 2010 baik yang diperoleh dari hasil produksi ikan dari kolam telah mencapai hampir 250 ribu ton dan produksi budidaya laut mencapai hampir 200 ribu ton.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Induk Caringin Bandung. Pada bulan Juni sampai bulan Juli 2012. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survey yaitu dengan cara menyebar kuisioner ataupun wawancara kepada para pedagang ikan yang ada di Pasar Induk Caringin Bandung.

Berdasarkan sumbernya data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui kuisioner maupun wawancara dengan para pedagang ikan yang dijadikan responden melalui kuisioner serta pengamatan langsung kegiatan jual beli di pasar induk. Data sekunder diperoleh dari literatur, dokumen, dan informasi dari berbagai instansi terkait seperti koperasi pasar induk, Depatemen Kelautan dan Perikanan Jawa Barat dan perpustakaan di instansi terkait.

Teknik pengambilan sampel yaitu dengan menggunakan salah satu metode *nonprobability* sampling yaitu *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Artinya, metode tersebut dapat digunakan jika narasumber atau responden yang diwawancarai ialah orang yang ahli di dalam suatu bidang, sebagai contoh penelitian tentang makanan maka sumber datanya atau narasumbernya ialah orang yang ahli makanan (Sugiono 2010).

Metode *purposive sampling* atau *judgement*, dimana penentuan sampel didapat dari pertimbangan pewawancara, dengan catatan bahwa responden yang diwawancarai ialah orang yang ahli dibidang penelitian yang sedang diteliti atau responden tersebut telah memenuhi kriteria-kriteria yang telah ditentukan oleh pewawancara.

Adapun kriteria-kriteria responden dari penelitian yang akan dilaksanakan ialah sebagai berikut:

1. Responden ialah pedagang ikan segar di Pasar Induk Caringin, baik itu pemilik los ataupun orang kepercayaan dari pemilik los.
2. Responden yang dipilih merupakan pedagang yang dianggap mewakili sifat-sifat dari keseluruhan pedagang ikan segar di Pasar Induk Caringin Bandung.
3. Responden terdiri atas pedagang kecil, pedagang menengah dan pedagang besar berdasarkan kepemilikan los, jumlah ikan yang terjual dan jumlah pendapatan setiap bulannya.
4. Responden adalah Para konsumen Ikan Segar di Pasar Induk Caringin.
5. Responden yang dipilih merupakan pedagang yang mewakili sifat-sifat dari keseluruhan konsumen ikan segar di Pasar Induk Caringin
6. Responden terdiri atas konsumen kecil, konsumen menengah, dan konsumen besar berdasarkan jumlah pembelian ikan.

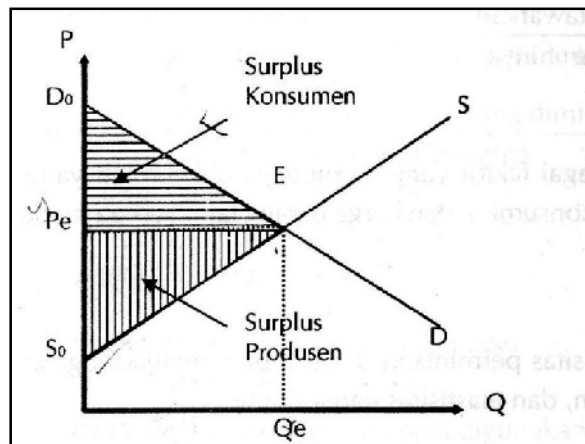
Parameter yang diukur dalam penelitian kali ini adalah permintaan dan penawaran ikan segar di Pasar Induk Caringin.

1. Harga Pembelian
2. Harga Penjualan
3. Jumlah ikan terjual
4. Jumlah ikan yang laku terjual
5. Surplus Produsen
6. Surplus konsumen

Surplus konsumen yaitu kelebihan atau perbedaan antara kepuasan total atau *total utility* (yang dinilai dengan uang) yang dinikmati konsumen dari mengonsumsi sejumlah barang tertentu dengan pengorbanan totalnya (yang dinilai dengan uang) untuk memperoleh atau mengonsumsi

jumlah barang tersebut (Samuelson dan Nordhaus 2003). Surplus produsen adalah jumlah yang dibayarkan oleh penjual untuk sebuah barang dikurangi dengan biaya produksi barang tersebut (Mankiw *et al.* 2012).

Apabila terjadi kesepakatan tentang harga dan kuantitas antara penjual dan pembeli maka keseimbangan akan terjadi. Pada harga keseimbangan menggambarkan harga yang disetujui oleh produsen maupun konsumen. Daerah yang menggambarkan kesediaan produsen melepaskan barangnya disebut dengan surplus produsen, sedangkan daerah yang menggambarkan kesediaan konsumen untuk membeli disebut surplus konsumen (Joesron dan Fathorrazi 2012).



Gambar 1. Surplus Konsumen dan Surplus Produsen

Sumber: Joesron dan Fathorrazi (2012)

Pada gambar 1 tampak bahwa keseimbangan dicapai pada harga P_e dan kuantitas Q_e . Daerah $P_e.E.S$ inilah yang disebut dengan surplus produsen. Secara matematis luas daerah ini dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$SP = P_e \cdot q_e - \int$$

Disisi yang lain, sebenarnya konsumen juga bersedia membeli barang tersebut diatas harga P_e dengan catatan bahwa barang yang akan dibeli lebih sedikit daei Q_e yakni mulai dari D_0 sampai P_e . Daerah $D_0.E.P$ merupakan surplus konsumen. Secara matematis dapat diperoleh sebagai berikut:

$$SK = \int - P_e \cdot q_e$$

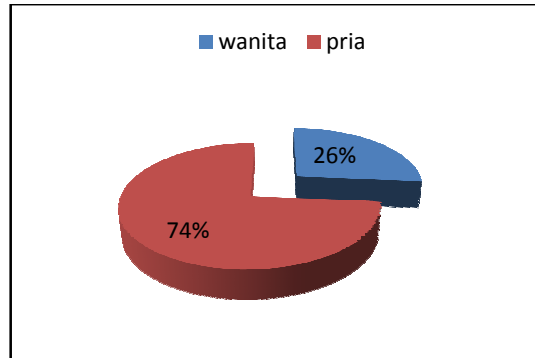
HASIL DAN PEMBAHASAN

Pasar Induk Caringin Bandung merupakan tempat berusaha dan berdagang bagi para pedagang yang berjualan dan menyediakan kebutuhan konsumen. Adapun komoditi yang dijual di Pasar Induk Caringin Bandung diantaranya sayuran, buah-buahan, ikan segar, ikan olahan, telur ayam, daging sapi, daging ayam. Tempat penjualan ikan segar berada pada Blok F Pasar Induk Caringin dengan jumlah los sebanyak 79 unit. Pasar Induk Caringin terletak di Jalan Soekarno Hatta no 22 Bandung, dengan jarak sekitar 10 km dari pusat kota Bandung. Pasar Induk Caringin dapat ditempuh dengan menggunakan kendaraan roda 4.

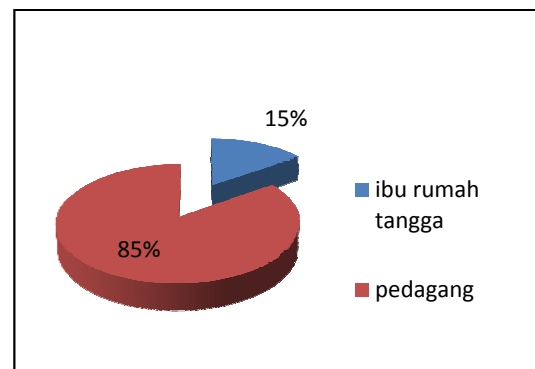
Kondisi Umum Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pedagang dan konsumen ikan segar rata-rata umur pedagang dan pembeli ikan adalah sekitar 40 tahun. Kebanyakan konsumen ikan adalah pria hanya beberapa konsumen ikan segar yang berjenis kelamin wanita (Gambar 2).

Pembeli ikan memiliki profesi yang berbeda-beda. Profesi konsumen ikan segar di Pasar Induk Caringin pada umumnya adalah pedagang (Gambar 3), kebanyakan dari mereka membeli ikan di Pasar Induk Caringin untuk dijual kembali di daerah asalnya.



Gambar 2. Jenis Kelamin Responden



Gambar 3. Profesi Responden

Ikan-ikan yang ada di Caringin berasal dari berbagai macam daerah, tetapi kebanyakan dari daerah Cirata, Saguling, Indramayu, Pangandaran, Lamongan, dan berbagai tempat lainnya kemudian ikan-ikan tersebut dijual ke pasar-pasar yang ada di kota Bandung yang banyaknya sekitar 22 pasar bawahan salah satunya adalah pasar Ciroyom, Cihaurgeulis, Pasar Induk Gedebage.

Analisis Surplus

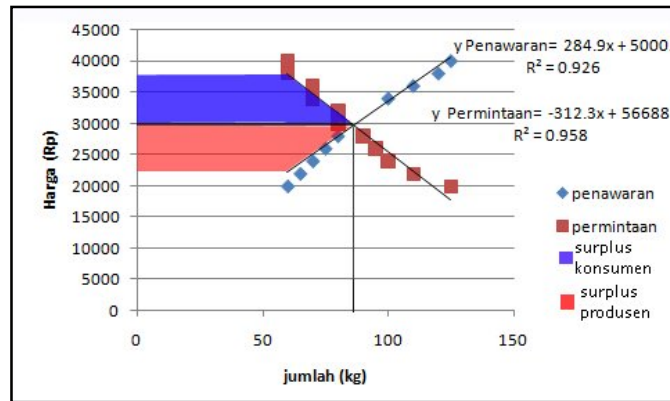
Analisis surplus pada penelitian ini dipilih lima komoditas ikan yang memiliki nilai ekonomis penting berdasarkan penelitian Magdalena (2011) Produsen yang dimaksud dalam penelitian ini adalah para pedagang ikan segar di Pasar Induk Caringin dan konsumen yang dimaksud

dalam penelitian ini adalah pembeli ikan segar di Pasar Induk Caringin.

Pemilihan skala harga adalah asumsi harga disaat ikan langka di pasaran dan saat ikan banyak dipasaran. Hasil dari wawancara kepada para pedagang ikan segar di Pasar Induk Caringin diketahui bahwa ikan langka dipasaran saat musim kemarau, menjelang lebaran. Ikan banyak dipasaran jika sudah memasuki saat musim hujan dimana kebanyakan ikan mulai melakukan pemijahan.

Analisis Surplus Udang

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan di Pasar Induk Caringin melalui wawancara dan kuisioner kepada pedagang dan konsumen ikan segar, maka diketahui permintaan dan penawaran udang (Gambar 3)



Gambar 3. Kurva Permintaan dan Penawaran Udang

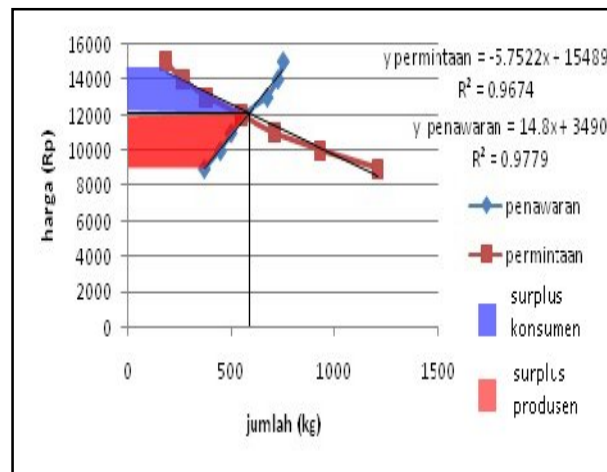
Dari tabel 2 didapatkan Fungsi penawaran $Y = 284,96x + 5000,9$ dan fungsi permintaan $Y = -312,3x + 56688$ maka di dapatkan titik ekuilibrium yaitu dengan harga ekuilibrium sebesar Rp. 29661 dan jumlah ekuilibrium 86 kg. Besarnya surplus produsen pada komoditas udang adalah 1.067.057 kg dan besar dari surplus konsumen udang di pasar Caringin adalah 3.508.321.

Perbandingan antara surplus konsumen dan surplus produsen

padakomoditas ini adalah 3.29 yang berarti sebesar 3.29 kepuasan yang lebih banyak diperoleh oleh konsumen.

Analisis Surplus Ikan Nila

Penelitian yang dilakukan di pasar induk Caringin didapatkan hasil permintaan dan penawaran komoditas ikan Nila dapat di lihat pada Gambar 4.



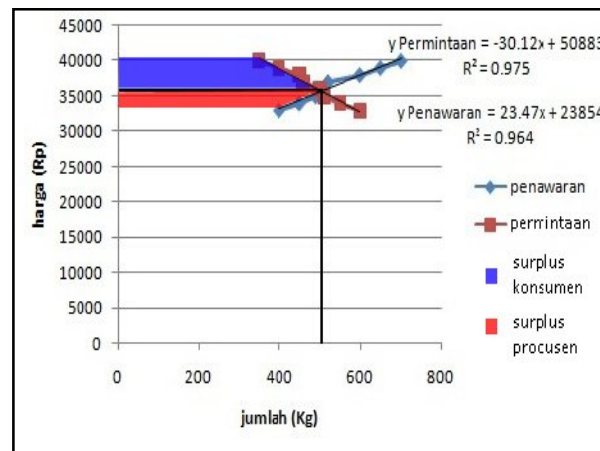
Gambar 4. Kurva Permintaan dan Penawaran Ikan Nila

Dari gambar diatas diketahui fungsi penawaran yaitu $y = 14.8x + 3490$ dan fungsi permintaan $y = -5.7522x + 15489$. Maka diperoleh titik ekuilibrium dengan harga Rp. 12118 dan jumlah 583. Berdasarkan perhitungan dari data diatas maka didapatkan surplus produsen 2.515.178 dan surplus konsumen 2.942.615. Perbandingan antara surplus konsumen dan surplus produsen

mendapatkan nilai 1.17 yang berarti konsumen lebih banyak menikmati kepuasan.

Analisis Surplus Ikan Tenggiri

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan di Pasar Induk Caringin adalah sebagai berikut (Gambar 5).



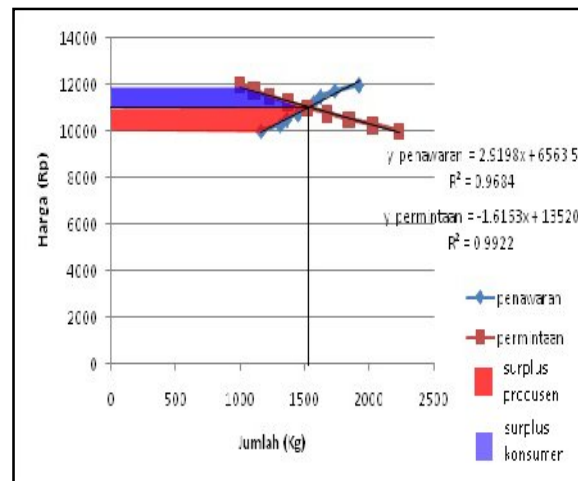
Gambar 14. Kurva Permintaan dan Penawaran Ikan Tenggiri

Titik ekuilibrium dari penjualan ikan tenggiri adalah pada harga Rp. 35.692 dengan jumlah sebesar 504 kg, titik tersebut didapatkan dari fungsi permintaan yaitu $Y = -30,122x + 5883$ dan fungsi penawaran $Y = 23,473x + 23589$. Besarnya surplus produsen pada kegiatan jual beli ini adalah

2.984.999 dan surplus konsumen 11.491.257. Perbandingan antara surplus konsumen dan surplus produsen didapatkan angka sebesar 3.85.

Analisis Surplus Ikan Bandeng

Hasil dari penelitian yang sudah dilakukan di Pasar Induk Caringin Kota Bandung (Gambar 6).



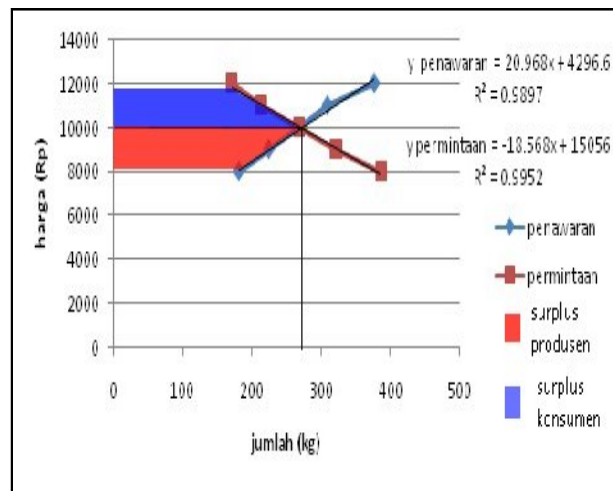
Gambar 6. Kurva Permintaan dan Penawaran Ikan Bandeng

Hasil dari penelitian di dapatkan harga ekuilibrium Rp. 11041 dan jumlah ekuilibrium 1534 Kg, dengan besarnya surplus konsumen sebesar 5.704.102 dan surplus produsen sebesar 3.432.806. Surplus produsen dan surplus konsumen diatas didapatkan dari fungsi permintaan yaitu $y = -1.6163x + 13520$ dan fungsi $y = 2.9198x + 6563.5$. Perbandingan antara surplus konsumen dan surplus

produsen adalah sebesar 1,66 yang berarti 1,66 kepuasan yang dinikmati oleh para konsumen

Analisis Surplus Ikan Bawal

Hasil wawancara dengan para pedagang dan pembeli ikan bawal di Pasar Induk Caringin diketahui permintaan dan penawaran ikan bawal (Gambar 7).



Gambar 16. Kurva Permintaan dan Penawaran Ikan Bawal

Pada analisis surplus ikan bawal di dapatkan harga keseimbangan pada ikan bawal adalah Rp 10003 dan jumlah keseimbangan 272 Kg. Fungsi dari penawaran ikan bawal adalah $y = 20.968x + 4296.6$ dan fungsi permintaan $y = -18.568x + 15056$ (Gambar 16), maka didapatkan surplus konsumen yaitu sebesar 2.062.744 dan surplus produsen sebesar 777.048. Hal ini dapat terlihat dari besarnya perbandingan antara surplus konsumen dan surplus produsen ikan bawal didapatkan nilai sebesar 2.65 yang berarti 2,65 kepuasan yang diterima oleh pihak konsumen.

Surplus Produsen tertinggi pada komoditas ikan Bandeng dan terendah pada ikan bawal begitu pula pada surplus konsumen.

Faktor-Faktor Perubahan Permintaan dan Penawaran

Permintaan ikan segar meningkat setelah hari lebaran atau beberapa hari menjelang tahun baru. Peningkatan permintaan yang terjadi sekitar 30% dari penjualan pada hari-hari normal. Permintaan ikan segar menurun pada saat awal-awal bulan puasa, beberapa hari menjelang hari raya Idul Fitri dan musim kemarau. Karena para konsumen lebih memilih barang substitusi seperti daging sapi dan daging ayam. Selain saat awal-awal bulan puasa permintaan ikan menurun saat bulan-bulan liburan sekolah karena kebutuhan konsumen meningkat karena harus mempersiapkan biaya sekolah untuk anaknya. Penurunan yang

terjadi sebanyak kurang lebih 30% dari permintaan ikan segar pada hari biasa.

Perubahan permintaan disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya adalah karena pendapatan konsumen maka dapat digunakan untuk mengidentifikasi jenis barang. Dalam kaitan ini terdapat empat jenis barang, yaitu (Fathorrazi dan Joesron, 2012):

1. Barang inferior, adalah jenis barang yang mempunyai kualitas lebih rendah dari barang normal, termasuk didalamnya barang tiruan. Jadi, suatu barang menjadi inferior bila terdapat pembandingnya. Barang ini mempunyai ciri khas, semakin tinggi tingkat konsumen, semakin sedikit permintaan terhadap barang ini, karena konsumen beralih pada barang yang lebih baik. Tentu saja konsumen akan beralih mengkonsumsi ikan yang bernilai gizi tinggi dibandingkan mengkonsumsi tahu, tempe, ataupun ikan dengan kualitas rendah dengan harga yang lebih murah juga.
2. Barang normal, yaitu jenis barang yang mempunyai ciri khas mengalami kenaikan permintaan sebagai akibat adanya kenaikan pendapatan konsumen, contoh konkretnya adalah kendaraan, pakaian, dan lain sebagainya.
3. Barang esensial, yaitu barang kebutuhan pokok atau barang yang sangat penting artinya dalam kehidupan sehari-hari. Peningkatan pendapatan pada umumnya tidak berpengaruh terhadap peningkatan jumlah permintaannya, selama dalam

asumsi untuk kebutuhan sehari-hari, seperti permintaan terhadap beras, gula dan lain sebagainya. Ikan bukanlah makanan pokok karena dapat digantikan oleh barang-barang substitusi seperti daging sapi, ayam, telur dan lain sebagainya.

4. Barang mewah, adalah barang yang dibeli oleh konsumen setelah kebutuhan pokoknya terpenuhi. Pada umumnya jenis barang ini dikonsumsi oleh masyarakat papan atas, seperti intan, berlian, mobil mewah, dan lain sebagainya. Pada penelitian kali ini komoditas ikan yang dipilih tidak dianggap barang mewah karena cukup terjangkau dari semua kalangan,

Perubahan fungsi permintaan juga dipengaruhi oleh perubahan harga barang lain. Kenaikan harga suatu barang dapat menyebabkan penurunan maupun peningkatan permintaan terhadap barang yang lain, tergantung keterkaitan barang yang satu dengan barang yang lainnya. Menurut Fathorrazi dan Joesron (2012) kaitan barang yang satu dengan yang lain dibedakan menjadi tiga, yaitu:

1. Barang pelengkap (Komplemen), yaitu suatu barang yang selalu digunakan bersama-sama dengan barang lainnya, seperti tali sepatu kiri dengan kanan, raket dengan kok, ikan dengan es.
2. Barang pengganti (Substitusi), yaitu suatu barang yang dapat menggantikan fungsi dari barang lainnya, seperti ikan bisa digantikan oleh daging ayam, daging sapi, daging kambing.
3. Barang netral, yaitu dua macam barang yang tidak memiliki kaitan yang dekat, artinya perubahan permintaan terhadap salah satu barang tidak mempengaruhi permintaan terhadap barang lainnya. Jika harga ikan naik belum tentu harga bahan pokok lainnya meningkat.

Selain itu selera juga berpengaruh terhadap pergeseran kurva permintaan (Mankiw *et al.* 2012). Jika seseorang menyukai es krim maka dia akan membeli lebih banyak es krim. Selera biasanya ditentukan oleh hal psikologis atau latar belakang seseorang diluar lingkup ekonomi, dapat terlihat bahwa

tingkat konsumsi ikan di Jawa Barat sendiri masih rendah. Tingkat konsumsi ikan masyarakat Jawa Barat baru mencapai 24,09 kilogram perkapita pertahun. Tingkat konsumsi tersebut masih jauh di bawah rata-rata nasional yakni 26,5 kilogram perkapita pertahun (Pelita 2012).

Menurut Mankiw *et al.* (2012) ekspektasi adalah salah satu faktor yang mempengaruhi pergeseran kurva permintaan. Ekspektasi seseorang terhadap masa depan akan mempengaruhi seseorang saat ini untuk suatu barang atau jasa. Sebagai contoh, jika seseorang mengekspektasikan untuk memperoleh pendapatan yang lebih besar bulan depan, mungkin seseorang tersebut tidak keberatan untuk membelanjakan sebagian dari tabungannya untuk membeli es krim. Contoh lain adalah jika seseorang mengekspektasikan harga es krim besok akan turun, mungkin seseorang tidak mau membeli banyak es krim pada harga saat ini. Karena ikan dipasaran tidak dapat diprediksi banyaknya di pasaran maka konsumen berfikir jika besok harga ikan naik maka konsumen akan membeli ikan lebih banyak kemudian menyimpannya di lemari pendingin.

Permintaan pasar diperoleh dari permintaan individu maka permintaan pasar juga ditentukan oleh hal-hal yang mempengaruhi permintaan individu, seperti pendapatan pembeli, selera, ekspektasi, harga barang lain yang terkait, serta banyaknya pembeli. Jika seorang konsumen bergabung dengan konsumen yang lain maka jumlah permintaan barang akan lebih banyak pada berbagai tingkat harga dan kurva permintaan akan bergeser ke kanan (Mankiw *et al.* 2012).

Menurut Samuelson dan Nordhaus (2003) perubahan penawaran juga terjadi disebabkan oleh biaya produksi yang ditentukan oleh biaya-biaya input dan kemajuan teknologi. Kapal-kapal perikanan sekarang sudah dilengkapi dengan peralatan tangkap dengan teknologi yang maju, maka permintaan akan ikan juga dapat dipenuhi. Selain itu kemajuan teknologi dalam penyimpanan ikan seperti *cold storage* yang sudah tersedia dalam kapal juga dapat mempengaruhi permintaan dan penawaran terhadap ikan. Harga-harga input meliputi tenaga kerja, energi atau

mesin jelas mempunyai pengaruh sangat kuat terhadap biaya untuk memproduksi suatu tingkat output tertentu. Misalnya harga pakan yang tidak stabil, jumlah pegawai, teknologi yang diterapkan pada cara penangkapan ikan maupun budidaya ikan. Selain itu terdapat faktor-faktor lain seperti cuaca yang sangat berpengaruh terhadap kegiatan perikanan. Pada Umumnya ikan-ikan memasuki masa pemijahan pada musim penghujan. Oleh karena itu pada musim penghujan ikan-ikan yang ada di Pasar Induk Caringin cenderung lebih banyak dari musim kemarau.

Pasar Induk Caringin merupakan pasar grosir dan pasar eceran. Pembeli ikan dalam partai besar sampai tingkat untuk konsumsi rumah tangga, dapat disimpulkan bahwa bentuk Pasar Induk Caringin adalah pasar persaingan sempurna. Adapun ciri-ciri pasar persaingan sempurna adalah (Fathorrazi dan Joesron, 2012):

1. Terdiri dari banyak pembeli dan penjual. Sifat ini menyebabkan perilaku penjual dan pembeli tidak dapat mempengaruhi keadaan pasar, karena ia merupakan bagian kecil dari keseluruhan yang ada dipasar. Seseorang penjual atau pembeli dikatakan sebagai pengikut harga (*price taker*) sehingga harga dipasar bersifat datum, artinya berapapun jumlah barang yang dijual dipasar harganya tetap..
2. Adanya kebebasan untuk membuka dan menutup perusahaan (*free entry and free exit*). Maksudnya tidak ada hambatan yang menghalangi suatu perusahaan untuk memulai usaha baru bila dianggap menguntungkan dan menutup usahannya bila dianggap merugikan.
3. Barang yang diperjual belikan bersifat homogen. Artinya barang yang dihasilkan merupakan pengganti yang sempurna terhadap barang yang dihasilkan oleh produsen lain dalam semua segi.
4. Penjual dan pembeli mempunyai pengetahuan yang sempurna tentang keadaan pasar. Maksudnya penjual dan pembeli mempunyai pengetahuan yang sempurna tentang keadaan pasar, yaitu mengetahui tingkat harga yang berlaku dipasar dan perubahan-

perubahannya. Adanya informasi yang lengkap tentang pasar (*perfect knowledge*) mengakibatkan;

- a. Tidak ada penjual yang menjual dengan harga yang lebih rendah dari harga pasar;
 - b. Tidak ada pembeli yang membeli dengan harga yang lebih dari harga pasar;
 - c. Tidak ada sumber daya yang digunakan untuk memproduksi yang kurang menguntungkan daripada yang lain.
5. Mobilitas sumber ekonomi yang cukup sempurna. Maksudnya adalah faktor produksi dapat dipindahkan dari satu ke lain tempat adanya hambatan apapun.

Pasar persaingan sempurna dianggap pasar yang ideal karena banyak memiliki kebaikan dibandingkan pasar lainnya, namun pasar persaingan sempurna juga memiliki kekurangan. Kebaikan dan kelemahan pasar persaingan sempurna menurut Fathorrazi dan Joesron (2012):

Kebaikan pasar persaingan sempurna:

1. Menggunakan sumber daya secara efisien artinya seluruh sumber-sumber daya yang tersedia sepenuhnya digunakan. Corak pemanfaatan sumber daya tersebut sedemikian rupa sehingga tujuan yang ingin dicapai tidak ada cara lain dan dapat menambah kemakmuran masyarakat. Proses menuju cara yang paling efisien tersebut akan membawa pada peningkatan efisiensi penggunaan faktor produksi.
2. Adanya kebebasan bertindak dan memilih. Hal ini sangat bermanfaat untuk membawa para pengelola perusahaan pada peningkatan kreatifitas sehingga pada akhirnya kewirausahaan akan terus mengalami peningkatan.

Kelemahan pasar persaingan sempurna:

1. Adakalanya menimbulkan ongkos sosial, seperti adanya pengotoran lingkungan (pencemaran) dan lain sebagainya.

2. Membatasi pilihan konsumen, artinya barang yang dihasilkan adalah homogen (sama) maka konsumen mempunyai pilihan yang terbatas untuk menentukan barang yang dikonsumsi.
3. Ongkos produksi dalam pasar persaingan sempurna mungkin lebih tinggi sebagai akibat adanya *trial and error* dan persaingan.
4. Efisiensi penggunaan sumber-sumber daya selalu menciptakan pemerataan distribusi pendapatan, artinya perekonomian pasar permintaan ditentukan oleh corak produk perusahaan, dan akan berpengaruh terhadap penggunaan sumber daya
5. Apabila eksploitasi penggunaan input tidak dibatasi bisa menimbulkan kerusakan pada sumber ekonomi, akibat adanya perlombaan penggunaan sumber ekonomi yang dimaksud.

KESIMPULAN

Kesimpulan yang didapat setelah dilakukan penelitian adalah sebagai berikut Surplus konsumen lebih besar dari surplus produsen dikarenakan struktur Pasar Induk Caringin yaitu pasar persaingan sempurna. Berarti keuntungan lebih banyak dinikmati oleh para konsumen dibandingkan penjual ikan segar di Pasar Induk Caringin.

DAFTAR PUSTAKA

- DKP (Dinas Kelautan dan Perikanan). 2011. *Buku Statistik Perikanan Budidaya 2010*. Bandung.
- DKP (Dinas Kelautan dan Perikanan). 2011. *Buku Statistik Perikanan Tangkap. 2010*. Bandung.
- Fathorrazi dan Joesron. 2012. *Teori Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Magdalena Yuni I. 2011. *Analisis Manajemen Persediaan Produk Ikan Segar Di Pasar Induk Caringin Bandung*. Skripsi. Jurusan Perikanan. Universitas Padjadjaran.

Mankiw, Quah dan Wilson. 2012. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Jakarta: Salemba Empat.

Samuelson A dan Nordhaus D. 2003. *Ilmu Makro Ekonomi*. Jakarta: PT. Media Global Edukasi

Pelita. 2012. *Tingkat Konsumsi Ikan Jawab Masih Rendah*. Edisi Minggu 23 September 2012. www.pelita.or.id/baca.php?id=58253.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta