

Pengantar Ekonomi Mikro



Yogi Ginanjar, Wulan Riyadi, Melia Wida Rahmayani,
 Ali Muhajir, Farikhul Muafiq, Hendri Hahury, Hermi Oppier,
 Tine Lathifah Rohmawati, Royhul Akbar, Yan Yan Sopyan,
 Zamhuri Rachman, Adrianus Kabubu Hudang, Ikram Mubarak
 Djodding, Zulkarnain Nasution, Deni Hikmat, Asri Winanti,
 Nurjanna Ladjin, Suci Syifa Aulia, Yeni Rahmawati

Pengantar Ekonomi Mikro

**Yogi Ginanjar, Wulan Riyadi, Melia Wida Rahmayani,
Ali Muhajir, Farikhul Muafiq, Hendri Hahury, Hermi
Oppier, Tine Lathifah Rohmawati, Royhul Akbar, Yan
Yan Sopyan, Zamhuri Rachman, Adrianus Kabubu
Hudang, Ikram Mubarak Djodding, Zulkarnain Nasution,
Deni Hikmat, Asri Winanti, Nurjanna Ladjin, Suci Syifa,
Yeni Rahmawati**



PT. MIFANDI MANDIRI DIGITAL

Pengantar Ekonomi Mikro

Yogi Ginanjar, Wulan Riyadi, Melia Wida Rahmayani, Ali Muhajir, Farikhul Muafiq, Hendri Hahury, Hermi Oppier, Tine Lathifah Rohmawati, Royhul Akbar, Yan Yan Sopyan, Zamhuri Rachman, Adrianus Kabubu Hudang, Ikram Mubarak Djodding, Zulkarnain Nasution, Deni Hikmat, Asri Winanti, Nurjanna Ladjin, Suci Syifa, Yeni Rahmawati

ISBN: 978-623-88562-3-7

Editor : Sarwandi, M.Pd.T

Penyunting : Miftahul Jannah

Desain sampul : Rifki Ramadhan

Penerbit

PT. Mifandi Mandiri Digital

Redaksi

Komplek Senda Residence Jl. Payanibung Ujung D
Dalu Sepuluh-B Tanjung Morawa Kab. Deli Serdang
Sumatera Utara

Distributor Tunggal

PT. Mifandi Mandiri Digital

Komplek Senda Residence Jl. Payanibung Ujung D Dalu
Sepuluh-B Tanjung Morawa Kab. Deli Serdang Sumatera
Utara

Cetakan Pertama, Juli 2023

Hak Cipta © 2023 by PT. Mifandi Mandiri Digital

Hak cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan
dengan cara apapun tanpa ijin tertulis dari penerbit

Kata Pengantar

Buku ini merupakan panduan yang lengkap untuk memahami konsep-konsep dasar ekonomi mikro yang menjadi landasan penting dalam memahami perilaku ekonomi individu, rumah tangga, dan perusahaan. Dalam perjalanan membaca buku ini, pembaca akan diajak untuk menjelajahi dunia ekonomi yang menggugah pikiran dan memberikan wawasan yang mendalam tentang bagaimana keputusan-keputusan mikro dapat membentuk pola-pola ekonomi yang lebih besar. Ekonomi mikro adalah cabang ekonomi yang memfokuskan perhatiannya pada analisis tingkah laku ekonomi dari individu-individu dan entitas-entitas ekonomi lainnya. Dengan memahami ekonomi mikro, kita dapat menelusuri interaksi antara penawaran dan permintaan, alokasi sumber daya yang terbatas, pengambilan keputusan konsumen, strategi perusahaan, serta pengaruh intervensi pemerintah dalam aktivitas ekonomi.

Buku ini disusun dengan bahasa yang sederhana dan penyajian yang sistematis, memungkinkan pembaca dari berbagai latar belakang pendidikan untuk dengan mudah memahami konsep-konsep yang diuraikan. Mulai dari teori harga, elastisitas, dan analisis produksi hingga pasar persaingan sempurna dan tidak sempurna, buku ini memberikan pengetahuan yang kokoh bagi mereka yang ingin memahami bagaimana ekonomi mikro mempengaruhi kehidupan sehari-hari. Selain menyajikan teori dan konsep, buku ini juga berfokus pada aplikasi praktis ekonomi mikro dalam konteks kehidupan nyata. Penggunaan studi kasus dan contoh-contoh terkini membantu pembaca untuk mengenali keterkaitan antara teori dan fenomena ekonomi di dunia nyata, memberikan pandangan yang lebih nyata tentang bagaimana teori ekonomi mikro diterapkan dalam situasi kehidupan sehari-hari.

Buku "Pengantar Ekonomi Mikro" ini dirancang untuk menjadi panduan yang berguna bagi para mahasiswa ekonomi,

profesional di dunia bisnis, serta para pembaca yang ingin memahami dasar-dasar ekonomi mikro. Semoga buku ini dapat memberikan manfaat dan mencerahkan pemahaman Anda tentang ekonomi mikro yang mendalam, sehingga Anda dapat mengenali dan mengambil keputusan-keputusan bijaksana dalam berbagai aspek kehidupan ekonomi. Selamat menikmati perjalanan memahami ekonomi mikro! Terima kasih atas perhatian dan dedikasi Anda untuk belajar dan memahami ilmu ekonomi yang menarik ini.

Medan, Juli 2023

Penulis

Daftar Isi

Kata Pengantar	i
Daftar Isi	iii
Bab 1 Konsep Dasar Ekonomi	1
Pendahuluan	1
Masalah Pokok Ekonomi	3
Kelangkaan	3
Analisa Ekonomi	5
Teori dan Model Ekonomi	7
Pelaku-pelaku Aktivitas Ekonomi	8
Manfaat dan Tujuan Mempelajari Ilmu Ekonomi	9
Bab 2 Masalah Utama dalam Organisasi Ekonomi	11
Pendahuluan	11
Perubahan Lingkungan Eksternal Dalam Organisasi Ekonomi	12
Perubahan Internal dalam Organisasi Ekonomi	14
Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Organisasi Ekonomi	18
Pengelolaan Keuangan dalam Organisasi Ekonomi	21
Pemasaran dan Strategi dalam Organisasi Ekonomi	23
Bab 3 Aktivitas Pelaku Ekonomi	27
Pendahuluan	27
Diagram Pelaku Ekonomi	28
Peran dan Tugas Masing-masing Pelaku Ekonomi	31
Bab 4 Metodologi Ilmu Ekonomi	42
Pendahuluan	42
Pentingnya Metodologi dalam Ilmu Ekonomi	43
Peran Metode dalam Pengembangan Ilmu Ekonomi	44
Landasan Filosofis Metodologi Ilmu Ekonomi	46
Pendekatan dalam Metodologi Ilmu Ekonomi	47
Metode Ilmu Ekonomi	49
Desain Penelitian dalam Ilmu Ekonomi	50
Validitas dan Reliabilitas dalam Penelitian Ekonomi	52
Keunggulan dan Keterbatasan Metodologi Ilmu Ekonomi	54
Bab 5 Permintaan, Penawaran, dan Harga	56
Pendahuluan	56
Permintaan	57

Penawaran	62
Harga Barang	64
Bab 6 Elastisitas Permintaan dan Penawaran	68
Pendahuluan	68
Elastisitas Permintaan	69
Determinan Elastisitas Permintaan (ED)	76
Elastisitas Penawaran	77
Bab 7 Teori Konsumsi dan Kurva Engel	81
Pendahuluan	81
Pola Konsumsi Perkotaan dan Perdesaan	84
Teori Konsumsi & Determinan Konsumsi Masyarakat	86
Hukum Engel & Fungsi Engel	89
Bab 8 Konsep Produksi	92
Pendahuluan	92
Pengertian Produksi	92
Proses Produksi	93
Faktor-faktor Produksi	95
Kegiatan produksi	99
Bab 9 Biaya Produksi Jangka Pendek	101
Komponen Biaya Produksi Jangka Pendek	101
Metode Analisis Biaya Jangka Pendek	102
Contoh Data dan Kurva Biaya Produksi Jangka Pendek	103
Kurva Biaya Marjinal	106
Bab 10 Produksi dan Biaya Jangka Panjang	108
Pendahuluan	108
Produksi	108
Fungsi Produksi	109
Teori Produksi	111
Biaya Produksi Jangka Panjang	112
Manfaat Signifikan Jangka Panjang	114
Analisis Biaya Jangka Panjang	114
Faktor Penyebab Terjadinya Efisiensi dan Inefisiensi	115
Bab 11 Penentuan Balas Jasa Faktor Produksi	116
Pendahuluan	116
Definisi Balas Jasa Faktor Produksi	117
Peran Balas Jasa dalam Memperhitungkan Kontribusi Faktor	

Produksi	118
Hubungan Antara Balas Jasa Dan Nilai Tambah dalam Proses Produksi	120
Faktor-faktor Produksi	121
Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penentuan Balas Jasa	123
Model Penentuan Balas Jasa Faktor Produksi	125
Model Penawaran dan Permintaan Faktor Produksi	125
Tantangan dalam Penentuan Balas Jasa Faktor Produksi	132
Bab 12 Pasar Persaingan Sempurna	136
Pendahuluan	136
Definisi dan Karakteristik Pasar Kompetitif	137
Analisis Tingkat Keuntungan	139
Penentuan Harga Pasar	139
Pendapatan Marjinal, Rata-rata, dan Total	140
Memaksimumkan Keuntungan Jangka Pendek	141
Menghitung Biaya Produksi	142
Jumlah Produksi dan Total Pendapatan	143
Memaksimumkan Keuntungan	145
Bab 13 Pasar Persaingan Sempurna Jangka Pendek	147
Pendahuluan	147
Pengertian Pasar Persaingan Sempurna	148
Ciri-ciri Pasar Persaingan Sempurna	149
Ekuilibrum pada Pasar Persaingan Sempurna	150
Persaingan dalam Jangka Pendek	151
Bab 14 Pasar Persaingan Sempurna Jangka Panjang	156
Pendahuluan	156
Kondisi-kondisi Keseimbangan	157
Keseimbangan Jangka Panjang: Kasus Biaya Konstan	159
Perubahan yang Diakibatkan oleh Kenaikan Permintaan	160
Biaya Industri yang Semakin Meningkat	162
Biaya-biaya Industri yang Semakin Menurun	165
Bab 15 Monopoli	168
Pendahuluan	168
Faktor-faktor Pendorong Pasar Monopoli	170
Unsur-unsur dalam Monopoli	171
Jenis Pasar Monopoli	172
Dampak Monopoli	173
Kurva Permintaan, Penawaran, dan Pendapatan Pasar Monopoli ..	175

Kapan Produsen/Penjual dalam Pasar Monopoli Mendapatkan Keuntungan?	176
Hal yang Harus Diperhatikan dalam Monopoli	178
Kebijakan Diskriminasi Harga	179
Bab 16 Persaingan Monopolistik	181
Pendahuluan	181
Pengertian Pasar Monopolistik	181
Karakteristik Pasar Monopolistik	182
Pasar Persaingan Monopolistik dan Efisiensi Pasar	183
Keseimbangan Perusahaan dalam Pasar Persaingan Monopolistik	184
Pandangan yang Mengkritik Pengiklanan	186
Pengaturan Pasar Persaingan Monopolistik	187
Bab 17 Pasar Duopoli Dan Pasar Oligopoli	188
Pendahuluan	188
Pasar Duopoli	188
Strategi-strategi dalam Struktur Pasar Duopoli	189
Karakteristik Duopoli	192
Model Dasar Struktur Pasar Duopoli	193
Implikasi terhadap Persaingan	199
Pasar Oligopoli	201
Jenis Pasar Oligopoli	204
Kelebihan dan Kelemahan Pasar Oligopoli	205
Keseimbangan Oligopolis	206
Bab 18 Keseimbangan dan Mekanisme Pasar	208
Pendahuluan	208
Permintaan	209
Penawaran	211
Keseimbangan Pasar	212
Bab 19 Kegagalan Pasar	215
Pendahuluan	215
Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kegagalan Pasar (Market Failure)	217
Efek Kegagalan Pasar	217
Daftar Pustaka	219
Tentang Penulis	228

BAB 1 KONSEP DASAR EKONOMI

Pendahuluan

Secara etimologis, kata ekonomi berasal dari kata *oikonomia*. Kata ini terdiri dari dua kata, yaitu *oikos* dan *nemein*. *Aikos* adalah keluarga, sambil mematuhi aturan. Secara tidak langsung, masalah keuangan adalah pemeriksaan tentang bagaimana mengatur sebuah keluarga. Ada pula pendapat bahwa kata ekonomi berasal dari bahasa *oikos* dan *nomos*. *Oiko* akan menjadi keluarga (rumah tangga). Sementara itu, *nomos* adalah aturan atau pedoman.

Mankiw (2021) mengemukakan bahwa memahami kebutuhan setiap keluarga untuk menyelesaikan kesimpulan tentang tugas yang harus dilakukan setiap individu. Misalnya, siapa yang bekerja di tempat kerja, berbelanja, memasak, dan menjaga rumah. Di dalam aktivitas publik juga seperti itu beberapa tugas harus dilakukan oleh warga untuk memuaskan kebutuhan mereka. Misalnya, membuat struktur, budidaya, dan menciptakan tenaga kerja dan produk. Seperti yang dituturkan Bangun, ilmu ekonomi muncul karena adanya kesenjangan antara sumber daya yang tersedia dan keinginan manusia. Harta di bumi dibatas, sementara kebutuhan tidak terbatas.

Sepanjang garis ini, hal ini membuat celah dan masalah dalam penggunaan sumber daya. Untuk itulah ilmu ekonomi ada, karena sangat membantu untuk mengawasi agar tidak terjadi kekurangan. Ilmu ini mempelajari dan mencari cara untuk memastikan bahwa masalah pemenuhan kebutuhan manusia tidak terlalu jauh. Namun, banyak orang mengatakan bahwa aspek ekonomi membutuhkan pengorbanan terkecil untuk mendapatkan

BAB 2 MASALAH UTAMA DALAM ORGANISASI EKONOMI

Pendahuluan

Organisasi ekonomi memainkan peran yang sangat penting dalam perekonomian suatu negara. Mereka merupakan entitas yang beroperasi dalam lingkungan bisnis yang kompleks dengan tujuan mencapai keuntungan dan memberikan nilai tambah kepada pemangku kepentingan. Namun, organisasi ekonomi sering kali dihadapkan pada berbagai masalah yang dapat mempengaruhi kinerja mereka.

Salah satu masalah utama dalam organisasi ekonomi adalah lingkungan bisnis yang berubah dengan cepat, globalisasi, perdagangan bebas, perkembangan teknologi, dan perubahan kebijakan pemerintah adalah faktor-faktor eksternal yang dapat mengganggu operasional dan strategi organisasi ekonomi. Di sisi lain, perubahan internal seperti perubahan demografi dan ketenagakerjaan, kompetisi yang ketat, serta tuntutan inovasi produk dan layanan juga menjadi masalah yang harus dihadapi oleh organisasi ekonomi. Masalah-masalah tersebut jika tidak ditangani dengan baik dapat berdampak negatif terhadap kinerja dan keberlanjutan organisasi ekonomi. Oleh karena itu, penting untuk melakukan analisis yang komprehensif terhadap masalah-masalah utama yang dihadapi oleh organisasi ekonomi dan mengidentifikasi solusi yang tepat guna.

Organisasi ekonomi menghadapi berbagai masalah yang dapat mempengaruhi kinerja dan kelangsungan operasional mereka. Masalah-masalah ini memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja organisasi ekonomi dan

BAB 3 AKTIVITAS PELAKU EKONOMI

Pendahuluan

Perekonomian adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan bagaimana ekonomi rumah tangga diatur dan dikelola. Aturan ini dibuat untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia. Memenuhi kebutuhan pokok manusia diperlukan untuk bertahan hidup. Upaya ekonomi rumah tangga untuk meningkatkan ekonomi masyarakat juga merupakan definisi perekonomian. Tidak hanya memajukan ekonomi warga tetapi juga memenuhi keperluan masyarakat guna mengurus ekonomi rumah tangga.

Peningkatan ekonomi masyarakat dapat menghasilkan peningkatan pendapatan bagi penjual skala kecil. Perusahaan besar akan memengaruhi kuantitas produk yang diproduksi yang berarti bahwa perusahaan membutuhkan tenaga kerja untuk mengejar permintaan pasar. Itu bermakna bahwa mereka akan menampung jumlah tunakarya.

Mereka yang melakukan kegiatan ekonomi disebut sebagai pelaku ekonomi. Sebaliknya, apabila seseorang atau organisasi melakukan produksi, konsumsi, atau distribusi, itu dianggap sebagai kegiatan ekonomi. Arus yang saling mempengaruhi dan berhubungan akan dihasilkan sebagai hasil dari proses ini. Selain itu, beberapa orang menggunakan istilah diagram arus melingkar yang menciptakan sistem atau *circular flow* diagram.

Circular flow diagram merupakan diagram yang menunjukkan hubungan yang saling menguntungkan dan menampakkan adanya hubungan antar pelaku ekonomi. Sebelum membahas tentang *circular flow* diagram, harus

BAB 4 METODOLOGI ILMU EKONOMI

Pendahuluan

Ekonomi hanyalah upaya manusia untuk memuaskan keinginan yang tidak terbatas dengan memuaskan kebutuhan dalam bentuk barang dan jasa yang langka dengan penggunaan alternatif. Oleh karena itu, cara pemenuhan kebutuhan mereka terkait dengan metode ekonomi. Metodologi penelitian ekonomi merupakan landasan yang penting dalam melakukan studi dan analisis dalam bidang ekonomi. Dalam konteks ini, ekonomi melibatkan pemahaman dan penjelasan tentang perilaku manusia dalam hal produksi, distribusi, dan konsumsi sumber daya yang langka. Penelitian ekonomi bertujuan untuk memahami fenomena ekonomi, mengidentifikasi hubungan sebab-akibat, dan menghasilkan pemahaman yang mendalam tentang masalah ekonomi yang dihadapi oleh individu, perusahaan, masyarakat, atau negara.

Metodologi penelitian yang tepat menjadi faktor kunci dalam menghasilkan data yang akurat, menganalisisnya secara kritis, dan menyimpulkan temuan yang bermanfaat dalam bidang ekonomi. Dalam disiplin ilmu ekonomi, berbagai metode penelitian telah dikembangkan untuk mengumpulkan data, menganalisisnya, dan menyusun laporan penelitian yang komprehensif. Selain itu, latar belakang metodologi penelitian ekonomi juga berkaitan dengan permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ekonomi, seperti keterbatasan data yang tersedia, bias dan keberpihakan dalam pengumpulan data, serta tantangan dalam menetapkan hubungan sebab-akibat yang valid. Memahami

BAB 5 PERMINTAAN, PENAWARAN, DAN HARGA

Pendahuluan

Sepanjang sejarah, masalah ekonomi telah menjadi bagian integral dari kehidupan manusia, mencakup masalah langsung dan rumit yang membutuhkan penyelesaian. Selain tantangan ekonomi tersebut, munculnya bidang studi baru yang disebut ekonomi terjadi pada abad ke-18, terutama melalui penerbitan terkenal buku berpengaruh Adam Smith, *The Wealth of Nations* (1776), yang membuatnya mendapatkan gelar bapak ekonomi modern. Namun, perlu dicatat bahwa jauh sebelum kontribusi Adam Smith, tokoh-tokoh terkenal seperti Plato, seorang filsuf Yunani pada abad ke-4, dan Thomas Aquinas, seorang pendeta abad ke-13, telah mempelajari masalah ekonomi dari perspektif moral dan agama. Sebaliknya, Adam Smith mendekati masalah ekonomi dari sudut pandang rasional, menawarkan solusi berdasarkan perspektifnya sendiri.

Di masa lalu, kemiskinan sering dianggap sebagai nasib yang telah ditentukan sebelumnya yang diberikan oleh kekuatan yang lebih tinggi. Namun, dengan munculnya era modern di abad ke-18, muncul perspektif baru. Perspektif ini mengemukakan bahwa kemiskinan terutama terkait dengan kurangnya kemampuan kerja produktif individu atau kurangnya modal.

Dengan kedatangan Adam Smith, ekonomi mengalami transformasi signifikan karena perspektifnya yang inovatif dalam memandangnya sebagai sistem yang mirip dengan alam semesta. Dengan mengkonseptualisasikan ekonomi sebagai sistem yang

BAB 6 ELASTISITAS PERMINTAAN DAN PENAWARAN

Pendahuluan

Kondisi perekonomian selalu dinamis dan mengalami perubahan, seperti perubahan harga, perubahan pendapatan, pengeluaran dan sebagainya. Perubahan-perubahan yang terjadi dalam perekonomian ini dapat bersifat absolut dan relatif. Perubahan absolut jika ditentukan dalam nilai, misalnya harga mengalami peningkatan sebesar Rp. 1.500.000. Sedangkan, perubahan yang bersifat relatif dinyatakan dalam bentuk persentase (%), seperti harga mengalami kenaikan sebesar 20 persen. Untuk itulah, maka penjelasan permintaan dan penawaran akan memberikan gambaran umum tentang dampak perubahan harga komoditas dan keadaan lain terhadap jumlah yang diinginkan dan ditawarkan komoditas tersebut.

Teori permintaan menjelaskan bahwa besarnya perubahan permintaan disebabkan oleh ada perubahan harga, tetapi tidak jelas seberapa besar dampaknya terhadap perubahan permintaan. Sementara, elastisitas penawaran mengukur seberapa sensitif konsumen terhadap perubahan harga dan variasi jumlah barang yang diberikan. Dengan memahami nilai elastisitas dapat dilihat bagaimana perilaku produsen dalam menyajikan barangnya dipengaruhi oleh tingkat harga. Berkaca dari pandangan di atas, permintaan dan penawaran turut dipengaruhi oleh harga sehingga penetapan harga perlu mendapat perhatian penting sebab akan memberikan dampak terhadap seseorang dalam memutuskan membeli atau menjual (Alex, 2012).

Kenyataan memperlihatkan bahwa, seringkali tidak

BAB 7 TEORI KONSUMSI DAN KURVA ENGEL

Pendahuluan

Dinamika aktifitas kehidupan sehari-hari menunjukkan adanya perbedaan perilaku masyarakat dalam upaya memenuhi kebutuhan hidup. Perbedaan perilaku tersebut dapat terjadi berdasarkan gender (laki-laki dan perempuan), geografis (wilayah pegunungan dan pesisir), perkotaan, dan pedesaan. Begitu pula perbedaan perilaku masyarakat berdasarkan pendapatan dan kelompok usia (Widyaningsih, 2018). Kemampuan untuk dapat memenuhi kebutuhan sandang, pangan, dan papan menjadi tujuan setiap orang agar kondisi kehidupannya dapat menjadi lebih bermartabat dari keadaan sebelumnya.

Konsekuensi dari upaya pemenuhan kebutuhan hidup tersebut adalah terjadinya peningkatan konsumsi. Adanya peningkatan konsumsi ini tentunya akan berbanding lurus seiring dengan pendapatan yang dimiliki seseorang. Walaupun diakui juga bahwa peningkatan konsumsi masyarakat atau Rumah Tangga (RT) tidak akan sebesar jumlah kenaikan pendapatan itu sendiri. Perilaku penggunaan barang atau jasa agar dapat memenuhi kebutuhan hidup dapat dipahami sebagai konsumsi. Dalam konteks pemenuhan kebutuhan hidup tersebut, tentunya akan menimbulkan pembelian barang dan jasa oleh konsumen dan produsen akan merespons permintaan barang dan jasa tersebut.

Puspita & Agustina (2018), berpendapat bahwa pengeluaran konsumsi rumah tangga merupakan indikator utama yang dapat digunakan untuk mengukur kesejahteraan rumah tangga di suatu wilayah atau negara.

BAB 8 KONSEP PRODUKSI

Pendahuluan

Ekonomi masyarakat pada umumnya tidak terpengaruh secara negatif oleh strategi jual-beli. Namun, ada beberapa jenis kegiatan yang terkait di dalamnya. Kegiatan ekonomi apa saja yang dilakukan masyarakat? Produksi, distribusi, dan konsumsi semuanya berkontribusi pada kegiatan ekonomi. Dalam bab ini kita akan mempelajari kegiatan produksi. Tahukah Anda jika nasi yang kita makan setiap hari adalah hasil kerja petani di ladang? Seorang petani yang menghasilkan produk pertanian seperti beras adalah contoh dari kegiatan produksi. Memanen bulir padi merupakan langkah awal dalam proses pembuatan beras kemudian menjadi butiran beras.

Tanpa proses produksi satu-satunya bahan yang akan tersisa di pakaian kita adalah kapas dan bambu. Tanpa pengolahan besi dan logam lainnya, kita tidak akan dikelilingi oleh kendaraan dan sepeda motor. Pemahaman tentang produksi, yang sering terjadi dalam kehidupan sehari-hari, terbatas pada operasi yang menghasilkan suatu objek. Memproduksi sesuatu hanyalah salah satu aspek dari konsep produksi dalam konteks ekonomi.

Pengertian Produksi

Produksi mengacu pada setiap upaya manusia yang menambah nilai jasa atau produk untuk memenuhi kebutuhan manusia. Berbagai macam pengertian produksi berdasarkan para ahli sebagai berikut:

BAB 9 BIAYA PRODUKSI JANGKA PENDEK

Komponen Biaya Produksi Jangka Pendek

Pada perusahaan manufaktur serta perusahaan produksi, biaya jangka pendek berarti biaya yang harus ditanggung dalam waktu singkat, biasanya kurang dari setahun atau bahkan lebih pendek misalnya dalam satu semester atau satu triwulan (*quarterly*). Biaya tersebut meliputi berbagai komponen yang diperlukan untuk menjalankan kegiatan produksi, antara lain pengadaan bahan baku, tenaga kerja, biaya pabrik, dan biaya lain yang berhubungan dengan proses produksi. Untuk lebih memahami biaya produksi jangka pendek suatu perusahaan, perlu dilakukan analisis terhadap beberapa aspek yang saling terkait yang mempengaruhi produksi hasil akhir suatu perusahaan. Berikut merupakan penjelasan faktor-faktor apa saja yang terdapat dalam biaya produksi jangka pendek.

1. Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku merupakan salah satu komponen utama produksi. Biaya bahan baku meliputi harga pembelian bahan baku, transportasi, penyimpanan, dan pengolahan awal bahan baku menjadi produk setengah jadi. Perusahaan harus mempertimbangkan faktor-faktor seperti harga pasar, ketersediaan bahan baku serta kualitas bahan baku pada saat akan menghitung biaya jangka pendek yang pasti mempengaruhi perhitungan biaya penjualan produk akhir.

2. Biaya Tenaga Kerja

Biaya tenaga kerja merupakan faktor penting dalam

BAB 10 PRODUKSI DAN BIAYA JANGKA PANJANG

Pendahuluan

Manusia melakukan berbagai kegiatan ekonomi dalam kebutuhan hidupnya. Pada hakikatnya produksi adalah penciptaan atau penambahan kegunaan untuk memenuhi kelangsungan hidup manusia. Ini menunjukkan adanya saling membutuhkan di antara satu dengan yang lainnya. Semua biaya dalam konsep jangka panjang dianggap biaya variabel (*variable cost*). Dalam biaya jangka panjang, memungkinkan produsen untuk mengubah semua *input* yang digunakan sehingga tidak *input* tetap.

Produksi

Para ahli membuat definisi yang berhubungan dengan produksi, misalnya:

1. Menurut Sukirno (2005), produksi merupakan proses *input* menjadi *output*.
2. Menurut Syafiuddin (2021), kegiatan menghasilkan barang dan jasa disebut produksi. Menghasilkan bisa diartikan menambah jumlah atau meningkatkan nilai barang dan jasa.
3. Kegiatan yang dilakukan dalam menghasilkan suatu produk kemudian dimanfaatkan oleh konsumen disebut produksi.
4. Menurut Mannan (1980), barang dan jasa yang merupakan penciptaan guna (*utility*) yang menguntungkan.

Beberapa pengertian tersebut, dapat disimpulkan

BAB 11 PENENTUAN BALAS JASA FAKTOR PRODUKSI

Pendahuluan

Dalam proses produksi barang dan jasa, faktor produksi memegang peran yang sangat penting. Faktor produksi terdiri dari elemen-elemen seperti tenaga kerja, modal, tanah, dan teknologi yang bekerja bersama-sama untuk menciptakan nilai tambah. Namun, salah satu aspek yang tidak boleh diabaikan adalah penentuan kompensasi atau imbalan yang diterima oleh masing-masing faktor produksi yang terlibat dalam proses produksi.

Penentuan balas jasa faktor produksi adalah proses yang menentukan imbalan atau kompensasi yang diberikan kepada faktor produksi berdasarkan kontribusi mereka. Konsep ini melibatkan pertanyaan penting tentang bagaimana imbalan bagi faktor-faktor produksi ditentukan sesuai dengan kontribusi yang mereka berikan. Pemahaman tentang penentuan balas jasa faktor produksi sangat penting dalam berbagai aspek ekonomi. Dalam analisis ekonomi, pengetahuan tentang penentuan balas jasa faktor produksi membantu dalam memahami bagaimana harga faktor produksi ditentukan di pasar.

Dalam konteks kebijakan ekonomi, pengetahuan ini memberikan dasar untuk pengambilan keputusan yang tepat dalam merancang kebijakan yang berkaitan dengan faktor produksi. Sementara dalam ranah bisnis, pemahaman tentang penentuan balas jasa faktor produksi memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan terkait upah, investasi, dan pengelolaan sumber daya manusia. Selain aspek ekonomi, penentuan balas jasa faktor produksi juga

BAB 12 PASAR PERSAINGAN SEMPURNA

Pendahuluan

Secara tradisional, pengertian pasar didefinisikan sebagai transaksi penjualan (*supply*) dan pembelian (*demand*) yang dilakukan di suatu tempat untuk menentukan harga barang dan jasa. Sementara pengertian pasar dalam konteks yang lebih modern tidak lagi hanya mengacu pada pertemuan di suatu lokasi secara fisik, tetapi pasar yang dilandasi dengan adanya interaksi antara penjual dan pembeli dalam menentukan harga (*price*) dan jumlah barang (*quantity*). Meskipun jenis-jenis pasar sangat beragam, namun salah satu jenis pasar yang umumnya dikenal adalah *competitive market* (persaingan sempurna). Jenis pasar ini dianggap paling diinginkan karena lebih memberi kepastian akan terwujudnya kegiatan produksi yang maksimal (Hanani, Asmara, & Fahriyah, 2011; Sukirno, 2013).

Dalam pelaksanaan kegiatan perekonomian dan juga analisis ekonomi, asumsi yang digunakan adalah pasar persaingan sempurna. Mengacu pada asumsi tersebut, para pelaku ekonomi bebas melaksanakan kegiatan ekonomi baik sebagai produsen maupun konsumen. Walaupun sangat tidak mudah untuk dipraktikkan sehingga agak sulit untuk menggolongkan suatu industri apakah termasuk dalam pasar persaingan sempurna yang sesungguhnya atau tidak. Diharapkan bahwa ciri-ciri umum yang ada pada industri harus mendekati struktur pasar persaingan sempurna tersebut. Oleh karena itu, perlu memahami ciri-ciri atau karakteristik pasar persaingan sempurna sebagai acuan

BAB 13 PASAR PERSAINGAN SEMPURNA JANGKA PENDEK

Pendahuluan

Apabila kita mendengar pasar tentu yang terlintas pada pikiran adalah lokasi pertemuan antar produsen dan konsumen untuk melakukan transaksi barang ataupun jasa, namun secara istilah ekonomi dapat dijelaskan bahwa pasar adalah tempat terjadinya jual beli barang ataupun jasa sehingga mampu menciptakan harga serta keseimbangan harga yang ditetapkan jumlah yang diperdagangkan. Secara pengetahuan ekonomi, pasar dapat dibagi dalam empat bentuk yang biasa dikenal sebagai struktur pasar. Pengelompokan bentuk pasar berdasarkan karakteristik, misalnya berbagai macam produk yang dihasilkan, jumlah yang banyak perusahaan dalam industri, mudah dan tidaknya keluar maupun masuk kedalam industri, peranan sarana promosi *market* dalam kegiatan produksi perusahaan, dan lain-lain. Adapun 4 jenis struktur *market*, yakni *perfectly competitive market*, *monopolistic competition market*, *monopoly market*, dan *oligopoly market*.

Keseimbangan pasar dapat terjadi di saat jumlah permintaan barang yang sama dengan jumlah penawaran barang (kurva permintaan dan penawaran saling berpotongan), sedangkan keseimbangan perusahaan dapat dianalisis dalam pendekatan TR-TC (*Total Revenue-Total Cost*) atau melalui $MR=MC$ (*Marginal Revenue=Marginal Cost*). Keseimbangan perusahaan selalu diupayakan untuk rugi minimum atau memaksimalkan keuntungan. Jika harus menderita kerugian diharapkan perusahaan mampu

BAB 14 PASAR PERSAINGAN SEMPURNA JANGKA PANJANG

Pendahuluan

Dalam jangka panjang perusahaan dan industri dapat membuat beberapa perubahan tertentu yang di dalam jangka pendek tidak dapat dilakukan. Perusahaan dapat menambah faktor-faktor produksi yang di dalam jangka pendek adalah tetap jumlahnya. Perusahaan yang menginginkan laba maksimum akan menghasilkan *output* pada saat harga sama dengan biaya marjinal jangka panjang (*long-run marginal cost*, LMC), atau $P = LMC$.

Karakteristik menarik dari analisis jangka panjang ialah adanya peluang masuk/keluarnya perusahaan-perusahaan baru ke/dari industri. Dalam model pasar persaingan sempurna kita mengasumsikan tidak adanya pengaruh keluar/masuknya perusahaan ke/dari industri. Biasanya perusahaan-perusahaan baru akan mengalir masuk pasar sepanjang laba ekonomi positif, dan sebahagian akan ke luar dari pasar kalau laba ekonomi negatif. Masuknya perusahaan-perusahaan baru akan menggeser kurva pemasokan pasar ke kanan dan hal ini mendorong harga-harga turun. Turunnya harga-harga menyebabkan berkurangnya penerimaan yang berarti bahwa laba juga akan turun. Proses ini berlanjut terus sehingga laba ekonomi yang diterima oleh perusahaan sama dengan nol. Dalam situasi ini perekonomian berada dalam posisi keseimbangan.

Korelasi parsial digunakan untuk mengontrol hubungan antara dua variabel atau lebih jika salah satu variabel ada yang konstan. Tidak semua variabel bebas dapat

BAB 15 MONOPOLI

Pendahuluan

Monopoli diambil dari bahasa Yunani “*monos*”(sendiri) dan “*polein*” (penjual) artinya mejadi penjual tunggal dalam pasar. Istilah penjual tunggal sebenarnya kurang relevan dan sulit terlaksana dengan kondisi sekarang mengingat begitu terbukanya persaingan pelaku usaha dalam sebuah pasar dan industri. Walaupun dalam suatu pasar/industri terdapat banyak pelaku usaha dan di dalamnya ada salah satu pelaku usaha yang memiliki motif, perilaku, dan tujuan monopoli maka pelaku usaha tersebut disebut melakukan monopoli.

Menurut Meiners, monopoli dapat dilakukan oleh lebih dari satu penjual (*a group of sellers*) yang membuat keputusan bersama tentang produksi atau harga. Secara umum, dalam monopoli terdapat usaha dan bentuk penguasaan atas produksi, pemasaran, dan pendistribusian barang/jasa tertentu oleh satu penjual atau kelompok penjual. Dalam monopoli, hanya terdapat penjual tunggal yang memiliki kekuatan untuk menentukan tingkat produksi dan harga yang akan ditawarkan kepada konsumen tergantung pada jumlah keuntungan maksimum yang ingin dicapai. Kalau pun terdapat penjual lain, namun peranannya kurang berarti sehingga pasarnya disebut monopolistik.

Di dalam monopoli, biasanya produk/jasa yang dihasilkan/dijual tidak memiliki produk substitusi (pengganti) yang sangat dekat. Contohnya, adalah listrik sebagai kebutuhan pokok masyarakat dimana hanya perusahaan tertentu yang bisa menyediakan

BAB 16 PERSAINGAN MONOPOLISTIK

Pendahuluan

Seperti sudah dijelaskan pada bab yang sebelumnya, untuk bab ini akan dipaparkan atau diuraikan mengenai pasar persaingan monopolistik. Pada bab ini akan dibahas (i) definisi pasar persaingan monopolistik, (ii) karakteristik pasar persaingan monopolistik, (iii) pasar persaingan monopolistik dan efisiensi pasar, (iv) keseimbangan pasar persaingan monopolistik, dan (v) pandangan yang mengkritik pengiklanan.

Dalam kehidupan sehari-hari dan juga kegiatan ekonomi, terkadang manusia tidak akan bisa lepas dari memenuhi kebutuhan maka perlu adanya kegiatan jual beli baik itu di pasar maupun tempat yang bisa digunakan untuk transaksi jual beli. Kegiatan transaksi bertemunya penjual dan pembeli dinamakan pasar. Dalam kegiatan ekonomi banyak sekali jenis-jenis pasar, salah satu di antaranya adalah Pasar Monopolistik

Pengertian Pasar Monopolistik

Pasar persaingan monopolistik adalah bentuk pasar yang terdapat banyak penjual untuk menghasilkan dan juga menjual produk yang beraneka ragam. Pada pasar persaingan monopolistik, perbedaan antara satu merk dengan merk yang berbeda tidak terlalu besar. Teori pasar persaingan monopolistik dikembangkan karena adanya rasa kurang puas. Bentuk ini dikemukakan seorang ekonom Inggris Joan Robinson dan Edward Chamberlain (ekonom

BAB 17 PASAR DUOPOLI DAN PASAR OLIGOPOLI

Pendahuluan

Pasar duopoli adalah jenis khusus dari pasar oligopoli. Pasar oligopoli dicirikan oleh kehadiran banyak pemain dan tingkat kekuatan pasar yang tinggi. Selain itu, hambatan untuk masuk sangat signifikan sehingga tidak mungkin bagi pendatang baru untuk bertahan dalam waktu lama. Ketika sebuah perusahaan menguasai sebagian besar pasar, mereka memiliki kemampuan untuk memanipulasi pasokan barang dan jasa di pasar yang lebih besar. Selain itu, kekuatan pasar juga dapat berasal dari penggunaan strategi diferensiasi yang memungkinkan perusahaan menetapkan harga yang lebih tinggi. Dalam pengaturan duopoli, kekuatan pasar menjadi lebih terkonsentrasi karena hanya dua perusahaan yang memiliki kekuatan monopoli dan ketergantungan strategis yang sangat besar.

Ketika satu produsen membuat keputusan strategis, itu dapat memiliki pengaruh besar pada produsen lain. Fenomena ini dapat menyebabkan munculnya perilaku kolusi di pasar. Dalam skenario seperti itu, dua perusahaan besar mungkin berperilaku seperti monopoli.

Pasar Duopoli

Pasar oligopoli adalah pasar yang hanya terdiri dari beberapa perusahaan. Bentuk paling sederhana dari pasar oligopoli adalah pasar duopoli yang terdiri dari dua perusahaan yang saling bersaing. Perilaku satu perusahaan dalam pasar duopoli memiliki dampak yang signifikan

BAB 18 KESEIMBANGAN DAN MEKANISME PASAR

Pendahuluan

Pasar dapat didefinisikan sebagai sebuah tempat bertemunya para penjual dan pembeli (produsen dan konsumen). Pasar juga merupakan sebuah tempat yang dijadikan sebagai tempat pertukaran barang dan jasa yang terjadi secara alamiah sehingga terjadinya proses permintaan dan penawaran. Di dunia nyata, harga pasar dipengaruhi oleh persediaan barang yang dimiliki oleh produsen pada tingkat dimana produsen memasok barang.

Jika produsen memasok barang dengan tingkat yang sama dengan permintaan konsumen, teori klasik statis akan mengusulkan bahwa pasar berada dalam keseimbangan (*ekuilibrium*). Namun, jika ada surplus yang luar biasa pada persediaan barang oleh produsen maka yang terjadi akan menurunkan harga dan/atau menurunkan produksi untuk mengembalikan persediaan ke tingkat yang diinginkan. Dengan melakukan transaksi jual beli, ini salah satu proses manusia sebagai makhluk ekonomi.

Harga suatu barang yang ditawarkan oleh produsen pada tingkat harga tertentu dan harga suatu barang yang diminta konsumen pada suatu harga tertentu akan melahirkan proses tawar menawar untuk mendapatkan harga yang diinginkan baik oleh produsen maupun konsumen yang akan menghasilkan keseimbangan pasar (*market equilibrium*). Keseimbangan pasar terjadi ketika harga produk yang diminta konsumen dan harga yang ditawarkan produsen sama. Ini menunjukkan bahwa

BAB 19 KEGAGALAN PASAR

Pendahuluan

Dalam perdagangan kita mengenal pasar yang merupakan tempat bertemunya antara calon penjual dengan calon pembeli. Dalam kegiatan pasar ini kita mengenal adanya kesepakatan antara calon pembeli dengan calon penjual yang menghasilkan atau disebut dengan transaksi. Transaksi adalah suatu kesepakatan antara penjual dengan pembeli, dalam hal ini kedua pihak tersebut merasa diuntungkan dimana penjual memperoleh laba atas penjualan barang atau jasa sementara pembeli merasa diuntungkan dimana pembeli memperoleh barang atau jasa sebagai pemenuhan kebutuhan.

Dalam kegiatan pasar bisa dikatakan berhasil apabila calon pembeli merasa puas karena terpenuhinya kebutuhan dan calon penjual merasa puas karena banyak pembeli barang atau jasa yang dijualnya. Tetapi, dalam kenyataan tidak selamanya berhasil kadang juga mengalami kegagalan pasar (*Market Failure*).

Kegagalan pasar (*Market Failure*) merupakan suatu hal yang tidak kita inginkan terjadi tetapi hal tersebut kadang kita tidak bisa menghindarinya ketika sistem harga mengalami kegagalan. Hal ini di sebabkan adanya salah perhitungan atau memprediksi semua biaya dan manfaat dalam pasar. Kegagalan pasar (*Market Failure*) merupakan suatu adanya ketidakmampuan dalam perekonomian suatu pasar yang berfungsi secara efisien dalam perkembangan ekonomi. Suatu pasar dikatakan gagal apabila suatu keadaan tidak bisa memberikan kebutuhan secara optimal kepada

Daftar Pustaka

- Aaker, D. A., & McLoughlin, D. (2019). *Strategic Market Management*. Hoboken: John Wiley & Sons.
- Adiningsih, Sri. Kadarusman 2003. *Teori Ekonomi Mikro (Edisi Kedua)*. BPFE-Yogyakarta
- Akbar, R. (2022). Obstacle Factors for Distribution of DAK Fisik in the Districts of East Lampung Districts, Central Lampung Districts And Metro City, 2020-2021. *Jambura Equilibrium Journal*, 4(2).
<https://doi.org/10.37479/jej.v4i2.13951>
- Akbar, R., Noermijati, N., & Troena, E. A. (2016). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional dan Stres Kerja terhadap Kinerja Pegawai dengan Dimediasi oleh Kepuasan Kerja (studi pada KPPN Makassar 1 dan KPPN Makassar 2). *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 14(3), 537–545.
<https://doi.org/10.18202/jam23026332.14.3.14>
- Alex, S. 2012. *Jurus Sukses Beternak Ayam Pedaging* Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Alma, Buchari, H. 2014. “Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa”. CV Alfabeta: Bandung.
- Ariyani, Misriyah., Harjanto, Totok. 2018. “Ekonomi Mikro, Analisis, dan Pendekatan Praktis”. Deepublish: Yogyakarta.
- Armstrong, G., & Cunningham, M. (2019). *Principles of Marketing*. Boston: Pearson.
- Aroy Maulana, Fahriansah, Nanda Safarida. 2021. Analisis Tingkat Elastisitas Permintaan dan Penawaran Ayam Potong Di Pasar Kota Langsa. *JIM (Jurnal Ilmiah Mahasiswa)* Volume 3, Nomor 2, Oktober 2021.
<https://journal.iainlangsa.ac.id/index.php/jim/article/view/3482/1782>.
- Atmaja, Adithya Rahman, RS, Prawidya Hariani, Lubis,

- Irsyad. 2022. Pengaruh Pendapatan Terhadap Pola Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga di Kota Medan Tahun 2015 (Implikasi Fungsi Konsumsi Keynes). *Jurnal Cermin: Jurnal Penelitian*, [S.l.], v. 6, n. 1, p. 95-108, apr. 2022. ISSN 2615-3238.
- Backhouse, R. E. (2018). "Economic Methodology: A Historical Introduction." Oxford University Press.
- Barney, J. B., & Hesterly, W. S. (2018). *Strategic Management and Competitive Advantage: Concepts and Cases*. Boston: Pearson.
- Barney, J. B., & Hesterly, W. S. (2018). *Strategic Management and Competitive Advantage: Concepts and Cases*. Boston: Pearson.
- Besanko, D., Braeutigam, R., Gibbs, M., & Knieper, R. (2020). *Microeconomics* (6th ed.). Wiley.
- Blinder, A. S., & Solow, R. M. (2018). Keynesian economics. In *The New Palgrave Dictionary of Economics* (pp. 1-7). Palgrave Macmillan.
- Boediono. (2020). *Ekonomi Mikro*. Yogyakarta, BPPE Yogyakarta
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2017). *Fundamentals of Financial Management*. Boston: Cengage Learning.
- Burhan, M. Umar. 2006. *Konsep Dasar Teori Ekonomi Mikro*. BPFE Universitas Brawijaya Malang
- Busra, Yuli Anisa, Zulkarnaini, 2020. *Pengantar Ekonomi Mikro*, Edisi I, Yogyakarta, Penerbit Andi.
- Chaterina Dwi Puspita, Neli Agustina. 2020. Pola Konsumsi, Elastisitas Pendapatan, Serta Variabel-Variabel Sosial Ekonomi Yang Memengaruhi Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga (Studi Kasus di Provinsi Bengkulu Tahun 2018). <https://prosiding.stis.ac.id/index.php/semnasoffstat/article/view/46>.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Los

- Angeles. Sage Publications.
- Daftary, M. (2018). *Organisasi Ekonomi: Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Damanik, Konta Intan & Sasongko Gatot. (2010). *Pengantar Ilmu Ekonomi: Mikro Ekonomi edisi ke dua*. Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana
- Damayanti, R. R., & Utomo, C. C. (2014). Analisa Biaya Dan Permintaan Pada Penetapan Harga Marginal Unit Rumah Di Perumahan Royal Regency, Lumajang. *Jurnal Teknik ITS*, 3(1), D36-D40.
- Deka Sari, T. R. I. (2017). *Penerapan Kalkulus Diferensial dalam Menentukan Biaya Marginal dan Keuntungan Maksimum* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Dessler, G. (2019). *Human Resource Management*. London: Pearson.
- Fadhillah, "perbankan syariah" 2021, "Pengantar Ekonomi Mikro", umsida.
- Frank, R. H., Bernanke, B. S., & Antonovics, K. (2017). *Principles of Microeconomics* (6th ed.). McGraw-Hill Education.
- Gatot Suharsono. "Ekonomi Mikro: Teori, Konsep, dan Aplikasi".
- Geminastiti, Kinanti, dkk. 2016. "Ekonomi", Yrama Widya : Bandung.
- GF.Utami, E Kurniati, 2022. "Pasar Persaingan Sempurna", Program Studi Manajemen, Journals.unisba.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis*. England. Pearson Education.
- Hanani, N., Asmara, R., & Fahriyah. (2011). *Ekonomi Mikro*. Malang: Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya.
- Haryono Susanto. "Ekonomi Mikro: Teori dan Aplikasi".

- Henny Oktavianti, Zakik. 2017. Perilaku Konsumsi Rumah Tangga Dan Pengaruhnya Terhadap Kebijakan Makro Ekonomi Kabupaten Bangkalan. *Jurnal Media Trend* 12 (1) 2017. p.90-97. <http://dx.doi.org/10.21107/media.trend.v12i1.2541>.
- Herison, 2010. "Ekonomi Mikro", Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau : Pekanbaru.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2019). *Strategic Management: Concepts and Cases: Competitiveness and Globalization*. Boston: Cengage Learning.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2019). *Strategic Management: Concepts and Cases: Competitiveness and Globalization*. Boston: Cengage Learning.
- Hubbard, R. G., O'Brien, A. P., & Serletis, A. (2018).
- Iskandar Putong. 2003. *Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro (Edisi 2)*. Penerbit Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Ismawanto, Inna Ratna Sari Dewi. (2014). *Ekonomi 1. Kelompok Peminatan Ilmu Sosial Kelas X*. Surakarta: CV Putra Kertonatan.
- Jehle, G. A., & Reny, P. J. (2011). *Advanced Microeconomic Theory (3rd ed.)*. Prentice Hall.
- Jumadi, Dr. (2021). *Manajemen Operasi*. Jawa Tengah: CV. Sarnu Untung.
- Katz, M. L., & Rosen, H. S. (2019). *Microeconomics (6th ed.)*.
- Khusaini, Mohammad, Sep 2013. *Teori Ekonomi Mikro*, Cetakan Pertama, UB Press, Malang
- Kotler, P., Keller, K. L., Koshy, A., & Jha, M. (2019). *Marketing Management*. Harlow: Pearson.
- Kotler, Phillip, & Gery Armstrong. 2001. *Dasar-dasar Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Prentalindo
- Krugman, and Robin Wells. (2011). *Economics, Second Edition*, Worth Publishers.

- Lucky Satria Pratama. 2021. Studi Pola Perbandingan Pola Konsumsi Rumah Tangga Kaya dan Miskin di Kota Kisaran. *Journal of Science and Social Research*, February 2021, IV (1): 87 - 95. <http://jurnal.goretanpena.com/index.php/JSSR>.
- Mankiw N, Gregory, dkk. 2021, Pengantar Ekonomi Makro. Jakarta: Salemba Empat.
- Mankiw, N. G., Quah, E., & Wilson, P. (2014). Pengantar Ekonomi Mikro. Jakarta: Salemba Empat.
- Mankiw, N. Gregory. 2006. Pengantar Teori Ekonomi Makro. Edisi Ketiga. Jakarta: Salemba Empat.
- Mankiw, N. Gregory. 2006. Pengantar Ekonomi Makro, Edisi Ketiga. Jakarta: Salemba
- McGraw-Hill Education. Mankiw, N. G. (2018). Principles of Microeconomics (8th ed.). Cengage Learning.
- Meiners, Roger E., 1998. The Legal Environment of Business, West Publishing Company, St. Paul, 1998
- Moestika Setyaningrum, R., & Fauzan Hamidy, M. (2012). Analisis Biaya Produksi Dengan Pendekatan Theory of Constraint Untuk Meningkatkan Laba (Studi Pada PG. Kribet Baru Malang). *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), 26-36.
- Mokoginta, M. I., Sondakh, J. J., & Budiarmo, N. S. (2018). Analisis Biaya Volume Laba Multi-Produk untuk Perencanaan Laba Jangka Pendek Bijimerah Coffee and Roastery. *Going Concern: Jurnal Riset Akuntansi*, 13(02).
- Nicholson, W., & Snyder, C. (2014). *Microeconomic Theory: Basic Principles and Extensions*. Cengage Learning.
- Nuraini, Ida, SE Msi. 2016. Pengantar Ekonomi Mikro, Cetakan Ketujuh, Malang: UMM Pres.
- Nurfadila Nur Ali. 2021. Elastisitas Permintaan Dan Penawaran. Makalah. Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

- Univeristas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Perloff, J. M. (2017). *Microeconomics* (8th ed.). Pearson.
- Pindyck, R. S., & Rubinfeld, D. L. (2012). *Microeconomics* (8th ed.). Prentice Hall.
- Pindick, R. S., & Rubinfeld, D. L. (2013). *Microeconomics*(Eighth Edition ed.).
- Pindyck. 2005. *Mikroekonomi* (terjemahan), Edisi Enam, Penerbit PT. Indeks, Jakarta.
- Porter, M. E. (2008). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: Simon and Schuster.
- Pratama, R., & Manurung, M. (2008). *Pengantar ilmu ekonomi*. Edisi Ketiga, Buku Seri Ekonomi, Jakarta, Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI.
- PSJ.Kennedy, 2018. "Pasar Persaingan Sempurna", Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis UKI.
- Pusposari, F. 2012. *Analisis Pola Konsumsi Pangan Masyarakat di Provinsi Maluku*. Tesis (Unpublished), Jakarta: Universitas Indonesia.
- Rahardja, P. dan Manurung, M. 2019. *Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikroekonomi & Makroekonomi)*. Edisi 4. Jakarta : Salemba Empat.
- Rahardja, P., & Manurung, M. (2004). *Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikroekonomi & Makroekonomi)*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Rahardja, Pratama., Manurung, Mandala. 2010. "Pengantar Ilmu Ekonomi". Lembaga FEUI: Jakarta.
- Rahardja, Prathama, Mandala Manurung, 2006. *Teori Ekonomi Mikro Suatu Pengantar*, Edisi Ketiga, Lembaga Penerbit FEUI.
- Rhenald Kasali dan H. Hendra Yusuf. "Prinsip-Prinsip Ekonomi Mikro".
- Robbins, S. P., Coulter, M., & DeCenzo, D. A. (2017). *Fundamentals of Management*. Boston: Pearson.

- Royhul Akbar (2023), Manajemen Sumber Daya Manusia, Deli Serdang, PT. Mifandi Mandiri Digital, Halaman 129
- S. Alam & Rudianto. (2016). Ekonomi SMA/MA Kelas X IPS. Jakarta : Erlangga.
- Samuelson, D. Nordhaus. (2002). Economics, Seventeenth Edition, McGraw-Hill.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Research Methods for Business: A Skill Building Approach. New York. John Wiley & Sons.
- Semaoen, I., & Kiptiyah, S. M. (2011). Mikro Ekonomi. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Setterfield, Mark. (2003). Supply and Demand in the Theory of Long-run Growth: introduction to a symposium on demand-led growth. Review of Political Economy, Volume 15, Number 1
- Silvia, Vera. 2020. "Modul Ekonomi Mikro". Modul. Fakultas Ekonomi, Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma : Jakarta.
- Simpson, Brian P. (2010). Two Theories of Monopoly and Competition: Implications and Applications. JABE (ournal of Applied Business and Economics) Volume 11, Nomor 3, <http://t.www.na-businesspress.com/JABE/Jabe112/SimpsonWeb>.
- Siregar, H. (2017). Metode Penelitian Ekonomi: Suatu Pendekatan Praktis. Jakarta. Erlangga.
- Siti Kadariah, Rani Febriyanni, Isnaini Harahap: Jurnal "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kegagalan Pasar (Market Failure)".
- Smith, V. L. (2016). Experimental economics: Rethinking the rules. Princeton University Press.
- Snyder, C., & Nicholson, W. (2008). Microeconomic Theory. Canada: Thomson South-Western.
- Sri Handayani dan Rudy B. Lumingkewas. "Ekonomi Mikro:

- Teori dan Aplikasi". Sutrisno, Sri Hartoyo, dan Tjuk Sugiyarto. "Ekonomi Mikro: Pendekatan Teori dan Aplikasi".
- Stonier, Alfred W. dan Hague, Douglas C. Teori Ekonomi 1. Ghalia Indonesia Anggota IKAPI.
- Sugiarso, dkk, 2015 "Ekonomi Mikro", Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiarso, Said Kelana, Tedy Herlambang, Rachmat Sudjana, Brastoro. 2000. Ekonomi Mikro (Suatu Pendekatan Praktis). Penerbit Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung. Alfabeta.
- Sukirno, S. (2013). Pengantar Teori Ekonomi Mikro Ekonomi, (Edisi ke Tiga), Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada.
- Sukirno, S. 2015. Mikroekonomi Teori Pengantar. Edisi ke-3. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sukirno, Sadono. (2002). Teori Mikro Ekonomi Cetakan Keempat Belas. Jakarta: Rajawali Press
- Syafiuddin, 2021. "Ekonomi Mikro", Universitas Muhammadiyah : Makassar.
- Varian, H. R. (2014). Intermediate Microeconomics: A Modern Approach. W.W. Norton & Company.
- Whelen, Joseph and Msefer, Kamil. (2003). Economic Supply and Demand. USA: MIT System Dynamics in Education Project Under the Supervision of Professor Jay W. Forrester
- Widjaja, W., Munim, A., Sutaguna, I., Aghivirwiati, G., Khasanah., Ekowati, D., Rosalina, T. (2022). Manajemen Produksi dan Operasi. Batam: Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.
- Widyaningsih. N., 2018. Pengantar Ilmu Ekonomi. akultas Teknik/Perencanaan Wilayah & Kota. Universitas Esa Unggul.

- Yamin, M., & Riyanto, S. (2017). Metode Penelitian: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Yogyakarta. Pustaka Baru Press.
- Zahara, V. & Anwar, C. (2021). Mikro Ekonomi (sebuah pengantar). Kota Bandung: CV. Media Sains Indonesia.

Tentang Penulis



Yogi Ginanjar, S.E., M.Ak., Ak., CPA., buku ini adalah salah satu karya dan insya Allah secara konsisten akan disusul dengan buku-buku berikutnya. Pokok bahasan buku yang ditulis semata-mata untuk berbagi ilmu pengetahuan.



Wulan Riyadi, S.E., M.Ak., buku ini adalah salah satu karya dan insya Allah secara konsisten akan disusul dengan buku-buku berikutnya. Pokok bahasan buku yang ditulis semata-mata untuk berbagi ilmu pengetahuan.



Melia Wida Rahmayani, S.E., M.Ak., buku ini adalah salah satu karya dan insya Allah secara konsisten akan disusul dengan buku-buku berikutnya. Pokok bahasan buku yang ditulis semata-mata untuk berbagi ilmu pengetahuan.



Ali Muhajir, buku ini adalah salah satu karya dan inshaa allah secara konsisten akan disusul dengan buku-buku berikutnya. Pokok bahasan buku yang ditulis semata-mata untuk berbagi ilmu pengetahuan.



Farikhul Muafiq, S.A.B., M.A., menjabat sebagai pengajar tetap pada Program Studi Administrasi Perkantoran di Fakultas Dekabita, ITS NU Pekalongan. Beliau menyelesaikan pendidikan Magister Administrasi Bisnis di UNTAG Semarang dan memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis dari Universitas Terbuka UPBJJ. Selain itu, beliau adalah seorang praktisi industri yang aktif, saat ini bekerja sebagai Staf Manajemen dan Produksi di PT. Primatexco Indonesia. Farikhul Muafiq telah menulis monograf berjudul "Kinerja Kantor" dan telah berkontribusi pada berbagai bab buku. Bidang spesialisasinya meliputi bisnis, kewirausahaan, dan pengembangan sumber daya manusia.



Hendri D. Hahury, buku ini adalah salah satu karya dan inshaa allah secara konsisten akan disusul dengan buku-buku berikutnya. Pokok bahasan buku yang ditulis semata-mata untuk berbagi ilmu pengetahuan.



Hermi Oppier, buku ini adalah salah satu karya yang secara konsisten akan disusul dengan buku-buku berikutnya. Pokok bahasan buku yang ditulis semata-mata untuk berbagi ilmu pengetahuan.



Tine Lathifah Rohmawati, S.Pd.,M.Pd.,MCE., penulis lahir di Bandung, pada tanggal 14 Januari 1985. Saat ini berdomisili di Garut. Selain berkiprah sebagai guru, penulis juga aktif sebagai koordinator wilayah utara dalam kepengurusan MGMP Ekonomi Kabupaten Garut. Penulis juga aktif sebagai Koordinator Bidang Pendidikan, Propaganda, dan Kaderisasi dalam kepengurusan COPMI (*Corps Putri Muslimin Indonesia*). Penulis meraih predikat sebagai Mahasiswa Pasca Sarjana IPI Terbaik, Garut (2018). Penulis menyandang gelar MCE (*Microsoft Certified Educator*) pada 2018. Buku ini adalah salah satu karya dan Inshaallah secara konsisten akan disusul dengan buku-buku berikutnya. Pokok bahasan buku yang ditulis semata-mata untuk berbagi ilmu pengetahuan.



Royhul Akbar, merupakan putra asli Provinsi Lampung yang menjalankan tugas di seluruh Indonesia, memiliki 1 orang istri dan 1 orang anak. Lulus dari pendidikan Diploma 3 Sekolah Tinggi Akuntansi Negara (DIII STAN spesialisasi Perbendaharaan), Strata Satu dan Strata Dua (S1 dan S2) di Universitas Brawijaya pada Fakultas Ekonomi.

Saat ini bekerja sebagai pegawai Kementerian Keuangan pada KPPN Metro yang juga mendalami subjek penulisan terkait Kepemimpinan, Manajemen, Ekonomi Mikro maupun Makro, Manajemen Sumber Daya Manusia, Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara maupun Daerah (APBN & APBD) serta Hubungan Keuangan Pusat dan Daerah. Karya tulis yang pernah dibuatnya pada JAM Universitas Brawijaya dan JEJ Universitas Gorontalo serta menulis artikel lepas di penerbit *online* seperti Kumparan, Radar Lampung, serta Lampung Post.



Yan Yan Sopyan, SP, M.M.Pd, buku ini merupakan bagian dari salah satu produk karya dan insya Allah secara terus menerus akan disusul dengan buku-buku lainnya. Pokok bahasan dalam buku yang ditulis semata-mata untuk berbagi ilmu pengetahuan.



Zamhuri Rachman, S.E, M.M, C.PR, C.CSR adalah seorang penulis, dosen pengajar, dan pekerja yang memiliki dedikasi tinggi dalam bidang pendidikan dan kegiatan bisnis usaha.

Penulis lahir di Banjarbaru, 26 Agustus 1974 dan memiliki gelar Sarjana Ekonomi (SE) di Fakultas Ekonomi Lambung Mangkurat di Banjarmasin dan Strata 2 Magister Manajemen (MM), serta sebagai dosen di Politeknik Islam Syekh Salman Al-Farisi Rantau dan bekerja di sebuah Perusahaan Besar Swasta yang bergerak dibidang Pertambangan, Pelabuhan, Agribisnis dan Media yang terkemuka.

Dalam buku ini, penulis menggabungkan pengetahuan teoritis yang kuat dengan wawasan praktis yang didapatkan melalui pengalaman langsung di lapangan. Penulis juga telah melakukan penelitian yang intensif untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan dalam buku ini berdasarkan pada pengetahuan terkini dan pemahaman yang mendalam tentang topik-topik utama dalam ekonomi mikro. Buku ini ditujukan sebagai panduan yang berguna bagi berbagai kelompok pembaca, termasuk para profesional, mahasiswa, pengusaha, dan siapa pun yang tertarik untuk memahami dan mengimplementasikan konsep-konsep ekonomi dan manajemen secara mendalam. Penulis berharap bahwa buku ini akan memberikan inspirasi

dan panduan yang bermanfaat bagi pembaca dalam mencapai kesuksesan di dunia usaha yang dinamis.



Adrianus Kabubu Hudang, buku ini adalah salah satu karya yang secara konsisten akan disusul dengan buku-buku berikutnya. Pokok bahasan buku yang ditulis semata-mata untuk berbagi ilmu pengetahuan.



Ikram Mubarak Djodding SE.,M.Si, buku ini adalah salah satu karya yang secara konsisten akan disusul dengan buku-buku berikutnya. Pokok bahasan buku yang ditulis semata-mata untuk berbagi ilmu pengetahuan.



Zulkarnain Nasution, SE.,M.Si, buku ini adalah salah satu karya dan Inshaallah secara konsisten akan disusul dengan buku-buku berikutnya. Pokok bahasan buku yang ditulis semata-mata untuk berbagi ilmu pengetahuan.



Deni Hikmat J., buku ini adalah salah satu karya dan insya Allah secara konsisten akan disusul dengan buku-buku berikutnya. Pokok bahasan buku yang ditulis semata-mata untuk berbagi ilmu pengetahuan.



Asri Winanti Madyoningrum, S.E.M.M., buku ini adalah salah satu karya dan inshaa allah secara konsisten akan disusul dengan buku-buku berikutnya. Pokok bahasan buku yang ditulis semata-mata untuk berbagi ilmu pengetahuan.



Dr. Nurjanna Ladjin, SE, M.Si., buku ini adalah salah satu karya dan Inshaallah secara konsisten akan disusul dengan buku-buku berikutnya. Pokok bahasan buku yang ditulis semata-mata untuk berbagi ilmu pengetahuan.



Suci Syifa Aulia, S.E., M.E., CPDM., buku ini adalah salah satu karya dan inshaallah secara konsisten akan disusul dengan buku-buku berikutnya. Pokok bahasan buku yang ditulis semata-mata untuk berbagi ilmu pengetahuan.



Yeni Rahmawati, S.E., S.Pd., M.Pd., buku ini adalah salah satu karya dan inshaa allah secara konsisten akan disusul dengan buku-buku berikutnya. Pokok bahasan buku yang ditulis semata-mata untuk berbagi ilmu pengetahuan.

Dalam buku ini, penulis membahas berbagai topik penting dalam ekonomi mikro, termasuk hukum penawaran dan permintaan, biaya produksi, dan struktur pasar. Buku ini memberikan penjelasan yang jelas dan terperinci tentang konsep-konsep tersebut, dilengkapi dengan contoh kasus dunia nyata yang membantu pembaca memahami penerapannya dalam kehidupan sehari-hari. Buku ini juga menyoroti pentingnya analisis margin dalam pengambilan keputusan ekonomi. Penulis menjelaskan bagaimana individu, perusahaan, dan pemerintah membuat keputusan berdasarkan manfaat dan biaya tambahan yang terkait dengan setiap pilihan yang tersedia. Dalam konteks ini, pembaca akan mempelajari tentang alokasi sumber daya yang efisien, penentuan harga pasar, peran persaingan, dan dampak kebijakan ekonomi terhadap pasar.

Selain itu, buku ini membahas konsep keseimbangan pasar dan bagaimana interaksi antara penawaran dan permintaan memengaruhi harga dan kuantitas barang dan jasa. Pembaca akan mempelajari tentang elastisitas harga dan pendapatan, serta peran harga dalam mengalokasikan sumber daya dalam perekonomian. "Pengantar Ekonomi Mikro" juga menyoroti pentingnya eksternalitas, ketidaksempurnaan pasar, dan peran pemerintah dalam mengatur pasar. Pembaca akan memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang konsep seperti monopoli, oligopoli, persaingan sempurna, dan peran kebijakan antimonopoli.

Ditujukan bagi mahasiswa, pengajar, dan pembaca yang tertarik dalam mempelajari dasar-dasar ekonomi mikro, "Pengantar Ekonomi Mikro" menyajikan materi yang sistematis dan mudah diikuti. Buku ini memberikan landasan yang kokoh bagi pembaca untuk memahami prinsip-prinsip dasar dalam ekonomi mikro dan bagaimana mereka berperan dalam pengambilan keputusan ekonomi yang efektif.

DITERBITKAN OLEH
PT. MIFANDI MANDIRI DIGITAL



Jln Payanibung Ujung D
Dalu Sepuluh-B, Tanjung Morawa
Kab. Deli Serdang Sumatera Utara

