



PENGANTAR EKONOMI MIKRO

Nurullaili Mauliddah, S.Pd.,M.SE.
Dr. Didin Fatihudin, S.E.,M.Si.
Anita Roosmawarni, S.E.,M.S.E.

PENGANTAR EKONOMI MIKRO

PENGANTAR EKONOMI MIKRO

Pengantar ekonomi mikro ini merupakan buku ajar terdiri dari 11 bab yang memberikan pemahaman kepada mahasiswa dengan konsep sederhana, ringkas dan mudah untuk dipahami. Buku ini membahas beragam konsep mikroekonomi dari ekonomi rumah tangga hingga perusahaan. Pembahasan setiap bab disertai dengan contoh dan latihan soal yang diharapkan dapat melibatkan imajinasi dalam konsep ekonomi mikro seperti konsep umum tentang ilmu ekonomi, permasalahan dalam ekonomi, konsep permintaan, konsep penawaran, keseimbangan pasar, elastisitas, teori utilitas, mekanisme pembentukan harga, kemungkinan, preferensi dan pilihan, teori produksi serta output dan biaya.

Contoh soal dengan pembahasannya, rangkuman dan latihan soal membuat buku ini mudah untuk dipahami mahasiswa dan dosen. Buku ini merupakan sumber yang lengkap untuk mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis baik dari program studi Manajemen, Akuntansi maupun dan Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan.

Semoga bahan ajar pendamping ini dapat menjadi pedoman segenap civitas akademika dalam melaksanakan perkuliahan Pengantar Ekonomi Mikro.



EUREKA
MEDIA AKSARA

Penerbit:
CV. EUREKA MEDIA AKSARA
Jl. Banjaran RT.20 RW.10
Bojongsari - Purbalingga 53362

ISBN 978-623-97936-6-1



PENGANTAR EKONOMI MIKRO

Nurullaili Mauliddah, S.Pd., M.S.E.

Dr. Didin Fatihudin, S.E., M.Si.

Anita Roosmawarni, S.E., M.S.E.



**EUREKA
MEDIA AKSARA**

PENERBIT CV. EUREKA MEDIA AKSARA

PENGANTAR EKONOMI MIKRO

Penulis : Nurullaili Mauliddah, S.Pd., M.S.E.
Dr. Didin Fatihudin, S.E., M.Si.
Anita Roosmawarni, S.E., M.S.E.

Desain Sampul : Eri Setiawan

Tata Letak : Endar Widi Sugiyo

ISBN : 978-623-97936-6-1

Diterbitkan oleh : **EUREKA MEDIA AKSARA, SEPTEMBER 2021**
ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH
NO. 225/JTE/2021

Redaksi:

Jalan Banjaran, Desa Banjaran RT 20 RW 10 Kecamatan Bojongsari
Kabupaten Purbalingga Telp. 0858-5343-1992

Surel : eurekamediaaksara@gmail.com

Cetakan Pertama : 2021

All right reserved

Hak Cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh
isi buku ini dalam bentuk apapun dan dengan cara apapun,
termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan teknik perekaman
lainnya tanpa seizin tertulis dari penerbit.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	iv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. TINJAUAN MATA KULIAH.....	1
B. PENGANTAR MATA KULIAH	2
BAB II KONSEP UMUM TENTANG ILMU EKONOMI.....	5
A. DEFINISI ILMU EKONOMI.....	6
B. DUA PERTANYAAN BESAR DALAM EKONOMI	8
C. EKONOMI SEBAGAI CARA BERPIKIR.....	11
D. ILMU EKONOMI SEBAGAI ILMU SOSIAL.....	13
E. LATIHAN	16
F. RANGKUMAN.....	16
BAB III PERMASALAHAN DALAM EKONOMI.....	17
A. PELAKU KEGIATAN EKONOMI.....	17
B. KEMUNGKINAN PRODUKSI DAN BIAYA PELUANG ...	20
C. PENGGUNAAN SUMBER DAYA SECARA EFISIEN	24
D. PERTUMBUHAN EKONOMI.....	25
E. LATIHAN	30
F. RANGKUMAN.....	31
BAB IV KONSEP PERMINTAAN.....	32
A. PASAR DAN KONSEP HARGA.....	33
B. PERMINTAAN	34
C. RANGKUMAN.....	43
D. LATIHAN	44
BAB V KONSEP PENAWARAN	46
A. PENGERTIAN PENAWARAN.....	46
B. HUKUM PENAWARAN.....	48
C. SKEDUL PENAWARAN DAN KURVA PENAWARAN ...	48
D. PERUBAHAN PADA PENAWARAN	51
E. FUNGSI PENAWARAN.....	54
F. PENENTUAN HARGA DAN JUMLAH YANG DIPERJUAL BELIKAN.....	58
G. RANGKUMAN.....	60
H. LATIHAN	60

BAB VI KESEIMBANGAN PASAR.....	62
A. MEKANISME PEMBENTUKAN HARGA DAN KUANTITAS	62
B. PERUBAHAN KESEIMBANGAN PASAR.....	66
C. RANGKUMAN	77
D. LATIHAN	77
BAB VII ELASTISITAS	79
A. ELASTISITAS PERMINTAAN	80
B. ELASTISITAS PENAWARAN.....	88
C. ELASTISITAS PENDAPATAN.....	95
D. RANGKUMAN	95
E. LATIHAN	96
BAB VIII TEORI UTILITAS.....	97
A. PILIHAN KONSUMSI DAN UTILITAS	97
B. MEMAKSIMUMKAN UTILITAS.....	99
C. PARADOKS NILAI.....	105
D. RANGKUMAN	107
E. LATIHAN	108
BAB IX KEMUNGKINAN, PREFERENSI DAN PILIHAN.....	109
A. KEMUNGKINAN KONSUMSI	109
B. PREFERENSI DAN KURVA INDIFEREN.....	113
C. MEMPERKIRAKAN PILIHAN KONSUMEN	118
D. RANGKUMAN	121
E. LATIHAN	122
BAB X TEORI PRODUKSI.....	123
A. PERUSAHAAN DAN PERSOALAN EKONOMINYA	124
B. FUNGSI PRODUKSI.....	130
C. PRODUKSI OPTIMAL	133
D. RANGKUMAN	140
E. LATIHAN	141
BAB XI OUTPUT DAN BIAYA.....	142
A. KERANGKA WAKTU PENGAMBILAN KEPUTUSAN ..	142
B. OUTPUT PRODUKSI	144
C. BIAYA PRODUKSI	146
D. SYARAT PERUSAHAAN MENCAPAI KEUNTUNGAN MAKSIMUM	150

E. BIAYA PELUANG.....	153
F. RANGKUMAN.....	155
G. LATIHAN	155
DAFTAR PUSTAKA	157
TENTANG PENULIS.....	159

1

PENDAHULUAN

A. TINJAUAN MATA KULIAH

Program Studi	: S1 Manajemen / S1 Akuntansi
Mata Kuliah / Kode	: Pengantar Ekonomi Mikro/ 15WF00001
Jumlah SKS	: 2 SKS
Prasyarat	: -
Deskripsi Mata Kuliah	:

Mata kuliah ini mencakup konsep-konsep dasar dalam mikroekonomi yang meliputi pokok bahasan antara lain konsep umum tentang apa itu ilmu ekonomi, permasalahan dalam ekonomi, permintaan dan penawaran, elastisitas, efisiensi dan pemerataan, tindakan pemerintah di pasar, kebijakan pasar global, utilitas dan permintaan, kemungkinan, preferensi dan pilihan, mengelola produksi, *output* dan Biaya, konsep macam-macam pasar. Melalui matakuliah Pengantar Ekonomi Mikro maka mahasiswa akan memperoleh manfaat berikut:

1. Memberikan pengetahuan yang lengkap dalam konsep mikroekonomi dan penerapannya dalam kehidupan sehari-hari.
2. Membantu mahasiswa untuk memahami bagaimana menyelesaikan permasalahan yang ada pada perekonomian secara individu dan perusahaan.
3. Memberikan pengetahuan dalam memahami mekanisme permintaan dan penawaran dalam pasar faktor produksi

Capaian Pembelajaran :

Setelah mengikuti mata kuliah Pengantar Ekonomi Mikro, mahasiswa mampu **mendiskusikan (A2)** perilaku konsumen dan produsen di dalam pasar faktor produksi, **menunjukkan hubungan antara (C4)** preferensi konsumen dan *output* serta

2

KONSEP UMUM TENTANG ILMU EKONOMI

Jika anda memanfaatkan sesuatu untuk memenuhi keinginan anda maka dengan ini anda membutuhkan orang lain yang bisa membuatnya. Anda menginginkan secangkir kopi maka anda membutuhkan hasil kerja dari seorang petani kopi, barista yang meracik kopi anda dan pelayanan dari kedai kopi yang anda datangi saat itu serta perlengkapan lain yang tidak dapat anda buat sendiri untuk mencapai kepuasan anda dalam menikmati secangkir kopi. Kehidupan anda terbangun dari pilihan yang anda buat dan tantangan yang anda hadapi. Ketika anda memilih kedai kopi yang anda tempati saat ini berarti anda telah mengambil keputusan yang sesuai dengan sumber daya yang anda miliki dalam memenuhi kepuasan atas kebutuhan anda.

Fakta mendasar yang mendominasi hidup kita adalah kita menginginkan lebih banyak dari apa yang telah kita dapatkan selama ini. Hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan dan keinginan anda tidaklah terbatas. Namun demikian, dalam memenuhi kebutuhan tersebut anda memiliki ketidakmampuan untuk mendapatkan segalanya yang kita butuhkan. Hal inilah yang dikatakan sebagai **Kelangkaan**. Kelangkaan dihadapi semua makhluk hidup, bahkan hewan juga mengalami kelangkaan.

Beberapa contoh dalam penjelasan diatas merupakan proses berpikir dalam ilmu ekonomi yang telah manusia lakukan. Ilmu ekonomi merupakan studi yang menghubungkan antara pilihan dan konsekuensi atas pengambilan keputusan dari pilihan tersebut. beberapa analogi dapat anda pikirkan bahwa seseorang harus mengambil keputusan atas pilihan karena adanya kelangkaan.

3

PERMASALAHAN DALAM EKONOMI

A. PELAKU KEGIATAN EKONOMI

Ilmu ekonomi sebagai ilmu sosial memberikan peranan yang berbeda pada masing-masing pelaku kegiatannya. Setiap orang memiliki peranan yang berbeda dengan orang lain. Namun, masing-masing kegiatan tersebut memiliki tujuan yang sama yaitu meningkatkan perekonomian lebih baik dalam skala mikro maupun makro. Pelaku tersebut dijabarkan secara garis besar dalam sub pembahasan ini yang melakukan kegiatannya masing-masing pada pasar faktor. Adapun pelaku-pelaku tersebut yaitu **rumah tangga**, **perusahaan** dan **pemerintah**.

1. Rumah tangga

Rumah tangga merupakan pemilik dari berbagai faktor produksi yang dibutuhkan dalam setiap perekonomian. Dimana sektor rumah tangga ini memiliki faktor produksi dari tenaga kerja, modal yang menjadi harta tetap seperti tanah dan bangunan, kekayaan alam. Faktor produksi tersebut oleh rumah tangga akan ditawarkan kepada sektor lain yaitu perusahaan. Perusahaan membutuhkan faktor produksi tersebut dan membayarkan kepada sektor rumah tangga berupa berbagai jenis pendapatan yaitu tenaga kerja akan memperoleh upah atau gaji, tanah dan bangunan akan memperoleh pendapatan sewa, modal dalam bentuk alat produksi akan memperoleh bunga.

Pendapatan-pendapatan ini akan digunakan oleh

4

KONSEP PERMINTAAN

Permulaan dalam mempelajari modul ini sudah dibahas tentang permasalahan dalam sebuah perekonomian yaitu barang apa yang harus diproduksi dan berapakah jumlahnya. Permasalahan ini akan menemukan penyelesaian ketika terjadinya interaksi antara penjual dan pembeli yang selanjutnya akan menemukan sebuah kesepakatan. Interaksi tersebut akan menentukan tingkat harga dan jumlah barang dan jasa yang diperjualbelikan. Istilah permintaan dan penawaran merujuk pada perilaku di masyarakat ketika terjadi interaksi di pasar. Pasar (*market*) adalah sekelompok pembeli dan penjual dari suatu barang dan jasa. Sebagai suatu kelompok, para pembeli menentukan seberapa banyak permintaan barang tersebut, dan sebagai kelompok yang lain, para penjual menentukan seberapa banyak penawaran barang tersebut.

Dalam bagian ini diberikan gambaran tentang kegiatan ekonomi yang dijelaskan oleh fungsi permintaan dan penawaran. Fungsi permintaan dan penawaran tersebut digambarkan dalam bentuk kurva dan fungsi matematis. Penjelasan dimulai dengan proses terbentuknya fungsi tersebut dengan menggunakan data hipotetis sederhana. Selanjutnya dilakukan penurunan-penurunan fungsi dengan pergerakan perilaku ekonomi baik yang disebabkan oleh faktor internal maupun faktor eksternal.

Pasar sebagai tempat transaksi antara penjual dan pembeli memberikan peranan penting dalam terbentuknya keseimbangan. Keseimbangan ini terjadi ketika penjual dan pembeli memperoleh kesepakatan dalam kegiatan ekonominya. Keseimbangan ini dikatakan sebagai keseimbangan pasar yang terjadi ketika harga dan jumlah barang dan jasa dalam sebuah transaksi terjadi

5

KONSEP PENAWARAN

Dalam sebuah pasar barang dan jasa terdapat transaksi yang terjadi antara penjual dan pembeli. Transaksi ini melibatkan dua aktifitas yaitu permintaan dan penawaran. Terdapatnya permintaan belum merupakan syarat yang cukup untuk mewujudkan transaksi dalam pasar. Permintaan yang wujud hanya dapat dipenuhi apabila para penjual dalam menyediakan atau barang-barang yang diperlukan tersebut. bagaimanakah tingkah laku penjual dalam menyediakan atau menawarkan barang-barang yang diperlukan masyarakat dipasar? Dalam menjawab pertanyaan tersebut akan diulas dalam bab ini.

Jika perusahaan menawarkan barang dan jasa berarti perusahaan tersebut memiliki sumber daya dan teknologi untuk memproduksinya, dapat mengambil laba dari memproduksi barang tersebut, dan berencana untuk memproduksi lalu menjualnya. Namun, penawaran bukan hanya sekedar memiliki sumber daya dan teknologi dalam memproduksi sesuatu, disisi lain sumber daya dan teknologi merupakan salah satu batasan atau kendala dalam memproduksi barang dan jasa. Produsen akan memproduksi barang dan jasa yang memiliki keuntungan terbesar. Banyak barang yang dapat diproduksi, namun jika tidak mendatangkan keuntungan maka produsen tidak akan membuat bahkan menjual barang tersebut. **Jumlah barang dan jasa yang ditawarkan** merupakan jumlah yang produsen dapat rencanakan untuk diproduksi dan dijual selama periode waktu tertentu pada harga tertentu.

A. PENGERTIAN PENAWARAN

Permintaan dan penawaran adalah dua kata yang senantiasa digunakan oleh para ahli ekonomi. Hal tersebut

6

KESEIMBANGAN PASAR

Setelah membahas konsep permintaan dan penawaran, dimana permintaan merupakan tindakan yang dilakukan oleh konsumen dalam sebuah interaksi, sedangkan penawaran adalah tindakan yang dilakukan oleh produsen atau penjual. Kedua pelaku aktifitas ekonomi ini bertemu dalam sebuah aktifitas tawar menawar yang akan menghasilkan sebuah kesepakatan atas transaksi yang dilaksanakan. Dalam konsep permintaan dan penawaran telah kita pahami bahwa ketika harga mengalami peningkatan maka jumlah barang yang diminta akan turun, sebaliknya jumlah yang ditawarkan akan naik. Kondisi ini merupakan penyesuaian harga yang dilakukan oleh penjual dan pembeli dalam sebuah pasar barang. Untuk itu, dalam bagian ini akan dibahas bagaimana mekanisme penentuan harga dan penyesuaian penjual dan pembeli dalam menciptakan keseimbangan pasar.

A. MEKANISME PEMBENTUKAN HARGA DAN KUANTITAS

Harga dan jumlah barang yang diperjualbelikan di pasar ditentukan oleh permintaan dan penawaran barang tersebut. Oleh karenanya, analisis penentuan harga dan jumlah barang yang diperjualbelikan di suatu pasar, harus berdasarkan analisis permintaan dan penawaran barang tersebut secara serentak. **Harga pasar atau harga keseimbangan** adalah tingkat harga di mana jumlah barang yang ditawarkan oleh para penjual sama dengan jumlah barang yang diminta oleh para pembeli. Sedangkan **kuantitas keseimbangan** adalah jumlah barang yang diminta dan yang ditawarkan sama. Pada kondisi demikian dikatakan bahwa pasar dalam keadaan keseimbangan atau ekuilibrium. **Ekuilibrium** (*equilibrium*) merupakan suatu

7

ELASTISITAS

Ketika diperkenalkan tentang konsep permintaan, kita lihat bahwa para konsumen biasanya membeli lebih dari satu barang ketika harga turun, pendapatan meningkat, harga barang substitusi naik, atau ketika harga barang komplemen turun. Pembahasan kita mengenai permintaan sangatlah kualitatif, bukan kuantitatif. Artinya kita membahas arah perubahannya di mana jumlah yang diminta bergerak, dan bukan seberapa besar perubahannya. Untuk mengukur seberapa besar para konsumen merespon perubahan dalam variabel-variabel tersebut, para ekonom menggunakan konsep elastisitas. Konsep tersebut mengukur persentase perubahan jumlah yang diminta per unit waktu karena adanya persentase perubahan harga tertentu dari komoditas tersebut.

Pada bagian sebelumnya sudah diperkenalkan konsep permintaan dan penawaran. Di setiap pasar kompetitif (pasar di mana banyak pembeli dan penjual yang saling bersaing), perilaku penjual dapat dicerminkan oleh kurva penawaran yang lerengnya semakin meningkat (*upward-sloping*), sedangkan perilaku pembeli diwakili oleh kurva permintaannya yang lerengnya semakin menurun (*downward sloping*). Harga barang senantiasa menyesuaikan diri guna menyeimbangkan kuantitas barang yang ditawarkan dan kuantitas yang diminta. Untuk mengaplikasikan analisis dasar di atas, lebih dahulu kita harus menguasai satu perangkat lagi, yakni konsep elastisitas (*elasticity*). Pada dasarnya elastisitas dapat diartikan sebagai ukuran seberapa jauh para pembeli maupun penjual bereaksi terhadap kondisi yang terjadi di pasar. Konsep elastisitas ini akan memungkinkan kita menganalisis penawaran dan permintaan secara lebih mendalam.

8

TEORI UTILITAS

Teori perilaku konsumen pada dasarnya mempelajari mengapa para konsumen berperilaku seperti yang tercantum dalam hukum permintaan. Oleh karena itu teori perilaku konsumen akan menerangkan : (1) mengapa para konsumen akan membeli lebih banyak barang pada harga yang rendah dan mengurangi pembeliannya pada harga yang tinggi, dan (2) bagaimanakah seorang konsumen menentukan jumlah dan kombinasi barang yang akan dibeli dari pendapatannya.

Terdapat dua pendekatan dalam teori perilaku konsumen, yaitu:

1. Pendekatan utiliti (nilaiguna) atau *Marginal Utility* : bertitik tolak pada anggapan bahwa kepuasan (utiliti) setiap konsumen dapat diukur dengan uang atau dengan satuan lain (utiliti yang bersifat kardinal) seperti kita mengukur volume air, panjang jalan, atau berat sekarung beras.
2. Pendekatan utiliti ordinal atau kurve kepuasan sama (*Indifference Curve*): bertitik tolak pada anggapan bahwa tingkat kepuasan konsumen dapat dikatakan lebih tinggi atau lebih rendah tanpa mengatakan berapa lebih tinggi atau lebih rendah (utiliti yang bersifat ordinal)

A. PILIHAN KONSUMSI DAN UTILITAS

1. Kemungkinan konsumsi

Kemungkinan konsumsi seseorang adalah segala hal yang sanggup dibelinya. Kita dapat memaksimumkan konsumen terhadap barang dan jasa, namun semua pilihan tersebut dibatasi oleh adanya pendapatan yang kita terima dan harga dari barang dan jasa yang harus kita bayar. Sebagai contoh Hadi memutuskan untuk membayar sebagian besar

9

KEMUNGKINAN, PREFERENSI DAN PILIHAN

Berdasarkan sejarahnya, teori utilitas merupakan teori yang awal dan tepat dikembangkan dalam mempelajari bagaimana perilaku konsumen dalam memaksimalkan kepuasan yang dimiliki. Dengan mempelajarinya dapat dipahami bahwa analisis utilitas tersebut telah tepat menjelaskan bagaimana prinsip-prinsip seseorang dengan rasional dalam memilih barang-barang yang dibutuhkan. Namun demikian, telah dibahas oleh para ekonomi tentang kelemahan dari teori utilitas bahwa menyatakan kepuasan dalam sebuah angka-angka adalah kurang tepat dikarenakan kepuasan adalah hal yang tidak bisa diukur. Untuk menghindari hal tersebut, Sir John R. Hicks telah mengembangkan satu pendekatan baru untuk mewujudkan prinsip pemaksimalan kepuasan oleh seorang konsumen dengan pendapatan yang terbatas yang dikenal dengan kurva indeferen (*indifference curve*) yang dipadukan dengan kurva garis anggaran (*budget line*).

A. KEMUNGKINAN KONSUMSI

1. Garis Anggaran

Dalam memenuhi kebutuhan dengan tujuan memaksimalkan utilitasnya, konsumen dibatasi oleh pendapatan yang dimilikinya. Setiap individu memiliki tingkat pendapatan yang berbeda-beda dan hal ini tidak dapat mempengaruhi harga barang atau jasa yang akan dikonsumsi. Batasan ini digambarkan dalam sebuah kurva yang disebut dengan garis anggaran. **Garis anggaran** atau ***budget line*** menggambarkan batasan pilihan konsumsi seseorang. Analisa tentang garis anggaran ini akan lebih

10

TEORI PRODUKSI

Setelah beberapa bagian sebelumnya membahas tentang teori konsumen, maka untuk bagian ini perhatian kita akan dialihkan untuk membahas konsep dari sisi penawaran, yaitu teori produksi. Teori produksi ini membahas tentang bagaimana perilaku produsen dalam menjalankan perusahaannya dengan berbagai kendala dan persoalan yang dihadapinya serta bagaimana perusahaan membuat sebuah keputusan demi keberlangsungan usahanya.

Dalam menjaga stabilitas bisnisnya, pengusaha harus memperhatikan terlebih dahulu faktor-faktor produksi yang dibutuhkan dalam kegiatan usahanya. Hal ini telah dibahas pada konsep penawaran bahwa faktor produksi memberikan dampak terhadap kuantitas barang yang ditawarkan. Sehingga untuk memahami hal tersebut, perlu dibahas analisis dari seluk-beluk kegiatan perusahaan dari memproduksi sampai dengan menawarkan barang hasil produksinya.

Dalam pembahasan teori produksi awal dibahas adalah bagaimana dan apa faktor produksi yang digunakan oleh produsen, selanjutnya perlu menganalisa biaya-biaya yang muncul dalam kegiatan produksi, dan pada tahap berikutnya adalah menganalisis bagaimana seorang pengusaha memperoleh keuntungan maksimal dengan membandingkan pendapatan yang diterimanya dengan biaya faktor produksi yang digunakan sehingga tingkat produksi yang dilakukan akan menghasilkan keuntungan maksimal bagi usahanya.

11

OUTPUT DAN BIAYA

Setelah memahami tujuan perusahaan melaksanakan kegiatan produksinya yaitu memaksimalkan keuntungan yang diharapkan. Maka dalam mencapai tujuan tersebut, produsen perlu mengelola kegiatan produksinya terdapat dua aspek yaitu dari sisi *output* dan sisi lainnya adalah biaya. *Output* menjadi acuan perusahaan dalam rangka mencapai tujuannya. Semakin besar *output* yang dihasilkan maka akan mampu memberikan tambahan bagi pendapatan perusahaan. Namun demikian, ketika *output* dinaikkan akan diikuti adanya peningkatan pada biaya hal ini dikarenakan input atau faktor produksi yang digunakan juga perlu ditambahkan. Hal ini merupakan representasi dari fungsi produksi.

Produsen ketika menetapkan sebuah keputusan baik keputusan yang besar untuk perusahaannya maupun keputusan kecil, semuanya akan berdampak pada keberlangsungan usaha dan bisnisnya. Keputusan kecil yang tidak tepat digunakan akan memberikan dampak kerugian bagi perusahaan. Keputusan ini perlu mempertimbangkan berbagai hal salah satu yang terpenting adalah periode waktu dan kecepatan keputusan ini akan direalisasikan untuk mencapai tujuan yaitu profit yang maksimum. Pada bagian ini akan dibahas bagaimana *output* dan biaya dalam konteks waktu jangka pendek dan jangka panjang.

A. KERANGKA WAKTU PENGAMBILAN KEPUTUSAN

Produsen dalam menetapkan keputusannya bergantung pada kecepatan dalam penerapannya. Rencana mengubah jumlah *output* dan biaya besok akan memiliki pilihan keputusan lebih sedikit. Dibandingkan dengan ketika keputusan itu akan dilakukan dimasa 5 bulan atau lima tahun yang akan datang akan memberikan jauh lebih banyak pilihan dan pertimbangan. Dalam membahas keputusan perusahaan dihadapkan pada

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar L, Valdin. 2020. Pengaruh Pendapatan Terhadap Permintaan Properti Komersial Dan Keputusan Investasi Di Kota Semarang. *Ecobank Journal of Economics and Banking*, 2 (2), 138-147. <https://doi.org/10.35829/econbank.v2i2.101>.
- Atmanti, D Hastarini. 2017. Kajian Teori Pemikiran Ekonomi Mazhab Klasik dan Relevansinya pada Perekonomian Indonesia. *JEB 17 Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2 (2), 511 - 524. <https://doi.org/10.1234/jeb17.v2i02.1140>.
- Forijati. (2019). Model Pembelajaran Berbasis Riset Pada Mata Kuliah Ekonomi Mikro di Program Magister Pendidikan Ekonomi Pascasarjana Universitas Nusantara PGRI Kediri. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 4(1), 13-25. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Kurniawan, Paulus, Sri Budhi, Made Kembar, 2015, Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro, CV Andi Offset, Yogyakarta
- Mankiw N, Gregory, Principle of Economics, Third Edition, Thompson, South Western, USA, 2004.
- Nasution, E. M. 2021. Pelaku Ekonomi Mikro Dalam Menciptakan Kekuatan Ekonomi Nasional. *Eksya: Jurnal Ekonomi*, 1(1), 100-113. Retrieved from <https://jurnal.stain-madina.ac.id/index.php/eksya/article/view/507>.
- Nuraini, Ida, 2016, Pengantar Ekonomi Mikro, UMM Press, Malang.
- Nurohman. 2019. Pemikiran Ekonomi Mikro Islam dalam Lintas Sejarah. *AKSY: Jurnal Ilmu Akuntansi dan Bisnis Syariah*, 1 (2), 225-232.
- Parkin, Michael, 2017, *Ekonomi Buku 1 : Mikro*, Salemba Empat, Jakarta.
- Pracoyo, Trikunawangsih, 2006, *Aspek Dasar Ekonomi Mikro*, PT. Grasindo, Jakarta.
- Sadono Sukirno, 1994, *Pengantar Teori Ekonomi*, Edisi

Pertama Jakarta, FE UI.

- Sholikhah, Villatus. 2021. Manajemen Strategi Ekonomi Agribisnis Dalam Konteks Ilmu Ekonomi Mikro. *Lantabur Jurnal Ekonomi*, 2 (2), 113-129. <https://doi.org/10.1234/lan%20tabur.v2i2.4187> .
- Situmorang M, Kristina. 2018. Pengaruh Harga Dan Pendapatan Konsumen Terhadap Permintaan Rumah Tipe 36. *Maneggio Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 1 (1). 90 - 98. <http://dx.doi.org/10.30596%2Fmaneggio.v1i1.2340>
- Suherman Rosyidi, 1984, Pengantar Teori Ekonomi, Edisi Pertama Jakarta - Erlangga.
- Syarifah, Lailatis. 2017. Teori Dasar Ekonomi Mikro dalam Literatur Klasik. *EkBis Jurnal Ekonomi dan Binsnis*, 1 (1), 74 - 100. <https://doi.org/10.14421/EkBis.2017.1.1.994>
- Y Sopian, E M Sari, A Guntur, R Septiningrum. 2020. Analisis Permintaan Daging Ayam Broiler di Provinsi Papua Barat-Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Peternakan dan Veteriner*. 636-643. <http://dx.doi.org/10.14334/Pros.Semnna.TPV-2020-p.636-643>

TENTANG PENULIS

Nurullaili Mauliddah, S.Pd., M.S.E.



Nurullaili Mauliddah, S.Pd., M.S.E. Lahir di Kediri, Jawa Timur dan menempuh pendidikan S1 Pendidikan Ekonomi di UIN Maliki Malang. S2 Magister Ilmu Ekonomi di Universitas Airlangga. Sebelum berkarir didunia pendidikan, sejak tahun 2014 penulis bekerja sebagai tenaga Analis Ekonomi di Bappeko Surabaya. Saat ini penulis adalah dosen tetap Asisten Ahli di FEB UM Surabaya. Adapun bidang ilmu yang ditekuninya tentang Pengantar Ekonomi Mikro, Ilmu Ekonomi Mikro, Ekonomi Internasional, Matematika Ekonomi, Ekonomi Pembangunan, Manajemen Keuangan. Beberapa karya yang telah ditulisnya adalah: *Expenditure on Education, health and PDRB percapita on the gini ratio in the east java province*. *Disparitas Pendapatan dan Pengembangan Ekonomi Lokal di Kota Surabaya*. *Income Inequality in East Java Province*. *The Determinant of Capital Structure in Mining and Metal Company*.

Dr. Didin Fatihudin, S.E., M.Si.



Dr. Didin Fatihudin, S.E., M.Si. Lahir di Kuningan, Jawa Barat dan saat ini sebagai Dosen tetap Lektor Kepala FEB UMSurabaya. Alumni S1 Universitas Siliwangi/UWP, S2 Universitas Airlangga, S3 Universitas Airlangga. Pembina mata kuliah PTE Mikro, PTE Makro, Metodologi Penelitian Bisnis, Manajemen Investasi-Portofolio, Manaj Pemasaran. Merupakan Asesor BKD, reviewer jurnal terakreditasi, reviewer riset hibah dikti, reviewer pengabdian masyarakat. Pernah menjadi wakil rektor 3 UM Surabaya, wakil dekan 1 FEB UMSurabaya, Kaprodi Manajemen. Ketua P2EK2, Wakil ketua LPPM. Ketua LP2K. Aktivis mahasiswa ekstra-intra universitas angkatan 80an. Penulis-Pemakalah jurnal nasional/internasional. Penerima hibah riset kompetitif nasional hibah pasca, hibah bersaing, fundamenta1-2, PTUP 1-2, PTUPT1-2, riset dasar. Riset pemerintah daerah, riset swasta CocaCola, KAI, Peruri. Penerima beasiswa S1, S2, dan S3. Menulis 15 buku ber ISBN.

Anita Roosmawarni, S.E., M.S.E.



Anita Roosmawarni, S.E., M. S.E. Lahir di Probolinggo dan lulus S1 dari Prodi Ilmu Ekonomi di Universitas Brawijawa, S2 dari Prodi Magister Ilmu di Ekonomi Universitas Airlangga dan saat ini sedang menempuh S3 pada Prodi Doktor Ilmu Ekonomi di Universitas Airlangga. Saat ini penulis merupakan Dosen Tetap

Asisten Ahli di FEB UMSurabaya. Pengampu mata kuliah Pengantar Ekonomi Mikro, Matematika Ekonomi, Ekonomi Moneter, Ekonomi Pembangunan, Manajemen Bank. Penerima Hibah ristekdikti tahun 2017. Pembicara pada visiting lecture di University Selangor (UNISEL) Malaysia. Penulis buku ajar Marketing Syariah dan Keiwausahaan (Dasar dan Konsep). Beberapa judul karya yang telah ditulisnya : *Marketing Framework of Small & Medium Enterprises (SME's) Based on Marketing Mix Syariah*, *Model Pengembangan dan Pemetaan Potensi Jawa Timur Melalui Peranan Key Sector Kota/Kabupaten*, *Characteristic Analysis of Economy Growth of East Java Through Sectoral Approach*, *Analysis Of ROA, IOS, Tangibility Assets, Tax, Sales Growth And Its Effect On Capital Structure In Sub Sector Company Of Metal And Mineral Mining In Indonesia Stock Exchange*.