

Editor :
Suwandi, S.E., M.Ak., C.GL., C.PI., CNFW., C.FTax., CPABC., C.FR.,
C.AFE., CBPA., C.AP., C.CSR., C.RM., CQMS., CBSP., CFAP.,
CTP., CPPSP.



PENGANTAR

EKONOMI MIKRO

Konsep dan Teori



Arifia Nurriqli | Apud Abdul Aziz | Rinda Fithriyana | Suseno Hendratmoko | Rahmisyari
Bida Sari | Duwi Riningsih | Eranus Yoga Kundhani | Lisa Jolanda Catherine Polimpung
A. Besse Dahliana | Rukun Santoso | Ana Rusmardiana | Bahruddin | Fajar Ladung | Erlin Iriani

PENGANTAR

EKONOMI MIKRO

Konsep dan Teori

Ekonomi Mikro merupakan cabang ilmu ekonomi yang mempelajari bagian-bagian kecil ekonomi, seperti perilaku individu, perilaku konsumen, perilaku produsen, harga, dan lain-lainnya. Ekonomi mikro juga menganalisis berbagai pengaruh terhadap permintaan dan penawaran barang maupun jasa, adanya penentuan harga, serta untuk menentukan jumlah penawaran dan permintaan berikutnya.

Bab yang dibahas dalam buku ini, meliputi:

- Bab 1 Konsep Dasar Ekonomi Mikro
- Bab 2 Pelaku-pelaku Kegiatan Ekonomi
- Bab 3 Permasalahan Pokok Perekonomian
- Bab 4 Pola Kegiatan Perekonomian
- Bab 5 Teori Permintaan dan Faktor yang Mempengaruhinya
- Bab 6 Teori Penawaran dan Harga
- Bab 7 Konsep Keseimbangan Pasar
- Bab 8 Elastisitas Permintaan dan Penawaran
- Bab 9 Konsep Perilaku Konsumen
- Bab 10 Konsep Perilaku Produsen
- Bab 11 Konsep Biaya Produksi
- Bab 12 Konsep Pasar Persaingan Sempurna
- Bab 13 Konsep Pasar Monopoli
- Bab 14 Konsep Pasar Oligopoli dan Monopolistik
- Bab 15 Keseimbangan Umum dan Kesejahteraan Ekonomi



© 0852 4179 8879

© JIN Puri Indah Parnaf Blok K No. 21, Kab. Bang. Sul-Sel



eureka
media aksara
Anggota IKAPI
No. 225/UTE/2021

- ☎ 0858 5343 1992
- ✉ eurekamediaaksara@gmail.com
- 📍 Jl. Banjaran RT.20 RW.10
Bojongsari - Purbalingga 53362

ISBN 978-623-487-864-2



PENGANTAR EKONOMI MIKRO

KONSEP DAN TEORI

Arifia Nurriqli | Apud Abdul Aziz | Rinda Fithriyana |
Suseno Hendratmoko | Rahmisyari | Bida Sari |
Duwi Riningsih | Eranus Yoga Kundhani |
Lisa Jolanda Catherine Polimpung | A. Besse Dahliana |
Rukun Santoso | Ana Rusmardiana | Bahruddin |
Fajar Ladung | Erlin Iriani



eureka
media aksara

PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA

PENGANTAR EKONOMI MIKRO KONSEP DAN TEORI

Penulis : Arifia Nurriqli | Apud Abdul Aziz | Rinda Fithriyana | Suseno Hendratmoko | Rahmisyari | Bida Sari | Duwi Riningsih | Eranus Yoga Kundhani | Lisa Jolanda Catherine Polimpung | A. Besse Dahlia | Rukun Santoso | Ana Rusmardiana | Bahruddin | Fajar Ladung | Erlin Iriani.

Editor : Suwandi, S.E., M.Ak., C.GL., C.PI., CNFW., C.FTax., CPABC., C.FR., C.AFE., CBPA., C.AP., C.CSR., C.RM., CQMS., CBSP., CFAP., CTP., CPPSP.

Desain Sampul : Eri Setiawan

Tata Letak : Rizki Rose Mardiana

ISBN : 978-623-487-664-2

Diterbitkan oleh: **EUREKA MEDIA AKSARA, DESEMBER 2022**
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 : 2022

**Eureka Media Aksara bekerjasama dengan
Pondok Berkarya Indonesia**

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.

KATA PENGANTAR EDITOR

Bismillahir Rahmanir Rahim

Sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan, tugas Editor adalah membantu dalam memperbaiki format dan sistematika penyusunan buku sehingga lebih menarik, terarah, dan mudah dipahami oleh semua kalangan pembaca. Editor tidak menekankan pada perbaikan-perbaikan yang sifatnya substansial kepada Tim Penulis, akan tetapi hanya memberikan masukan yang bertujuan agar tulisan lebih berbobot.

Editor mengucapkan terima kasih kepada penerbit Eureka Media Aksara yang telah membantu terbitnya buku ini dan telah memberikan kepercayaan penuh kepada Editor untuk mengedit buku ini. Editor mengakui bahwa buku ini masih terdapat kekurangan. Untuk itu, sudilah kiranya para pembaca memberikan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi perbaikan buku ini pada edisi-edisi berikutnya. Kepada Tim Penulis, Editor menyampaikan penghargaan setinggi-tingginya atas jerih payah untuk menuangkan hasil pemikirannya ke dalam sebuah tulisan ini; ke depannya diharapkan tetap produktif menulis dan menghasilkan karya-karya terbaik. Akhir kata, semoga buku ini memberikan manfaat bagi semua kalangan.

Bone, Desember 2022
Editor,

Suwandi

PRAKATA

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Semoga senantiasa dalam keadaan sehat walafiat diberkahi dalam kehidupan. Marilah kita panjatkan puji syukur kehadiran Allah Swt., Tuhan Yang Maha Esa, sehingga dapat menyelesaikan goresan pena ini di tengah hadapan Anda. Sangat bermanfaat dengan ulasan tata bahasa yang mudah dimengerti dan renyah untuk dibaca. Secara isi, tidak hanya sebatas pengantar saja, tetapi kaya akan sajian-sajian yang menarik terkait dengan ekonomi mikro yang dewasa ini tengah kita rasakan. Terlebih masa-masa yang baru saja kita lalui, yaitu masa pandemi Covid-19 yang meskipun sesekali hadir di tengah kehidupan kita.

Buku ini dapat memberikan ruang cakupan referensi dan penjelasan yang komprehensif, sehingga dapat menambah khasanah wawasan perbendaharaan kita. Penting di dalamnya terdapat banyak bab dari sajian para penulis hebat, yang terbiasa menulis. Tidak menyajikan suatu konsep pengantar saja. Namun, bicara ekonomi mikro mesti memahami seluk-beluk terkait pelaku-pelaku ekonomi, keseimbangan pasar, perilaku konsumen, persaingan pasar, harga dan sebagainya. Hal tersebut yang akan membuat kita penasaran untuk membacanya.

Akhir kata, kami menyampaikan ucapan terima kasih kepada tim penulis semuanya dan tak lupa kepada Penerbit yang telah memfasilitasi dengan terbitnya buku ini. Semoga kita semua mendapatkan keberkahan hidup. Amiiiiin.
Selamat membaca.

Bekasi, November 2022

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR EDITOR.....	iii
PRAKATA.....	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL.....	x
BAB 1 KONSEP DASAR EKONOMI MIKRO	1
A. Definisi dan Peran Ekonomi Mikro	1
B. Komponen-komponen Ekonomi Mikro	3
C. Teori-teori Ekonomi Mikro.....	5
Referensi.....	6
BAB 2 PELAKU-PELAKU KEGIATAN EKONOMI	7
A. Definisi Pelaku Ekonomi	7
B. Jenis Pelaku Ekonomi Beserta Perannya.....	7
C. Macam-macam Pelaku Ekonomi	12
Referensi.....	15
BAB 3 PERMASALAHAN POKOK PEREKONOMIAN	16
A. Masalah Ekonomi Klasik vs Modern.....	16
B. Faktor yang Mempengaruhi Masalah Ekonomi.....	20
C. Sistem Perekonomian.....	22
Referensi.....	24
BAB 4 POLA KEGIATAN PEREKONOMIAN	25
A. Uang dan Perdagangan	25
B. Sirkulasi Aliran Pendapatan	28
C. Mekanisme Pasar	32
Referensi.....	34
BAB 5 TEORI PERMINTAAN DAN FAKTOR YANG MEMPENGARUHINYA.....	36
A. Hukum Permintaan dan Kurva Permintaan.....	36
B. Faktor Penentu Permintaan.....	41
C. Permintaan Perseorangan dan Permintaan Pasar	43
Referensi.....	45
BAB 6 TEORI PENAWARAN DAN HARGA	47
A. Konsep Penawaran dan Harga	47
B. Hukum Penawaran dan Kurva Penawaran.....	47

	C. Faktor Berpengaruh pada Penawaran	50
	Referensi.....	59
BAB 7	KONSEP KESEIMBANGAN PASAR.....	60
	A. Harga Keseimbangan Pasar	60
	B. Perubahan Keseimbangan Pasar	64
	C. Surplus Ekonomi	69
	Referensi.....	71
BAB 8	ELASTISITAS PERMINTAAN DAN PENAWARAN.....	72
	A. Definisi dan Jenis Elastisitas Permintaan	72
	B. Faktor Berpengaruh pada Elastisitas Permintaan.....	79
	C. Elastisitas Penawaran.....	82
	Referensi.....	84
BAB 9	KONSEP PERILAKU KONSUMEN	85
	A. Definisi dan Asumsi-asumsi Perilaku Konsumen	85
	B. Teori-teori Perilaku Konsumen	86
	C. Equilibrium Konsumen.....	93
	Referensi.....	95
BAB 10	KONSEP PERILAKU PRODUSEN	96
	A. Perusahaan Ditinjau dari Sisi Ekonomi	96
	B. Fungsi Produksi.....	98
	C. Teori-teori Produksi	101
	Referensi.....	103
BAB 11	KONSEP BIAYA PRODUKSI.....	104
	A. Konsep Biaya Produksi	104
	B. Biaya Produksi Jangka Pendek dan Jangka Panjang	106
	C. Biaya Total, Biaya Rata-rata, dan <i>Revenue</i> Pendapatan.....	112
	Referensi.....	113
BAB 12	KONSEP PASAR PERSAINGAN SEMPURNA	115
	A. Karakteristik Pasar Persaingan Sempurna	115
	B. Permintaan dan Penawaran dalam Pasar Persaingan Sempurna.....	117
	C. Pemaksimalan Keuntungan Jangka Pendek.....	119
	Referensi.....	123

BAB 13	KONSEP PASAR MONOPOLI.....	125
	A. Karakteristik Pasar Monopoli	125
	B. Faktor Penyebab Terbentuknya Pasar Monopoli	128
	C. Memaksimumkan Keuntungan Jangka Pendek Pasar Monopoli.....	130
	Referensi	133
BAB 14	KONSEP PASAR OLIGOPOLI DAN MONOPOLISTIK.....	134
	A. Karakteristik Pasar Oligopoli	134
	B. Pemaksimuman Keuntungan Jangka Pendek Pasar Oligopoli	138
	C. Pasar Monopolistik	139
	Referensi	141
BAB 15	KESEIMBANGAN UMUM DAN KESEJAHTERAAN EKONOMI.....	142
	A. Definisi dan Model Keseimbangan Umum	142
	B. Konsep Kesejahteraan Ekonomi	147
	C. Efisiensi Produksi dan Efisiensi Pertukaran.....	148
	Referensi	151
	TENTANG PENULIS	153

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1	Perekonomian Dua Sektor.....	29
Gambar 4. 2	Perekonomian Tiga Sektor	31
Gambar 4. 3	Perekonomian Empat Sektor.....	32
Gambar 5. 1	Kurva Permintaan.....	41
Gambar 6. 1	Kurva Penawaran.....	49
Gambar 6. 2	Pergerakan Kurva Penawaran	51
Gambar 6. 3	Pergeseran Kurva Penawaran.....	52
Gambar 6. 4	Kurva Penawaran HP Ok I.....	58
Gambar 6. 5	Kurva Penawaran HP Ok II	59
Gambar 7. 1	Kurva Keseimbangan Pasar	63
Gambar 7. 2	A Long Demand Curve	65
Gambar 7. 3	Shift of Demand Curve.....	67
Gambar 7. 4	A Long Supply Curve.....	68
Gambar 7. 5	Shift Of Supply Curve.....	69
Gambar 7. 6	Kurva Surplus Ekonomi.....	70
Gambar 8. 1	Elastisitas Garis Lurus	80
Gambar 9. 1	Total Utility dan Marginal Utility.....	89
Gambar 9. 2	Indifference Curve	91
Gambar 9. 3	Budget Line.....	92
Gambar 9. 4	Kurva PCC (A) dan Kurva ICC (B).....	94
Gambar 11. 1	Kurva Biaya Total.....	108
Gambar 11. 2	Kurva Biaya Tetap Total.....	108
Gambar 11. 3	Kurva Biaya Variabel Total	109
Gambar 11. 4	Kurva Biaya Tetap Rata-rata	109
Gambar 11. 5	Kurva Biaya Variabel Rata-rata	110
Gambar 11. 6	Kurva Biaya Total Rata-rata.....	110
Gambar 11. 7	Kurva Biaya Marginal.....	111
Gambar 12. 1	Permintaan, Penawaran Pasar Persaingan Sempurna.....	118
Gambar 12. 2	Kurva Keseimbangan Jangka Pendek Pasar Persaingan Sempurna.....	120
Gambar 12. 3	Menentukan Maksimum dengan Kurva Biaya dan Penjualan Marginal	122
Gambar 13. 1	Keuntungan Maksimum Pendekatan TR - TC.....	131

Gambar 13. 2 Keuntungan Maksimum Pendekatan MR - MC	132
Gambar 15. 1 Kurva Mangga yang Diperjualbelikan	145

DAFTAR TABEL

Tabel 5. 1	Permintaan Pasar.....	45
Tabel 6. 1	Skedul Penawaran Beras.....	49
Tabel 7. 1	Tabel Keseimbangan Pasar.....	62
Tabel 8. 1	Klasifikasi Elastisitas.....	74
Tabel 8. 2	Klasifikasi Elastisitas Harga terhadap Permintaan.....	76
Tabel 8. 3	Klasifikasi Elastisitas Harga terhadap Penawaran.....	83
Tabel 9. 1	Keterkaitan Jumlah Konsumsi, Total Utility dan Marginal Utility.....	88
Tabel 9. 2	Contoh Kombinasi Konsumsi Makanan dan Pakaian pada Tingkat Kepuasan Sama (Indifference Curve).....	90
Tabel 9. 3	Contoh Kombinasi Konsumsi Makanan dan Snack (Budget Line).....	91
Tabel 12. 1	Contoh Langkah 2: Pemaksimalan Keuntungan Jangka Pendek Pasar Persaingan Sempurna.....	122
Tabel 15. 1	Permintaan dan Penawaran Buah Mangga.....	143

BAB

1

KONSEP DASAR EKONOMI MIKRO

Arifia Nurriqli, S.E., M.M.

STIE Pancasetia

A. Definisi dan Peran Ekonomi Mikro

Ilmu ekonomi adalah suatu studi mengenai individu-individu dan masyarakat dalam membuat pilihan, baik dengan penggunaan uang atau tanpa penggunaan uang untuk mencapai kemakmuran. Ilmu ekonomi menggunakan sumber daya yang terbatas untuk digunakan dengan berbagai cara guna menghasilkan barang dan/atau jasa dan mendistribusikannya. Pendistribusian untuk kebutuhan ekonomi tentunya tidak hanya di masa sekarang namun juga untuk masa datang, baik kepada individu maupun untuk golongan masyarakat. Teori ekonomi yang menjadi disiplin ilmu ekonomi mikro dapat digunakan dalam bidang-bidang selain bidang moneter, misalnya seperti pada penelitian perilaku kriminal, penelitian ilmiah, kematian, politik, kesehatan, pendidikan, keluarga, dan lain sebagainya. Ekonomi mikro merupakan cabang ilmu ekonomi yang mempelajari bagian-bagian kecil ekonomi seperti perilaku individu-individu, perilaku konsumen, perilaku produsen, harga, dan lain-lain. Berbeda dengan ekonomi mikro, ekonomi makro merupakan suatu studi holistik tentang struktur, kinerja, perilaku, serta proses pengambilan kebijakan ekonomi pada tingkatan nasional. Kebijakan pada ekonomi makro mencakup pendapatan nasional, pertumbuhan ekonomi, inflasi, serta deflasi, dan sebagainya.

Terjadinya kombinasi faktor dalam ekonomi mikro ini selanjutnya harus dipilih oleh produsen agar mendapatkan keuntungan yang maksimal.

Teori distribusi. Pada ekonomi mikro bertujuan menganalisis upah tenaga kerja, keuntungan, serta besarnya bunga yang harus dibayarkan kepada para pemilik modal. Teori distribusi merupakan aktivitas penyaluran produk dari produsen kepada konsumen akhir melalui beberapa saluran distribusi. Teori distribusi pada ekonomi mikro juga bisa digunakan sebagai bahan pertimbangan waktu pemesanan, ketahanan produk, dan jarak antara produsen dan konsumen. Pada dasarnya, distribusi bukan hanya sekedar menyalurkan suatu produk dari produsen ke konsumen, namun juga sebagai usaha promosi dan pengemasan suatu produk.

Teori konsumsi. Teori terakhir dalam ekonomi mikro yakni teori yang mengacu kepada perilaku beragam konsumen dalam konteks bagaimana memenuhi kebutuhannya yang terkait tentang tindakannya terhadap suatu produk, jasa, brand atau perusahaan. Termasuk proses pengambilan keputusan untuk menghabiskan uang, waktu dan tenaga bagi seorang konsumen, akan menjadi kajian dalam studi ekonomi mikro.

Referensi

- Muniarty, P., Anggraini, Y., Fadliyanti, L., Amalia, F., Widayati, T., Aisyah, H. et al. (2022). *Teori Ekonomi Mikro dan Makro*. Get Press.
- Oppier, H., Yudawisastra, H. G., Hanim, W., Solikin, A., Wahyunawati, S., Effendi, N. I., & Junaedi, I. W. R. (2021). *EKONOMI MIKRO*. CV. AZKA PUSTAKA.
- Sardjono, S. (2017). *Ekonomi mikro-teori dan aplikasi*. Penerbit Andi.
- Sudarmanto, E., Syaiful, M., Fazira, N., Hasan, M., Muhammad, A., Faried, A. I. et al. (2021). *Teori Ekonomi: Mikro dan Makro*. Yayasan Kita Menulis.
- Suleman, A. R., Ahdiyati, M., Nainggolan, L. E., Rahmadana, M. F., Syafii, A., Susanti, E. et al. (2020). *Ekonomi Makro*. Yayasan Kita Menulis.

BAB 2

PELAKU-PELAKU KEGIATAN EKONOMI

Apud Abdul Aziz, S.AB., M.M., PMTQ., CNHRP., CPI., CPS.,
CGL., CSTMI., CMPI., CJKB., CCW., CELC., CPDM., CFGIB.,
CEMM., CSMC., CHTeach., CMPyD., CNeoMg., CM., CNLPLC.,
CHTh., CHCM.

Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI

A. Definisi Pelaku Ekonomi

Pelaku ekonomi merupakan seorang individu, kelompok atau lembaga yang terlibat dalam kegiatan perekonomian baik untuk konsumsi, distribusi maupun produksi, yang artinya pelaku ekonomi adalah subyek yang melakukan kegiatan ekonomi. Subyek tersebut dapat orang pribadi, badan usaha, badan hukum, atau badan usaha bukan badan hukum.

Pelaku-pelaku ekonomi tersebut dapat diposisikan dalam beberapa tingkatan sesuai kemampuannya dalam berbagai hal, yaitu:

1. Kemampuan permodalannya.
2. Jumlah tenaga kerjanya.
3. Berbagai ukuran dari institusi yang berwenang, dalam hal ini hubungan hukum yang terjadi karena misalnya dengan adanya beberapa perjanjian (jika ada).

B. Jenis Pelaku Ekonomi Beserta Perannya

Pelaku ekonomi sendiri, dibagi menjadi lima kelompok besar (Rahayu, 2020) diuraikan berikut ini.

maksimal dan *prudent* yang penuh tanggung jawab dalam menjalankan perannya.

7. Perusahaan Jawatan

Perusahaan jawatan adalah badan usaha milik negara yang diberi tugas dan wewenang untuk menyelenggarakan kegiatan jasa pelayanan, jasa pendidikan, dan jasa penelitian di bidang kesehatan. Perjan mengelola kegiatannya berdasarkan ketentuan sebagaimana diatur dalam peraturan pemerintah dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Referensi

Hasoloan, J. (2010). *Pengantar ilmu ekonomi*. Deepublish.

Rahayu, T. P. (2020). *Pelaku Kegiatan Ekonomi*. Alprin.

Suleman, A. R., Simarmata, H. M. P., Panjaitan, P. D., Basmar, E., Damanik, D., Nainggolan, P. et al. (2021). *Perekonomian Indonesia*. Yayasan Kita Menulis.

BAB 3

PERMASALAHAN POKOK PEREKONOMIAN

Rinda Fithriyana, S.E., M.Ak.

Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai

A. Masalah Ekonomi Klasik vs Modern

Manusia, sebagai makhluk hidup dan makhluk sosial akan selalu berhadapan dengan yang namanya kebutuhan. Kebutuhan tersebut untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Seperti kebutuhan terhadap makanan, pakaian, perumahan, pendidikan dan juga terhadap kebutuhan kesehatan. Dalam pemenuhan kebutuhan tersebut, sering terjadi permasalahan. Biasanya masalah ekonomi muncul dikarenakan adanya keterbatasan sumber daya, bahkan sumber daya tersebut cenderung makin berkurang, sedangkan alat pemenuhan kebutuhan sangat terbatas. Kelangkaan sumber daya yang dihadapi manusia pada akhirnya akan membatasi kemampuan individu dalam memuaskan kebutuhan mereka. Dengan adanya keterbatasan tersebut, maka akan tercipta ketidakseimbangan, sehingga pada akhirnya menciptakan permasalahan ekonomi tersendiri pada manusia tersebut.

Permasalahan pokok perekonomian yang terjadi, tentulah tidak sama antara perekonomian klasik dengan perekonomian modern. Permasalahan pokok modern sudah mengalami fase perubahan dan penyesuaian dari sebelumnya. Secara rinci akan dibahas tentang permasalahan ekonomi klasik dan modern.

4. Sistem Perekonomian Pasar Campuran

Sistem perekonomian terakhir adalah perekonomian pasar campuran atau *mixed market economies*. Sistem perekonomian ini merupakan penggabungan antara sistem perekonomian pasar dan sistem perekonomian terencana. Di dalam dunia ini, tidak ada negara yang hanya melakukan sistem perekonomian pasar atau sistem perekonomian terencana (Griffin, 2006). Bahkan negara-negara besar sekalipun, seperti Amerika Serikat.

Sebagai negara yang terkenal dengan kebebasannya, Amerika Serikat tetap memberikan peraturan-peraturan yang harus ditaati warganya dalam melakukan kegiatan perekonomian. Sebagai contoh, pemerintah Amerika melarang penjualan barang-barang tertentu bagi anak dibawah umur, melakukan control terhadap pemasangan iklan, dan lain sebagainya.

Begitu juga dengan negara yang melakukan sistem terencana, mereka mulai melakukan perubahan status perusahaan pemerintah menjadi perusahaan swasta. Hal ini banyak dilakukan oleh negara-negara Blok timur.

Referensi

- Abdhul, Y. (2022). *Permasalahan Ekonomi Klasik dan Ekonomi Modern*. Deepublish.
- Bachrudin, S., Noveria, & Edi, D. (2019). *Ekonomi Mikro* (D. W. HAndayani (ed.); 1st ed.).
- Nanda Dwi Rizkia, et al. (2022). *Pendidikan Ilmu Ekonomi dan Bisnis* (A. Munandar (ed.)).
- Griffin, R., & Elbert, R. (2006). *Business*. New Jersey: Pearson Education.

BAB

4

POLA KEGIATAN PEREKONOMIAN

Suseno Hendratmoko, S.Sos., M.M.

Universitas Islam Kadiri

A. Uang dan Perdagangan

Ekonomi mikro merupakan gambaran perilaku konsumen yang terdiri dari rumah tangga konsumen maupun perusahaan beserta penentuan harga pasar yang dihasilkan, baik berupa barang maupun jasa. Karena tujuan dalam ekonomi mikro adalah memenuhi kebutuhan manusia di masa yang akan datang (Nasution, 2006) dan berkaitan erat dengan perkembangan pendapatan dan taraf hidup individu atau seseorang (Sukirno, 2016).

Pola kegiatan ini akan membentuk sebuah kegiatan perekonomian yang unik pada suatu masyarakat (Iskandar, 2016), di mana pengertian pola kegiatan perekonomian adalah bentuk kegiatan dalam perekonomian yang dilakukan sekelompok masyarakat, atau bahkan dalam cakupan yang lebih besar dalam bentuk negara yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas perekonomian dalam suatu masyarakat dari masa ke masa agar dapat berjalan secara berkelanjutan (Sukirno, 2016).

Pada kegiatan perkeonomian ini, interaksi penjual dan pembeli di pasar akan menentukan corak produksi nasional yang akan diwujudkan dan cara produksi nasional tersebut dihasilkan. Sehingga kemudian muncullah istilah mekanisme pasar yang bermakna sebagai sistem yang menentukan terbentuknya harga, termasuk di dalam prosesnya dapat

menyediakan beberapa jenis barang secara efisien serta dampak eksternalitas yang merugikan.

Mekanisme pasar tidak dapat berfungsi tanpa keberadaan aturan yang dibuat pemerintah. Peranan pemerintah menjadi perlu karena mekanisme pasar saja terkadang tidak mampu dalam menyelesaikan persoalan ekonomi. Sehingga untuk menjamin efisiensi, pemerataan dan stabilitas perekonomian, peran dan fungsi negara dalam hal ini pemerintah yang berdaulat mutlak diperlukan dalam perekonomian sebagai pengendali mekanisme pasar. Meskipun dalam sistem ekonomi pasar, permasalahan ekonomi diserahkan kepada mekanisme pasar, namun pada beberapa kasus tertentu pemerintah tetap harus campur tangan untuk menghindari kekacauan dalam bidang ekonomi.

Referensi

- BPS. (2022, November 7). *Perdagangan Dalam Negeri*. Retrieved December 29, 2022, from <https://www.bps.go.id/subject/173/perdagangan-dalam-negeri.html#:~:text=Perdagangan%20adalah%20kegiatan%20yang%20terkait,untuk%20memperoleh%20imbalan%20atau%20kompensasi>
- Dimiyati, A. (2008). *Teori Keuangan Islam Rekonstruksi Metodologis Terhadap Teori Keuangan Al-Ghazali*. Yogyakarta: UII Press.
- Farida, U. J. (2012). Telaah Kritis Pemikiran Ekonomi Islam Terhadap Mekanisme Pasar Dalam Konteks Ekonomi Islam Kekinian. *La_Riba-Jurnal Ekonomi Islam*, 257-270.
- Gilarso, T. (2003). *Pengantar Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Gregory, M. N. (2006). *Makro Ekonomi*. (F. Liiza, & I. Nurmawan, Trans.) Jakarta: Penertbit Erlangga.
- Iskandar, A. (2016). Peran Alokatif Pemerintah melalui Pengadaan Barang/Jasa dan Pengaruhnya Terhadap Perekonomian Indonesia. *Kajian Ekonomi dan Keuangan*, 20(2), 149 - 167.
- Masyhuri. (2007). *Teori Ekonomi Dalam Islam*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.

- Nasution, M. E. (2006). *Pengendalian Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- P3EI. (2012). *Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Press.
- Pratama, R., & Manurung, M. (2006). *Teori Ekonomi Mikro Suatu Pengantar (Ketiga ed.)*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Ricardo, D. (1817). *On The Principles of Political Economy and Taxation*. London: John Murray.
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2003). *Ilmu Mikro Ekonomi*. (e. a. Nur Rosyidah, Trans.) Jakarta: PT Media Global Edukasi.
- Smith, A. (1937). *An Inquiry Into The Natre and Causes of The Wealth of Nations*. New York: The Modern Library.
- Sukirno, S. (2016). *Makro Ekonomi: Teori Pengantar*. Jakarta: PT Rajawali Press.
- Syafii, A. (2020). *Ekonomi Mikro*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

BAB 5

TEORI PERMINTAAN DAN FAKTOR YANG MEMPENGARUHINYA

Dr. Rahmisyari, S.T., S.E., M.M.
Universitas Ichsan Gorontalo

A. Hukum Permintaan dan Kurva Permintaan

Dalam perekonomian, permintaan merupakan suatu hal esensial bagi kita untuk memahami apa yang terjadi dalam suatu pasar. Permintaan merupakan jumlah barang atau jasa yang ingin dan mampu dibeli konsumen pada harga dan waktu tertentu dan sesuai dengan pendapatan. Dalam kehidupan sehari-hari, manusia sebagai konsumen selalu melakukan berbagai permintaan untuk berbagai barang dan jasa yang dibutuhkan. Permintaan yang dilakukan oleh konsumen adalah cara mereka untuk memperoleh kepuasan dalam memenuhi kebutuhannya. Tentu saja dalam melakukan permintaan, konsumen harus menyesuaikan permintaan yang dilakukan dengan pendapatan yang mereka peroleh. Jika pendapatan mereka tinggi maka permintaan dapat dilakukan dalam jumlah yang besar, dan sebaliknya, jika pendapatan mereka rendah maka permintaan yang dapat dilakukan jumlahnya kecil.

Teori permintaan menjelaskan tentang ciri hubungan antara jumlah permintaan dan harga. Dalam ilmu ekonomi, istilah permintaan mempunyai arti tertentu, yaitu selalu menunjukkan pada suatu hubungan tertentu antara jumlah suatu barang yang mau dibeli orang dan harga tersebut. Definisi permintaan adalah jumlah dari suatu barang yang mau dan mampu dibeli pada berbagai kemungkinan harga selama jangka waktu tertentu dengan anggapan hal-hal lain tetap sama

perusahaan. Variabel strategis disebut sebagai variabel yang dapat dikendalikan langsung oleh perusahaan (*controllable variables*). Sedangkan variabel-variabel diluar itu merupakan variabel yang tidak dapat dikendalikan oleh perusahaan tersebut (*uncontrollable variable*).

Untuk memperoleh kurva permintaan pasar maka kita harus menjumlahkan berbagai individu dalam pasar. Sebagai ilustrasi marilah kita lihat contoh di bawah ini:

Tabel 5. 1 Permintaan Pasar

Harga (Rp)	Jumlah yang Diminta (Barang X)		Permintaan Pasar
	A	B	
10.000	10	10	20
9.000	12	18	30
8.000	15	30	45
7.000	20	50	70
6.000	30	75	105

Pada tabel 5.1 dapat kita lihat suatu gambaran untuk memperoleh permintaan pasar dengan menjumlahkan permintaan dari individu-individu dalam pasar. Dalam contoh ini dimisalkan hanya terdapat 2 (dua) individu dalam pasar barang X, yaitu A dan B. Dalam tabel tersebut digambarkan permintaan A dan B terhadap barang X pada harga-harga antara Rp.10.000,- hingga Rp.6.000,-. Permintaan pasar diperoleh dengan menjumlahkan banyaknya barang yang diminta oleh A dan B pada setiap tingkat harga. Berdasarkan data pada Tabel 2 (dua) di atas dapat dibuat kurva permintaan terhadap barang X oleh A, B dan Pasar.

Referensi

- Amaliawati, L., & Murni, A. (2012). *Ekonomi Mikro*. Bandung: Refika Aditama.
- Habib, A., & Risnawati, R. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Buah Pepaya Impor Di Kota Medan. *Kumpulan Penelitian dan Pengabdian Dosen, 1*(1).

- Marpaung, D. P. (2010). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Sepeda Motor Di Kota Binjai* (Doctoral dissertation, Universitas Sumatera Utara).
- Rusdarti. (2015). *Ekonomi Fenomena Disekitar Kita*.
- Sukirno, S. (2013). *Makro Ekonomi, Teori Pengantar*. Jakarta: Penerbit PT. Raja Grafindo Persada.
- Ulfa, A. (2011). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan*. Skripsi Program Studi Agribisnis Fakultas Sains Dan Teknologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.

BAB 6

TEORI PENAWARAN DAN HARGA

Bida Sari, S.P., M.Si.
Universitas Persada Indonesia Y.A.I.

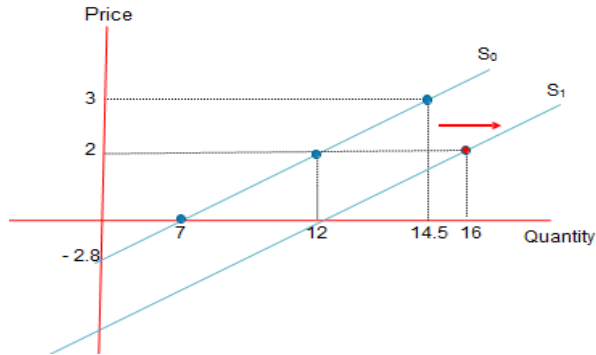
A. Konsep Penawaran dan Harga

Apa yang dimaksud dengan penawaran? Penawaran adalah banyaknya jumlah barang atau jasa yang ditawarkan oleh produsen pada periode tertentu pada tingkat harga tertentu. Atau penawaran adalah jumlah dari suatu barang tertentu yang mau dijual pada berbagai kemungkinan harga dalam jangka waktu tertentu, *ceteris paribus*. Ada ahli ekonomi yang menjelaskan bahwa penawaran adalah seluruh jumlah barang atau jasa yang akan ditawarkan oleh penjual di pasar.

Keinginan para penjual untuk menawarkan barang/jasa pada berbagai tingkat harga ditentukan oleh banyak faktor, dimana faktor harga barang selalu dipandang sebagai faktor yang paling penting dalam menentukan jumlah barang/jasa yang akan ditawarkan. Oleh karena itu, teori penawaran terutama lebih menumpukan perhatiannya kepada hubungan diantara tingkat harga dengan jumlah barang yang ditawarkan. Sedangkan harga suatu barang/jasa dan jumlah barang/jasa yang diperjual belikan dapat ditentukan dengan melihat keadaan keseimbangan suatu pasar (*equilibrium*) yang akan dibahas pada bab berikutnya.

B. Hukum Penawaran dan Kurva Penawaran

Penawaran adalah kuantitas yang ditawarkan berhubungan positif dengan harga barang. Kuantitas yang



Gambar 6. 5 Kurva Penawaran HP Ok II

Referensi

- Gregory, M. N. (2003). *Pengantar Ekonomi*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Rosyidi, S. (2017). *Pengantar Teori Ekonomi, Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro & Makro*. Revisi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiarto, H. T., Brastoro, S. R., & Kelana, S. (2007) *Ekonomi Mikro: Sebuah Kajian Komprehensif*. Cetakan 4. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sukirno, S. (2016). *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*, Edisi Ketiga. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Wijaya, F. (1999). *Seri Pengantar Ekonomika Ekonomika Mikro*. Yogyakarta: BPPF.

BAB 7

KONSEP KESEIMBANGAN PASAR

Duwi Riningsih, S.E., M.Akt., C.FTax., C.FR.
Universitas Kadiri

A. Harga Keseimbangan Pasar

Aktivitas yang umum pada suatu pasar adalah penjual akan menawarkan harga atau menjual produknya dengan harga yang setinggi-tingginya sedangkan pembeli ingin menawar produk yang akan dibeli dengan harga yang serendah rendahnya. Apabila produk yang ditawarkan dengan harga yang tinggi maka yang akan terjadi adalah daya beli akan menurun sedangkan apabila barang yang dijual dengan harga rendah sesuai harapan pembeli maka yang akan terjadi adalah penjualan menjadi rugi. Maka untuk mencari solusi terbaik adalah dalam pasar terjadi proses tawar menawar antara pembeli dan penjual. Transaksi jual beli akan terlaksana apabila harga disepakati oleh penjual dan pembeli. Keseimbangan pasar merupakan suatu keadaan dimana pada suatu tingkat harga tertentu keinginan pembeli untuk mendapatkan barang adalah sama dengan keinginan penjual dalam menawarkan barangnya. Kelebihan permintaan dan penawaran tidak wujud dan oleh karenanya keseimbangan tersebut akan menentukan tingkat harga yang berlaku dan kuantitas barang yang diperjualbelikan (Sukirno, 2018).

Seperti yang sudah diuraikan di atas keseimbangan pasar atau harga pasar terbentuk dari interaksi kesepakatan harga antara penjual dan pembeli untuk transaksi penjualan barang tanpa merugikan salah satu pihak apabila dilihat dari

Referensi

Maulidan, M. I. et al. (2020). Analisis Harga Keseimbangan Pasar Pada Titik Koordinat. *Jurnal Matematika* 19(2).

Sukirno, S. (2019). *Mikro Ekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.

BAB 8

ELASTISITAS PERMINTAAN DAN PENAWARAN

Eranus Yoga Kundhani, S.E., M.Si.
Universitas Kristen Satya Wacana

A. Definisi dan Jenis Elastisitas Permintaan

Untuk dapat memahami makna elastisitas permintaan dan penawaran dengan baik, maka pada bagian awal dari sub bab ini akan dijelaskan konsep dari elastisitas secara umum. Berikut ini adalah definisi konsep dari elastisitas. Elastisitas mengukur kepekaan atau sensitivitas satu variabel terhadap variabel lainnya. Secara khusus, ini adalah angka yang menunjukkan persentase perubahan yang akan terjadi pada satu variabel sebagai respons terhadap kenaikan satu persen pada variabel lain (Pindyck & Rubinfeld, 2018).

Elastisitas merupakan ukuran seberapa banyak pembeli dan penjual merespons perubahan kondisi pasar. Dengan kata lain elastisitas mengukur respon kuantitas yang diminta atau kuantitas yang ditawarkan terhadap salah satu determinannya (Mankiw, 2021; Mankiw & Taylor, 2020). Dari definisi konsep tersebut, maka elastisitas dipahami sebagai nilai yang membandingkan perubahan dari dua variabel yang diukur dalam persentase. Jika dituliskan dalam bentuk rumusan matematika, tampak sebagai berikut:

$$E = \frac{\% \Delta Y}{\% \Delta X}$$

Di mana:

E = elastisitas

ΔY = perubahan variabel Y

ΔX = perubahan variabel X

Referensi

- Besanko, D., & Braeutigam, R. (2020). *Microeconomics*. 6th Edition. Danvers: John Wiley & Sons.
- Jacques, I. (2018). *Mathematics for Economics & Business*. 9th Edition. Pearson Education Limited.
- Mankiw, N. G., & Taylor, M.P. (2020). *Principle of Microeconomics*. 5th Edition. Hampshire: CENGAGE Learning EMEA.
- Mankiw, N. G. (2021). *Principle of Economics*. 9th Edition. CENGAGE.
- Pindyck, R. S., & Rubinfeld, D. L. (2018). *Microeconomics*. 9th Edition/Global Edition. England: Pearson.
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2010). *Economics*. 19th Edition. New York: McGraw-Hill/Irwin.

BAB 9

KONSEP PERILAKU KONSUMEN

Lisa Jolanda Catherine Polimpung, S.E., M.M.
Universitas Atma Jaya Makassar

A. Definisi dan Asumsi-asumsi Perilaku Konsumen

Kata konsumen adalah sesuatu yang sudah tidak asing di telinga. Konsumen sendiri merupakan salah satu pelaku dalam kegiatan ekonomi yang sangat penting yang selalu dihadapkan pada berbagai macam pilihan (Amaliawiati & Murni, 2019; Zahara & Anwar, 2020). Konsumen secara sederhana dapat diartikan sebagai orang yang melakukan konsumsi terhadap hasil produksi berupa barang maupun jasa. Konsumen pada dasarnya dikategorikan menjadi dua kelompok yaitu (1) konsumen individu atau perseorangan dan (2) konsumen institusi, organisasi atau kelompok (Damiati et al., 2017).

Konsumen dalam memutuskan atau melakukan pemilihan barang, jasa, ide atau pengalaman akan berdasarkan atas kemampuan daya beli dan preferensi (Varian, 2014). Ketika konsumen memutuskan besarnya jumlah barang dan jasa yang akan dibeli dalam berbagai situasi dimaksud sebagai perilaku konsumen (Zahara & Anwar, 2020). Dengan kata lain, perilaku konsumen adalah studi mengenai bagaimana individu, grup dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan membuang barang, jasa, ide atau bahkan pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka (Kotler & Keller, 2016, 2016).

Referensi

- Amaliawiati, L., & Murni, A. (2019). *Ekonomika Mikro*. Bandung: Refika Aditama.
- Case, K. E., Fair, R. C., & Oster, S. M. (2017). *Principles of Economics 12th Edition*. New York: Pearson Education.
- Damiati, Masdarini, L., Suriani, M., Adnyawati, N., Marsiti, C., Widiartini, K. et al. (2019). *Perilaku Konsumen*. Depok: Rajawali Pers.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15th Edition*. London: Pearson.
- Pindyck, R. S., & Rubinfeld, D. L. (2014). *Mikroekonomi Edisi 8*. Jakarta: Erlangga.
- Putri, H., Ariyanto, A., & Andi, D. (2021). *Buku Ajar Pengantar Ekonomi Mikro*. Nagari Koto Baru: Insan Cendekia Mandiri.
- Sarwoko. (2022). *Teori Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: ANDI.
- Varian, H. R. (2014). *Intermediate Microeconomics A Modern Approach 9th Edition*. New york: W. W. Norton & Company.
- Zahara, V. M., & Anwar, C. J. (2020). *Mikroekonomi (Sebuah Pengantar)*. Bandung: Media Sains Indonesia.

BAB

10

KONSEP PERILAKU PRODUSEN

Dr. Ir. Hj. A. Besse Dahliana, M.P.
Sekolah Tinggi Ilmu Pertanian Yapi Bone

A. Perusahaan Ditinjau dari Sisi Ekonomi

Ilmu ekonomi terbagi atas dua bagian, yaitu: ilmu ekonomi perusahaan dan ilmu ekonomi sosial. Ilmu ekonomi sosial itu disebut juga ilmu ekonomi umum. Ekonomi perusahaan adalah suatu bagian dari ilmu ekonomi yang khusus bertujuan untuk mempelajari gejala-gejala dalam rumah tangga perusahaan.

Ada dua cara dalam melakukan pembagian ilmu ekonomi perusahaan. Pembagian yang pertama berdasar atas pokok-pokok persoalan, sedangkan pembagian yang kedua berdasar atas sifat-sifat cabang perusahaan.

Ilmu ekonomi perusahaan berdasar atas pokok-pokok persoalan dibagi atas lima bagian, yaitu:

1. persoalan tentang harga pokok;
2. persoalan tentang pembelanjaan;
3. persoalan tentang neraca;
4. persoalan tentang organisasi dan tehnik perniagaan; dan
5. persoalan tentang organisasi.

Persoalan tentang harga pokok, meliputi persoalan tentang harga pokok historis, harga pengganti, unsur-unsur harga pokok, pengkhususan harga pokok (Syafii, 2020). Persoalan tentang perbelanjaan meliputi persoalan-persoalan tentang likuiditas, solvabilitas, rentabilitas, sumber-sumber dan jenis-jenis penawaran kekayaan, analisa kebutuhan kekayaan,

agraris; dan (2) sektor produksi sekunder: meliputi bidang industri dan bidang perdagangan; dan (3) sektor produksi tersier: meliputi bidang jasa.

7. Produktivitas

Dalam teori produksi, dikenal beberapa cara yang dapat digunakan untuk meningkatkan produktivitas, yaitu:

- a. Ekstensifikasi: peningkatan produktivitas dengan cara menambah jumlah faktor produksi yang digunakan.
- b. Intensifikasi: dilakukan dengan cara memaksimalkan kapasitas faktor produksi yang telah ada.
- c. Rasionalisasi: peningkatan produktivitas dilakukan dengan mengeluarkan kebijakan yang akan meningkatkan efisiensi produksi, terdiri dari: (1) mekanisasi: mengganti sifat padat karya menjadi padat modal dengan menggunakan mesin-mesin modern, (2) spesialisasi: melakukan pembagian kerja sehingga satu orang bertanggung jawab pada satu jenis pekerjaan saja, dan (3) standarisasi: membuat standar tertentu terhadap bentuk, ukuran, bobot, dan detail lainnya dari suatu produk.

Referensi

- Busra, Y. A., & Zulkarnaini. (2020). *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Khusaini, M. (2013). *Ekonomi Mikro: Dasar-dasar Teori*. Malang: UB Press.
- Sjaroni, B., & Noveria, E. D. (2019). *Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Suwandi, S., Melinda, M., Rusmardiana, A., Dahliana, A. B., Fiyul, A. Y., Shadiq, T. F., ... & Rehutomo, J. (2022). MENINGKATKAN PENJUALAN DENGAN CUSTOMER ACQUISITION COST. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(02), 455-462.
- Syafii, A. (2020). *Ekonomi Mikro*. Yayasan Kita Menulis.
- Yusnita, M. (2010). *Pola Perilaku Konsumen dan Produsen*. Jawa Tengah: ALPRIN.

BAB

11

KONSEP BIAYA PRODUKSI

Dr. Rukun Santoso, S.E., M.M., M.Si.

Universitas Islam Jakarta

A. Konsep Biaya Produksi

Perusahaan dalam melakukan aktivitasnya dituntut untuk memanfaatkan berbagai sumber daya yang dimilikinya. Wujud dari pemanfaatan sumber daya tersebut adalah dengan melakukan kegiatan produksi. Kegiatan produksi berkaitan dengan perilaku perusahaan dalam aktivitasnya membeli dan menggunakan input untuk proses produksi dan menjual hasil produksinya yang berupa output. Input dalam kegiatan produksi merupakan faktor-faktor produksi berupa bahan mentah, tenaga kerja, modal, serta keahlian yang nantinya menghasilkan output berupa barang atau jasa (Andriani, 2017).

Pertanyaan paling mendasar yang harus dijawab dan dipahami setiap membahas biaya produksi adalah: "Untuk apa perusahaan memproduksi barang atau jasa?". Tentu sangat beragam persoalan jawaban atas pertanyaan tersebut.

1. Pemenuhan kebutuhan manusia. Jawaban ini mendorong dilakukannya aktivitas produksi adalah bertujuan memenuhi kebutuhan masyarakat yang begitu sangat beragam; agar masyarakat mencapai tingkat kepuasan yang tinggi.
2. Pencapaian profit atau laba yang tinggi. Aktivitas produksi tidak hanya menekankan pada pemenuhan kebutuhan masyarakat banyak, tetapi lebih dari itu, barang atau jasa yang dihasilkan harus melekat nilai tambah yang dapat

Revenue menjadi penting dalam rangka mensukseskan aktivitas bisnis. Setiap produsen tentu mengharapkan terjadinya peningkatan *revenue* dalam aktivitas operasi bisnisnya. Oleh karena itu, perlu diketahui upaya yang maksimal dalam meningkatkan nilai penjualan (Wauran, 2016).

1. Menentukan Harga Jual Secara Tepat

Penentuan harga jual suatu barang atau jasa menjadi penting sebab akan berdampak langsung pada daya beli konsumen dan nilai keuntungan. Dalam menentukan harga jual, produsen harus menilai dan mempertimbangkan kemampuan beli konsumen; dan menganalisis persaingan yang terjadi di pasar. Dengan berbagai informasi tersebut dapat diketahui harga jual standar dari barang atau jasa yang sejenis dan akan ditawarkan kepada masyarakat.

2. Melakukan Aktivitas Pemasaran dengan Strategi yang Tepat

Produsen dalam mengenalkan barang atau jasa yang ditawarkan harus melakukan pemasaran. Pemasaran bertujuan agar barang atau jasa yang akan dipasarkan dapat dikenal oleh konsumen. Semakin sering pemasaran dilakukan, maka barang atau jasa tersebut akan lebih dikenal oleh masyarakat. Kondisi ini mengindikasikan penerimaan dari penjualan barang atau jasa semakin meningkat.

Referensi

- Andriani, D. N. (2017). Pengaruh modal, tenaga kerja, dan bahan baku terhadap hasil produksi (studi kasus pabrik sepatu PT. Kharisma Baru Indonesia). *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya*, 5(2), 151-162.
- Ekasari, R. (2020). *Model Efektivitas Dana Desa untuk Menilai Kinerja Desa Melalui Pemberdayaan Ekonomi*. AE Publishing.
- Saragih, R., Teguh, M., & Harunurrasyid, H. (2018). Pengaruh biaya produksi terhadap keuntungan industri Roti dan Kue di Kota Palembang. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 16(1), 27-33.

- Sudarmanto, E., Syaiful, M., Fazira, N., Hasan, M., Muhammad, A., Faried, A. I. et al. (2021). *Teori Ekonomi: Mikro dan Makro*. Yayasan Kita Menulis.
- Suwandi, S., Luju, E., Melinda, M., Mulyadi, Y. E., Akadiati, V. A. P., Yulianti, M. L., ... & Abdurohim, A. (2022). Menakar Nilai Perusahaan: Uji Kausalitas pada Kepemilikan Institusional dan Kebijakan Hutang. *Akuntansi*, 1(3), 188-208.
- Wauran, D. (2016). Analisis penentuan harga pokok produk dan penerapan cost plus pricing method dalam rangka penetapan harga jual pada rumah makan soto rusuk Ko'Petrus Cabang Megamas. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4(2).
- Wisnujati, N. S., Muhammadin, A., Panjaitan, P. D., Nainggolan, L. E., Nainggolan, P., Hastin, M. et al. (2022). *Dasar Ilmu Ekonomi*. Yayasan Kita Menulis.

BAB 12 | KONSEP PASAR PERSAINGAN SEMPURNA

Ana Rusmardiana, S.Pd., M.Si.
Universitas Indraprasta PGRI Jakarta

A. Karakteristik Pasar Persaingan Sempurna

Menurut ilmu ekonomi, pasar merupakan kegiatan bukan tempatnya, sedangkan pasar persaingan sempurna merupakan bagian pembagian pasar menurut bentuknya. Bentuk pasar persaingan sempurna sangat baik digunakan oleh negara yang membutuhkan kebebasan dalam bertransaksi bagi para pelaku ekonomi. Namun demikian, sampai saat ini belum ada satu negarapun yang menerapkan bentuk pasar persaingan sempurna secara murni. Dikarenakan masing-masing pelaku ekonomi pada umumnya berkeinginan untuk kepentingan dirinya sendiri. Kebanyakan para produsen membuat strategi hanya untuk memperoleh keuntungan secara maksimal, demikian juga para konsumen ingin memperoleh kepuasan secara maksimal (Wilson Bangun, 2019).

Pasar persaingan sempurna merupakan struktur pasar yang paling ideal diantara bentuk pasar lainnya, karena sistem pasarnya dianggap sebagai struktur pasar yang akan menjamin terlaksananya kegiatan produksi barang atau jasa dengan efisiensi yang tinggi (optimal) (Sukirno, 2019:231). Pasar persaingan sempurna (perfectly competitive market) adalah suatu pasar dimana terdapat banyak sekali pembeli dan penjual sehingga pengaruh masing-masing terhadap harga pasar dapat diabaikan karena sedemikian kecilnya (Gregory Mankiw, 2018).

Dari gambar 12.3 dapat disimpulkan, bahwa terdapat empat kemungkinan dalam corak keuntungan atau kerugian produsen (atau keadaan keseimbangan produsen) dalam jangka pendek, yaitu:

1. Mendapat untung luar biasa (untung melebihi normal).
2. Mendapat untung normal produsen akan mendapat untung luar biasa apabila harga lebih tinggi dari biaya rata-rata yang paling minimum. Keuntungan seperti ini hanya akan berlaku dalam jangka pendek. Dalam jangka panjang adanya keuntungan tersebut akan menarik pemasukan produsen-produsen baru. Maka penawaran barang akan bertambah dan ini mengakibatkan penurunan harga sehingga akhirnya keuntungan luar biasa tersebut tidak wujud lagi.
3. Mengalami kerugian tetapi masih dapat membayar biaya berubah produsen mengalami kerugian tetapi masih dapat beroperasi, yaitu harga adalah lebih rendah dari biaya total rata-rata, tetapi lebih tinggi dari biaya berubah rata-rata. Dalam keadaan seperti ini produsen akan meneruskan usahanya, karena kalau tidak akan mengalami kerugian yang lebih besar lagi, yaitu sebanyak biaya tetap yang dikeluarkannya.
4. Dalam keadaan menutup atau membubarkan produsen. Produsen akan menutup usahanya, berlaku apabila hasil penjualan hanyalah sebesar atau kurang dari biaya berubah. Sekiranya produsen menghadapi keadaan seperti ini, tidak ada gunanya bagi produsen untuk meneruskan kegiatan memproduksi. Walaupun produsen menghasilkan barang, produsen sama sekali tidak dapat memperoleh pendapatan untuk menutupi biaya tetap yang telah dikeluarkannya.

Referensi

- Gregory Mankiw. (2018). *Principles of Microeconomics 8th Edition*. Boston: Cengage Learning.
- Kuspriatni, L. (2021). Pasar Persaingan Sempurna. *Ejurnal Pengantar Ekonomi*, 5(1), 1-17.

- Manurung, Mandala, & Raharja, P. (2018). *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Jakarta: FEUI.
- Al Arif, M. N. R., & Amalia, E. (2018). *Teori Mikro Ekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Konvensional dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana
- Ridwan, M., Imsar, M., & Syahbudi. (2019). *Ekonomi Mikro Islam II*. Diktat. Universitas Islam Negeri Sumatra Utara.
- Sitio, V. S. S. (2020). *Modul Ekonomi Mikro, Schweizerische Arztezeitung*. Jakarta. Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma.
- Sukirno, S. (2019). *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers.

BAB 13 | KONSEP PASAR MONOPOLI

Bahrudin, S.E., M.Si.

Universitas Muhammadiyah Parepare

A. Karakteristik Pasar Monopoli

Pasar monopoli berasal dari Yunani: *monos* yaitu satu dan *polein* yaitu menjual. Pasar monopoli adalah suatu interaksi antara permintaan dan penawaran dimana hanya ada satu penjual dengan banyak pembeli. Dari kata tersebut secara sederhana banyak orang yang memberi pengertian monopoli sebagai suatu kondisi dimana hanya ada satu penjual yang menawarkan (*supply*) suatu barang atau jasa tertentu. Barang yang dijual dipasar monopoli tidak ada barang penggantinya, sehingga sulit untuk mengalihkannya ke barang lain, berbeda dengan pasar persaingan sempurna.

Pada perusahaan monopoli hanya terdapat satu perusahaan yang menghasilkan barang tersebut. Dalam pasar monopoli, barang yang dihasilkan tidak memiliki substitusinya sehingga konsumen tidak ada pilihan contohnya listrik, tidak ada barang yang dapat menggantikan fungsi listrik. Penyebab terjadinya monopoli adalah karena adanya hambatan yang cukup besar untuk masuk ke dalam struktur tersebut sehingga tidak ada perusahaan yang mampu memasuki struktur monopoli. Hambatan besar itu disebabkan hal-hal berikut ini.

1. Perusahaan yang Memiliki Sumber Daya yang Unik

Sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan bisa saja adalah sumber daya yang unik yang tidak dimiliki oleh perusahaan lain. Contohnya adalah, penambangan berlian

- a. $TR > TC$ = Produksi masih terus ditambah
 - b. $TR = TC$ = Tingkat produksi dengan keuntungan maksimum
 - c. $TR < TC$ = Penambahan produksi tidak dilakukan lagi
- Jadi, mudah bagi kita untuk melihat dititik mana keuntungan perusahaan maksimum dengan pendekatan marginal. Kita mencari dimana kurva MR dan kurva MC saling berpotongan pada satu titik.

Referensi

- Busra, Yuli, A., & Zulkarnaini. (2020). *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Sadono, S. (2016). *Mikro Ekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.

BAB

14

KONSEP PASAR OLIGOPOLI DAN MONOPOLISTIK

Fajar Ladung, S.E., M.Si.

Universitas Muhammadiyah Parepare

A. Karakteristik Pasar Oligopoli

Pasar persaingan monopolistik adalah pasar yang berada di tengahnya dua bentuk pasar yang ekstrim: persaingan sempurna dan monopoli. Akibatnya, beberapa cirinya bersifat monopolistik, sementara yang lain mirip dengan pasar yang sepenuhnya kompetitif. Pasar persaingan monopolistik adalah pasar di mana banyak jenis barang yang berbeda diproduksi oleh banyak produsen yang berbeda (*different products*) (Sukirno, 2005).

Pasar persaingan tidak sempurna dapat didefinisikan sebagai pasar dengan jumlah penjual dan pembeli yang sedikit, bahkan terkadang hanya ada satu penjual dan pembeli. Akibatnya, oligopoli, yang mengacu pada pasar dengan hanya beberapa pemasok yang menawarkan produk yang identik satu sama lain, adalah salah satu jenis pasar persaingan tidak sempurna.

Pembatasan struktur pasar oligopoli yang berpihak pada sejumlah kecil produsen dapat diartikan bahwa setidaknya produsen dalam suatu pasar akan menghasilkan kondisi saling ketergantungan yang saling menguntungkan, bahkan jika ada ratusan produsen dalam suatu pasar (Ilham, 2021). Secara umum, oligopoli didefinisikan sebagai situasi di mana hanya dua sampai sepuluh perusahaan yang menguasai pasar, baik

5. Persaingan Mempromosi Penjualan yang Sangat Aktif

Harga bukanlah penentu utama dari besarnya pasar dari perusahaan-perusahaan dalam pasar persaingan monopolistik. Suatu perusahaan mungkin menjual barangnya dengan harga relatif tinggi, tetapi masih tetap dapat menarik banyak pelanggan. Keadaan seperti ini menimbulkan daya tarik berbeda kepada para pembeli.

Pasar monopoli dan pasar persaingan sempurna, juga ada di dalam pasar monopolistik. Suatu pasar di mana terdapat banyak produsen yang banyak menghasilkan produk berbeda corak (*differentiated product*), merupakan definisi dari pasar persaingan monopolistik (Sukirno, 2005). Barangnya dijual dengan harga yang berbeda (*pricemaker*) dengan barang lain yang ada di pasar karena terdeferensiasinya produk yang dijual memberikan peluang untuk penjual lain (Karim, 2007).

Monopolistic Competition diperkenalkan pada tahun 1933 oleh Edward Chamberlin (Karim, 2007). Sukirno mengungkapkan ciri-ciri pasar persaingan monopolistik: (1) terdapat banyak penjual; (2) barangnya bersifat berbeda corak; (3) perusahaan memiliki sedikit kekuasaan mempengaruhi harga; (4) relatif mudah untuk masuk ke dalam industri/pasar; (5) sangat aktifnya persaingan promosi penjualan (Sukirno, 2005).

Referensi

- Akhmad, S. E. (2014). *Ekonomi Mikro Teori Dan Aplikasi Di Dunia Usaha*.
- Ilman, A. N. et. al. 2021. *Pasar Persaingan Monopolistik Dan Oligopoli*. Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Karim, A. A. (2007). *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ridwan, M. (2003). *Dasar-Dasar Statistika*. Cetakan Ketiga. Bandung: Alfabeta.
- Sukirno, S. (2005). *Mikro Ekonomi*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Triandaru, S. (2001). *Ekonomi Mikro*. PT. Salemba Empat.

BAB

15

KESEIMBANGAN UMUM DAN KESEJAHTERAAN EKONOMI

Dra. Erlin Iriani, M.M.

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gempol

A. Definisi dan Model Keseimbangan Umum

Masyarakat/konsumen adalah bagian dari pelaku ekonomi. Kegiatan ekonomi dilakukan sejak dari bangun tidur sampai menjelang tidur lagi. Ketika bangun tidur kita sudah membutuhkan barang-barang ekonomi, misalnya minuman di pagi hari, baik berupa air mineral, teh maupun kopi yang semua itu merupakan barang-barang hasil produksi. Atau ketika bangun tidur menuju kamar mandi dan kita juga menggunakan toiletris seperti pasta gigi, sikat gigi, sabun mandi, dan sebagainya. Semua barang/jasa yang dibutuhkan harus dapat terpenuhi sesuai dengan kemampuan daya beli konsumen. Sebagai konsumen tentu menginginkan harga yang murah agar semua kebutuhannya dapat tercukupi dengan baik. Disisi lain produsen dalam kegiatan usahanya menginginkan laba yang maksimal dari produk barang/jasa yang dihasilkannya. Untuk itu dibutuhkan keseimbangan dalam mewujudkan kegiatan ekonomi antara konsumen dan produsen agar tercapai kesejahteraan ekonomi bagi semua pelaku ekonomi.

Analisis keseimbangan umum atau general equilibrium yaitu analisis yang merangkumi interaksi diantara berbagai kegiatan ekonomi (Sukirno, 2016). Analisis ini menerangkan bagaimana perubahan dalam suatu pasar barang akan mengakibatkan perubahan di pasar faktor. Contoh: bila ada

mampu memenuhi kebutuhan masyarakat. Untuk mencapai efisiensi ini, muncullah konsep efisiensi pareto atau juga biasa disebut pareto optimal. Pada kondisi pareto, semua pelaku ekonomi sudah mencapai kesejahteraan yang optimum. Sumber daya sudah dialokasikan secara efisien, sehingga apabila dilakukan perubahan alokasi sumber daya akan berdampak pada perubahan kesejahteraan pelaku ekonomi. Dalam kondisi pareto optimal, terjadinya peningkatan kesejahteraan seseorang atau kelompok masyarakat pasti akan mengurangi kesejahteraan orang lain atau kelompok masyarakat lain (Nugroho, 2021).

2. Ekuitas

Ekuitas adalah hak pemilik atas asset sebuah perusahaan setelah dikurangi dengan jumlah kewajiban. Padanan arti ekuitas adalah modal. Maka rumus ekuitas adalah asset dikurangi kewajiban atau liabilitas. Dengan kata lain ekuitas adalah jumlah asset atau harta yang bisa dikembalikan kepada pemilik perusahaan apabila perusahaan dilikuidasi dan semua kewajiban utangnya sudah terbayar (Idris, 2021).

Untuk perusahaan publik pencatatan ekuitas dan pelaporan ekuitas harus diumumkan kepada para stake holder agar semua pihak yang terkait mengetahui seberapa sehat perusahaan tersebut.

Referensi

- Banton, C. (2022). *Efisiensi: Apa Artinya dalam Ekonomi, Formula untuk Mengukurnya*. Investopedia.com.
- Idris, M. (2021). *Apa Itu Ekuitas: Pengertian, Jenis, Perhitungan, dan Contohnya*. KOMPAS.com
- Nugroho, H. (2021). *Implementasi Pareto Efficiency Dalam Perencanaan Kebutuhan dan Pengadaan Tanah Untuk Kepentingan Umum*. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/14300/Implementasi-Pareto-Efficiency-Dalam-Perencanaan-Kebutuhan-dan-Pengadaan-Tanah-Untuk-Kepentingan-Umum.html>

- Rosyidi, S. (2012). *Pengantar Teori Ekonomi. Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro & Makro-Edisi Revisi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sukirno, S. (2016). *Mikro Ekonomi. Teori Pengantar Edisi Ketiga*. Jakarta: Rajawali Pers.

TENTANG PENULIS



Arifia Nurriqli, S.E., M.M.

Penulis merupakan Dosen manajemen pada Program Studi manajemen Stie Pancasetia sejak tahun 2008. Sebagai seorang yang sepenuhnya mengabdikan dirinya sebagai dosen, selain pendidikan formal yang telah ditempuhnya pada Universitas Lambung Mangkurat S1 program ekstensi manajemen, S2 magister manajemen pada lembaga yang sama. Penulis juga mengikuti berbagai pelatihan untuk meningkatkan kinerja dosen, khususnya di bidang pengajaran, penelitian dan pengabdian. Penulis juga merupakan praktisi di perusahaan restu guru group. Beberapa buku yang penulis telah hasilkan, di antaranya pengetahuan dasar pasar modal dan investasi, pengantar teori mikro selain itu, penulis juga aktif melakukan penelitian yang diterbitkan di berbagai jurnal nasional

Email: arifianurriqli.40@gmail.com



Apud Abdul Aziz, S.AB., M.M., PMTQ., CNHRP., CPI., CPS., CGL., CSTMI., CMPL., CJKB., CCW., CELC., CPDM., CFGIB., CEMM., CSMC., CHTeach., CMPyD., CNeo Mg., CM., CNLPLC., CHTh., CHCM.

Kelahiran di Bekasi, suka berkacamata hitam ini sedang menempuh pendidikan sarjananya, jurusan Ilmu Hukum di Universitas Mpu Tantular, Jakarta. Berdomisili di Kp Ceper, hobinya memasak, ngerujak dan jalan-jalan. Sangat menjunjung tinggi nilai dedikasi yang sudah beliau tanamkan sejak lama. Bekerja sebagai praktisi di PT SONTON FOOD INDONESIA (SFI), dengan atasannya bapak Hendrik Taufan dan bapak Anwar Sadat selaku direktornya. Sore malamnya kuliah dan mengajar sebagai Dosen Praktisi di perguruan tinggi daerah Cikarang.

Email: apudazz@yahoo.com



Rinda Fithriyana, S.E., M.Ak.

Penulis merupakan Dosen Akuntansi pada Program Studi Kewirausahaan Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai sejak tahun 2017. Penulis lahir di Bangkinang, 31 Desember 1977. Penulis menyelesaikan S1 Akuntansi tahun 2000 di STIE YKPN Yogyakarta, dan S2 Akuntansi di Universitas Riau. Saat ini penulis sedang mengambil kuliah S3 di Universitas Andalas Padang. Penulis aktif menjadi Dosen di Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai sejak tahun 2015 sampai sekarang sebagai dosen jurusan S1 Kewirausahaan.

Email: rindaup@gmail.com



Suseno Hendratmoko, S.Sos., M.M.

Penulis merupakan Dosen Tetap pada Program Studi Manajemen, Universitas Islam Kadiri (Uniska) sejak tahun 2016. Sebagai seorang pendidik dan pengajar yang sepenuhnya mengabdikan dirinya sebagai dosen, dengan pendidikan dan pengalaman yang diperoleh. Dunia pendidikan telah merubah passion dari dunia keuangan yang ditekuni sebelumnya ditekuni. Selain itu penulis juga aktif melakukan beberapa penelitian dan menjadi pemakalah diberbagai kegiatan dan menjadi narasumber pada workshop/seminar/lokakarya tertentu.

Email: ones77ers02@gmail.com



Dr. Rahmisyari, S.T., S.E., M.M.

Sejak tahun 2001 sampai sekarang penulis merupakan dosen pada fakultas ekonomi Universitas Ichsan Gorontalo dan aktif mengajar pada Program Sarjana dan program Pasca Sarjana Magister Manajemen dengan mata kuliah Manajemen Sumber Daya Manusia, Sumber Daya Manusia Lanjutan, pengembangan sumber daya manusia serta mata kuliah lainnya, sebagai seorang yang sepenuhnya mengabdikan dirinya sebagai

dosen, selain pendidikan formal yang telah ditempuhnya penulis juga mengikuti berbagai pelatihan untuk meningkatkan kinerja dosen, khususnya di bidang pengajaran, penelitian dan pengabdian. Selain itu, penulis juga aktif melakukan penelitian yang diterbitkan di berbagai jurnal nasional maupun internasional.
Email: persadalestari01@gmail.com



Bida Sari, S.P., M.Si.

Penulis merupakan Dosen Teori Ekonomi, Matematika Ekonomi dan Statistik Bisnis pada Program Studi Akuntansi Universitas Persada Indonesia Y.A.I. sejak tahun 2003. Sebagai seorang yang sepenuhnya mengabdikan dirinya sebagai dosen, selain pendidikan formal yang telah ditempuhnya penulis juga mengikuti berbagai pelatihan untuk meningkatkan kinerja dosen, khususnya di bidang pengajaran, penelitian dan pengabdian. Penulis juga pernah bekerja di salah satu bank swasta asing dan menjadi pengajar tidak tetap di perguruan tinggi lain (2019 - sekarang). Penulis juga aktif melakukan penelitian yang diterbitkan di berbagai jurnal nasional, menulis buku ajar dan buku non fiksi. Selain itu, penulis juga berperan aktif dalam pertemuan-pertemuan ilmiah bersifat nasional maupun internasional, menjadi pemakalah dan narasumber di berbagai kegiatan pengabdian masyarakat, workshop, dan seminar.

Email: saribida73@gmail.com



Duwi Riningsih, S.E., M.Akt. C.FTax., C.FR.

Penulis merupakan Dosen Akuntansi pada Program Studi Akuntansi Sektor Publik Universitas Kadiri sejak tahun 2021. Penulis aktif mengikuti pelatihan untuk meningkatkan mutu kinerja dosen dalam bidang pengajaran, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. Selain menjadi Dosen Penulis juga merupakan praktisi pajak di beberapa perusahaan di area kota Kediri sejak tahun 2010 sampai sekarang beberapa buku dihasilkan penulis diantaranya Sistem Komputer Akuntansi

dengan MYOB Accounting dan Modul Praktikum Komputer Akuntansi dan Akuntansi Suatu Pengantar. Penulis juga aktif melakukan penelitian yang diterbitkan di berbagai jurnal nasional. Penulis juga aktif menjadi pemakalah diberbagai kegiatan dan menjadi narasumber pada seminar yang bertema Akuntansi.

Email: duwi_riningsih@unik-kediri.ac.id



Eranus Yoga Kundhani, S.E., M.Si.

Penulis merupakan dosen pada Program Studi Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Kristen Satya Wacana sejak tahun 1999. Pada tahun 2021 penulis menempuh studi S3 pada Program Studi Doktor Studi Pembangunan, Fakultas Interdisiplin, Universitas Kristen Satya Wacana. Penulis memiliki minat dan kepakaran di bidang Ekonomi Makro, Ekonomi Pembangunan, dan Ekonomi Publik dan Kebijakan Fiskal. Sebagai dosen profesional yang melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi, penulis tidak hanya melakukan pendidikan dan pengajaran, pengabdian kepada masyarakat, namun juga aktif melakukan penelitian dan publikasi pada bidang-bidang yang ditekuni.

Email: eranus.kundhani@uksw.edu



Lisa Jolanda Catherine Polimpung, S.E., M.M.

Lulus S1 di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Makassar tahun 2017, lulus S2 di Program Magister Manajemen, Universitas Parahyangan, Bandung tahun 2021. Saat ini penulis mengabdikan diri sepenuhnya sebagai dosen dan merupakan Dosen Tetap Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Atma Jaya Makassar sejak tahun 2022. Aktif mengikuti workshop serta seminar untuk memperdalam wawasan dan memperluas jaringan dan yang terutama untuk meningkatkan kinerja sebagai dosen, khususnya di bidang pengajaran, penelitian, dan pengabdian. Karya penelitian

ilmiahnya telah dimuat di beberapa jurnal yang telah terindeks di dalam SINTA dan Google Scholar.

Email: lisa_jolanda@lecturer.uajm.ac.id



Dr. Ir. Hj. A. Besse Dahliana, M.P.

Lahir pada tanggal 11 April 1962 di Kabupaten Wajo Provinsi Sulawesi Selatan, warga keturunan Bugis (Wajo dan Bone). Menempuh (1) Pendidikan dasar Sekolah Dasar (SD Kompleks Melayu) 1974, Makassar. Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama (SMP Neg. 7)-1977, Makassar. Sekolah Lanjutan Tingkat Atas (SMA Neg. 1-IPA) 1980, Makassar. (2) Pendidikan Sarjana Jurusan Agronomi (Budidaya Pertanian) di Universitas Hasanuddin Makassar (1986). (3) Pendidikan Magister Program Sistem-sistem Pertanian, Konsentrasi dan Minat Kebijakan dan Pembangunan Pertanian (Pada Program Pascasarjana Universitas Hasanuddin (2003): (4) Pendidikan Doktor Pada Ilmu Pertanian, Konsentrasi Sosial Ekonomi Pertanian pada Program Pascasarjana Universitas Hasanuddin (terdaftar TA 2013/2014- sekarang). Karya Akademik yang pernah diselesaikan diantaranya: (1) Pengaruh Pemberian Konsentrasi GA3 (Gibbrelin) terhadap Pertumbuhan dan Perkembangan Tanaman. Kol (*Brassica oleraceae*) di Makassar, 1986 Skripsi Sarjana; (2) Perencanaan produksi dalam Agribisnis, 1988; (3) Pemanfaatan Lahan Sawah Bero di Sulawesi Selatan, 1989; (4) Pengaruh Pemberian Kapur terhadap Tanah dan Pertumbuhan Tanaman, 1990; (5) Peranan Transpirasi dan Respirasi dalam kelangsungan hidup suatu Tanaman, 1992; (6) Analisis Perbandingan Biaya dan Manfaat Tiga Komoditi Andalan dengan Tanaman Padi Dalam rangka memantapkan Pengwilaya han Komoditi di Sulawesi. Selatan, 1997; (7) Persepsi Petaniterhadap Sistem Pertanian Organik (Organik Farming System) pada Petani Padi Sawah di Kabupaten Gowa (Studi Kasus Pertanian Organik di Kecamatan Galesong Selatan), 2003; Tesis Magister (8) Persepsi Petani Terhadap Pengendalian Hama Penggerak Buah Kakao (*Theobroma Cacao*) dengan Sitem Pemangkasan, Pemupukan, dan Penyelubungan Buah Muda (P3BM) (Kasus di Desa Padaelo

Kecamatan Mattiro Bulo Kabupaten Pinrang, 2010; (9) Respon Petani terhadap Penggunaan pupuk Phonska pada Usaha Tani Padi Sawah (*Oryza Sativa*) di Desa Cempa, Kecamatan Cempa, Kabupaten Pinrang, 2011; (10) pemberdayaan Masyarakat Sebagai Proses Penguatan Kapasitas Petani, 2012. Tahun 1987 terangkat sebagai Dosen Dipekerjakan Kopertis Wil. IX (DPK) pada STIPI-YAPI Pinrang. Jabatan Struktural : Ketua Pada Sekolah Tinggi Ilmu Pertanian (STIPI-YAPI) Pinrang (1990-1995); Ketua pada Sekolah Tinggi Ilmu Pertanian (STIP-YAPI) Bone (2005-sekarang).

Email: bess_dahliana@ymail.com



Dr. Rukun Santoso, S.E., M.M., M.Si.

Penulis lahir di Lamongan, 18 Juni 1959. Menekuni dunia manajemen sejak menjadi mahasiswa di Universitas Indonesia Jurusan Ilmu Administrasi Niaga lulus pada tahun 1997, gelar Magister diperoleh dari Universitas Indonesia jurusan Ilmu Administrasi Fiskal lulus tahun 2003. Sedangkan gelar Doktor diraihnya di Universitas Pancasila Jurusan Ilmu Ekonomi (Strategi Bisnis) lulus tahun 2020. Dalam perjalanan karirnya, beliau menjadi direktur keuangan di perusahaan BUMN dan juga swasta. Penulis juga aktif dalam dunia politik dan pernah menjadi Ketua Fraksi DPRD DKI Jakarta. Selain itu aktif di berbagai organisasi, diantaranya ketua umum ASPEKINDO, Wakil Ketua di DPP HKTI, Wakil Ketua SAHI, Wakil Ketua ISEI DKI Jakarta, Dewan Pembina Masika ICMI, Dewan Pertimbangan Iluni Universitas Indosia, Dewan Pembina di Yayasan Wakaf Ummul Mukminin, Wakil Ketua Koperasi KSU SAHI MAJU BERSAMA, Dewan Pertimbangan K-MERSII, Sekarang aktif menjadi dosen tetap di Program Pasca Sarjana Universitas Islam Jakarta, dosen terbang di Pascasarjana Institut STIAMI, dosen terbang di Fakultas Ekonomi Universitas Pancasila dan sebagai dosen terbang di berbagai kampus lainnya, aktif dalam menulis buku, jurnal nasional maupun internasional.

Email: rukunsantoso1859@gmail.com



Rusmardiana, S.Pd., M.Si.

Penulis merupakan Dosen Manajemen Proyek dan Kewirausahaan pada Program Studi Teknik Informatika Universitas Indraprasta PGRI Jakarta sejak tahun 2005. Sebagai seorang yang sepenuhnya mengabdikan dirinya sebagai dosen, selain pendidikan formal yang telah ditempuhnya penulis juga mengikuti berbagai pelatihan untuk meningkatkan kinerja dosen, khususnya di bidang pengajaran, penelitian dan pengabdian. Selain itu, penulis juga aktif melakukan penelitian yang diterbitkan di berbagai jurnal nasional maupun internasional. Penulis juga aktif menjadi pemakalah diberbagai kegiatan dan menjadi narasumber pada workshop/seminar/lokakarya tertentu.
Email: ana.irawan93@gmail.com



Bahruddin, S.E., M.Si.

Penulis merupakan Dosen pada Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Parepare. Saat ini penulis menjabat sebagai ketua program studi Ekonomi Pembangunan sejak tahun 2020 dan mengampu program studi Ekonomi Mikro. Penulis menyelesaikan pendidikan sarjana Ekonomi Pembangunan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Parepare tahun 2012 dan Program Megister Ekonomi Pembangunan di Universitas Muslim Indonesia Makassar tahun 2017. Selain itu penulis juga melakukan sejumlah publikasi ilmiah di jurnal nasional. Penulis juga aktif di berbagai kegiatan dan menjadi narasumber pada berbagai workshop.
Email: bahruddin.777@gmail.com



Fajar Ladung, S.E., M.Si.

Penulis merupakan Dosen Ekonomi Pembangunan pada Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Muhammadiyah Parepare sejak tahun 2021. Sebagai seorang yang sepenuhnya mengabdikan dirinya sebagai dosen, adapun jenjang pendidikan yakni SD Negeri 218 Pinrang, SMPN pada PPM Rahmatul Asri Maroangin, SMAN 4 Watampone, Serjana SI pada Universitas Muhammadiyah Parepare, Serjana S2 pada Universitas Muslim Indonesia Makassar, selain pendidikan formal yang telah ditempuhnya penulis juga mengikuti berbagai pelatihan untuk meningkatkan kinerja dosen, khususnya di bidang pengajaran, penelitian dan pengabdian. Selain itu, penulis juga aktif melakukan penelitian yang diterbitkan di berbagai jurnal nasional.

Email: fajarladung35@gmail.com



Dra. Erlin Iriani, M.M.

Penulis adalah dosen ilmu manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gempol, di Kabupaten Pasuruan. Sebelum mengabdikan diri sebagai dosen, penulis pernah bekerja di perusahaan Multinasional Astra International (&group) selama sebelas tahun. Kemudian mengabdikan diri sebagai dosen sejak tahun 2002 sampai sekarang. Penulis juga menjadi narasumber di beberapa pelatihan/workshop, aktif di beberapa organisasi sosial kemasyarakatan. Penulis juga beberapa kali menulis di media massa online; dan seringkali menjadi narasumber di RRI Malang Pro 1 dan beberapa radio swasta di Kota Malang.

Email: erlin.iriani1962@gmail.com