



EDITOR
DINA LALIA WATI, S.E

RANI PUSPA, S.E., M.M
ENCEP SAEFULLAH, S.H., M.M., C.HRA., C.PHRM., C.BHCM., C.HCBP, BHRM., BHRBP

EKONOMI MANAJERIAL

EKONOMI MANAJERIAL

Ekonomi Manajerial adalah disiplin ilmu yang mempelajari tentang aplikasi dari teori ekonomi terutama teori ekonomi mikro dan teori pengambilan keputusan seperti matematika, statistika dan ekonometrika untuk memecahkan masalah yang dihadapi oleh seorang manajer dalam pengambilan keputusan manajerial.

Ekonomi Manajerial memusatkan perhatian pada usaha-usaha pemecahan masalah-masalah manajerial dan bagaimana mengantisipasi perubahan-perubahan di masa yang akan datang berkaitan dengan pengambilan keputusan manajerial.

Seorang manajer membutuhkan kerangka pemikiran dan kerangka teoritis yang terstruktur dan jelas sehingga dapat mengambil keputusan manajerial dengan tepat. Tentunya hal ini berkaitan dengan berbagai faktor lingkungan baik lingkungan intern maupun lingkungan ekstern. Lingkungan intern meliputi masing-masing departemen/bagian dalam perusahaan, misalnya departemen personalia, departemen produksi, departemen pemasaran, departemen keuangan dan lain-lain. Sedangkan lingkungan ekstern misalnya pasar/ pelanggan, pesaing, pemasok, penyalur dan sebagainya. Berbagai faktor tersebut harus dapat diidentifikasi dan diformulasikan dalam bentuk yang lebih sederhana dengan harapan agar didalam proses pengambilan keputusan manajerial dapat dilakukan secara efisien dan efektif.

Buku ini berisi gambaran umum ekonomi manajerial, teori perusahaan, sifat dan fungsi laba, teori permintaan, teori penawaran, keseimbangan pasar, elastisitas, perilaku konsumen, fungsi produksi dan analisis biaya, struktur pasar dan penetapan harga, analisis risiko dan keputusan investasi dan peran pemerintah dalam perekonomian.



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



EKONOMI MANAJERIAL

Rani Puspa, S.E., M.M
Encep Saefullah, S.H., M.M., C.HRA., C.PHRM., C.BHCM.,
C.HCBP., BHRM., BHRBP



eureka
media aksara

PENERBIT CV. EUREKA MEDIA AKSARA

EKONOMI MANAJERIAL

Penulis : Rani Puspa, S.E., M.M
Encep Saefullah, S.H., M.M., C.HRA., C.PHRM.,
C.BHCM., C.HCBP., BHRM., BHRBP

Editor : Dina Lalia Wati, S.E

Desain Sampul : Ardyan Arya Hayuwaskita

Tata Letak : Uli Mas'uliyah Indarwati

ISBN : 978-623-151-515-5

No. HKI : EC00202383567

Diterbitkan oleh : **EUREKA MEDIA AKSARA,**
SEPTEMBER 2023
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 : 2023

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.

PRAKATA

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunianya berupa ilmu, petunjuk dan pemahaman kepada penulis sehingga **BUKU EKONOMI MANAJERIAL** ini telah dapat diselesaikan. Shalawat serta salam semoga tercurah kepada Baginda Nabi Muhammad SAW, semoga di Yaummil Hisab nanti kita semua sebagai ummatnya mendapatkan syafaatnya. Aamiin.

Buku ini disusun untuk memenuhi kebutuhan ekpresi dari olah pikir penulis dalam berkontribusi untuk pengembangan khazanah keilmuan. Buku ini juga menjadi sumber bacaan dan tambahan referensi bagi para dosen dan akademisi dalam kegiatan pembelajaran pada Mata Kuliah Ekonomi Manajerial di lingkungan Perguruan Tinggi.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam buku ini untuk itu kritik dan saran terhadap penyempurnaan buku ini sangat diharapkan. Semoga buku ini dapat memberi manfaat bagi semua pembaca dan para dosen secara khusus. Semoga pahala penulisan buku ini juga dilimpahkan kepada kedua orang tua, guru, dosen penulis yang telah mengajarkan ilmu yang penulis tuangkan dalam buku ini serta penulis buku dan artikel yang penulis pakai sebagai referensi.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Serang, September 2023

Tim Penulis

DAFTAR ISI

PRAKATA	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB 1 GAMBARAN UMUM EKONOMI MANAJERIAL	1
A. Mengapa Manajer Perlu Mempelajari Ekonomi Manajerial?.....	1
B. Hubungan dengan Teori Ekonomi	3
C. Peranan Ekonomi Manajerial dalam Pengambilan Keputusan	4
D. Pengertian Ekonomi Manajerial Menurut Pendapat Para Ahli.....	6
E. Fungsi dan Tujuan dari Ekonomi Manajerial	7
F. Sifat Ekonomi Manajerial.....	9
BAB 2 TEORI PERUSAHAAN.....	10
A. Perusahaan dan Teori Perusahaan.....	10
B. Teori Ekonomi dan Tujuan Perusahaan	16
C. Pengaruh Internal dan Eksternal terhadap Tujuan Perusahaan.....	17
D. Nilai Perusahaan	19
E. Keterbatasan Teori Perusahaan.....	20
BAB 3 SIFAT DAN FUNGSI LABA	22
A. Pengertian, Jenis dan Fungsi Laba	22
B. Tujuan dan Karakteristik Laba	23
C. Unsur-unsur yang Membentuk Laba	24
D. Teori Laba	26
E. Laba Bisnis (Akuntansi) vs Laba Ekonomi	28
F. Teori Laba Ekonomis Friksional	32
G. Teori Laba Ekonomis Monopolis	33
H. Teori Laba Ekonomis Inovatif	33
I. Teori Laba Ekonomis Kompensasi	34
J. Permasalahan Principal-Agent.....	34
BAB 4 TEORI PERMINTAAN.....	37
A. Konsep Dasar Permintaan.....	37
B. Teori Permintaan.....	38

C. Skedul dan Kurva Permintaan.....	39
D. Fungsi Permintaan.....	41
E. Hubungan Permintaan dengan Variabel Penentu Permintaan	42
BAB 5 TEORI PENAWARAN.....	48
A. Konsep Dasar Penawaran	48
B. Teori Penawaran	48
C. Skedul dan Kurva Penawaran.....	49
D. Fungsi Penawaran.....	51
E. Hubungan Penawaran dengan Variabel Penentu Penawaran	52
BAB 6 KESEIMBANGAN PASAR.....	56
A. Konsep Keseimbangan Pasar.....	56
BAB 7 ELASTISITAS.....	63
A. Konsep Elastisitas	63
B. Elastisitas Permintaan.....	63
C. Elastisitas Penawaran	67
BAB 8 PERILAKU KONSUMEN	68
A. Perilaku Konsumen	68
B. Kepuasan Konsumen.....	71
C. Kepuasan Total (Total Utility)	74
BAB 9 FUNGSI PRODUKSI DAN ANALISIS BIAYA.....	77
A. Sistem Produksi.....	77
B. Fungsi Produksi	84
C. Analisis Biaya	89
BAB 10 STRUKTUR PASAR DAN PENETAPAN HARGA.....	93
A. Konsep tentang Pasar	93
B. Landasan Asumsi Bentuk Struktur Pasar	95
C. Pasar Persaingan Sempurna.....	100
D. Pasar Persaingan Monopolistik	102
E. Pasar Oligopoli.....	104
F. Pasar Monopoli	105
G. Penetapan Harga.....	107
BAB 11 ANALISIS RISIKO DAN KEPUTUSAN INVESTASI.....	109
A. Risiko.....	109
B. Sikap terhadap Risiko.....	111

C. Pengambilan Keputusan.....	112
D. Analisis Risiko	115
E. Pengambilan Keputusan dalam Ketidakpastian	118
F. Kriteria Maksimin	118
G. Kriteria Penyesalan Minimaks	121
H. Keputusan Investasi	122
I. Pendekatan Nilai Sekarang	123
BAB 12 PERAN PEMERINTAH DALAM	
PEREKONOMIAN	126
A. Pemerintah sebagai Pelaku Ekonomi	126
B. Peranan Pemerintah sebagai Pengendali	
Perekonomian.....	127
C. Siapakah Pemerintah?.....	128
D. Sejauh mana Campur Tangan Pemerintah dalam	
Perekonomian?	128
DAFTAR PUSTAKA	133
TENTANG PENULIS	135

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Contoh Perhitungan Laba Bisnis	29
Tabel 3.2	Contoh Perhitungan Laba Ekonomi.....	30
Tabel 4. 1	Skedul Permintaan Kamar Hotel.....	40
Tabel 4.2	Ringkasan Bentuk Hubungan Variabel-variabel dalam Fungsi Permintaan dan Kuantitas Permintaan Produk	46
Tabel 5.1	Skedul Penawaran Kamar Hotel	50
Tabel 5.2	Ringkasan Bentuk Hubungan Variabel-Variabel dalam Fungsi Penawaran dan Kuantitas Penawaran Produk	54
Tabel 6.1	Permintaan dan Penawaran Sewa Kamar Hotel	58
Tabel 8.1	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi Konsumen Tentang Kualitas.....	73
Tabel 9. 1	Beberapa Contoh Sistem Produksi Jasa Dan Manufaktur.....	79
Tabel 10. 1	Asumsi-asumsi yang Melandasi Bentuk Struktur Pasar	96
Tabel 11.1	Tabel Informasi Keputusan Investasi Yang Akan Dilakukan	119
Tabel 11.2	Keputusan Investasi Berdasarkan Kriteria Maksimin.....	120

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.2 Kurva Permintaan Kamar Hotel	41
Gambar 5.2 Kurva Penawaran Kamar Hotel.....	51

BAB

1

GAMBARAN UMUM EKONOMI MANAJERIAL

A. Mengapa Manajer Perlu Mempelajari Ekonomi Manajerial?

Setiap organisasi yang beroperasi pasti memiliki sasaran atau tujuan yang ingin dicapai. Biasanya, tujuan ini dijelaskan dalam visi dan misi organisasi. Untuk mewujudkan visi dan misi tersebut, dibutuhkan berbagai kegiatan. Karena itu, kepemimpinan yang kompeten sangat penting dalam organisasi. Seorang pemimpin harus memiliki kemampuan merumuskan visi dan misi, serta mampu mengelola organisasi. Dalam konteks ini, perhatian akan difokuskan pada organisasi dalam skala perusahaan.

Kompetensi manajerial mengacu pada kemampuan seorang pemimpin dalam mengelola berbagai aktivitas perusahaan untuk mencapai visi dan misi yang telah ditetapkan sebelumnya. Seorang manajer bertanggung jawab untuk mengarahkan organisasi menuju pencapaian tujuan. Manajemen adalah ilmu dan seni mengelola proses dengan efisien dan efektif, menggunakan sumber daya yang tersedia untuk mencapai tujuan organisasi. Oleh karena itu, fungsi manajemen harus dijalankan dengan baik.

Dalam pelaksanaan tugasnya, seorang manajer melaksanakan fungsi khusus yang biasa disebut POAC, yakni *Planning* (perencanaan), *Organizing* (pengorganisasian), *Actuating* (melaksanakan), dan *Controlling* (pengendalian). Perencanaan melibatkan penyusunan rencana aktivitas perusahaan untuk masa depan guna mencapai tujuan.

BAB 2

TEORI PERUSAHAAN

A. Perusahaan dan Teori Perusahaan

Perusahaan merupakan entitas yang mengelola dan menggabungkan berbagai jenis sumber daya untuk menciptakan barang dan jasa yang nantinya akan dijual. Fokus utama perusahaan adalah dalam memperoleh bahan-bahan dan sumber daya seperti tenaga kerja, modal, dan bahan mentah, yang kemudian diolah menjadi produk yang siap dijual. Dalam lingkup ekonomi manajerial, teori perusahaan menjadi landasan awal dalam menganalisis proses pengambilan keputusan manajerial. Pertanyaan esensial seputar teori perusahaan termasuk:

1. Apa motivasi utama di balik keberadaan perusahaan, dan apakah perusahaan menjadi agen transaksi ekonomi yang paling efektif?
2. Bagaimana perusahaan beradaptasi, berubah, dan dalam beberapa kasus, mengalami kegagalan seiring berjalannya waktu?
3. Faktor-faktor internal dan eksternal apa yang membentuk identitas perusahaan?
4. Bagaimana budaya organisasi terbentuk dalam perusahaan dan ciri-cirinya? Banyak tujuan yang perlu dipertimbangkan oleh perusahaan, dan inilah hal yang sering diperdebatkan oleh akademisi, praktisi bisnis, serta pejabat pemerintah. Sejak abad ke-19, para ahli ekonomi telah mengajukan

BAB 3

SIFAT DAN FUNGSI LABA

A. Pengertian, Jenis dan Fungsi Laba

Beragam-macam tujuan bisnis yang diupayakan oleh suatu perusahaan merupakan isu menarik dan sering kali diperdebatkan di kalangan akademisi, praktisi bisnis, dan pejabat pemerintah. Sebagai organisasi ekonomi, perusahaan umumnya dianggap memiliki tujuan ekonomi. Hal ini karena prestasi perusahaan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi seringkali diakui sebagai pencapaian yang patut diapresiasi, dengan dampak positif pada peningkatan kualitas hidup manusia. Oleh karena itu, penting bagi bisnis untuk beroperasi dengan efisiensi. Dalam konteks persaingan bebas, efisiensi diartikan sebagai keuntungan yang dihasilkan oleh perusahaan. Kelangsungan hidup perusahaan sangat bergantung pada pencapaian keuntungan. Kegagalan perusahaan dalam menghasilkan laba berpotensi menyebabkan perusahaan terdepak dari perekonomian. Seiring dengan landasan pemikiran ini, para akademisi dan praktisi bisnis merumuskan pandangan bahwa mencapai keuntungan adalah tujuan utama yang harus dicapai oleh perusahaan.

Keuntungan merupakan hasil bersih yang diperoleh oleh suatu perusahaan dari kegiatan ekonominya. Profit ini dihasilkan melalui serangkaian faktor yang dihitung mulai dari awal hingga akhir proses aktivitas. Keuntungan juga bisa diartikan sebagai tambahan kekayaan yang meningkatkan aliran uang yang diterima oleh mereka yang mengelola bisnis. Akan

BAB

4

TEORI PERMINTAAN

A. Konsep Dasar Permintaan

Manajemen bisnis perlu memiliki fokus pada pelanggan atau pasar. Ini mengharuskan perusahaan untuk dapat menganalisis bagaimana pasar produk beroperasi, termasuk produk dalam bentuk barang, jasa, atau kombinasi keduanya. Dalam hal ini, kemampuan manajemen untuk menganalisis permintaan pasar, penawaran pasar, serta mengidentifikasi titik keseimbangan pasar produk menjadi penting. Pertanyaan seperti berapa banyak jumlah produk yang diminta, berapa harga produknya, perlu dikaji secara mendalam. Keputusan bisnis yang efektif dapat diambil dengan dasar analisis keseimbangan tersebut.

Dalam dunia perekonomian yang kompleks, prinsip ekonomi manajerial menjelma menjadi panduan esensial bagi para pemimpin bisnis. Ada dua pilar utama yang membentuk fondasi prinsip ini: kelompok konsumen yang mendambakan produk dan layanan, serta kelompok produsen yang bekerja keras menghadirkan produk tersebut. Di antara keduanya, terjalin tari harmonis di atas panggung pasar yang dikelilingi oleh kurva permintaan dan kurva penawaran. Di satu sisi, analisis tajam terhadap perilaku kelompok konsumen menjadi cahaya pemandu bagi perusahaan. Ini adalah refleksi mengapa orang-orang membeli, apa yang mereka inginkan, dan bagaimana harga mempengaruhi keputusan mereka. Kurva permintaan, sebuah visualisasi grafis yang menggambarkan

BAB

5

TEORI PENAWARAN

A. Konsep Dasar Penawaran

Fungsi penawaran memberikan gambaran tentang bagaimana ketersediaan produk berkaitan dengan harga produk, serta elemen-elemen yang mempengaruhi penawaran tersebut. Faktor-faktor ini mencakup biaya bahan baku, harga produk serupa, tingkat teknologi, harapan produsen terhadap harga di masa mendatang, jumlah produsen yang terlibat dalam produksi produk serupa, dan faktor-faktor lain yang memengaruhi penawaran barang atau jasa. Dalam situasi di mana faktor-faktor ini diasumsikan tetap stabil dalam konteks fungsi penawaran, kurva penawaran dapat dihasilkan dari persamaan tersebut.

Prinsip penawaran menyatakan bahwa jumlah produk yang siap ditawarkan berkorelasi positif dengan harga produknya, dengan asumsi faktor-faktor penentu penawaran tetap stabil. Faktor-faktor ini sering disebut sebagai faktor-faktor yang dapat memindahkan kurva penawaran. Ini karena perubahan dalam nilai faktor-faktor penentu ini akan mengubah posisi dari kurva penawaran.

B. Teori Penawaran

Secara esensial, dalam ekonomi manajerial, konsep penawaran (*supply*) dapat diartikan sebagai jumlah produk (barang dan/atau jasa) yang disediakan untuk dijual di pasar, dan hal ini umumnya dipengaruhi oleh berbagai faktor yang

BAB

6

KESEIMBANGAN PASAR

A. Konsep Keseimbangan Pasar

Konsep yang telah kita bahas sebelumnya mengenai fungsi permintaan dan penawaran memainkan peran yang sangat penting dalam membuka wawasan mendalam tentang dinamika pasar. Mari kita jelajahi lebih lanjut mengenai konsep ini dan bagaimana keduanya secara bersama-sama membantu kita memahami interaksi antara konsumen dan produsen di dalam suatu pasar.

Fungsi permintaan adalah pilar utama dalam memahami perilaku konsumen. Ini memberikan kita pandangan yang berharga tentang bagaimana pembeli, atau konsumen, akan merespon perubahan harga suatu produk. Ketika harga suatu produk naik, fungsi permintaan memperlihatkan bahwa ceteris paribus (semua faktor lain tetap konstan), konsumen cenderung akan cenderung membeli jumlah yang lebih sedikit dari produk tersebut. Sebaliknya, ketika harga turun, permintaan akan cenderung naik. Namun, aspek lain seperti pendapatan konsumen, preferensi, dan harga produk terkait juga memiliki peran dalam membentuk pola permintaan. Fungsi permintaan membantu kita memahami bagaimana faktor-faktor ini berinteraksi dan memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

BAB

7

ELASTISITAS

A. Konsep Elastisitas

Kemampuan yang diperlukan dalam manajemen bisnis dan industri yang berorientasi pada permintaan dan keinginan pasar adalah kemampuan untuk mengukur elastisitas permintaan pasar terhadap produk yang ditawarkan. Hal ini penting agar berbagai keputusan seperti penetapan harga produk, strategi periklanan, kuantitas penjualan, dan lainnya dapat diambil dengan efektif berdasarkan pemahaman mengenai bagaimana perilaku konsumen dalam merespons produk di pasar.

Pada prinsipnya, ide elastisitas mengukur sejauh mana persentase perubahan dalam suatu variabel yang bergantung akan terjadi ketika terjadi perubahan satu persen dalam variabel lain yang mempengaruhinya (dengan asumsi nilai variabel lain tetap tidak berubah). Penghitungan elastisitas dapat dilakukan dengan metode elastisitas titik, metode elastisitas interval, atau metode busur.

B. Elastisitas Permintaan

Elastisitas harga permintaan mencerminkan sejauh mana konsumen merespons perubahan harga suatu produk. Konsep ini diukur dengan membandingkan persentase perubahan dalam jumlah permintaan dengan persentase perubahan harga produk tersebut. Jika nilai absolut dari koefisien elastisitas harga lebih besar dari 1, sama dengan 1, atau kurang dari 1, maka

BAB 8

PERILAKU KONSUMEN

A. Perilaku Konsumen

Secara mendasar, teori perilaku konsumen adalah pendekatan yang menginvestigasi alasan di balik mengapa konsumen berperilaku sesuai dengan hukum permintaan. Oleh karena itu, teori perilaku konsumen akan menjelaskan:

1. Mengapa konsumen cenderung membeli lebih banyak saat harga rendah dan mengurangi pembelian saat harga tinggi.
2. Bagaimana seorang konsumen mengambil keputusan mengenai jumlah dan jenis barang yang akan dibeli dengan pendapatannya.

Dalam rangka memahami motivasi utama konsumen dalam memanfaatkan produk atau layanan yang tersedia di pasar, tujuannya pada dasarnya adalah untuk mencapai tingkat kepuasan yang paling optimal. Dalam ranah ekonomi, fenomena kepuasan ini dikenal sebagai “utilitas total konsumen,” yang dihasilkan ketika seseorang mengonsumsi suatu produk khusus. Konsep ini mengacu pada tingkat keseluruhan kepuasan yang terkait dengan menggunakan berbagai produk atau layanan dalam jangka waktu tertentu. Dalam hal ini, utilitas total yang diakumulasi oleh seorang konsumen dari mengonsumsi produk tertentu dapat diartikan sebagai tingkat keseluruhan kepuasan yang diperoleh dari konsumsi sejumlah produk atau layanan selama periode tertentu. Dalam konteks ini, fungsi utilitas total menggambarkan hubungan yang ada antara tingkat kepuasan

BAB 9

FUNGSI PRODUKSI DAN ANALISIS BIAYA

A. Sistem Produksi

Setelah memperoleh pemahaman yang kokoh mengenai perilaku konsumen dan dinamika permintaan pasar, langkah berikutnya yang menjadi perhatian utama bagi para manajer adalah mengembangkan strategi produksi yang efektif. Dalam lingkup ekonomi manajerial, aspek produksi dianggap sebagai elemen kunci dalam penawaran, yang melibatkan langkah-langkah yang diambil oleh produsen untuk menyediakan produk di pasar. Dalam era industri modern yang beroperasi dalam pasar global yang penuh persaingan, pandangan terhadap produksi telah mengalami transformasi mendasar dari sekadar mengubah bahan mentah menjadi produk akhir. Lebih dari itu, produksi saat ini diartikan sebagai penciptaan nilai tambah yang dilakukan secara efisien dan menghindari pemborosan, dalam pendekatan yang dikenal sebagai "*lean production*," di mana setiap tahap dalam rantai produksi diarahkan untuk memberikan nilai tambah yang nyata.

Memahami konsep nilai tambah ini menjadi sangat krusial dalam menghindari pemborosan di setiap fase produksi. Pemborosan mengacu pada aktivitas yang tidak memberikan kontribusi nyata pada nilai produk, tetapi hanya menghasilkan biaya tambahan. Dalam konteks ini, manfaat yang diperoleh dari aktivitas semacam itu jauh lebih kecil daripada biaya yang dikeluarkan untuk melaksanakannya. Konsep nilai tambah dan upaya untuk meminimalkan pemborosan memiliki peranan

BAB

10

STRUKTUR PASAR DAN PENETAPAN HARGA

A. Konsep tentang Pasar

Secara prinsipil dalam ekonomi, pasar merupakan tempat di mana para penjual dan pembeli berinteraksi untuk melakukan transaksi dan menentukan harga suatu barang atau jasa. Konsep pasar menggambarkan suatu proses dinamis di mana penawaran dan permintaan bertemu, saling berinteraksi, dan akhirnya mencapai harga yang seimbang. Dalam lingkup pasar, terjadi pertemuan antara penjual yang ingin menjual produk atau jasa dan pembeli yang ingin memperolehnya.

Pasar memiliki peranan penting dalam menentukan harga serta mengatur alokasi sumber daya yang efisien dalam perekonomian. Prinsip dasar pasar adalah interaksi antara penawaran dan permintaan. Penjual mencoba menawarkan produk atau jasa dengan harga tertentu, sementara pembeli mencari produk atau jasa tersebut dengan harga yang mereka anggap pantas. Ketika penawaran dan permintaan bertemu, terbentuklah harga keseimbangan yang mencerminkan titik di mana jumlah yang ditawarkan sesuai dengan jumlah yang diminta.

Konsep struktur pasar merujuk pada penggolongan produsen dalam berbagai jenis pasar berdasarkan ciri-ciri yang melekat pada produk, jumlah peserta dalam industri, kemudahan masuk dan keluar dari industri, serta peran periklanan dalam dinamika industri. Dalam analisis ekonomi, pasar dapat diklasifikasikan menjadi dua kategori utama: pasar

BAB 11

ANALISIS RISIKO DAN KEPUTUSAN INVESTASI

A. Risiko

Risiko, dalam konteks bisnis dan kehidupan secara umum, mengacu pada potensi terjadinya peristiwa yang memiliki konsekuensi merugikan. Konsep risiko melibatkan adanya peluang untuk munculnya hasil yang tidak diinginkan, menjadikannya terkait dengan situasi yang berpotensi menghasilkan dampak negatif. Dengan demikian, risiko hanya berkaitan dengan situasi-situasi di mana kemungkinan timbulnya hasil yang tidak menguntungkan dapat diantisipasi dan dinilai.

Risiko memiliki keterkaitan yang kuat dengan ketidakpastian, meskipun perbedaan mendasar antara keduanya ada. Menurut pandangan yang diajukan oleh Robinson dan Barry, risiko mengimplikasikan kemungkinan munculnya suatu peristiwa yang dapat diukur, dan peristiwa tersebut memiliki dampak buruk yang akan menghasilkan kerugian. Di sisi lain, ketidakpastian berarti bahwa probabilitas munculnya suatu peristiwa tidak dapat dihitung atau diprediksi oleh para pengambil keputusan bisnis.

Sebagaimana dijelaskan oleh Djohanputro, risiko adalah bentuk ketidakpastian yang memiliki tingkat probabilitas yang dapat diestimasi. Pada intinya, risiko melibatkan situasi di mana peluang terjadinya peristiwa yang merugikan telah diidentifikasi dan dapat dianalisis. Dalam pandangan lain yang dinyatakan oleh Kountur, ketidakpastian muncul karena

BAB 12

PERAN PEMERINTAH DALAM PEREKONOMIAN

A. Pemerintah sebagai Pelaku Ekonomi

Pemerintah merupakan salah satu elemen dalam aktivitas ekonomi. Elemen ekonomi adalah entitas yang terlibat dalam tindakan ekonomi dan harus ada dalam ekonomi suatu negara. Pemberian subsidi oleh pemerintah, penetapan harga bahan bakar minyak (BBM), dan pengaturan bea masuk adalah contoh bagaimana pemerintah berperan dalam ranah ekonomi. Pemerintah, dalam perannya sebagai elemen ekonomi, berperan sebagai produsen, konsumen, distributor, dan regulator dalam perekonomian. Fokus utama aktivitas produksi pemerintah adalah meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pemerintah menghasilkan barang dan layanan yang masyarakat butuhkan untuk kesejahteraan mereka. Fungsi pemerintah sebagai produsen dijalankan melalui entitas Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Sebagai contoh, perusahaan BUMN di sektor infrastruktur, seperti BUMN Karya, berkontribusi dalam pembangunan fasilitas publik seperti jalan dan jembatan. Tidak hanya itu, BUMN lainnya juga turut berperan dalam kegiatan produksi, seperti PT PLN dalam bidang energi listrik, PT Pertamina dalam sektor bahan bakar, PT Perkebunan Nusantara dalam perkebunan, PT Pupuk Indonesia dalam produksi pupuk, PT Semen Indonesia dalam produksi semen, dan sebagainya. Selain berperan sebagai produsen, pemerintah juga berfungsi sebagai konsumen. Ini karena pemerintah memerlukan barang dan layanan dalam pelaksanaan tugas-tugasnya. Konsep yang

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Everett E, & Ronald J. Ebert. (1992) *Production and Operation Management Edisi 10*. New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Adnyana, I Made. (2021) *Ekonomi Manajerial*. Jakarta: Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU-UNAS).
- Agustini, Maria YD Hayu. (2018) *Ekonomi Manajerial Pembuatan Keputusan Berdasar Teori Ekonomi*. Semarang: Universitas Katolik Soegijapranata.
- Arsyad, Lincoln. (2008) *Ekonomi Manajerial - Ekonomi Mikro Terapan untuk Manajemen Bisnis Edisi 4*. Yogyakarta: BPFE.
- Aryaningsih, Ni Nyoman. (2018) *Ekonomi Manajerial Kajian Teori dan Empiris Nilai Keputusan Investasi*. Malang: Media Nusa Creative.
- Dahliah. (2021) *Ekonomi Manajerial*. Tasikmalaya: Edu Publisher.
- Damanik, Darwin dkk. (2021) *Ekonomi Manajerial*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Djohanputro, Bramantyo. (2006) *Manajemen Risiko Korporat Terintegrasi*. Jakarta: PPM.
- Douglas, Evan J. (1995) *Managerial Economics: Analysis and Strategy*. London: Prentice Hall International.
- Gaspersz, Vincent. (2011) *Ekonomi Manajerial*. Bogor: Vincent Foundation.
- Hirschey, Mark & James L Pappas. (2003) *Ekonomi Manajerial Edisi 6*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Keat, Paul G. (2000) *Managerial Economics*. New Jersey: Prentice Hall, International.
- Kountur, Ronny. (2004) *Manajemen Risiko Operasional*. Jakarta: PPM.
- McConnel, Campbell. (1993) *Economics: Principles, Problems and Policies*. New York: McGraw-Hill College.

- Noor, Henry Faizal. (2008) *Ekonomi Manajerial Edisi 1*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Nugroho, Arissetyanto dkk. (2013) *Ekonomi Manajerial Dengan Pendekatan Matematis*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Nusantara, Agung dkk. (2017) *Ekonomi Manajerial*. Semarang: Badan Penerbitan Universitas STIKUBANK.
- Rahayu, T Puji. (2019). *Pelaku Kegiatan Ekonomi*. Semarang: Alprin.
- Rahmatullah, dkk. (2018) *Konsep Dasar Ekonomi Pendekatan Nilai-Nilai Eco-Culture*. Makassar: CV. Nurlina.
- Robinson, L.J., & P.J. Barry. (1987) *The Competitive Firm's Response to Risk*. London: Macmillan Publisher.
- Salvatore, Dominic. (2005) *Ekonomi Manajerial Edisi 5 - Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suparmoko, M & Furtasan Ali Yusuf. (2017) *Ekonomika Untuk Manajer (Ekonomika Manajerial)*. Bogor: In Media.

TENTANG PENULIS



Rani Puspa, SE., MM., lahir di Serang, Banten, pada tanggal 1 Maret 1990. Penulis ini telah menjadi Dosen Tetap di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Bangsa sejak tahun 2014 dan masih menjabat hingga saat ini. Penulis menyelesaikan studi Magisternya di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta pada awal tahun 2014, setelah sebelumnya meraih gelar Sarjana dari institusi yang sama pada tahun 2012. Penulis telah memperoleh sertifikasi sebagai Dosen pada tahun 2016. Saat ini, penulis menjabat sebagai Lektor (200)/Golongan Ruang III/c. Sebagai manifestasi nyata dari komitmen terhadap profesi kependidikan, penulis telah berhasil menghasilkan sejumlah penelitian yang berfokus pada bidang manajemen. Hasil-hasil penelitian ini telah berhasil diterbitkan di berbagai jurnal, tingkat nasional maupun internasional. Selain itu, penulis juga aktif dalam melaksanakan berbagai kegiatan pengabdian masyarakat.



Encep Saefullah, S.H., M.M., C.HRA., C.PHRM., C.BHCM., C.HCBP., BHRM., BHRBP. Penulis adalah Dosen Tetap Universitas Bina Bangsa (UNIBA) Banten sejak tahun 2015, saat ini sebagai Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB), dan sudah mendapatkan sertifikasi dosen pada tahun 2017. Jabatan fungsional penulis saat ini adalah Lektor (300)/Golongan Ruang III/d. Penulis juga Advokat/Pengacara/Konsultan Hukum dan Managing Partners ESP Law Firm dan LBH Nurani Untuk Negeri.

Penulis sudah lulus Ujian Kompetensi Penulisan Buku non Fiksi tahun 2019 yang diselenggarakan IKAPI Banten dan BNSP, *Certified Human Resources Analyst (C.HRA)*, *Certified Professional*

Human Resources Management (C.PHRM), Certified Basic Human Capital Management (C.BHCM), Certified Human Capital Business Partner (C.HCBP), Basic Human Resource Business Partner (BHRBP) dan *Basic Human Resource Management (BHRM)*. Buku yang pernah ditulis dan diterbitkan adalah *Hukum Ekonomi* (Terbit Mei 2019), *Hukum Internasional, Antara Teori dan History* (Terbit November 2019), *Dosen: Idealisme, Profesionalisme dan Humanisme?* (Terbit Januari 2020), *Pengabdian Kepada Masyarakat, Analisis dan Implementasi* (Terbit Agustus 2020), *Manajemen Sumber Daya Manusia (Book Chapter Nasional)* (Terbit Juli 2021), *47 Hari Mengabdikan di Desa Kamurang (Book Chapter)* (Terbit Agustus 2021), *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Terbit Januari 2022), *Manajemen Sumber Daya Manusia (Book Chapter Nasional)* (Terbit Mei 2022), *Buku Ajar Hukum Bisnis* (Terbit Juni 2022), *Monograf Ekowisata Desa Lontar: Kajian Potensi dan Strategi Pengembangan* (Terbit Juli 2022), *Mimpi dan Asa Diujung Desa* (Terbit Agustus 2022), *Manajemen Sumber Daya Manusia (Era Transformasi Digital)* (Terbit September 2022), *Manajemen Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)* (Terbit Oktober 2022), *Buku Ajar Pengantar Manajemen* (Terbit Januari 2023), *Percepatan Penurunan Stunting* (Terbit Mei 2023), *Manajemen Sumber Daya Manusia Konsep dan Strategi* (Terbit Mei 2023), *Pengantar Manajemen* (Terbit Juni 2023), *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Terbit Juli 2023) dan sudah mendapatkan Hak Cipta atas penulisan buku-buku tersebut.

Penulis sudah pernah lolos Hibah Pendanaan Kemendikbudristek skema Penelitian Dosen Pemula (PDP), Penelitian Fundamental Reguler (PFR), Program Kemitraan Masyarakat (PKM), Program Kemitraan Masyarakat Stimulus (PKMS) dan Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM). Keikutsertaan penulis dalam organisasi profesi, diantaranya Anggota pendiri Perkumpulan Dosen Manajemen Indonesia (PDMI), Anggota Asosiasi Dosen Indonesia (ADI), Anggota Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia (ISEI), Anggota Ikatan Dosen Republik Indonesia (IDRI), Anggota Perhimpunan Advokat Indonesia (PERADI) dan Anggota Ikatan Advokat Indonesia (IKADIN).

Email aktif: encepsaefullah82@gmail.com,
encepsaefullah80@yahoo.com, encep.saefullah@binabangsa.ac.id.

REPUBLIK INDONESIA
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA

SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC00202383567, 20 September 2023

Pencipta
Nama : Rani Puspa, S.E., M.M dan Encep Saefullah, S.H., M.M., C.HRA., C.PHRM., C.BHCM., C.HCBP., BHRM., BHRBP
Alamat : Perum. Griya Serdang Indah Blok E.3 No.03 Margatani, Kramatwatu, Serang, Banten. Kramatwatu, Serang, Banten. 42161
Kewarganegaraan : Indonesia

Pemegang Hak Cipta
Nama : Rani Puspa, S.E., M.M dan Encep Saefullah, S.H., M.M., C.HRA., C.PHRM., C.BHCM., C.HCBP., BHRM., BHRBP
Alamat : Perum. Griya Serdang Indah Blok E.3 No.03 Margatani, Kramatwatu, Serang, Banten. Kramatwatu, Serang, Banten. 42161
Kewarganegaraan : Indonesia
Jenis Ciptaan : Buku
Judul Ciptaan : **Ekonomi Manajerial**
Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : 14 September 2023, di Purbalingga
Jangka waktu perlindungan : Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, terhitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.

Nomor pencatatan : 000516520

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.

Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

a.n. MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA
Direktur Hak Cipta dan Desain Industri



Anggoro Dasananto
NIP. 196412081991031002

Disclaimer:

Dalam hal pemohon memberikan keterangan tidak sesuai dengan surat pernyataan, Menteri berwenang untuk mencabut surat pencatatan permohonan.