

Sigit Purnomo, S.H., M.M., CT.



TEORI EKONOMI MIKRO



Editor:
Arman Syah, S.T., M.M.

TEORI EKONOMI MIKRO

Sigit Purnomo, S.H., M.M., CT.

Editor:
Arman Syah, S.T., M.M.



TEORI EKONOMI MIKRO

Penulis:
Sigit Purnomo

Editor:
Arman Syah

Desain Cover:
Ridwan

Tata Letak:
Atep Jejen

Proofreader:
N. Rismawati

ISBN:
978-623-5811-89-5

Cetakan Pertama:
Januari, 2022

Hak Cipta 2022, Pada Penganalisa

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang

Copyright © 2022

by Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung

All Right Reserved

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT:

WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG

(Grup CV. Widina Media Utama)

Komplek Puri Melia Asri Blok C3 No. 17 Desa Bojong Emas
Kec. Solokan Jeruk Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat

Anggota IKAPI No. 360/JBA/2020

Website: www.penerbitwidina.com

Instagram: [@penerbitwidina](https://www.instagram.com/penerbitwidina)

PRAKATA

Rasa syukur yang teramat dalam dan tiada kata lain yang patut kami ucapkan selain mengucap rasa syukur. Karena berkat rahmat dan karunia Tuhan Yang Maha Esa, buku yang berjudul “Teori Ekonomi Mikro” telah selesai disusun dan berhasil diterbitkan, semoga buku ini dapat memberikan sumbangsih keilmuan dan penambah wawasan bagi siapa saja yang memiliki minat terhadap pembahasan Teori Ekonomi Mikro.

Akan tetapi pada akhirnya kami mengakui bahwa tulisan ini terdapat beberapa kekurangan dan jauh dari kata sempurna, sebagaimana pepatah menyebutkan “*tiada gading yang tidak retak*” dan sejatinya kesempurnaan hanyalah milik Tuhan semata. Maka dari itu, kami dengan senang hati secara terbuka untuk menerima berbagai kritik dan saran dari para pembaca sekalian, hal tersebut tentu sangat diperlukan sebagai bagian dari upaya kami untuk terus melakukan perbaikan dan penyempurnaan karya selanjutnya di masa yang akan datang.

Terakhir, ucapan terima kasih kami sampaikan kepada seluruh pihak yang telah mendukung dan turut andil dalam seluruh rangkaian proses penyusunan dan penerbitan buku ini, sehingga buku ini bisa hadir dihadapan sidang pembaca. Semoga buku ini bermanfaat bagi semua pihak dan dapat memberikan kontribusi bagi pembangunan ilmu pengetahuan di Indonesia.

Januari, 2022

Penulis

DAFTAR ISI

PRAKATA	iii
DAFTAR ISI	iv
BAB 1 KONSEP DASAR EKONOMI MIKRO	1
A. Ruang Lingkup dan Definisi Ilmu Ekonomi	1
B. Pernyataan Positif dan Pernyataan Normatif.....	3
C. Alat-Alat Analisis Ekonomi.....	3
D. Mikro Ekonomi dan Makro Ekonomi.....	5
E. Tingkah Laku Penjual dan Pembeli	5
F. Permasalahan Pokok Ekonomi	11
G. Jenis-Jenis dan Alat Analisis Ekonomi.....	12
H. Pernyataan Positif dan Normatif.....	14
I. Perbedaan Mikro Ekonomi dan Makro Ekonomi	16
J. Berbagai Alternatif Sistem Ekonomi.....	16
BAB 2 ELASTISITAS PERMINTAAN DAN PENAWARAN	19
A. Elastisitas Permintaan (<i>Demand Elasticity</i>)	19
B. Elastisitas Permintaan Terhadap Pendapatan (Elastisitas Pendapatan)	22
C. Elastisitas Silang.....	23
D. Macam-Macam Elastisitas Pemintaan	24
E. Elastisitas Titik pada Garis	28
F. Faktor-Faktor yang Menentukan Elastisitas Pemintaan.....	29
G. Elastisitas Penawaran	31
H. Faktor-Faktor yang Menentukan Elastisitas Penawaran	31
BAB 3 MASALAH EKONOMI	33
A. Kelangkaan Sebagai Sumber Masalah	33
B. Masalah Pokok Ekonomi	35
C. Masalah Ekonomi Modern	38
BAB 4 TEORI PERMINTAAN DAN PENAWARAN	41
A. Teori Permintaan dan Kurva Permintaan	41
B. Harga dan Permintaan.....	43
C. Daftar Permintaan	44
D. Kurva Permintaan	44
E. Permintaan Perseorangan dan Permintaan Pasar	46
F. Efek Faktor Bukan-Harga Terhadap Permintaan	47
G. Beberapa Faktor Lain.....	49
H. Gerakan Sepanjang dan Perubahan Kurva Permintaan	50

I. Teori Penawaran dan Kurva Penawaran	52
J. Pengaruh Faktor Bukan-Harga Terhadap Penawaran	55
K. Gerakan Sepanjang Kurva Penawaran dan Pergeseran Kurva Penawaran.....	57
BAB 5 TEORI PRODUKSI.....	59
A. Bentuk-Bentuk Perusahaan Perusahaan Perorangan	59
B. Perusahaan Ditinjau dari Sudut Teori Ekonomi.....	65
C. Teori Produksi dalam Ilmu Ekonomi.....	66
D. Faktor-Faktor Produksi	68
E. Konsepsi dari Suatu Fungsi Produksi	71
BAB 6 TINGKAH LAKU KONSUMEN	75
A. Pendahuluan.....	75
B. Teori Nilai Guna (<i>Utility</i>)	76
C. Nilai Guna Total dalam Angka dan Grafik.....	77
D. Grafik Nilai Guna.....	78
E. Pemaksimuman Nilai Guna.....	79
F. Syarat Pemaksimuman Nilai Guna	80
G. Teori Nilai Guna dan Teori Permintaan	81
H. Teori Tingkah Laku Konsumen.....	82
BAB 7 BIAYA PRODUKSI	87
A. Teori Biaya Produksi	87
B. Berbagai Pengertian Biaya Produksi Jangka Pendek	88
C. Biaya Produksi dalam Jangka Panjang	93
BAB 8 MEMAKSIMUMKAN LABA	97
A. Pendahuluan.....	97
B. Unsur-Unsur dan Karakteristik Laba.....	99
C. Fungsi Laba	101
D. Jenis-Jenis Laba.....	101
E. Faktor yang Mempengaruhi Perubahan Laba	102
F. Pendekatan Totalitas (<i>Totality Approach</i>)	103
G. Pendekatan Rata-Rata (<i>Average Approach</i>).....	105
H. Pendekatan Marjinal (<i>Marginal Approach</i>).....	107
BAB 9 PASAR PERSAINGAN SEMPURNA.....	109
A. Pendahuluan.....	109
B. Karakteristik Pasar Persaingan Sempurna	110
C. Penawaran dalam Pasar Persaingan Sempurna	116
D. Kebaikan dan Keburukan Pasar Persaingan Sempurna	121

BAB 10 PASAR MONOPOLI	125
A. Definisi Umum	125
B. Bentuk Pasar Monopoli	126
C. Ciri dan Jenis Pasar Monopoli.....	127
D. Penentuan Harga pada Pasar Monopoli.....	129
E. Kelebihan dan Kelemahan Pasar Monopoli.....	129
F. Faktor-Faktor yang Menyebabkan Timbulnya Monopoli.....	133
DAFTAR PUSTAKA	135
GLOSARIUM	137
INDEKS	146
PROFIL PENULIS	148



KONSEP DASAR EKONOMI MIKRO

A. RUANG LINGKUP DAN DEFINISI ILMU EKONOMI

Ilmu ekonomi adalah suatu bidang ilmu pengetahuan yang sudah berkembang sejak beberapa abad yang lalu. Sebelum masa Adam Smith sudah banyak pemikiran-pemikiran yang dikemukakan mengenai persoalan-persoalan ekonomi yang dihadapi sesuatu negara, tetapi tulisan-tulisan tersebut tidak dikemukakan secara sistematis. Dalam masa hidup Adam Smith, Revolusi Industri baru saja akan bermula. Sedangkan di masa ini kegiatan industri sudah sangat canggih, dan teknologi yang digunakan sudah sangat berbeda dengan yang terdapat pada zamannya Adam Smith. Organisasi perusahaan juga sudah jauh lebih kompleks dan *system* kegiatan memproduksi sudah jauh lebih rumit daripada dalam zaman Adam Smith.

Ilmu ekonomi adalah suatu bidang ilmu pengetahuan yang sudah berkembang sejak beberapa abad yang lalu. Perkembangannya sebagai suatu bidang ilmu pengetahuan bermula sejak tahun 1776, yaitu setelah Adam Smith, seorang pemikir dan ahli ekonomi Inggris, menerbitkan bukunya yang berjudul; *“An Inquiry in to the Nature and Causes of The Wealth Nations”*. Sangatlah sukar untuk membuat definisi yang akan memberikan gambaran yang



ELASTISITAS PERMINTAAN DAN PENAWARAN

A. ELASTISITAS PERMINTAAN (*DEMAND ELASTICITY*)

Elastisitas adalah ukuran persentase perubahan pada satu variabel yang disebabkan oleh perubahan satu persen pada variabel lain. Elastisitas merupakan tingkat kepekaan perubahan kuantitas suatu barang yang disebabkan oleh adanya perubahan faktor-faktor lain. Ukuran yang dipakai untuk mengukur derajat kepekaan digunakan rasio/perbandingan persentase perubahan kuantitas barang yang diminta atau barang yang ditawarkan dengan persentase perubahan faktor-faktor yang menyebabkan kuantitas barang itu berubah. Elastisitas adalah derajat kepekaan kuantitas yang diminta atau ditawarkan terhadap salah satu faktor yang mempengaruhi fungsi permintaan atau penawaran (Arsyad, 1991).

Elastisitas menggambarkan reaksi kepekaan konsumen yang disebabkan faktor tertentu yang mempengaruhi produsen untuk menawarkan barang dan jasanya. Menurut Rahardja dan Manurung (2004), Elastisitas yang dikaitkan dengan harga barang itu sendiri disebut elastisitas harga (*price elasticity of demand*). Sedangkan elastisitas yang dikaitkan dengan harga barang lain disebut



MASALAH EKONOMI

A. KELANGKAAN SEBAGAI SUMBER MASALAH

Secara sederhana, pengertian kelangkaan dapat diartikan sebagai, terbatasnya sumber daya, sehingga mengakibatkan kebutuhan manusia tidak tercukupi. Saat kita memerlukan sesuatu, kita tidak bisa mendapati apa yang kita perlukan, hal ini juga disebut sebagai kelangkaan. Secara luas, kelangkaan ekonomi dapat diartikan sebagai, salah satu masalah ekonomi paling mendasar yang kita hadapi setiap hari, banyak digunakan dalam bisnis untuk menunjukkan kesenjangan antara penawaran dan permintaan.

Pada masa pandemi ini, banyak terjadi kelangkaan di banyak sektor. Hal ini disebabkan merebaknya virus corona covid-19 berlangsung sangat cepat di seluruh bumi ini. Masyarakat dihimbau untuk jaga jarak, tidak berkerumun, menggunakan masker, mencuci tangan sehabis memegang sesuatu dengan menggunakan sabun, di air yang mengalir.

Guna memutus mata rantai persebaran virus, pemerintah di seluruh dunia mengeluarkan aturan, agar masyarakat bekerja dari rumah. Namun pada prakteknya, tidak semua aktivitas yang bisa menyokong kegiatan ekonomi dapat dikerjakan dari rumah. Sehingga banyak sektor industri mengalami kemacetan



TEORI PERMINTAAN DAN PENAWARAN

A. TEORI PERMINTAAN DAN KURVA PERMINTAAN

Dalam ekonomi terdapat permintaan dan penawaran yang saling bertemu dan membentuk satu titik pertemuan dalam satuan harga dan kuantitas (jumlah barang). Setiap transaksi perdagangan pasti ada permintaan, penawaran, harga dan kuantitas yang saling mempengaruhi satu sama lain.

Permintaan adalah istilah untuk sejumlah barang dan jasa yang diinginkan untuk dibeli pada tingkat harga dan waktu tertentu sesuai dengan pasar. Hukum permintaan yakni ketika suatu harga barang atau jasa turun, maka jumlah permintaan akan naik. Sebaliknya saat harga barang yang diminta naik, maka permintaan akan turun. Istilah lain Permintaan adalah sejumlah barang yang akan dibeli atau diminta pada tingkat harga tertentu dan dalam waktu tertentu.

Masyarakat selaku konsumen harus membeli barang atau jasa keperluannya di pasar, keadaan ini mengandaikan bahwa barang atau jasa itu memiliki tingkat harga tertentu. Ada berbagai macam harga di pasar selanjutnya mengandaikan adanya kondisi yang mempengaruhi. Jadi permintaan adalah jumlah barang atau jasa yang dibeli dalam berbagai situasi dan tingkat harga.



TEORI PRODUKSI

A. BENTUK-BENTUK PERUSAHAAN PERUSAHAAN PERORANGAN

Perusahaan perorangan dimiliki, dikelola dan dipimpin oleh seseorang yang bertanggung jawab penuh terhadap semua risiko dan aktivitas perusahaan. Tidak ada pemisahan modal antara kekayaan pribadi dan kekayaan perusahaan.

Perusahaan perseorangan (bahasa Inggris: *sole trader* atau *sole proprietorship*) adalah suatu perusahaan atau bentuk bisnis yang paling sederhana yang dimiliki oleh pemilik tunggal sedangkan pengusaha perorangan adalah pemilik dari suatu perusahaan perseorangan yang memiliki kendali penuh atas bisnis tersebut. Individu dapat membuat badan usaha perseorangan tanpa izin dan tata cara tertentu. Semua orang bebas berkembang membuat bisnis personal tanpa ada batasan untuk mendirikaninya. Tujuan pendirian perusahaan perseorangan dikhususkan hanya untuk memperoleh laba. Kekayaan perusahaan meliputi kekayaan pribadi dari pengusaha tanpa ada pemisahan sama sekali. Dari segi permodalan pengusaha perseorangan dapat saja mendapatkan pinjaman dari kreditur untuk menanggung biaya operasional perusahaan, tetapi tidak berarti pinjaman itu sebagai bukti kepemilikan lain dari orang tersebut. Akibat dari adanya utang tersebut pemilik bertanggung jawab



TINGKAH LAKU KONSUMEN

A. PENDAHULUAN

Konsumen adalah setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Jika tujuan pembelian produk tersebut untuk dijual kembali (Jawa: *kulakan*), maka dia disebut pengecer atau *distributor*. Kegiatan pelaku konsumen ini disebut dengan konsumsi. Kepentingan konsumen adalah memenuhi kebutuhannya dengan memperhitungkan keterjangkauan daya belinya.

Perilaku konsumen adalah proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan. Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Untuk barang berharga jual rendah (*low-involvement*) proses pengambilan keputusan dilakukan dengan mudah, sedangkan untuk barang berharga jual tinggi (*high-involvement*) proses pengambilan keputusan dilakukan dengan pertimbangan yang matang.



BIAYA PRODUKSI

A. TEORI BIAYA PRODUKSI

Biaya produksi dapat didefinisikan sebagai semua pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh faktor-faktor produksi dan bahan-bahan mentah yang akan digunakan untuk menciptakan barang-barang yang diproduksi perusahaan tersebut. Biaya produksi yang dikeluarkan setiap perusahaan dapat dibedakan kepada dua jenis: biaya eksplisit dan biaya tersembunyi (*imputed cost*). Biaya eksplisit adalah pengeluaran-pengeluaran perusahaan yang berupa pembayaran dengan uang untuk mendapatkan faktor-faktor produksi dan bahan mentah yang dibutuhkan, sedangkan biaya tersembunyi adalah taksiran pengeluaran terhadap faktor-faktor produksi yang dimiliki oleh perusahaan itu sendiri.

Pengeluaran yang tergolong sebagai biaya tersembunyi antara lain adalah pembayaran untuk keahlian keusahaan produsen tersebut, modalnya sendiri yang digunakan dalam perusahaan, dan bangunan perusahaan yang dimilikinya. Cara menaksir pengeluaran seperti itu adalah dengan melihat pendapatan yang paling tinggi yang diperoleh apabila produsen itu bekerja diperusahaan lain,



MEMAKSIMUMKAN LABA

A. PENDAHULUAN

Pada pembahasan-pembahasan sebelumnya telah dikatakan bahwa tujuan perusahaan adalah mencari keuntungan atau laba (*profit*). Laba merupakan kompensasi atas risiko yang ditanggung oleh perusahaan. Semakin besar risiko, kemungkinan mendapatkan laba yang diperoleh juga semakin besar. Laba atau keuntungan adalah nilai penerimaan total perusahaan dikurangi biaya total yang dikeluarkan perusahaan. Jika laba dinotasikan TC, pendapatan total sebagai TR dan biaya total adalah TC, maka $\pi = P \cdot Q - (FC + VQ)$. Perusahaan dikatakan memperoleh laba apabila nilai π positif ($\pi > 0$) dimana $TR > TC$. Laba maksimum tercapai bila nilai π mencapai maksimum. Terdapat tiga pendekatan penghitungan laba maksimum yang akan dibahas, yakni Pendekatan totalitas, Pendekatan rata-rata, dan pendekatan marjinal.

Pengertian laba secara umum adalah selisih dari pendapatan di atas biaya-biayanya dalam jangka waktu (periode) tertentu. Laba sering digunakan sebagai suatu dasar untuk pengenaan pajak, kebijakan dividen, pedoman investasi serta pengambilan keputusan dan unsur prediksi (Harnanto, 2003). Laba adalah kenaikan modal (aktiva bersih) yang berasal dari transaksi sampingan atau transaksi yang jarang terjadi dari suatu badan usaha, dan dari semua transaksi



PASAR PERSAINGAN SEMPURNA

A. PENDAHULUAN

Pasar persaingan sempurna adalah solusi paling tepat untuk meningkatkan perekonomian sekaligus kesejahteraan masyarakat. Sebab, di dalam sistem pasar seperti ini, penawaran dan permintaan berjalan seimbang. Tak ketinggalan pula didasari atas hubungan batin yang kuat antara produsen dan konsumennya.

Berbeda halnya dengan pasar monopoli, pasar persaingan sempurna merupakan suatu sistem transaksi jual beli produk yang tidak dipengaruhi oleh fluktuasi harga apapun. Oleh sebab itu, siapapun yang bertransaksi di sini umumnya berdasarkan keinginan untuk membantu sesama. Sementara produk yang disediakan produsen adalah produk yang memang benar-benar dibutuhkan oleh sebagian besar masyarakat.

Pasar persaingan sempurna merupakan pasar yang di dalamnya terjadi transaksi antara penjual dan pembeli dalam bentuk penawaran, serta permintaan produk. Bedanya dengan pasar biasa adalah di dalam sistem ini, transaksi yang dilakukan tidak dipengaruhi oleh naik turunnya harga apapun.



PASAR MONOPOLI

A. DEFINISI UMUM

Monopoli adalah suatu keadaan dimana didalam pasar hanya ada satu penjual sehingga tidak ada pihak lain yang menyainginya. Ini adalah kasus monopoli murni atau *pure monopoly*. Dalam kenyataan sulit untuk mendapatkan suatu perusahaan yang memberi contoh monopoli murni. Dimana tidak ada unsur persaingan dari perusahaan yang lain. Karena seandainya pun hanya ada satu penjual dipasar, sehingga tidak ada persaingan langsung dari perusahaan lain, kemungkinan masih ada perusahaan yang tidak langsung, misalnya dari produk atau barang-barang dari perusahaan lain yang bias sebagai substitusi (meski substitusi tidak sempurna) untuk barang-barang yang dihasilkan perusahaan monopoli.

Secara umum perusahaan monopoli menyandang predikat jelek karena dikonotasikan dengan perolehan keuntungan yang melebihi normal dan *supply* komoditas yang lebih sedikit bagi masyarakat, meskipun dalam prakteknya tidak selalu demikian.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfianto, Hendry. 2009. *Analisis Penawaran Bawang Merah Di Kabupaten Karanganyar*.
- Arsyad, Lincolin. 1991. *Ikhtisar teori dan Soal Jawab Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: BPFE.
- Boediono & Peter Mc.Cowley, Bunga Rampai Ekonomi Mikro, Gama Press, Yogyakarta, 1976.
- Boediono, Dr, Ekonomi Mikro, BPFE Yogyakarta, 1982.
- Dominick Salvatore, Ph.D, Micro Economic Theory. Schaum's outline Series, Theory and Problems Mc. Graw Hill Book Company 1974.
- Dr. Boediono, Ekonomi Mikro, Seri Sinopsis BPFE Yogyakarta, 1984
- Drs. Hartowo, Teori Perilaku Konsumen, 1985.
- Drs. Muhmmad Adnan Hadjan, Pengantar Ekonomi Mikro dan Soal-Soal Latihan, BPFE Yogyakarta, 1985.
- <https://123dok.com/document/9ynlw51q-teori-pasar-i-pasar-monopoli.html>
- <https://ekonomi.bunghatta.ac.id/index.php/id/...>
- <https://kledo.com/blog/pasar-persaingan-sempurna> Rusmijati, Teori Ekonomi Mikro I,, Graha Cendekia: cetakan 1September 2017
- <https://www.simulasikredit.com>
- Manurung, Mandala dan Rahardja, Pratama. 2004. *Uang, Perbankan dan Ekonomi Moneter (Kajian Kontekstual Indonesia)*. Jakarta: FEUI.
- Nugroho, J. Setiadi. 2003. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.

- Rahardja, Pratama dan Mandala M. 2004. *Pengantar Ilmu Ekonomi*, Edisi Revisi. Jakarta: LPFE UI.
- Rahardja,pratama. *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro&Makro Edisi ketiga*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia: 2008
<http://adenovitpunya.blogspot.com/2013/05/makalah-memaksimalkan-keuntungan.html>
- Riamithapengantar Teori Ekonomi Mikro (Rangkuman)Dipublikasi Pada Mei 22, 2013 Wordpress.Com
- Richard H Lefwich, *The Price System and Resources Allocation*, 7 th Edition, The Dryden Press Hinsdale, Illinois, 1979.
- Rosyidi, Suherman. 2009. *Pengantar Teori Ekonomi*, Edisi Revisi. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi*, PT. Raja Grafindo Persada, 2005.
- Soeharno, Prof, Dr, TS., SU, *Teori Mikro Ekonomi*, Andi Yogyakarta, 2009.
- Sri Rahayu & Dinarossi Utami *Buku Ajar Teori Ekonomi Mikro*, Universitas Muhammadiyah Palembang
- Sugiarto, Said Kelana, dkk, *Ekonomi Mikro: Suatu Pendekatan Praktie*, Gramedia Pustaka Utama, 2000.
- Sukirno, Sadono. 1994. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*, Edisi Ketiga. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- Sukirno, Sadono. 2000. *Makro Ekonomi Modern*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sukirno,sadono. *Pengantar Teori Ekonomi Mikro*. PT Raja Gafindo Persada. Jakarta: 2002
- Tim Pengembang e-Modul Direktorat Pembinaan SMA - Masalah Ekonomi dalam Sistem Ekonomi, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan
www.gurupendidikan.co.id/pasar-monopoli/

PROFIL PENULIS



Sigit Purnomo, S.H., M.M., CT., lahir di Jakarta pada tanggal 15 Maret 1982. Tahun 2005 lulus Sarjana Hukum (S.H.) Program Studi Ilmu Hukum (S.1) Fakultas Hukum pada Universitas Pancasila, Jakarta. Tahun 2017 lulus Program Magister Manajemen (M.M.) Program Pascasarjana (S.2) Konsentrasi Sumber Daya Manusia pada Universitas Pamulang, Tangerang Selatan. Pernah menempuh pendidikan nonformal pada Ansaindo Mulka Holistica (*Certified of Trainer*). Sebagai penulis buku Manajemen Sumber Daya Manusia Pendekatan Teoritis dan Praktis ISBN 978-623-6506-53-0 yang sudah di HAKI 000222359. Beberapa hasil penelitian dipublikasikan pada Jurnal Ilmiah Terakreditasi Nasional ber ISSN. Sebelumnya, Penulis juga pernah bekerja di PT. Bank Danamon Indonesia, Tbk (BDI) tahun 2007-2009. Dan pernah bekerja pada PT. Panca Putra Madani pada tahun 2010-2016. Saat ini berkarier sebagai Dosen tetap di Program Studi Manajemen S-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pamulang, Tangerang Selatan dan mengajar sebagai Tutor/Tuton Fakultas Hukum dan Sosial Ilmu Politik (FHSIP) pada Universitas Terbuka (UT). Demikian sekilas biodata penulis, semoga buku yang diterbitkan ini dapat berguna dan bermanfaat bagi diri saya sendiri dan untuk khalayak umum yang membutuhkan. Penulis bisa dihubungi melalui email sgit82purnomo@gmail.com atau melalui nomor WA 0878.7132.0951.

TEORI EKONOMI MIKRO

Istilah ekonomi mikro diartikan sebagai suatu cabang dari ilmu ekonomi yang mempelajari perilaku konsumen dan perusahaan serta penentuan dalam menentukan harga pasar dan kuantitas barang dan jasa. Mikro ekonomi sendiri berfungsi menganalisis bagaimana segala keputusan dan juga perilaku tersebut mempengaruhi penawaran dan juga permintaan atas barang dan jasa yang akan menentukan harga, menentukan penawaran serta juga permintaan barang dan jasa selanjutnya. Selain itu ekonomi mikro juga berperan dalam membuat Kebijakan perusahaan mengenai pengelolaan sumber daya seperti pengelolaan harga. Adanya kebijakan dalam perusahaan juga dapat menjadikan perusahaan lebih strategis dan inovatif. Ekonomi mikro sangat berperan dalam memprediksi hingga merancang strategi suatu perusahaan kedepannya. Ekonomi mikro akan mempermudah suatu perusahaan dalam memahami Perilaku, keinginan dan kebutuhan konsumen.

Berdasarkan hal tersebut maka, buku teori ekonomi mikro ini menyajikan segala yang dibutuhkan oleh para pelaku ekonomi dalam menjalankan roda perputaran perekonomiannya agar dapat menciptakan kualitas dan kuantitas perekonomian yang baik. Oleh sebab itu buku ini hadir dihadapan sidang pembaca sebagai bagian dari upaya diskusi sekaligus dalam rangka melengkapi khazanah keilmuan dibidang ilmu ekonomi, sehingga buku ini sangat cocok untuk dijadikan bahan acuan bagi kalangan intelektual dilingkungan perguruan tinggi ataupun praktisi yang berkecimpung langsung dibidang ilmu ekonomi.



Penerbit
widina
www.penerbitwidina.com

ISBN 978-623-5811-89-5



9

786235

811895