

# EKONOMI MANAJERIAL

**Presented by :  
M Anang Firmansyah**



# BAGIAN I

Pendahuluan

# BAB I

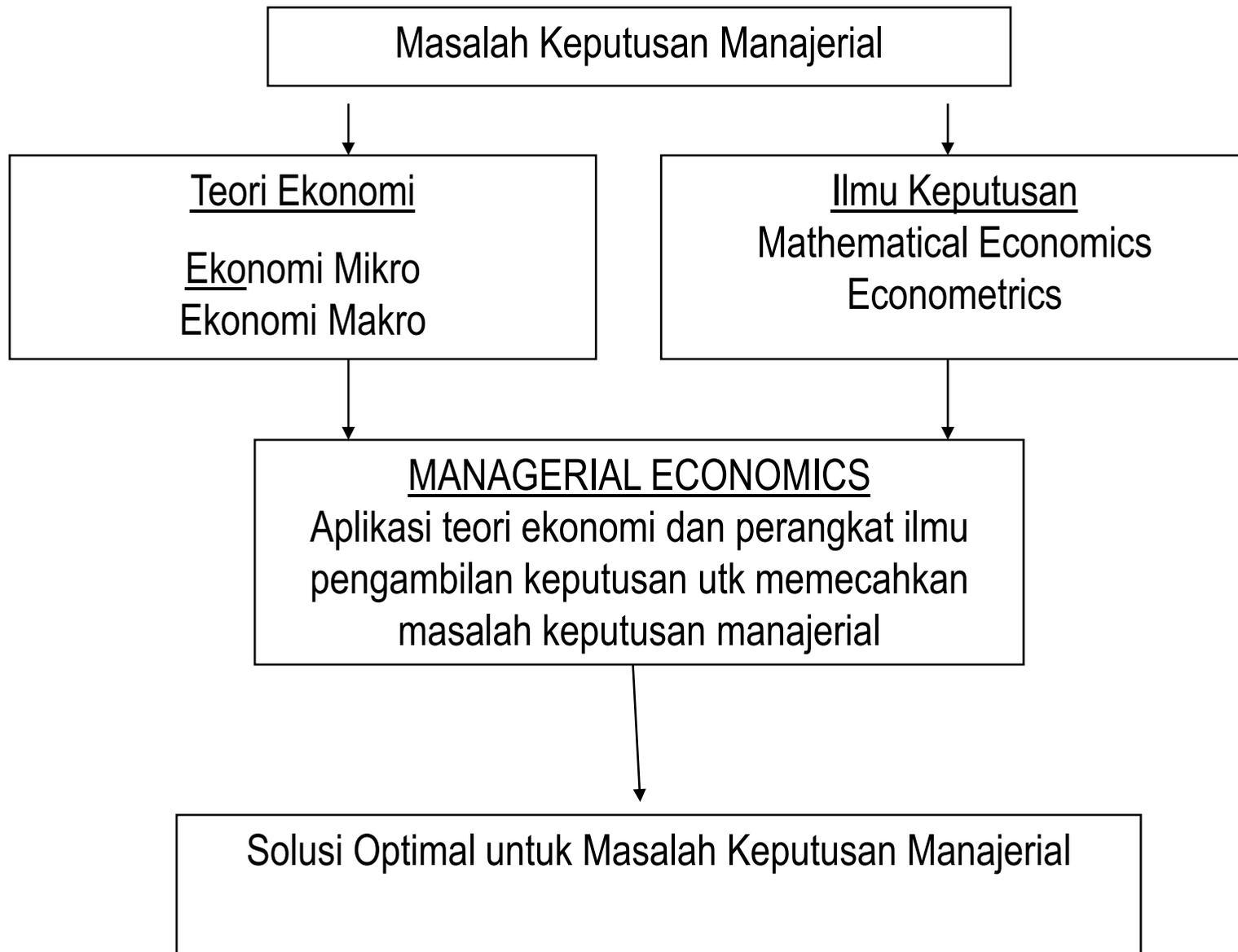
Pengertian dan Ruang Lingkup Ekonomi Manajerial

# Ruang Lingkup Ekonomi Manajerial

- Definisi Ekonomi Manajerial
- Keterkaitan dengan Teori Ekonomi
- Keterkaitan dengan Ilmu Keputusan
- Keterkaitan dengan Berbagai Area Fungsional ilmu Administnsi Bisnis

# Difinisi Manajerial Ekonomi

- Aplikasi dari teori ekonomi dan perangkat analisis ilmu pengambilan keputusan untuk membahas bagaimana suatu organisasi dapat mencapai tujuan atau maksudnya dengan cara yang paling efisien.



# TEORI PERUSAHAAN

- Beberapa Alasan Adanya Perusahaan dan Fungsinya: adanya hal2 ekonomis yang ditimbulkan dalam produksi dan distribusi yg memberikan keuntungan yg besar kpd pengusaha, pekerja dan pemilik sumber daya

Tujuan dan Nilai Perusahaan: maksud utama dari perusahaan adalah memaksimalkan kekayaan atau nilai perusahaan, yang ditunjukkan oleh nilai sekarang dari keuntungan masa depan yang diharapkan perusahaan.

Kendala-kendala dalam Operasi Perusahaan  
Keterbatasan Teori Perusahaan

Kendala dapat berupa sumber daya, hukum dll

# SIFAT DAN FUNGSI LABA

- Laba Bisnis merupakan penerimaan perusahaan dikurangi biaya eksplisit versus Laba Ekonomi merupakan penerimaan perusahaan dikurangi biaya eksplisi dan implisit
- Teori Laba (5); menghadapi resiko, karena gesekan, monopoli, Inovasi dan efisien Manajerial
- Fungsi Laba : memberikan tanda untuk alokasi yang efisien dari sumberdaya masyarakat

# ETIKA BISNIS

- mencoba untuk melarang tingkah laku dari bisnis, manajer dan para pekerja pada perusahaan yg seharusnya tidak dilakukan
- Etika Bisnis di Boeing (studi kasus 1-6)
- Enron - Andersen dan Keuangan lainnya

# KERANGKA KERJA INTERNASIONAL EKONOMI MANAJERIAL

- Munculnya, Persoalan Global
- Pemimpin Bisnis Global
- Perusahaan-perusahaan yang Paling Dikagumi di Tingkat Global
- Globalisasi dan Terorisme

# EKONOMI MANAJERIAL DAN INTERNET

- Internet adalah tempat yang bagus untuk memulai mencari informasi tentang ekonom manajerial. Sebagai contoh, Anda dapat menemukan informasi tentang kecenderungan ekonomi makro dalam hal inflasi, pertumbuhan, dan pengangguran, sebagaimana pula informasi ekonomi mikro tentang sektor tertentu, industri, dan perusahaan.

# BAB II

Berbagai Teknik Optimasi dan Peralatan Manajemen Baru

# Metode Dalam Mengambarkan hub Ekonomi

---

- Hubungan ekonomi dapat digambarkan dalam bentuk persamaan, tabel, atau grafik. Bila hubungannya sederhana, tabel dan/atau grafik dapat mencukupi.

# Hubungan Biaya Total Rata-Rata, dan Marginal

- dipergunakan untuk menunjukkan bagaimana perusahaan memaksimalkan keuntungan (contoh paling penting dan perilaku mengoptimalkan perusahaan).

# ANALISIS OPTIMISASI

- Analisis optimisasi dapat lebih mudah dijelaskan dengan mempelajari proses perusahaan dalam menentukan tingkat output yang memaksimalkan laba total. Kita akan mulai dengan mempergunakan kurva penerimaan total dan biaya total

# KALKULUS DIFERENSIAL TURUNAN DAN ATURAN DIFERENSIASI

- Analisis optimisasi dapat dilakukan lebih efisien dan tepat dengan kalkulus diferensial, yang didasarkan pada konsep turunan.

# OPTIMISASI DENGAN KALKULUS

- Kita mempelajari proses optimisasi dengan kalkulus. Mula-mula kita mempelajari bagaimana kita dapat menentukan titik di mana suatu fungsi mencapai maksimum atau minimum, kemudian menunjukkan bagaimana membedakan antara maksimum dengan minimum.

# OPTIMISASI MULTIVARIAT

- Atau proses menentukan titik balik maksimum atau minimum suatu fungsi yang memiliki 2 variabel

# OPTIMISASI TERKENDALA

- mempelajari optimisasi tanpa kendala, atau maksimisasi atau minimisasi fungsi tujuan tanpa kendala. namun dalam sebagian besar waktunya, manajer menghadapi berbagai kendala dalam keputusan optimisasi. Sebagai contoh, suatu perusahaan dapat menghadapi keterbatasan pada kapasitas produksinya atau pada ketersediaan tenaga ahil dan bahan mentah yang penting. Perusahaan juga dapat menghadapi kendala hukum atau lingkungan.

# PERALATAN MANAJEMEN BARU UNTUK OPTIMISASI

- Alat yang paling penting adalah perbandingan (benchmarking), manajemen kualitas total (total quality management—TQM), rekayasa ulang (reengineering), organisasi pembelajar (learning organization).

# Manajemen Kualitas Total

Lima aturan untuk menentukan suksesnya suatu program TMQ

- Pejabat Eksekutif perusahaan (CEO) tegas dan nyata mendukung program tersebut
- Harus jelas keuntungan dari program tersebut
- Memiliki tujuan dan strategi
- Memberikan hasil keuangan dan kompesasi
- Program harus dibuat oleh perusahaan khusus

## Rekayasa Ulang

- Rekayasa ulang (reengineering) adalah kecenderongan manajemen yang paling terkenal pada pertengahan tahun 1990-an. Proses rekayasa ulang berusaha mengorganisasi perusahaan secara keseluruhan.

## Organisasi Pembelajar

- Organisasi pembelajar boleh jadi merupakan peralatan manajemen yang paling terkenal dalam dasawarsa ini. Organisasi pembelajar (learning organization) menghargai pembelajaran

# Peralatan Manajemen Yang Lain

- **Perluasan pembatasan (broadbanding) - menghapus berbagai tingkatan gaji yang terlalu banyak untuk mendorong perpindahan antar pekerja di dalam perusahaan, untuk meningkatkan fleksibilitas tenaga kerja dan menurunkan biaya.**
- **Model bisnis langsung (direct business model) secara langsung dengan konsumen, menghilangkan waktu dan biaya distribusi dad pihak \ ketiga (yaitu, menghilangkan distributor, seperti pada penjualan PC Dell).**

- 
- Membuat jaringan kerja (networking)
  - Kekuatan menentukan harga (pricing power)
  - Manajemen proses (process management)
  - Model dunia kecil (small-world model)
  - Integrasi maya (virtual integration)
  - Manajemen maya (virtual management)

# BAGIAN 2 : Perilaku Konsumen



# TEORI PERMINTAAN

## BAB III



Dalam ekonomi manajerial kita sangat tertarik pada permintaan terhadap suatu komoditas yang dihadapi oleh suatu perusahaan. masih bergantung pada ukuran dari total permintaan pasar atau industri terhadap komoditas tersebut, yang lebih lanjut merupakan jumlah dan seluruh permintaan konsumen individual terhadap komoditas tersebut di dalam suatu pasar.



Teori permintaan konsumen (consumer demand theory) mempostulatkan bahwa jumlah komoditas yang dirninta merupakan suatu fungsi dari atau bergantung pada harga komoditas tersebut, pendapatan konsumen, harga komoditas yang berhubungan (komplementer atau substitusi), dan selera konsumen.

# Permintaan Individual menjadi Permintaan Pasar

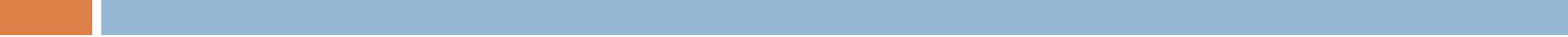
- Kurva permintaan pasar (market demand curve) untuk suatu komoditas secara sederhana merupakan penjumlahan secara horizontal dari kurva kurva permintaan semua konsumen dalam suatu pasar

# Permintaan yang Dihadapi oleh Perusahaan

- Karena analisis tentang suatu perusahaan merupakan pokok dari ekonomi manajerial, ketertarik kepada permintaan yang dihadapi oleh suatu perusahaan. Permintaan terhadap komoditas yang dihadapi perusahaan bergantung kepada ukuran permintaan pasar atau industri terhadap komoditas tersebut, bentuk organisasi industrinya, dan jumlah perusahaan yang dalam industri tersebut.

# ELASTISITAS PERMINTAAN TERHADAP HARGA

- kepekaan respons dari kuantitas komoditas yang diminta terhadap perubahan harganya faktor yang sangat penting bagi perusahaan.



**faktor yang mempengaruhi elastisitas  
permintaan terhadap harga dan menyajikan  
beberapa di di dunia nyata mengenai hal  
tersebut.**



# **Elastitas Permintaan Titik Terhadap Harga**



# **Elastisitas Permintaan Busur Terhadap Harga**



# **Elastisitas Harga, Penerimaan Total, dan Pendapatan marginal**



# **ELASTISITAS PERMINTAAN TERHADAP PENDAPATAN**

# ELASTISITAS PERMINTAAN SILANG TERHADAP HARGA

- Permintaan akan suatu komoditas juga bergantung pada harga dari komoditas yang berhubungan (substitusi atau komplementer).

# PENGGUNAAN ELASTISITAS DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN MANAJERIAL

- Analisis dan kekuatan atau variabel-variabel yang memengaruhi permintaan dan estimasi yang dapat dipercaya terhadap dampaknya secara kuantitas terhadap penjualan adalah sangat penting bagi perusahaan untuk membuat keputusan produksi yang terbaik dan rencananya untuk pertumbuhan.



# **KONVERGENSI INTERNASIONAL PADA SELERA**

# ELECTRONIC COMMERCE

- Sejak pertengahan tahun 1990-an, Internet sudah memberikan sumbangan kepada meningkatnya perdagangan elektronik atau bisnis elektronik dan merevolusi segala macam bentuk hubungan bisnis tradisional.

# BAB IV

Masalah Identifikasi



Kurva permintaan untuk suatu komoditas biasanya diestimasi dari data yang ada di pasar tentang kuantitas yang dibeli dari suatu komoditas pada berbagai tingkat harga dalam jangka waktu tertentu (menggunakan data deret-waktu) atau berbagai unit konsumsi atau pasar pada satu waktu (menggunakan data kerat-lintang).

# PENDEKATAN PENELITIAN PEMASARAN UNTUK ESTIMASI PERMINTAAN

- Sementara analisis regresi (untuk didiskusikan selanjutnya) sejauh ini merupakan metode yang sangat penting dan berguna untuk mengestimasi permintaan, pendekatan penelitian pemasaran juga sering digunakan.

# Eksperimen Pasar

- Keunggulan dari eksperimen pasar adalah bahwa mereka dapat dilakukan dalam skala besar untuk lebih meyakinkan mengenai keabsahan dari hasilnya dan bahwa konsumen tidak sadar

# Pengenalan terhadap Analisis Regresi

- Untuk memperkenalkan analisis regresi , katakanlah seseorang manajer ingin menentukan hubungan antara biaya iklan perusahaan dengan pendapatan penjualannya dengan menguji hipotesis .

# ANALISIS REGRESI SEDERHANA

- **Metode Kuadrat Terkecil Biasa**
- **Uji Signifikansi Estimasi parameter**
- **Aspek Lainnya dalam Uji Signifikansi dan Interval Keyakinan**
- **Uji Kecocokan Model dan Korelasi**

# ANALISIS REGRESI BERGANDA

- Melakukan estimasi terhadap parameter-parameter regresi, bagaimana melakukan uji signifikansi secara statistik, serta bagaimana mengukur, menguji kekuatan, dan menjelaskan seluruh variable explanatory dan regresi secara keseluruhan.

# ANALISIS REGRESI BERGANDA

---

- Koefisien Determinansi dan  $R^2$  Yang disesuaikan
- Analisis Varian
- Estimasi Titik dan Interval

# MASALAH DALAM ANALISIS REGRESI

- **Multikolineanitas**
- **Heteroskedastisitas**
- **Otokolerasi**

# ESTIMASI PERMINTAAN DENGAN ANALISIS REGRESI

- Estimasi permintaan dengan menggunakan analisis regresi. Secara spesifik, kita akan membahas tentang spesifikasi dan model yang akan diestimasi, kebutuhan akan data, bentuk fungsional yang mungkin bagi persamaan permintaan, dan evaluasi hasil terhadap ekonometri yang diperoleh.

# ESTIMASI PERMINTAAN DENGAN ANALISIS REGRESI

- **Spesifikasi Model**
- **Mengumpulkan Data dari Variabel-variabel**
- **Mengspesifikasi Bentuk Persamaan permintaan**

# MENGESTIMASI PERMINTAAN EKSPOR DAN IMPOR AMERIKA SERIKAT

- Elastisitas Pendapatan dan Harga atas Ekspor-impor di Dunia Nyata
- Komoditas impor dan Ekspor Utama Amerika Serikat
- Partner Dagang Utama Amerika Serikat
- Eksportir Internasional Utama Amerika Serikat

## BAB V

# Peramalan Permintaan

# Peramalan Permintaan

- Tujuan peramalan ekonomi adalah untuk mengurangi resiko atau ketidakpastian yang dihadapi perusahaan dalam pengambilan keputusan operasional jangka pendek dan dalam perencanaan untuk pertumbuhan jangka panjang

# Peramalan Permintaan

- Teknik Survey
- Jejak Pendapat
- Mendapatkan Perspektif Luar Negeri

## Metode peramalan rnana yang dipilih oleh suatu perusahaan bergantung pada

- ❑ Biaya persiapan peramalan dan keuntungan yang dihasilkan da penggunaannya,
- ❑ Jangka waktu dalam pembuatan keputusan,
- ❑ Periode waktu peramalan (jangka pendek atau jangka panjang),
- ❑ Tingkat akurasi yang dikehendaki,
- ❑ Kualitas dan ketersediaan data,
- ❑ Tingkat kerumitan hubungan yang akan diramalkan.

# Teknik Survei

- Survei Departemen Perdagangan lebih komprehensif
- Survei tentang rencana perubahan inventori dan harapan penjualan.
- Survei tentang rencana pengeluaran konsumen

# Jajak Pendapat

---

- Perusahaan dapat meramalkan penjualannya melalui pendapat para pakar di dalam dan di luar perusahaan.

# Ada beberapa teknik jejak pendapat:

- Jajak pendapat eksekutif
- Jejak pendapat tenaga penjual
- Jejak pendapat tentang keinginan konsumen

# ANALISIS DERET-WAKTU

- Mengapa kebanyakan data deret waktu berfluktuasi, dan Bagaimana menggunakan informasi ini untuk meramalkan nilai-nilai dari deret-waktu.

# Sebab-sebab Terjadinya Fluktuasi dalam Data Deret-Waktu

- Tren sekuler (secular trend)
- Fluktuasi siklis (cyclical fluctuations)
- Variasi musiman (seasonal variation)

# Proyeksi Tren

- Begitu paling sederhana dari analisis deret-waktu adalah memproyeksi tren masa lalu dengan meletakkan suatu garis lurus pada data, baik secara visual atau, lebih persis lagi, dengan analisis regresi.

# Variasi Musiman

- Dengan mempertimbangkan keterkaitan variasi musiran, kita dapat memperbaiki perkiraan penjualan listrik dalam kota secara signifikan. kita dapat melakukan ini dengan menggunakan metode rasio-tren (ratio – L tren) atau dengan menggunakan variabel dummy

# TEKNIK PENGHALUSAN

- Metode-metode lain untuk peramalan sederhana ada teknik penghalusan (smoothing techniques). Teknik itu meramalkan suatu deret-waktu atas dasar beberapa rata-rata dari nilai nilainya yang lalu saja

# METODE-METODE BAROMETRIK

- Salah satu cara untuk meramalkan atau mengantisipasi perubahan jangka pendek dalam aktivitas ekonomi atau titik balik dalam siklus bisnis adalah dengan menggunakan indeks dan indikator-indikator utama peningkatan dalam indikator ekonomi utama (leading economic indicators) digunakan untuk meramalkan peningkatan dalam aktivitas bisnis secara umum, dan sebaliknya.

# MODEL EKONOMETRIK

- Teknik peramalan ekonometrik sering menggunakan hal-hal yang terbaik yang terdapat dalam teknik peramalan lain, seperti tren atau variasi musiman, teknik penghalusan dan indikator utarna.

- 
- Metode peramalan ekonometrik dapat bervariasi antara model persamaan tunggal dari persamaan yang dihadapi perusahaan untuk produknya sampai model persamaan.

# PERAMALAN INPUT-OUTPUT

- suatu perusahaan dapat juga meramalkan penjualannya dengan menggunakan tabel input-output, analisis input-output (input-output analysis) diperkenalkan oleh Wassily Leontief mengarah pada studi empiris tentang ketergantungan antar berbagai industri dan sektor

# BAGIAN III

ANALISIS PRODUKSI DAN BIAYA

# BAB VI

TEORI PRODUKSI DAN ESTIMASI

# ORGANISASI PRODUKSI



- Produksi (production) merujuk pada perubahan bentuk berbagai input atau sumber-sumber daya menjadi output berupa barang dan jasa.

# FUNGSI PRODUKSI

- Seperti halnya teori permintaan yang berfokus pada konsep fungsi permintaan, teori produksi juga bergerak pada sekitar konsep fungsi produksi. suatu fungsi produksi (,productios function) ada persamaan, tabel, atau grafik yang menunjukkan output komoditas maksimum perusahaan yang bisa diproduksi pada setiap periode waktu dengan kombinasi input.

# FUNGSI PRODUKSI DENGAN SATU INPUT VARIABEL

## Produk Total, Rata-rata, dan Marginal

- Dengan menjaga kuantitas salah satu input konstan dan mengubah kuantitas input lain yang digunakan, kita akan dapat menurunkan produk total (total product) dan input variabel.

# PENGGUNAAN INPUT VARIABEL SECARA OPTIMUM

- Berapa banyak tenaga kerja (input variabel dalam diskusi terdahulu) yang harus digunakan oleh perusahaan untuk mendapatkan laba atau keuntungan maksimum? Jawabannya adalah bahwa perusahaan harus mempekerjakan tambahan satu unit tenaga kerja sepanjang tambahan penerimaan yang dihasilkan dari penjualan output yang diproduksi melebihi tambahan biaya karena mempekerjakan tenaga kerja tersebut

# FUNGSI PRODUKSI DENGAN DUA INPUT VARIABEL

- Fungsi ini bisa ditunjukkan secara grafis dengan isokuan, untuk mengembangkan kondisi yang efisien bagi kombinasi input dalam produksi.

# TEORI DAN ESTIMASI BIAYA

---

- Salah satu hal penting dalam analisis biaya adalah perbedaan antara biaya eksplisit dan implisit.

# Biaya eksplisit

- Biaya eksplisit (explicit cost) berarti pengeluaran aktual perusahaan untuk mempekerjakan tenaga kerja, menyewa atau membeli input yang dibutuhkan dalam produksi.

# Biaya implisit

---

- Biaya implisit (implicit cost) berarti nilai input yang dimiliki dan digunakan oleh perusahaan dalam aktivitas produksinya sendiri.

# FUNGSI BIAYA JANGKA PENDEK

- Membedakan antara biaya tetap (fixed cost) dengan biaya variable dari menurunkan fungsi biaya total dan biaya per unit dari suatu perusahaan

# Fungsi Biaya total dan Biaya per Unit Jangka pendek

- Mendefinisikan jangka pendek sebagai suatu periode di mana beberapa input perusahaan adalah tetap .kewajiban total per periode perusahaan untuk seluh input tetap disebut biaya total. Dalam jangka pendek kita mempunyai biaya tetap dan Maya variabel. Biaya total sania dengan biaya tetap ditambah Maya variabel total



Kurva biaya total rata-rata, biaya variabel rata-rata, dan biaya marginal berbentuk U. kurva biaya marginal mencapai minimum sebelum kurva biaya total rata-rata dan biaya variabel rata rata serta memotong kedua kurva tersebut dan bawah pada titik terendah



# **FUNGSI BIAYA JANGKA PANJANG**



Melihat hubungan antara larva biaya rata-rata jangka panjang dengan kurva biaya rata-rata jangka pendek perusahaan tersebut.

- 
- kita mendefinisikan jangka panjang sebagai suatu periode di mana seluruh input adalah variabel. Sehingga, seluruh biaya adalah variabel dalam jangka panjang (artinya, perusahaan tidak menghadapi biaya tetap).



□ Kurva biaya total jangka panjang (long-run total cost/LTC) diturunkan dari pola ekspansi perusahaan dan menunjukkan biaya total jangka panjang minimal dalam memproduksi berbagai tingkat output.

# UKURAN PABRIK DAN SKALA EKONOMIS

- Ekonomis muncul pada tingkat output yang lebih besar. “skala ekonomis” merujuk pada suatu situasi di mana pertumbuhan output secara proporsional lebih cepat dibandingkan input.

- 
- . Dengan harga input konstan, akan menyebabkan biaya per unit menjadi lebih tinggi. Sehingga, skala hasil menurun tercermin dalam suatu kurva LAG yang meningkat (naik).

# KURVA PEMBELAJARAN

- Begitu perusahaan memperoleh pengalaman dalam produksi suatu komoditas atau jasa, biaya produksi rata-ratanya biasanya menurun. Artinya, untuk suatu tingkat output per periode waktu, peningkatan output total secara kumulatif selama beberapa periode waktu, sering memberikan pengalaman memproduksi yang memungkinkan perusahaan menurunkan biaya rata-rata produksi.

# MINIMISASI BIAYA SECARA INTERNASIONAL - SKALA EKONOMIS YANG BARU

- **Alasannya adalah untuk meminimumkan biaya produksi.**

# MANAJEMEN LOGISTIK ATAU PENAWARAN BERANTAI

Logistik (logistic), atau manajemen penawaran berantai, merujuk pada penggabungan di tingkat korporat atas fungsi pembelian, transportasi, pergudangan, distribusi, dan pelayanan konsumen, daripada dilakukan sendiri-sendiri secara terpisah di antara mereka di tingkat divisi.



Logistik juga dapat membantu menghindarkan masalah-masalah serius lainnya (balikan menggelikan). Ada tiga alasan munculnya dan pertumbuhan yang cepat atas logistik.

- 
- Pertama adalah pengembangan algoritma yang baru dan lebih cepat dan komputer-komputer yang lebih cepat yang secara luas memfasilitasi pemecahan permasalahan logistik yang kompleks.

- 
- Kedua adalah pertumbuhan penggunaan manajemen persediaan just-in-time, di mana pembelian input dan penjualan produk lebih rumit dan terintegrasi lebih tertutup dengan keseluruhan fungsi fungsi lain dalam perusahaan.

- Ketiga adalah meningkatnya kecenderungan menuju globalisasi produksi dan distribusi dunia saat ini. Dengan produksi, distribusi, pemasaran, dan aktivitas keuangan perusahaan utama dunia yang tersebar di seluruh dunia, kebutuhan manajemen logistik menjadi lebih penting-dan menguntungkan.



□ Alhamdulillah... Segala puji dan syukur ke hadirat ALLAH S.W.T, Tuhan yang Maha Ber-segala yang telah memberikan nikmat, karuniaNya dan kelembutanNya