

**Editor: Dini Selasi**



# **PENGANTAR EKONOMI MIKRO**



**Tim Penulis:**

**Pandriadi, Naura Ilgalia Putri, Reza Kurniawan,  
Eti Hikmawati, Eti Rahmawati, Diah Arina Fahmi,  
Bagus Dwi Hari Setyono, Endang Kusdiah Ningsih**

# **PENGANTAR EKONOMI MIKRO**

**Tim Penulis:**

**Pandriadi, Naura Ilgalia Putri, Reza Kurniawan,  
Efi Hikmawati, Eti Rahmawati, Diah Arina Fahmi,  
Bagus Dwi Hari Setyono, Endang Kusdiah Ningsih**

# PENGANTAR EKONOMI MIKRO

Tim Penulis:

**Pandriadi, Naura Igalia Putri, Reza Kurniawan, Efi Hikmawati, Eti Rahmawati,  
Diah Arina Fahmi, Bagus Dwi Hari Setyono, Endang Kusdiah Ningsih**

Desain Cover:

**Septian Maulana**

Sumber Ilustrasi:

**www.freepik.com**

Tata Letak:

**Handarini Rohana**

Editor:

**Dini Selasi**

ISBN:

**978-623-459-537-6**

Cetakan Pertama:

**Juni, 2023**

Tanggung Jawab Isi, pada Penulis

---

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang

---

**by Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung**

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](http://www.penerbitwidina.com)

Instagram: @penerbitwidina

Telepon (022) 87355370

# PRAKATA

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

Buku ini merupakan salah satu wujud perhatian penulis terhadap Pengantar Ekonomi Mikro. Pengantar Ekonomi Mikro menjadi salah satu cabang ilmu ekonomi yang banyak mempelajari perilaku individu dan perusahaan dalam mengalokasikan sumber daya yang terbatas. Berfokus pada unit-unit ekonomi kecil, seperti rumah tangga dan bisnis kemudian memperlihatkan bagaimana keputusan-keputusan ini mempengaruhi harga pasar dan alokasi sumber daya secara keseluruhan. Dalam pengantar ekonomi mikro, terdapat beberapa konsep dasar yang penting seperti konsep elastisitas. Kemudian ada konsep lainnya yakni tentang biaya produksi juga tentang konsep pasar uang terbagi dalam pasar persaingan sempurna, monopoli, oligopoli, dan persaingan monopolistik. Pengantar ekonomi mikro juga mencakup analisis utilitas, efisiensi alokasi sumber daya, teori pengambilan keputusan individu, dan eksternalitas. Melalui pemahaman tentang konsep-konsep ini, kita dapat mempelajari bagaimana keputusan-keputusan ekonomi yang diambil oleh individu dan perusahaan berdampak pada perekonomian secara keseluruhan. Dalam buku ini dibahas secara mendalam lagi yang terbagi dalam 8 bab yang terdiri dari Teori Permintaan, Penawaran, dan Aplikasinya, Teori Tingkah Laku Konsumen, Teori Nilai Guna, Teori Tingkah Laku Konsumen, Analisa Kurva Kepuasan Sama, Teori Produksi dan Kegiatan Perusahaan, Teori Biaya Produksi, Pasar Persaingan Sempurna, Monopoli, Persaingan Monopolistik, Oligopoli, Permintaan Terhadap Faktor-faktor Produksi, Penentuan Upah di Pasar Tenaga Kerja, Sewa, Bunga dan Keuntungan, Pasar Bebas dan Kebijakan Pemerintah. Buku ini disusun secara komprehensif sehingga diharapkan akan menjadi bahan bacaan dan bahan referensi yang menarik bagi pembaca.

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 di hadapan sidang pembaca. Semoga buku ini bermanfaat bagi semua pihak dan dapat memberikan kontribusi bagi pembangunan ilmu pengetahuan di Indonesia.

Juni, 2023

**Tim Penulis**

# DAFTAR ISI

<b>PRAKATA</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>BAB 1 TEORI PERMINTAAN, PENAWARAN DAN APLIKASINYA</b> .....	<b>1</b>
A. Pengantar .....	1
B. Permintaan dan Penawaran .....	1
C. Elastisitas Permintaan dan Penawaran .....	14
D. Penutup .....	17
<b>BAB 2 TEORI TINGKAH LAKU KONSUMEN: TEORI NILAI GUNA</b> .....	<b>19</b>
A. Pendahuluan .....	19
B. Teori Nilai Guna (Utiliti) .....	19
C. Efek Penggantian dan Efek Pendapatan .....	25
D. Pemaksimalan Nilai Guna .....	25
E. Memaksimalkan Tingkat Kepuasan Konsumen .....	26
F. Efek Pendapatan dan Efek Substitusi .....	26
<b>BAB 3 TEORI BIAYA PRODUKSI</b> .....	<b>29</b>
A. Pengertian Biaya .....	29
B. Fungsi Biaya .....	29
C. Klasifikasi Biaya Dilihat Berdasarkan Intensitas Terjadinya .....	31
D. Berikut Adalah Klasifikasi Biaya Berdasarkan Potensinya .....	31
E. Klasifikasi Biaya Berdasarkan Aktivitas Operasional .....	32
F. Pengertian Biaya Produksi .....	33
G. Siklus Hidup Produk .....	37
H. Penutup .....	38
<b>BAB 4 PASAR PERSAINGAN SEMPURNA</b> .....	<b>41</b>
A. Pendahuluan .....	41
B. Pasar Persaingan Sempurna .....	42
C. Ciri-Ciri Pasar Persaingan Sempurna .....	43
D. Kurva Pasar Persaingan Sempurna .....	46
E. Kelebihan dan Kelemahan Struktur Pasar Persaingan Sempurna .....	48

<b>BAB 5 PASAR MONOPOLI</b> .....	<b>51</b>
A. Pengantar .....	51
B. Munculnya Monopoli .....	51
C. Karakteristik Pasar Monopoli .....	53
D. Penentuan Harga, Produk dan Maksimalisasi Keuntungan .....	54
E. Kurva Penawaran Pasar Monopoli .....	62
F. Diskriminasi Harga .....	63
G. Kebaikan dan Keburukan Pasar Monopoli .....	65
H. Kebijakan Pemerintah Terkait Monopoli .....	66
<b>BAB 6 TEORI TINGKAH LAKU KONSUMEN:</b>	
<b>ANALISA KURVA KEPUASAN SAMA</b> .....	<b>69</b>
A. Pengenalan Konsep Kurva Kepuasan Sama .....	69
B. Pengertian Kurva Kepuasan yang Sama .....	71
C. Manfaat Analisis Kurva Kepuasan Sama .....	73
D. Garis Anggaran ( <i>Budget Line</i> ).....	75
E. Efek Perubahan Harga Terhadap Garis Anggaran.....	76
F. Efek Perubahan Pendapatan Terhadap Garis Anggaran.....	77
G. Keseimbangan Konsumen .....	78
H. Penutup .....	80
<b>BAB 7 OLIGOPOLI</b> .....	<b>81</b>
A. Pasar dengan Hanya Beberapa Penjual .....	82
B. Ekonomi Kerjasama .....	88
C. Kebijakan Publik Terhadap Oligopoli .....	98
D. Kesimpulan .....	105
<b>BAB 8 PERMINTAAN TERHADAP FAKTOR-FAKTOR PRODUKSI</b> .....	<b>107</b>
A. Pengantar .....	107
B. Permintaan Faktor Produksi .....	108
C. Penutup .....	115
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>116</b>
<b>PROFIL PENULIS</b> .....	<b>119</b>



# TEORI PERMINTAAN, PENAWARAN DAN APLIKASINYA

---

## A. PENGANTAR

Teori permintaan dan penawaran diperlukan untuk mempelajari hubungan antara pembeli dan penjual dalam suatu pasar terutama dalam kaitannya pada pencapaian keseimbangan harga dan kuantitas atau yang disebut dengan keseimbangan pasar (*market equilibrium*). Teori ini pada dasarnya mempelajari sifat/perilaku pembeli dan penjual dalam memutuskan berapa banyak jumlah barang yang mereka minta atau mereka tawarkan.

Dalam bab ini akan diuraikan hal-hal yang terkait dengan permintaan dan penawaran, yaitu teori permintaan dan penawaran, faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan dan penawaran, pergeseran dan pergerakan kurva permintaan dan penawaran, keseimbangan pasar (*equilibrium*) serta elastisitas permintaan dan penawaran.

## B. PERMINTAAN DAN PENAWARAN

Permintaan dan penawaran merupakan salah satu aktivitas perekonomian yang merujuk pada kegiatan yang dilakukan oleh konsumen/pembeli dengan produsen/penjual ketika terjadi interaksi antara mereka di dalam sebuah pasar (Harmadi, 2022). Dalam hal ini, pasar (*market*) adalah tempat terjadinya interaksi antara pembeli dan penjual baik secara langsung maupun tidak langsung. Di dalam pasar, pembeli akan memutuskan seberapa besar permintaannya terhadap suatu barang,





# TEORI TINGKAH LAKU KONSUMEN: TEORI NILAI GUNA

---

## A. PENDAHULUAN

Pada bab sebelumnya yang membahas mengenai teori permintaan dan penawaran, telah diketahui bagaimana sifat seseorang atau masyarakat terhadap permintaan atau penawaran akan suatu barang dan jasa. Pada bab pertama, telah diterangkan bahwa semakin tinggi harga suatu produk, makin rendah permintaannya. Sedangkan, semakin rendah harga satu barang, makin tinggi permintaannya.

## B. TEORI NILAI GUNA (UTILITI)

Teori perilaku konsumen merupakan dasar dari teori permintaan. Teori perilaku konsumen menjabarkan bagaimana cara konsumen mengalokasikan pendapatan yang diperoleh mereka di berbagai pilihan barang dan jasa yang tersedia untuk memaksimalkan kesentosaan mereka. Selain itu teori perilaku konsumen pada gilirannya akan membantu menjelaskan bagaimana keputusan belanja konsumen memberikan pemahaman seberapa besar permintaan barang terpengaruh akibat adanya perubahan pendapatan dan harga dan kenapa permintaan akan produk lebih sensitif terhadap harga dan pendapatan daripada produk lainnya.

Schiffman & Kanuk (2007) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai "Perilaku yang diperlihatkan konsumen sewaktu mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, serta menghabiskan produk dan jasa yang mereka harap dapat memuaskan kebutuhan mereka." Teori perilaku konsumen sendiri terbagi menjadi



## TEORI BIAYA PRODUKSI

---

### A. PENGERTIAN BIAYA

Biaya merupakan seluruh dari pengeluaran serta pengorbanan yang dapat diukur secara moneter maupun dengan kata lain bisa diukur dengan menggunakan satuan uang, baik itu yang setelah dikeluarkan atau juga yang sedang berjalan dan bahkan pengeluaran ini dilakukan untuk menghasilkan sesuatu pendapatan.

Biaya juga menurut pengertian akuntansi bisa dikatakan nilai dari pengorbanan terhadap suatu proses dari produksi dalam pembuatan produk yang dapat dinyatakan ke dalam bentuk satuan atau dalam keberlakuannya pada harga pasarnya. Jadi bisa dikatakan bahwa biaya merupakan sejumlah besarnya dana yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan dengan bermaksud dan bertujuan untuk menghasilkan suatu produk dan atau jasa, serta pengeluaran yang dimaksud bisa mencakup dari keseluruhan kebutuhan proses dari produksi itu sendiri dan bahkan sampai dengan ke proses pemasarannya.

### B. FUNGSI BIAYA

Dalam biaya keberadaannya merupakan sesuatu hal yang sangat penting dalam suatu pemrosesan suatu produksi maupun jasa serta yang lainnya, maka ada beberapa fungsi biaya yang disajikan berikut ini:

#### 1. Dengan Menjamin Kelancaran Kegiatan Operasional.

Biaya bisa berfungsi untuk penjamin atau menjamin dari suatu kegiatan dalam kelancarannya dalam aktivitas operasional sehari-hari. Apabila tidak ada atau tanpa adanya biaya, maka suatu keperluan dari kegiatan perusahaan tidak bisa dilaksanakan atau dengan kata lain tidak bisa terpenuhinya, sehingga akan



## PASAR PERSAINGAN SEMPURNA

---

### A. PENDAHULUAN

Pada sebuah pasar terjadi koneksi antara pembeli dan penjual, yang keduanya menyampaikan penawaran dan permintaan. Permintaan mencitrakan keinginan pembeli, sedangkan penawaran mencitrakan keinginan penjual. Pembeli mempunyai keinginan mendapat harga yang tidak terlalu tinggi, sebaliknya penjual mempunyai keinginan memperoleh harga yang tidak rendah. Dari setiap proses tawar menawar ini akhirnya terbentuk harga yang disetujui baik penjual maupun pembeli.

Pasar diartikan oleh (Joesron, 2003) sebuah kondisi antara pembeli dan penjual yang menjalankan transaksi setelah keduanya mendapatkan kesepakatan harga. Pembeli dan penjual sama-sama memperoleh keuntungan dari timbulnya transaksi tersebut. Pembeli memperoleh produk yang mereka inginkan guna memberikan pemenuhan dan pemuasan akan kebutuhan mereka sementara penjual memperoleh imbalan penghasilan yang lebih lanjut dimanfaatkan guna membiayai kegiatannya sebagai pelaku ekonomi produksi.

Pada kehidupan di sekeliling kita, bisa kita jumpai pasar dengan wujud kongkrit contohnya pasar barang (barang konsumsi). Pasar secara simpel bisa kita kelompokkan seperti di bawah ini:

1. Berdasarkan segi fisik, pasar bisa dikelompokkan ke beberapa jenis, antara lain
  - a. Pasar tradisional
  - b. Pasar raya
  - c. Pasar abstrak
  - d. Pasar konkrit



## PASAR MONOPOLI

---

### A. PENGANTAR

Salah satu jenis pasar yang karakteristiknya berlawanan secara ekstrim dengan pasar persaingan sempurna adalah pasar monopoli. Secara etimologi, istilah monopoli berasal dari bahasa Yunani terdiri dari dua akar kata “*mono*” artinya satu dan “*poli*” yang berarti penjual. Dengan begitu, di dalam pasar monopoli hanya ada satu perusahaan yang menjual barang. Gregory Mankiw mendefinisikan (2018) perusahaan monopoli adalah satu-satunya produsen yang menghasilkan produk dan produk tersebut tidak memiliki barang substitusi yang sangat dekat.

Sebagai satu-satunya penjual, maka monopolis, sebutan lain perusahaan monopoli, memiliki kekuatan untuk menentukan harga produknya. Akan tetapi, monopoli juga memiliki batasan dalam menetapkan harga ketika berhadapan dengan pembeli yang banyak. Jika harga ditetapkan terlalu mahal, pembeli akan bersikap menunda pembeliannya atau menggantinya dengan barang substitusi.

Dalam jangka panjang, perusahaan monopoli dapat menikmati keuntungan di atas normal disebabkan terdapat hambatan yang menghalangi perusahaan-perusahaan lain untuk memasuki industri tersebut. PT PLN, PDAM, PT KAI, PT Pertamina adalah beberapa contoh perusahaan-perusahaan monopoli di Indonesia.

### B. MUNCULNYA MONOPOLI

Hambatan masuk merupakan penyebab utama dari munculnya monopoli. Beberapa faktor yang menyebabkan timbulnya hambatan masuk (Mankiw, 2018; Amaliawiati *et.al*, 2017), yaitu:



## TEORI TINGKAH LAKU KONSUMEN: ANALISA KURVA KEPUASAN SAMA

---

### A. PENGENALAN KONSEP KURVA KEPUASAN SAMA

Perilaku konsumen merupakan suatu hal yang penting dan menarik untuk dipelajari. Dalam kehidupan sehari-hari konsumen seringkali dihadapkan pada beragam pilihan barang/jasa yang akan dikonsumsinya. Beragam pilihan dengan variasi jenis, kualitas dan harga memberikan manfaat bagi konsumen untuk dapat memilih barang/jasa yang akan digunakannya sesuai dengan tingkat kesukaannya dan kemampuan finansialnya. Beragam macam pilihan tersebut membuat konsumen memiliki keleluasaan dalam mengambil keputusan pembelian yang terbaik. Sedangkan dari sisi produsen, ragam pilihan yang disajikan kepada konsumen akan menjadi faktor pendorong penjualan yang optimal apabila preferensi konsumen terhadap barang/jasa tersebut dipahami dengan benar (Wigati, 2011).

Kurva indiferen merupakan pendekatan yang dipakai dalam teori ordinal. Pendekatan ordinal merupakan teori yang dianggap lebih baik daripada pendekatan kardinal. Hal ini disebabkan pendekatan kardinal memiliki kelemahan pada asumsi yang digunakan yaitu bahwa utilitas konsumen dari mengkonsumsi barang dapat diukur dengan satu kepuasan. Pada pendekatan kardinal pada kenyataannya sulit untuk dilakukan dimana asumsi dari pendekatan ini adalah besarnya *utility* dapat dinyatakan dalam bilangan/angka (Kennedy, 2016). Pada Pendekatan Ordinal kombinasi barang yang akan dikonsumsi hanya akan dibuat dalam peringkat atau urutan. Pendekatan Ordinal mengasumsikan bahwa konsumen mampu membuat urutan tingkat daya guna suatu barang yang diperoleh



**BAB**  
**7**

---

## OLIGOPOLI

Jika Anda pergi ke toko untuk membeli bola tenis di Amerika Serikat, Anda mungkin akan pulang dengan satu dari empat merek: Wilson, Penn, Dunlop, atau Spalding. Empat perusahaan ini membuat hampir semua bola tenis dijual di Amerika Serikat. Bersama-sama perusahaan-perusahaan ini menentukan jumlah bola tenis yang diproduksi dan harga penjualan bola tenis.

Pasar bola tenis adalah contoh oligopoli. Inti dari pasar oligopolistik adalah hanya ada sedikit penjual. Akibatnya, tindakan apa pun yang dilakukan oleh satu penjual di pasar akan berdampak besar pada keuntungan semua penjual lainnya. Perusahaan oligopolistik saling bergantung sedemikian rupa sehingga perusahaan menjadi tidak kompetitif. Tujuan kita dalam bab ini adalah untuk melihat bagaimana saling ketergantungan ini terbentuk perilaku perusahaan dan masalah apa yang ditimbulkannya untuk kebijakan publik.

Analisis oligopoli menawarkan kesempatan untuk memperkenalkan *game theory* (teori permainan), yaitu studi tentang bagaimana orang berperilaku dalam situasi strategis. Istilah "strategis" dimaksudkan situasi dimana seseorang, ketika memilih di antara tindakan alternatif, harus mempertimbangkan bagaimana orang lain mungkin menanggapi tindakan yang dia ambil. Pemikiran strategis adalah penting tidak hanya dalam permainan catur tetapi juga dalam banyak keputusan bisnis. Karena pasar oligopolistik hanya memiliki sejumlah kecil perusahaan, masing-masing perusahaan harus bertindak strategis. Setiap perusahaan tahu bahwa keuntungannya tidak hanya tergantung pada bagaimana caranya diproduksi tetapi juga pada berapa banyak perusahaan lain memproduksi. Dalam membuatnya keputusan produksi, setiap perusahaan dalam oligopoli harus mempertimbangkan



# PERMINTAAN TERHADAP FAKTOR-FAKTOR PRODUKSI

---

## A. PENGANTAR

Teori permintaan yang telah dibahas pada bab 1 adalah teori permintaan terhadap barang dan jasa yang diproduksi oleh perusahaan. Untuk memproduksi barang dan jasa tersebut, perusahaan memerlukan faktor produksi. Pada bab 8 ini, akan dibahas tentang teori permintaan terhadap faktor produksi.

Dalam ilmu ekonomi, faktor produksi merupakan seluruh sumber daya yang digunakan perusahaan untuk memproduksi barang dan jasa. Secara umum, faktor produksi terdiri atas: (Rosyidi, 2017)

### 1. Tenaga Kerja (*labor*)

Dalam ilmu ekonomi, istilah tenaga kerja manusia bukanlah semata-mata kekuatan manusia untuk melakukan kegiatan fisik tetapi lebih luas lagi yaitu sumber daya manusia (*human resources*)

### 2. Modal (*capital*)

Nama lain atau sebutan faktor produksi modal ini adalah barang-barang modal riil (*real capital goods*) yang meliputi semua jenis barang yang dibuat untuk menunjang kegiatan produksi barang-barang dan jasa-jasa lainnya.

### 3. Tanah (*land*)

Tanah atau *land* ini sering disebut dengan sumber daya alam (*natural resources*) adalah segala sumber asli yang tidak berasal dari kegiatan manusia dan bisa diperjualbelikan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiwarman A Karim, *Ekonomi Mikro Islam* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2014), h. 195
- Ahman, H., E., Rohmana, Y., 2007, "Ilmu Ekonomi Dalam PIPS", Edisi Kedua, Cetakan Pertama, Penerbit Universitas Terbuka, Jakarta.
- Akhmad, I., 2014. *Ekonomi Mikro, Teori dan Aplikasi di Dunia Usaha*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Bangun, W. 2017. *Teori Ekonomi Mikro*. Refika Aditama. Bandung
- Basuki, A.Tri. 2019. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Gosyen Publising. Yogyakarta
- Borjas, G. (2016). *Labor Economics (Seventh)*. New York: The MacGraw-Hill Companies.
- Dosen, B. D. (n.d.). *BAB Teori Tingkah Laku Konsumen: Teori Nilai Guna (Utiliti)*. Universitas Bina Darma
- Harmadi, S.H., 2022. *Teori Ekonomi Mikro*. Universitas Terbuka Banten.
- Ibrahim, Z. (2014). *Pengantar Ekonomi Makro*. Serang: Kopsyah Baraka.
- Joesron, 2003) (Zaini, 2014) (Kennedy, 2018)
- Joesron, T. S. (2003). *Teori Ekonomi Mikro*. Jakarta: Salemba Empat.
- Joesron, T., S., Fathorrazi, M., 2012, "Teori Ekonomi Mikro", Graha Ilmu, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Yogyakarta,
- Karim, A. A. (2014). *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: PT Rjagrafindo Persada.
- Kennedy, P. S. (2018). *Modul Ekonomi Mikro Pasar Persaingan Sempurna*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Indonesia.
- Kennedy, P.S.Johnson. 2016. *Modul Ekonomi Mikro: Teori Perilaku Konsumen dengan Pendekatan Ordinal*
- Lia Amaliawiati, d. A. M., 2017. *Ekonomika Mikro*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Mankiw, N. (2018). *Pengantar Ekonomi Mikro*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mankiw, N. G., 2018. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mankiw, N.G. 2015. *Principles of Microeconomics*. Seventh Edition. Cengage Learning. Stamford, USA.
- Mauliddah, N., Fatihudin, D., Roosmawarni, A., 2021. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Eureka Media Aksara. Purbalingga.



- Miller, R. L., & Meiners, R. E. (2000). *Teori Ekonomi Mikro Intermediate*. Jakarta: Raja Grasindo Persada.
- Munarti, P., Anggraini, Y., Fadliyanti, L., Amalia, F., Widayanti, T., Aisyah, H., Nadirah, I., 2022. *Buku Ajar Hukum Anti Monopoli dan Persaingan Usaha*. Medan: UMSU Press.
- Nanggolan, L.E., KOesriwulandari, Purba, B., Damanik, D., Hasan, M., Nainggolan, P., Kuswandi, S., Herawati, M., Muhammadin, A., dan Surya, C.M., 2021. *Ekonomi Manajerial: Teori dan Pendekatan*. Yayasan Kita Menulis. Sumatera Utara
- Nasir, M., Arifin., 2022. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Universitas Terbuka. Banten.
- Nuraini, I., 2016. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Universitas Muhammadiyah Malang. Malang.
- Nyoman, I.A., Yuliasti, Rejekiingsih, T.W., Malau, N.A., Nur, T.P., dan Hayati. 2022. *Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro*. Global Eksekutif Teknologi. Padang Sumatera Barat.
- Purnomo, S., 2022. *Teori Ekonomi Mikro*, Widina Bhakti Persada, Bandung.
- Putri, Ariyanto, & Andi, 2021 (Sukirno, 2006) (Karim, 2014)
- Putri, D. L., Ariyanto, A., & Andi, D. (2021). *Buku Ajar Pengantar Ekonomi*. Solok: Insan Cendekia Mandiri.
- Pyndick, R. S., & Rubinfeld, D. L. (2012). *Microeconomics, 8th Edition, Pearson Education* (6th ed.). Erlangga
- Rahayu, S., Utami, D., 2016. *Buku Ajar Teori Ekonomi Mikro*. Universitas Muhammadiyah Palembang. Palembang.
- Rosyidi, S. (2017). *Pengantar Teori Ekonomi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Sadono Sukirno, *Teori Pengantar Ekonomi Mikro: Edisi Ketiga*, (Jakarta: Rajawali Press, 2006).
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumen Behavior* (7th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Setyowati, E., Damayanti, R., Subagyo, Badrudin, R., Karseno, S., Algifari Subiyakto H., Fatmawati, S., dan Purnamawati, A , , 2014. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Penerbit STIE YKPN Yogyakarta
- Stpn. (2016, May 08). *Pasar Tanah*. Dipetik 03 27, 2023, dari [prodi4.stpn.ac.id:stpn.ac.id](http://prodi4.stpn.ac.id:stpn.ac.id)

- Sudrajat, U dan Suwaji. 2018. Buku Ajar Ekonomi Manajerial. Deepublish. Yogyakarta
- Sukarniati, L. (2019). *Ekonomi Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sukirno, S, 2011, "Mikro Ekonomi Teori Pengantar", PT Raja Grafindo Persada, Edisi Ketiga, Cetatakan Ke 26, Jakarta.
- Sukirno, S. (2006). *Teori Pengantar Ekonomi Mikro : Edisi Ketiga*. Jakarta: Rajawali.
- Sukirno, S. (2012). *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sukirno, S. (2016). *Mikroekonomi Teori Pengantar (3rd ed.)*. Rajagrafindo Persada.
- Sukirno, S., 2016. *Mikroekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: PT RajaGrafindo Perkasa.
- Syahidin., Marsam., Sudirman, A., Juliansyah, R., Pinem, D., Riyanti, T., Yusuf, M.,Harahap, R., Yuningsih, E., Ariyanto, A., Nugroho, H., Widjiantoro,S., 2022. Widina Bhakti Persada. Bandung.
- Tati Suhartati Joesron, Teori Ekonomi Mikro. (Jakarta : Salemba Empat, 2003). Hlm 60
- Tiandaru, S. a. (2021). *Ekonomika Mikro Pengantar*. Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Wigati, 2011. Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam. Jurnal Maliyah Vol 1(1): 22-39
- Zahara, V.,Anwar, C.J., 2021. Mikroekonomi (Sebuah Pengantar).Media Sains Indonesia. Bandung.
- Zaini, A. A. (2014). Pasar Persaingan Sempurna Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Ummul Qura*, 2.
- Zaini, Ahmad afan.2014."PASAR PERSAINGAN SEMPURNA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM"Jurnal ummul qura Vol IV,no 2

## PROFIL PENULIS

### **Pandriadi, S.E., M.Si.**



Ketertarikan penulis terhadap ilmu ekonomi dimulai pada tahun 1991 dimana penulis memilih untuk masuk jurusan A3 (Ilmu-ilmu Sosial) saat bersekolah di SMAN 1 Baturaja, Kabupaten Ogan Komering Ulu. Ketertarikan ini berlanjut dimana penulis pada tahun 1993 melanjutkan pendidikan strata 1 di Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Jurusan Ekonomi Pembangunan dan kemudian pada tahun 2002 kembali melanjutkan pendidikan jenjang strata 2 pada Program Studi Ilmu Ekonomi Program Pasca Sarjana Universitas Sriwijaya. Penulis memiliki kepakaran di bidang ilmu ekonomi, meliputi ekonomi moneter, ekonomi ketenagakerjaan dan ekonomi industri. Selain aktif mengajar pada beberapa mata kuliah, seperti Metode Penelitian, Statistik, Perekonomian Indonesia dan Teori Pasar Modal, penulis juga aktif melaksanakan kegiatan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. Berbagai penelitian dan pengabdian telah dilakukan oleh penulis baik yang didanai oleh internal universitas maupun lembaga-lembaga donor baik pemerintah (melalui Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Riset dan Teknologi) maupun swasta. Salah satu prestasi terbaik penulis adalah pada tahun 2015 terpilih menjadi satu dari sepuluh peneliti di Asia yang diundang untuk mempresentasikan hasil-hasil penelitian terbaik di Khon Khaen University, Thailand. Email Penulis: [pandriadi\\_msi@yahoo.com](mailto:pandriadi_msi@yahoo.com)

### **Naura Ilgalia Putri, S.E.**



Ketertarikan penulis di bidang ekonomi dimulai pada tahun 2016, dimana saat memasuki bangku Sekolah Menengah Atas (SMA) penulis memilih jurusan IPS (Ilmu Pengetahuan Sosial) selama tiga tahun bersekolah di SMAN 08 Palembang. Ketertarikan ini berlanjut dimana penulis pada tahun 2018, penulis memilih melanjutkan pendidikan strata 1 di Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Jurusan Ekonomi Pembangunan. Penulis memiliki kepakaran di bidang ilmu ekonomi, khususnya Ekonomi Moneter. Di perkuliahan, penulis kerap ikut

serta dalam penelitian dosen yang didanai oleh internal universitas maupun lembaga-lembaga donor baik pemerintah melalui Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Riset dan Teknologi) maupun swasta. Penulis juga beberapa mengikuti kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang diselenggarakan oleh dosen pembimbing. Sementara bidang *non-akademis*, penulis aktif di berbagai organisasi baik di dalam maupun di luar kampus salah satunya adalah organisasi penerima beasiswa Bank Indonesia. Penulis juga kerap menulis cerita pendek dan cerita bersambung dengan genre fiksi yang *diposting* di berbagai *platform online* seperti Wattpad. Email Penulis: raliapu3@gmail.com

### **Reza Kurniawan, S.E., M.M.**



Penulis lulus pada tahun 2009 dengan gelar Magister Manajemen di Universitas Widyatama. Saat ini sebagai dosen tetap pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Nurtanio Bandung. Karya buku yang pernah ditulis sejak tahun 2011 yang berjudul Pengantar Akuntansi yang diterbitkan oleh CV Wahana Karya Grafika dengan ISBN 978-602-8609-21-0. Buku bunga rampai dengan judul Strategi Pemasaran di Era Digital 2022, Buku Manajemen Bisnis serta Buku Perilaku Organisasi.

### **Efi Hikmawati, S.E., M.Si.**



Penulis bernama lengkap Efi Hikmawati, S.E., M.Si., berdomisili dan asli Wonosobo. Pendidikan terakhir yang ditempuh yaitu S2 Pascasarjana Program Studi Manajemen dari Program Pasca Sarjana Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto pada tahun 2015. Saat ini penulis tercatat sebagai dosen Manajemen di fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sains Al-qur'an (UNSIQ) Wonosobo Jawa Tengah. Selain berprofesi sebagai dosen Manajemen di UNSIQ Wonosobo.

**Eti Rahmawati, S.E., M.M.**



Penulis dilahirkan di kota Bandung tanggal 10 September. Menyelesaikan pendidikan Magister Manajemen dari Universitas Widyatama.

**Bagus Dwi Hari Setyono, S.Pi., M.P.**



Penulis lahir di Kota Mataram pada tanggal 3 Agustus 1984. Program Sarjana dan Magister diselesaikan di Universitas Brawijaya, Malang pada tahun 2006 dan 2008. Sejak tahun 2009 menjadi dosen Program Studi Budidaya Perairan, Fakultas Pertanian, Universitas Mataram. Saat ini ia tercatat sebagai dosen tetap untuk mata kuliah Teknologi Budidaya Perairan Tawar, Teknologi Budidaya Perairan Payau, Teknologi Budidaya Ikan Hias, Budidaya Pakan Alami, Oseanografi, Manajemen Agribisnis Perikanan, dan Kewirausahaan. Selain mengajar ia aktif dalam kegiatan tridarma lainnya diantaranya ialah penelitian dan pengabdian. Saat ini ia pun diamanahi sebagai ketua Program Studi D3 Budidaya Perikanan Program Vokasi Universitas Mataram (PDD) di Kabupaten Lombok Utara.

**Diah Arina Fahmi, S.P., M.Sc.**



Penulis lahir pada tanggal 8 Oktober 1981 di Kabupaten Kulon Progo Yogyakarta. Ia lulus pada tahun 2021 hingga mendapatkan gelar *Master of Science* pada Bidang Manajemen Agribisnis di Universitas Gadjah Mada. Saat ini ia tercatat sebagai peneliti pada Pusat Riset Ekonomi Perilaku dan Sirkuler Organisasi Riset Tata Kelola Pemerintahan Ekonomi dan Kesejahteraan Masyarakat, Badan Riset dan Inovasi Nasional. Riset-riset yang pernah dilakukan terutama berkaitan dengan aspek perilaku petani dan kajian ekonomi suatu teknologi yang diterapkan dalam bidang pertanian. Publikasi yang telah dihasilkan telah terbit pada jurnal ilmiah, serta *prosiding* nasional dan internasional. Sebagai bentuk

pengabdian masyarakat, ia juga beberapa kali menjadi nara sumber pada bimbingan teknis untuk pendampingan petani komoditas pangan di Provinsi D.I. Yogyakarta.

**Dra. Endang Kusdiah Ningsih, M.Si.**



Penulis lulus S1 pada Program Studi Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan (IESP) Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Palembang pada tahun 1981, lulus S2 pada program Pengembangan Wilayah dan Desa (PWD) Universitas Andalas tahun 1994. Saat ini tercatat sebagai dosen tetap yayasan pada Fakultas Ekonomi Universitas IBA Palembang, dan menjadi dosen tamu pada perguruan tinggi lain di kota Palembang. Mata kuliah yang diampu adalah Pengantar Ekonomi Mikro, Pengantar Ekonomi Makro, Matematika Ekonomi, Statistika dan Perekonomian Indonesia. Aktif menulis artikel di beberapa jurnal bidang ekonomi terindeks Sinta, dan pernah menerbitkan satu buku yang berjudul “Perkembangan Inflasi di Indonesia.

# PENGANTAR EKONOMI MIKRO

Pengantar Ekonomi Mikro menjadi salah satu cabang ilmu ekonomi yang banyak mempelajari perilaku individu dan perusahaan dalam mengalokasikan sumber daya yang terbatas. Berfokus pada unit-unit ekonomi kecil, seperti rumah tangga dan bisnis kemudian memperlihatkan bagaimana keputusan-keputusan ini mempengaruhi harga pasar dan alokasi sumber daya secara keseluruhan. Dalam pengantar ekonomi mikro, terdapat beberapa konsep dasar yang penting seperti konsep elastisitas. Kemudian ada konsep lainnya yakni tentang biaya produksi juga tentang konsep pasar uang terbagi dalam pasar persaingan sempurna, monopoli, oligopoli, dan persaingan monopolistik. Pengantar ekonomi mikro juga mencakup analisis utilitas, efisiensi alokasi sumber daya, teori pengambilan keputusan individu, dan eksternalitas. Melalui pemahaman tentang konsep-konsep ini, kita dapat mempelajari bagaimana keputusan-keputusan ekonomi yang diambil oleh individu dan perusahaan berdampak pada perekonomian secara keseluruhan. Dalam buku ini dibahas secara mendalam lagi yang terbagi dalam 13 bab yang terdiri dari Teori Permintaan, Penawaran, dan Aplikasinya, Teori Tingkah Laku Konsumen, Teori Nilai Guna, Teori Tingkah Laku Konsumen, Analisa Kurva Kepuasan Sama, Teori Produksi dan Kegiatan Perusahaan, Teori Biaya Produksi, Pasar Persaingan Sempurna, Monopoli, Persaingan Monopolistik, Oligopoli, Permintaan Terhadap Faktor-faktor Produksi, Penentuan Upah di Pasar Tenaga Kerja, Sewa, Bunga dan Keuntungan, Pasar Bebas dan Kebijakan Pemerintah. Buku ini disusun secara komprehensif sehingga diharapkan akan menjadi bahan bacaan dan bahan referensi yang menarik bagi pembaca.