SELAMAT DATANG

DI MATA KULIAH

EKONOMI MANAJERIAL
(MANAGERIAL ECONOMICS)

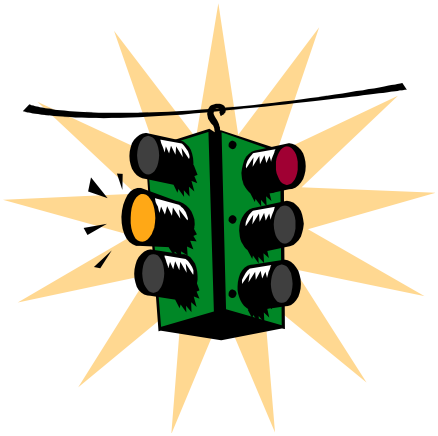
Dr. Ir. H. Iman Santoso, SE., MM., MBA.



BAB I

PENDAHULUAN

(PENGERTIAN EKONOMI MANAJERIAL)

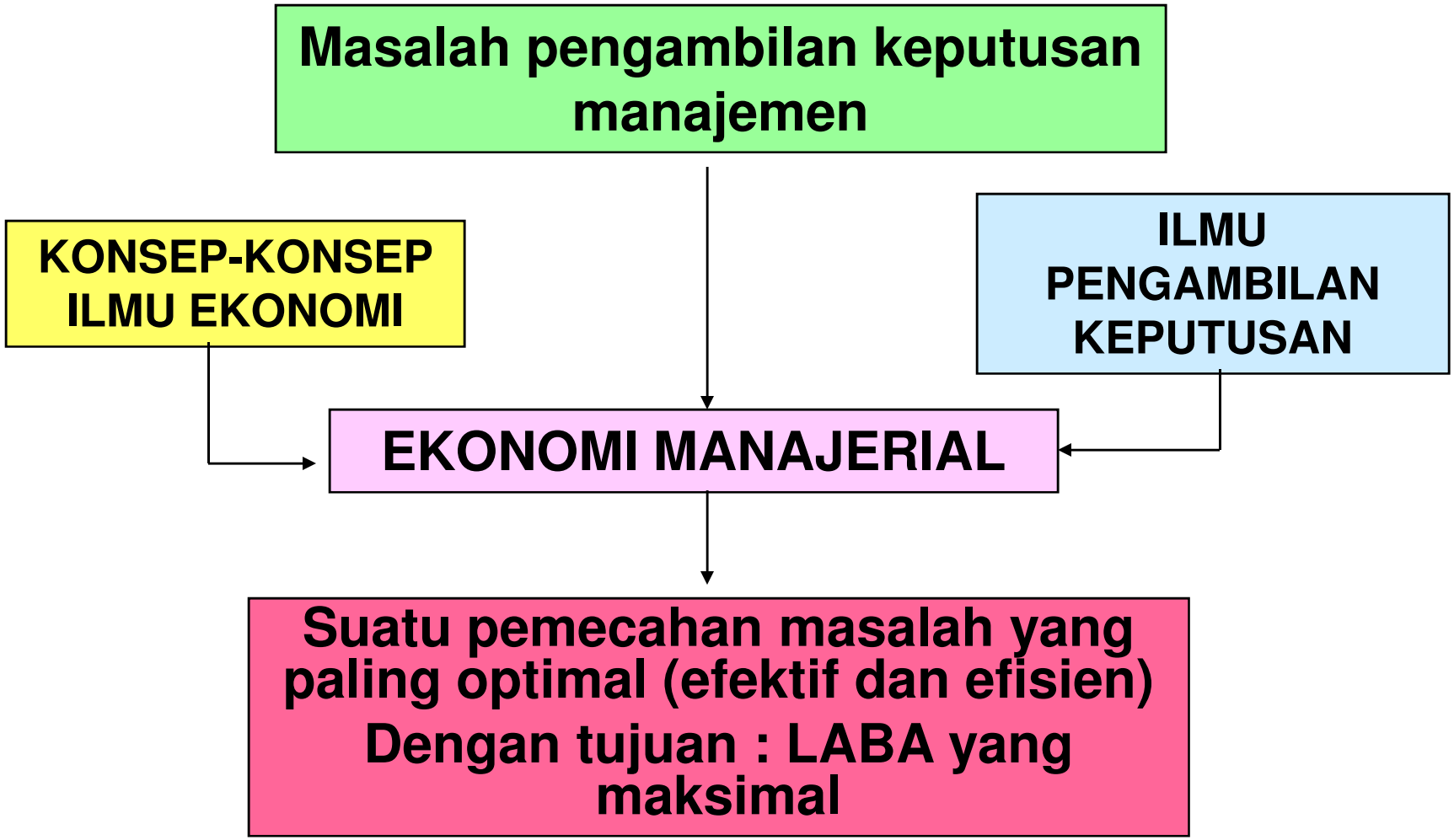




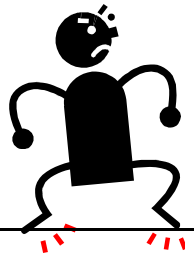
Ekonomi Manajerial

Definisi: *Aplikasi teori ekonomi dan perangkat analisis ilmu keputusan, untuk membahas bagaimana suatu organisasi dapat mencapai tujuan, dengan cara yang paling efisien*.

HUBUNGAN EKONOMI MANAJERIAL DENGAN ILMU LAINNYA



MANAJEMEN OPERASIONAL



Pemilihan Lokasi

✓Manajemen
✓ persediaan bahan mentah
✓Peramalan produksi

•Manajemen persediaan WIP
• Lay Out(Tata Letak)
• Antrian

Manajemen persediaan Barang Jadi

Model Transportasi

EKONOMI MANAJERIAL



•Kekuatan Pasar : Permintaan&penawaran

•Elastisitas Barang di pasar

• Perilaku konsumen individu

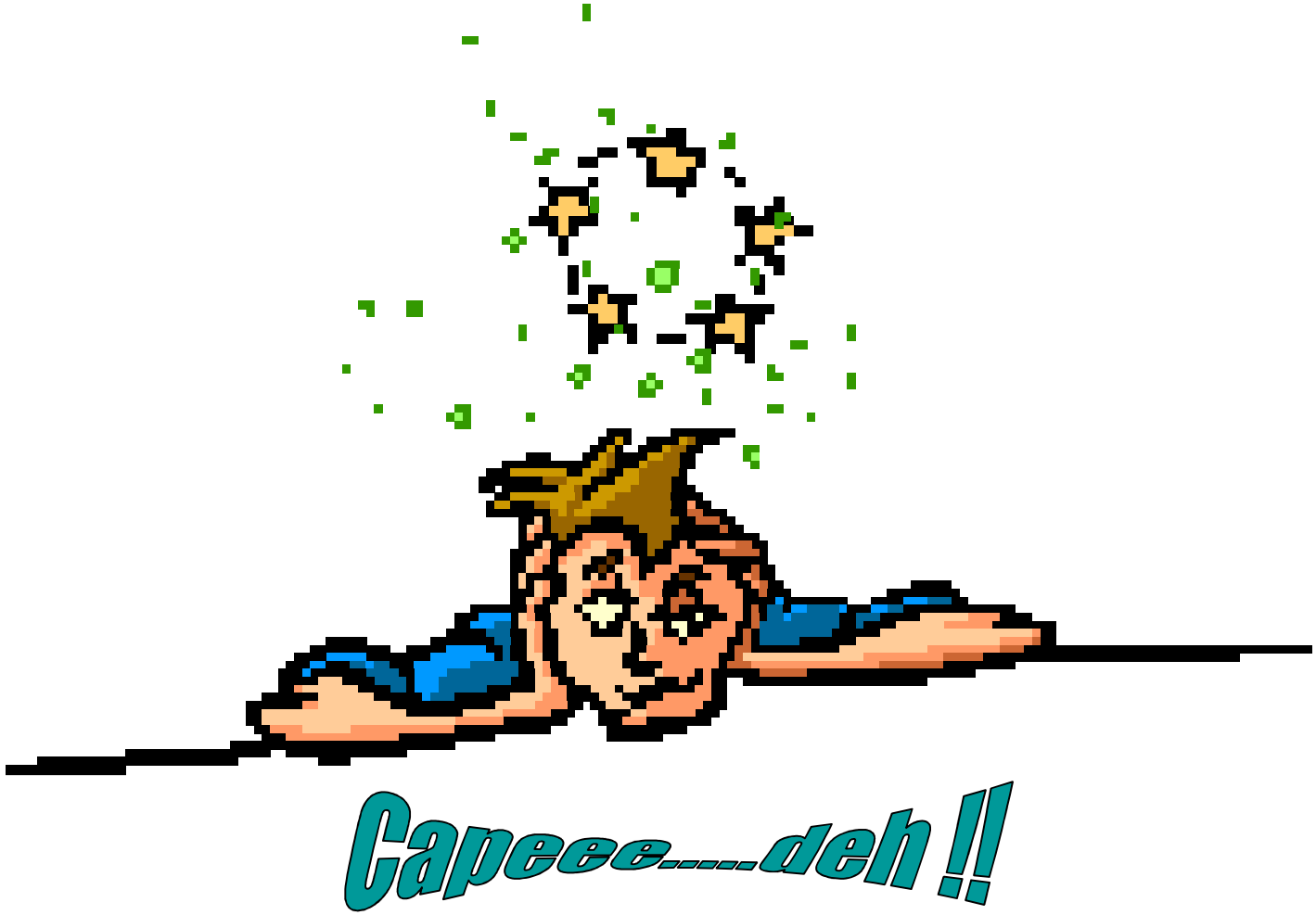
• Produksi dan biayanya

•Pendapatan, laba dan, dan sifat biaya produksi

• Sifat Pasar Monopoli, Oligopoli dan Pasar persaingan sempurna

• Menetapkan harga di Pasar





Mahasiswa/i Semester V
sedang Belajar Ekonomi Manajerial

Silabus kuliah Ekonomi Manajerial

1. Ruang lingkup ekonomi) Overview/Pendahuluan
2. Konsep dasar Teori Permintaan dan Penawaran.
   - Fungsi Pemintaan
   - Fungsi Penawaran
   - Market equilibrium
   - Demand forecasting
3. Konsep dasar perhitungan Elastisitas
   - Elastisitas harga
   - Elastisitas pendapatan
   - Elastisitas silang (cross elasticity)
   - Combine effects of Elasticity
4. Konsep dasar perilaku konsumen
   - Consumer behaviour
   - Consumer Constraint
   - Consumer Equilibrium
   - Indeference curve Analysis

Silabus ekonomi manajerial (lanjutan)

5. Konsep dasar Analisis Produksi
- Total product, Marginal product, and average product
- Isoquant, Isocost
- Cost minimimization

6. Konsep dasar analisis Biaya
- Total cost, variable cost, Fixed cost
- Sunk cost

7. Struktur pasar
- Perfectly competition
- Monopolistic
- Monopolistic competition
- Oligopoly

8. Strategi penetapan harga
- Price in Monopoly/Monopolistic Competition
- Price in Cournot Oligopoly
- Price to capture Consumer surplus: Price descrimination.
- Price metod

Perusahaan (Firm) :

adalah suatu organisasi yang mengkombinasikan berbagai sumber daya dengan tujuan untuk memproduksi barang dan/ atau jasa untuk dijual.



<u>Jenis perusahaan :</u>

Perusahaan perorangan,
Perusahaan persekutuan,
Perusahaan Korporasi.

Tujuan dan nilai perusahaan.

Ekonomi manajerial mulai dengan dasar dalil teori perusahaan, yang kemudian dipergunakan untuk menganalisa pengambilan keputusan manajerial.

Jadi tujuan dari perusahaan menurut teori perusahaan (theory of firm) adalah: memaksimumkan **nilai perusahaan** *(value of the firm)*/ kekayaan, dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

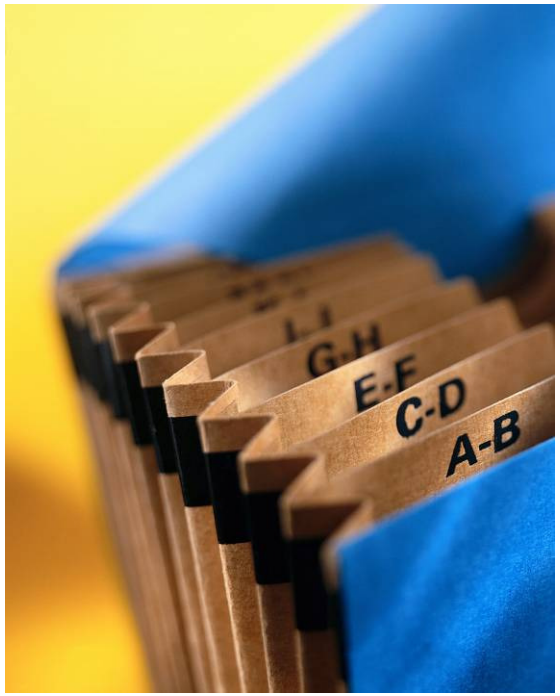
Kekayaan/ keuntungan perusahaan yang diharapkan di masa yang akan datang harus di diskontokan ke masa sekarang, karena nilai $1,- keuntungan di masa depan lebih kecil daripada nilai $1,- keuntungan saat ini.

$$PV = \frac{\pi_1}{(1+r)^1} + \frac{\pi_2}{(1+r)^2} + \cdots + \frac{\pi_n}{(1+r)^n} = \sum_{t=1}^{n} \frac{\pi_t}{(1+r)^t}$$

$$Value\ of\ Firm = \sum_{t=1}^{n} \frac{\pi_t}{(1+r)^t} = \sum_{t=1}^{n} \frac{TR_t - TC_t}{(1+r)^t}$$

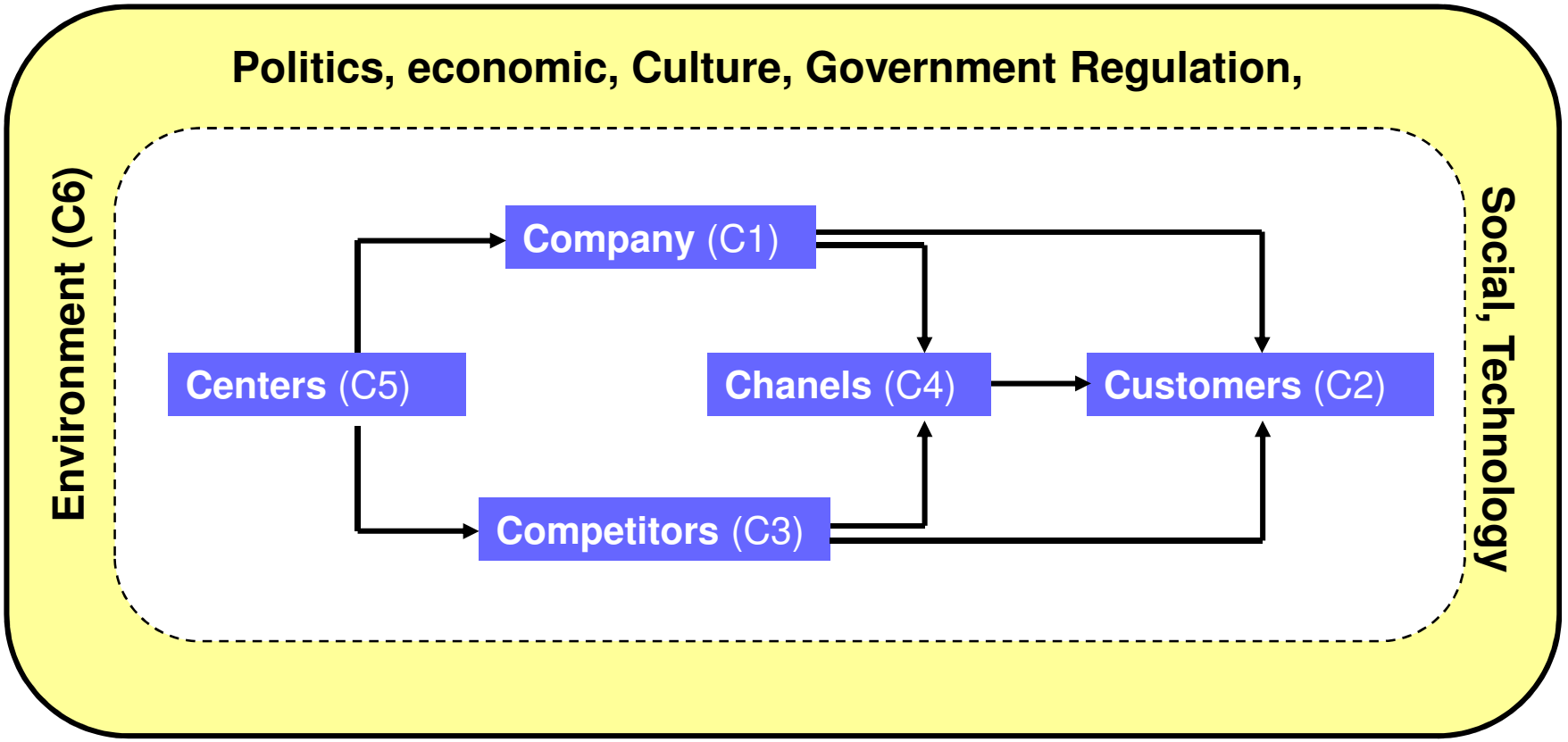
Tujuan umum dari suatu perusahaan

1. Keuntungan (*Profit*)
2. Pangsa pasar (*Market share*)
3. Pertumbuhan Kekayaan (*Revenue growth*)



4. Pengembalian Investasi (*Return on investment*)
5. Technology
6. Kepuasan Pelanggan (*Customer – satisfaction*)
7. Nilai dari Pemegang saham (*Shareholder-value)*

Kendala- kendala yang mempengaruhi operasi perusahaan



Terdapat enam pelaku organisasi yang satu sama lain saling mempengaruhi yaitu perusahaan /*company* (C1), pelanggan/*costomers* (C2), pesaing/ *competitors* (C3), perantara/*channels* (C4), pemasok/*centers* (C5) dan kekuatan lingkungan makro (C6).

Kita lanjutkan minggu depan

