

EKONOMI MANAJERIAL

References :

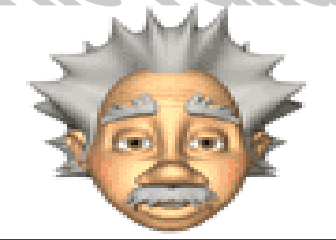
- ❁ Managerial Economics & Business Strategy, Michael R. Baye
Third Edition, Boston, 2006
- ❁ Managerial Economics dalam Perekonomian Global,
Dominick Salvatore, Edisi Keempat, Penerbit Erlangga, 2002
- ❁ Ekonomi Manajerial, Pembuatan Keputusan Bisnis, Vincent
Gaspersz, Gramedia Pustaka, 2005.
Buku Pendukung lainnya.



Pertemuan	Pokok Bahasan
I	<p style="text-align: center;">Rencana Perkuliahan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pengertian Ruang Lingkup Ekonomi Manajerial -
II	Teori Permintaan dan Penawaran
III	Estimasi dan Peramalan Permintaan
IV	Teori dan Aplikasi Fungsi Produksi
V	Teori dan Aplikasi Fungsi Biaya
VI	Programasi Linier
VII	Ujian Tengah Semester
VIII	Struktur Pasar (Persaingan Sempurna, Persaingan Monopolistik, Monopoli)
IX	Oligopoli dan Perilaku Strategis (Cartel dan Tacit Collution)
X	Strategi Penentuan Harga
XI	Game Theory
XII	Analisis Resiko
XIII	Peranan Pemerintah dalam Perekonomian (Peraturan dan Anti trust)
VIV	UPM



TATAP MUKAI : The Fundamental of Managerial Economics



1.1. Definisi Ekonomi Manajerial

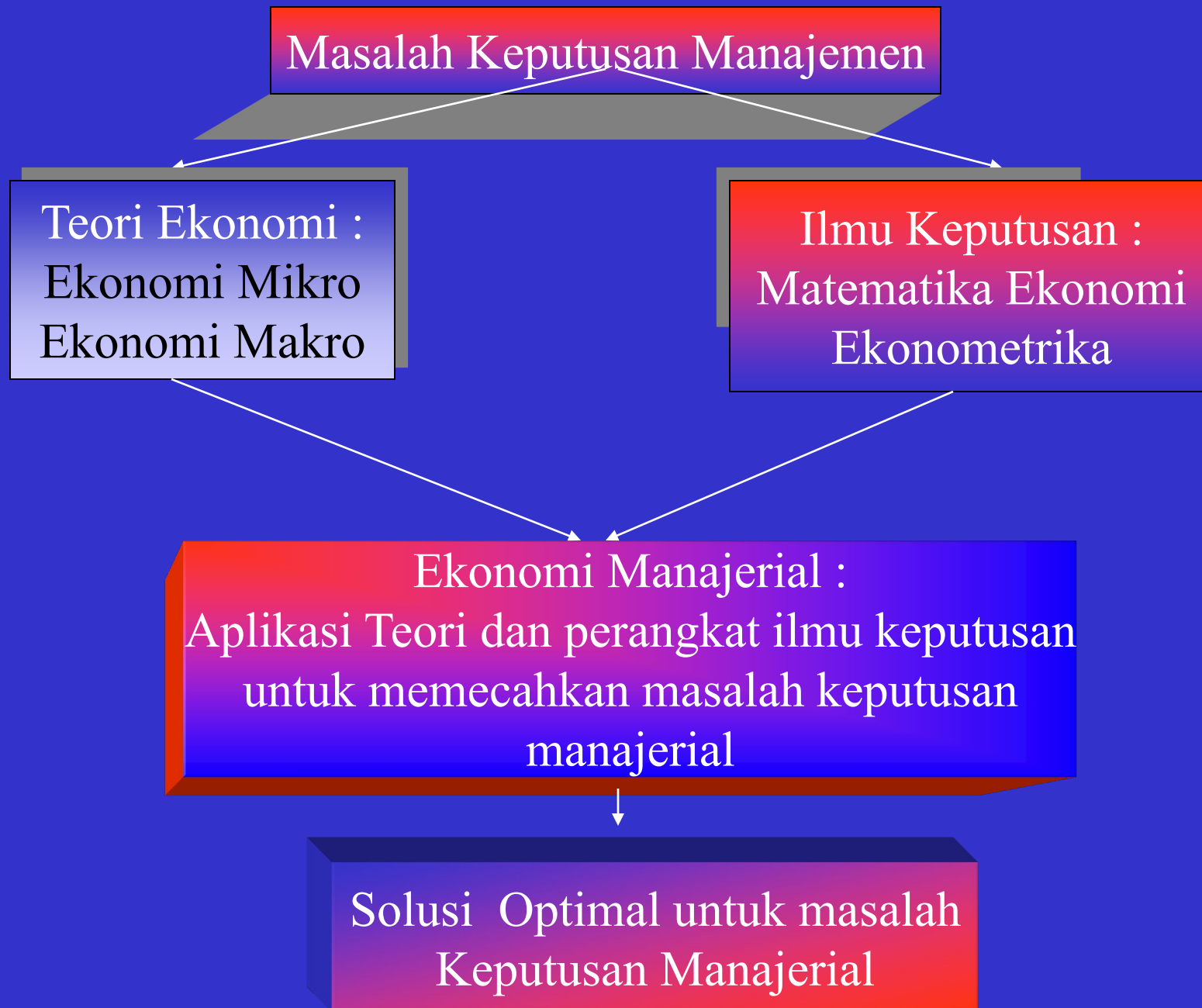
Managerial economics, is the study of how to direct scarce resource in the way that most efficiently achieves managerial goal. ⁽¹⁾

Ekonomi Manajerial : aplikasi dari teori ekonomi dan perangkat analisis ilmu keputusan untuk membahas bagaimana suatu organisasi dapat mencapai tujuan dengan cara yang paling efisien. ⁽²⁾

Ekonomi Manajerial :

Kerangka kerja untuk menganalisis keputusan- keputusan manajerial yang berfokus pada aplikasi atau penerapan teori-teori ekonomi mikro. ⁽³⁾

Gambar 1. Pengertian Ekonomi Manajerial



Organisasi dapat memecahkan masalah keputusan manajemen dengan menerapkan teori ekonomi dan perangkat ilmu keputusan

Ekonomi mikro : Tingkah laku ekonomi secara individual sebagai pengambil keputusan, seperti konsumen individu dan pemilik sumber daya, dan perusahaan bisnis.

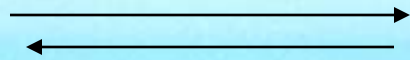
Ekonomi makro : Membahas tentang output, pendapatan, pekerjaan, konsumsi, investasi dan harga dilihat secara agregat

Teori ekonomi : memprediksi dan menerangkan tingkah laku ekonomi
Teori ekonomi biasanya dimulai dengan model

Model : abstraksi dari banyak hal yang melingkupi suatu kejadian dan berusaha mengidentifikasi beberapa dari banyak faktor penentu yang penting dari suatu kejadian.

Metodologi ekonomi adalah menerima teori atau model bila dapat memprediksi secara tepat dan prediksi tersebut secara logis mengikuti asumsi.

EKMAN



Ilmu Keputusan



Matematika Ekonomi dan Ekonometrika



Memformulasikan dalam bentuk persamaan model ekonomi yang dipostulatkan oleh teori ekonomi.

Menerapkan peralatan statistik (regresi) pada data dunia nyata untuk mengestimasi model yang dipostulatkan oleh teori ekonomi.

Model Matematika $Q = f(P, Y, PC, PS, A)$

Dengan mengumpulkan data Q, P, Y, PC, PS, A , kita dapat mengestimasi hubungan empirisnya (ekonometrik)



EKMAN : Aplikasi teori ekonomi dan perangkat ilmu pengambilan keputusan untuk menemukan solusi optimal pada masalah keputusan manajerial.

EKMAN \longleftrightarrow ILMU ADMINISTRASI BISNIS

(Akuntansi, keuangan, pemasaran, manajemen SDM,
dan produksi) = Lingkungan bisnis dimana prshan
beroperasi.



Proses pengambilan keputusan secara keseluruhan yang akan membawa perusahaan mencapai tujuannya.



EKMAN bukan merupakan ilmu yang terdiri dari banyak topik yang terpisah melainkan penggunaan teori ekonomi dan perangkat ilmu manajemen untuk mempelajari bagaimana suatu perusahaan dapat mencapai tujuannya dengan cara yang paling efisien di dalam lingkungan bisnis dimana perusahaan beroperasi.

1.2. The Economics of Effective Management

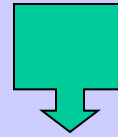
In particular, an effective manager must :

- identify goals and constraints
- recognize the nature and importance of profits
- understand an incentives
- understand market
- recognize the time value of money
- use marginal analysis



1.2.1. Identify goals and constraints

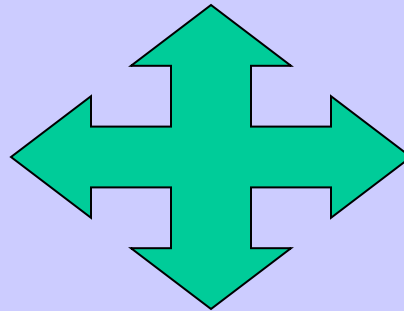
Langkah awal Membuat Keputusan : Menentukan tujuan



Untuk mencapai sejumlah tujuan yang berbeda akan membuat keputusan berbeda.

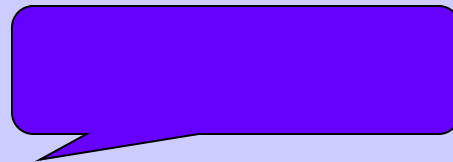
Tujuan : distribusi makanan

Rural areas



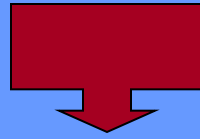
Innercity residents

Decisions and optimal distribution network will differ



The decision maker faces constraints that affect the ability to achieve a goal

Unit berbeda dalam perusahaan memiliki tujuan berbeda.



Departemen Marketing : bertujuan menggunakan sumberdaya untuk memaksimalkan penjualan atau market share

Departemen Financial : bertujuan meningkatkan laba atau mengurangi risiko



Unfortunately, constraints make it difficult for managers to achieve goals, such as maximizing profit or increasing market share

Kendala : ketersediaan teknologi, harga input yang digunakan dalam proses produksi.

Tujuan memaksimalkan profit, maka manajer harus memutuskan : optimal price to charge for a product, how much to produce, which technology to use, how much of each input to use, how to react to decisions made by competitors, and so on.

1.2.2. Recognize the Nature and Importance of Profit



Tujuan Perusahaan : Memaksimumkan profit atau nilai perusahaan

Accounting Versus Economic Profits

Accounting Profit : sejumlah uang yang diperoleh dari penjualan (Total Penerimaan = harga dikali kuantitas barang yang dijual) dikurangi biaya

Apa yang dilaporkan dalam Laporan Keuangan, dan dilaporkan kepada manager oleh bagian keuangan.

Economic Profit : perbedaan total penerimaan dengan biaya opportunity total memproduksi barang atau jasa.

Biaya opportunity > Biaya akuntansi

Explicit (or Accounting) cost of resource and the implicit cost of giving-up the next-best alternative use of the resource)

Contoh : Bisnis Bread-talk atau Jico donuts memiliki gedung sendiri.

Biaya untuk memproduksi merupakan biaya akuntansi.

Pada akhir tahun, bagian keuangan melaporkan bahwa biaya produksi sebesar Rp. 300 juta, dan total penerimaan adalah Rp. 1 miliar, maka laba akuntansi adalah Rp. 700 juta.

Untuk Menentukan Laba ekonomi beberapa hal harus diperhitungkan :

- Gaji pemilik jika bekerja diperusahaan lain, misalkan digaji Rp. 240 juta sehingga biaya implisit untuk pemilik dalam menjalankan bisnis donut adalah sebesar Rp. 240 juta yang dikurangi dari laba akuntansi.
- Menyewa gedung dari orang lain, misalkan jika menyewa gedung yang sama ditempat lain sebesar Rp. 480 juta pertahun, maka biaya sewa gedung merupakan biaya implisit

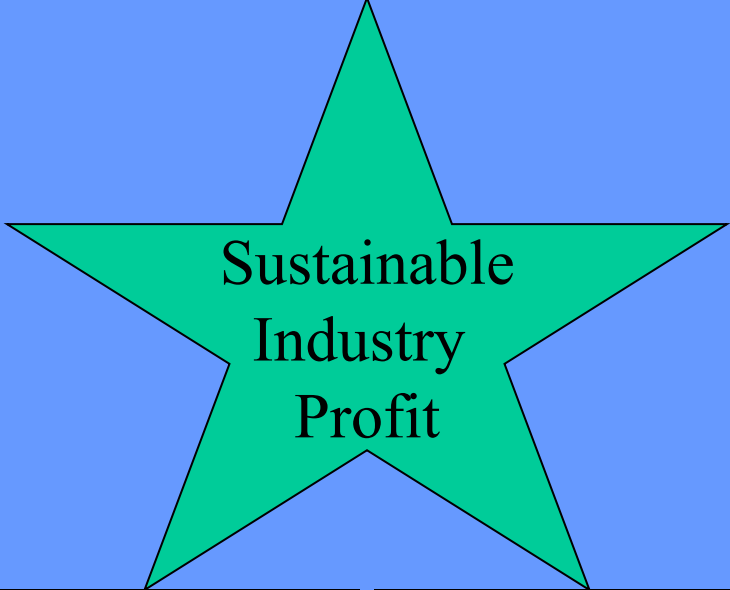
Biaya ekonomi untuk kasus tersebut = 300 juta + 240 juta + 480 juta
= 1 miliar 20 juta

Laba ekonomi = Rp. 1 miliar – Rp. 1 miliar 20 juta = - 20 juta
atau mengalami rugi sebesar Rp. 20 juta

The Five Forces Framework and Industry Profitability

- Entry cost
- Speed of adjustment
- Sunk Cost
- Economies of scale
- Network effects
- Reputation
- Switching cost
- Government restraints

- Power of input Suppliers**
- Supplier concentration
 - Price/prod. of alt. input
 - Relationship of invest.
 - Supplier switching cost
 - Government restraints

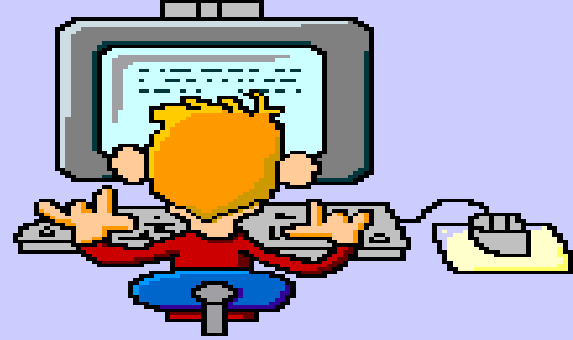


- Power of Buyer :**
- Buyer concentration
 - Price/value of sub prod
 - Relationship spec of inv.
 - Customer switching cost
 - Government restraints

- Industry Rivalry :**
- Concentration
 - Price, quant, qual, or service competition
 - Degree of different.
 - Switching cost
 - Timing of decision.
 - Information
 - Gov. restraints

- Substitute and Complements**
- Price/value of surrogate prod. or serv.
 - Price/value of complementary prod. or serv
 - Network effects
 - Gov. restraints

1.2.3. Understand Incentives



Insentif berpengaruh terhadap bagaimana sumber daya digunakan dan bagaimana SDM bekerja keras.

Perusahaan harus mempunyai suatu aturan tentang pemberian insentif untuk membangkitkan semangat kerja

Insentif diberikan dalam bentuk bonus dengan mekanisme yang jelas yang diperoleh mulai dari CEO hingga manajemen yang paling bawah.

Beberapa individu mendapatkan insentif berdasarkan pendapatan yang dihasilkan untuk pemilik perusahaan. Seperti tenaga penjualan, jika usaha yang dilakukan sedikit maka insentif yang diperoleh kecil dan sebaliknya jika usaha yang dilakukan besar sehingga diperoleh insentif yang tinggi.

2.4. Understand Market

Terdapat dua sisi setiap transaksi dalam pasar :

Untuk setiap pembeli dari barang/jasa terdapat hubungan dengan penjual.

Outcome akhir dari pasar tergantung pada kekuatan pembeli dan penjual di pasar yang ditempati.

The power or bargaining position, of consumers and producers in the market is limited by three sources of rivalry that exist in economic transaction :

Consumer-producer rivalry, consumer-consumer rivalry, producer-producer rivalry.

1.3. Teori Perusahaan

Perusahaan : suatu organisasi yang mengkombinasikan, mengorganisir berbagai sumberdaya yang bertujuan memproduksi barang dan jasa untuk dijual

Perusahaan → menghemat biaya transaksi

Fungsi Perusahaan : membeli sumberdaya atau input berupa tenaga kerja, modal dan bahan mentah untuk diubah menjadi barang dan jasa untuk dijual
(bagian dari circular flow of economic activity)

Tujuan dan Nilai Perusahaan

Tujuan perusahaan : Memaksimumkan laba sekarang atau jangka pendek

Tujuan perusahaan : memaksimumkan kekayaan atau nilai perusahaan.
(Dicerminkan dari nilai sekarang dari keuntungan perusahaan yang diharapkan masa depan)

Kekayaan atau nilai perusahaan :

$$PV = \frac{\Pi_1}{(1+r)^1} + \frac{\Pi_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{\Pi_n}{(1+r)^n}$$

$$PV = \sum \frac{\Pi_t}{(1+r)^t}$$

PV = nilai sekarang dari laba perusahaan masa depan yang diharapkan

Π = laba yang diharapkan

r = tingkat diskonto

Nilai Perusahaan =

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