

Ahmad Fadlan



EKONOMI MIKRO



Editor: Rizky Vita Losi

EKONOMI MIKRO

Ahmad Faqlan



Tahta Media Group

UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

EKONOMI MIKRO

Penulis:
Ahmad Fadlan

Desain Cover:
Tahta Media

Editor:
Rizky Vita Losi

Proofreader:
Tahta Media

Ukuran:
vi, 81, Uk: 15,5 x 23 cm

ISBN: 978-623-147-240-3

Cetakan Pertama:
November 2023

Hak Cipta 2023, Pada Penulis

Isi diluar tanggung jawab percetakan

Copyright © 2023 by Tahta Media Group
All Right Reserved

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT TAHTA MEDIA GROUP
(Grup Penerbitan CV TAHTA MEDIA GROUP)
Anggota IKAPI (216/JTE/2021)

PRAKATA

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, kami panjatkan puji dan syukur atas kehadiran-Nya yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya kepada kami, sehingga penulis dapat menyelesaikan buku ajar dengan judul “Ekonomi Mikro”. Buku ini merupakan ilmu ekonomi yang membahas tentang pasar. Ada 3 poin penting yang menjadi kata kunci jika ingin menguasai ilmu ekonomi mikro secara ringkas. Pertama pembahasan (Quantity Demand and Quantity Supply), kedua titik Equilibrium Ekonomi Mikro (Quantity Demand = Quantity Supply) dan ketiga Non-Equilibrium Ekonomi Mikro (Excess Demand and Excess Supply).

Penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu untuk menyelesaikan buku ini. Penulis berharap buku ini dapat digunakan oleh kalangan akademisi maupun yang sedang mempelajari bidang ilmu ekonomi, serta ilmu-ilmu terkait lainnya. Buku ini juga dapat digunakan oleh semua pihak yang terkait dengan pengembangan penelitian agar dapat menjadi lebih baik lagi. Akhir kata, penulis berharap semoga buku ini dapat memberikan manfaat dan inspirasi bagi para pembaca.

Medan, November 2023
Penulis

DAFTAR ISI

Prakata	iv
Daftar Isi.....	v
Bab 1 Ruang Lingkup Ilmu Ekonomi.....	1
A. Kurva Demand & Kurva Supply.....	3
B. Perbedaan Pembahasan Ekonomi Mikro Dengan Ekonomi Makro....	14
C. Klasifikasi Ilmu Ekonomi	22
Bab 2 Model – Model Ekonomi	25
Bab 3 Efek Substitusi dan Pendapatan.....	28
Bab 4 Elastisitas	30
A. Konsep Elastisitas	30
B. Elastisitas Harga (Price Elasticity of Demand and Supply).....	31
C. Kurva Gabungan Elastisitas Permintaan dan Penawaran.....	35
Bab 5 Perilaku Konsumen	37
A. Teori Perilaku Konsumen	37
B. Marginal Utility dan Total Utility.....	38
C. Keseimbangan Konsumen.....	40
Bab 6 Produksi dan Harga	41
A. Teori Biaya Produksi dan Harga.....	41
B. Klasifikasi Harga	42
Bab 7 Mekanisme dan Eksperimen Pasar	44
A. Konsep Mekanisme Pasar	44
B. Eksperimen Pasar.....	45
Bab 8 Pasar Persaingan Sempurna dan Pasar Persaingan Tidak Sempurna	47
A. Pasar Persaingan Sempurna	47
B. Pasar Persaingan Tidak Sempurna.....	50
Bab 9 Kebijakan Pemerintah Terhadap Pasar Persaingan.....	56
A. Penyebab dan Tujuan Kebijakan Pemerintah Terhadap Pasar Persaingan	56
B. Tujuan Campur Tangan Pemerintah	57
C. Bentuk – Bentuk Campur Tangan Pemerintah.....	57

Bab 10 Pengeluaran Konsumsi Masyarakat dan Pengeluaran Pemerintah	58
A. Pengeluaran Konsumsi Masyarakat	58
B. Pengeluaran Pemerintah.....	60
Bab 11 Kesempatan Kerja dan Pengangguran.....	62
A. Kesempatan Kerja.....	62
B. Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK)	63
C. Pengangguran.....	64
Bab 12 Inflasi dan Unemployment.....	70
A. Konsep Inflasi	70
B. Hubungan Antara Inflasi dan Pengangguran	72
C. Teori Kurva Philips.....	73
Daftar Pustaka	79
Profil Penulis.....	80
Sinopsis	81

BAB 1

RUANG LINGKUP ILMU EKONOMI

Ekonomi adalah ilmu yang mempelajari segala perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya dengan tujuan memperoleh kesejahteraan. Terjadi pergeseran secara prinsip ekonomi dari masa sekolah era industri 2.0 hingga generasi industri 4.0 dimana pernyataan “Menggunakan modal sekecil-kecilnya untuk mendapatkan untung sebesar- besarnya, sudah tidak bisa dipakai lagi baik untuk pola kehidupan manusia sehari-hari maupun dalam dunia pendidikan.

Rekayasa ide diperlukan secara pernyataan prinsip ekonomi yang berlaku dan dapat diaplikasikan dalam kehidupan manusia sehari-hari yakni “menggunakan/ memanfaatkan/ mengoptimalkan sumber daya yang terbatas (*scarcity*) untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan (*need and want*) yang tidak terbatas”. Secara defenisi dapat diartikan sama saja kedua prinsip di atas, namun secara produktif kedua pernyataan tersebut sangat jauh berbeda.

Alasan prinsip yang pertama tidak dapat digunakan lagi, baik itu secara defenisi maupun secara produksi, disebabkan karena tidak mungkin lagi rasanya kita mengeluarkan modal sekecil mungkin dengan harapan mendapatkan modal sebanyak ataupun semaksimal mungkin. Jika diilustrasikan dalam contoh kasus" seorang pedagang yang berniat jualan pulsa hanya membutuhkan Rp.50.000,- sudah mampu untuk mengisi pulsa semua operator ponsel. Modal Rp.50.000,- tersebut tidak akan mampu menghasilkan omset melebihi modal atau bahkan setengahnyapun tidak diperoleh. Tentunya keuntungan yang besar akan mampu didapatkan sesuai dengan modal dan ikhtiar/ usaha yang Besar pula.

Dalam kenyataannya setiap manusia yang menginginkan kesejahteraan dalam kehidupannya, haruslah menggunakan ilmu untuk menggunakan keterbatasan sumber daya untuk memenuhi kebutuhan dan mendapatkan keinginan. Ilmu ekonomi merupakan pengetahuan yang siap untuk diaplikasikan untuk mendapatkan kesejahteraan kehidupan ataupun kekayaan

di Dunia dan kebahagiaan di akhirat. Adapun defenisi para ahli dan pengamat ekonomi tentang ilmu ekonomi sebagai berikut :

1. Adam Smith mendefinisikan ekonomi sebagai kajian tentang sebab- sebab terjadinya kekayaan.
2. F.A. Walker menyatakan ekonomi adalah satu cabang ilmu yang berhubungan dengan kekayaan.
3. David Ricardo mendefinisikan ilmu ekonomi sebagai suatu kajian tentang hukum berbagai jenis golongan masyarakat.
4. J.B. Say mendefinisikan ekonomi sebagai suatu kajian tentang peraturan yang menentukan kekayaan.
5. J.S. Mill mendefinisikan ekonomi sebagai suatu ilmu yang berhubungan dengan pengeluaran hasil negara.

Dapat disimpulkan bahwa defenisi dan prinsip Ilmu ekonomi adalah ilmu yang mempelajari upaya-upaya untuk memenuhi kebutuhan guna mencapai kemakmuran. Pemilihan (*problem of choice*) digunakan untuk memenuhi kebutuhan manusia yang tidak terbatas, sedangkan kenyataannya terjadi kelangkaan sumber daya.

Harus diketahui bahwa tidak ada yang tetap dalam ilmu ekonomi, tetapi selalu ada yang saling berpengaruh yang di asumsikan tetap (*ceteris paribus*). Teori ilmu ekonomi juga tidak akan ada sebelum ada fenomena atau kejadian yang telah terjadi sebelumnya. Artinya teori-teori dalam ilmu ekonomi bersifat terbalik jika dibandingkan dengan teori ataupun ajaran agama.

Jika ajaran agama, setiap individu tidak akan berbuat/ melakukan sesuatu tanpa berlandaskan teori atau ajaran yang sudah ada sebelumnya. Berbalik halnya dengan ekonomi, diperbuat terlebih dahulu kemudian banyak ahli yang melahirkan teori-teorinya untuk tujuan sebagai bahan pertimbangan dimasa mendatang.

Alat analisis ekonomi bisa membantu untuk menjelaskan fenomena ekonomi hingga lahirnya teori ekonomi. Alat analisis ekonomi terdiri dari :

1. Kurva
2. Grafik
3. Matematika Ekonomi
4. Statistik
5. Ekonometrika, dan
6. Fisika Ekonomi

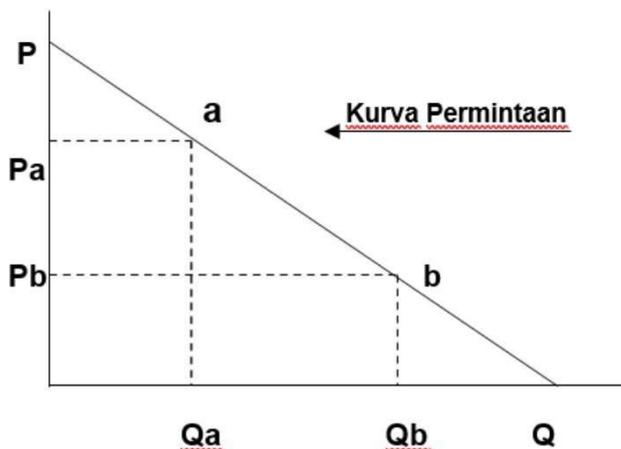
A. KURVA DEMAND & KURVA SUPPLY

Kurva Permintaan

Dalam suatu pasar akan terjadi interaksi antara pembeli dan penjual. Interaksi antar keduanya akan menentukan tingkat harga barang (*Price*) dan jumlah barang yang diperjual belikan (*Quantity*). Untuk menganalisis ini dikembangkan suatu teori ekonomi yang dikenal dengan permintaan (*demand*) dan teori penawaran (*supply*). Teori permintaan akan menerangkan tentang sifat permintaan para pembeli terhadap suatu barang, sedangkan teori penawaran menerangkan sifat para penjual dalam menawarkan suatu barang yang akan dijualnya.

Penggabungan permintaan oleh pembeli dan penawaran oleh penjual akan menentukan harga keseimbangan (harga pasar) dan jumlah barang yang akan dibeli dan dijual. Asumsi yang harus dipegang teguh dalam pengembangan teori permintaan dan penawaran ini adalah bahwa pasar merupakan pasar persaingan sempurna, di mana terdapat banyak pembeli dan penjual di dalam pasar, dan tidak satupun di antara mereka memiliki kapasitas untuk mempengaruhi harga barang dan jasa secara signifikan.

Walaupun dalam kehidupan nyata, asumsi ini kemungkinan gagal karena beberapa individu (baik pembeli maupun penjual) memiliki kemampuan untuk mempengaruhi harga, tetapi penyederhanaan perlu dilakukan agar analisis permintaan dan penawaran dapat diterangkan. Kurva permintaan juga merupakan grafik hubungan antara harga suatu produk dan permintaan konsumen dalam kurun waktu tertentu.



BAB 2

MODEL- MODEL EKONOMI

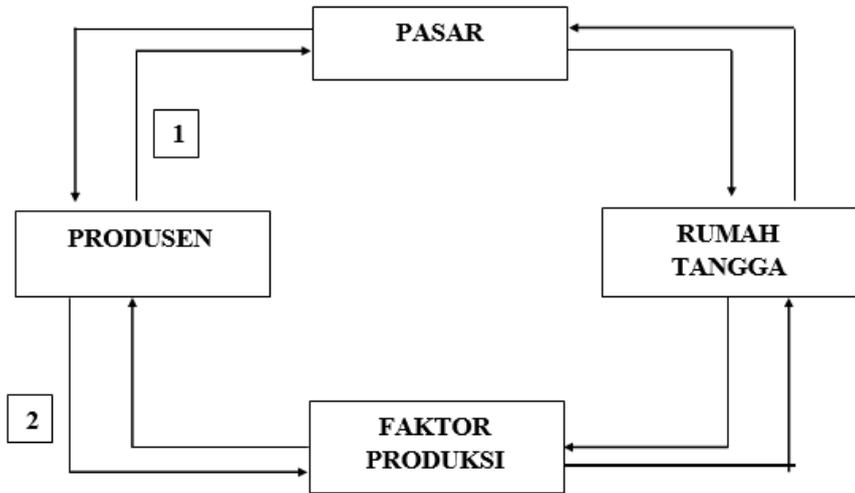
Pembahasan pokok ekonomi mikro dimulai dari model-model ekonomi. Pembahasan tersebut bertujuan untuk menyederhanakan atau pemilihan dari bahagian ilmu ekonomi yang sangat luas untuk ditentukan sebagai bidang yang disukai dan pada puncaknya akan menjadi profesional dibidang yang telah dipilih.

Alasan perlunya model-model ekonomi, disebabkan karena tidak ada satu orangpun di Dunia ini yang mampu menguasai semua konsep ilmu. Jika ada yang memaksakan dirinya untuk menguasai semua ruang lingkup ekonomi, maka akan terjadi kebingungan dan ketidakpastian teori. Adapun peristiwa ekonomi yang terjadi disuatu waktu maka profesionalisme satu ilmulah yang diminta membuat teorinya sebagai pembelajaran bagi banyak orang. Secara umum pembahasan model-model ekonomi membahas perputaran arus barang/jasa.

Circular Flow Diagram (CFD)

Diagram arus lingkaran ekonomi (economic circular flow diagram) yang dikemukakan oleh Francois Quesney (1694-1774) dalam bukunya yang berjudul “Tableau Economique”, membahas tentang “The Circular Flow of Economic Activity (Ekonomi Makro) dan circular flow Diagram (Ekonomi Mikro) yang artinya arus lingkaran kegiatan ekonomi yang meliputi arus barang dan arus uang.

Pembahasan model-model ekonomi menjelaskan proses hubungan para pelaku ekonomi yang terdiri dari perusahaan, pasar, rumah tangga dan faktor-faktor produksi. Untuk ekonomi Mikro pendekatan 2 sektor ini dapat digambarkan melalui diagram circular flow diagram (CFD).



Penjelasan skema circular flow diagram (CFD) pada sektor 1 dimulai dari alur yang pertama dimana hasil produksi produsen/ pabrik/ perusahaan berupa barang/ jasa didistribusikan ke pasar sebagai tempat transaksi untuk menjual hasil produksinya kepada rumah tangga. Rumah tangga sebagai pelaku/ pemilik faktor produksi memiliki sumber daya berupa tenaga kerja dan tanah (labor&capital) yang dibutuhkan oleh produsen.

Sektor kedua tetap juga dimulai dari produsen, sama halnya seperti alur pertama, yang membedakan produsen sebagai pembeli tanah konsumen dan pemakai jasa tenaga kerja yang berasal dari rumah tangga, harus memberikan sejumlah uang kepada rumah tangga. Artinya perusahaan akan memberikan balas jasa berupa biaya kepada faktor produksi berupa dana pembelian, upah/gaji atau pemberian investasi karena perusahaan telah menggunakan faktor-faktor produksi dari sekitar tempat perusahaan memproduksi barang/ jasa

Uang yang diperoleh rumah tangga dari hasil penjualan tanah atau upah karena bekerja akan digunakan kembali untuk melakukan transaksi ke pasar dalam bentuk upaya memenuhi kebutuhan ataupun keinginan diri sendiri dan keluarga. Kegiatan dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan yang dilakukan setiap hari, mengakibatkan berkurangnya inventory yang ada di pasar dan akan melakukan permintaan barang/jasa kembali ke perusahaan dan disaat itulah produsen kembali memproduksi barang/ jasa dan dimulai

kembali dari alur yang pertama.

Dari diagram tersebut nampak bahwa para pelaku ekonomi ternyata memiliki keterkaitan dengan pelaku ekonomi yang lain. Rumah tangga konsumen sebagai penyedia faktor-faktor produksi yang dibutuhkan oleh produsen dan sekaligus sebagai penyedia barang/ jasa yang dibutuhkan rumah tangga konsumen. Skema CFD dua arah ini menunjukkan salah satu pembahasan ruang lingkup ekonomi mikro secara umum.

BAB 3

EFEK SUBSTITUSI DAN PENDAPATAN

Efek substitusi dapat diartikan sebagai proses peralihan barang atau jasa yang dikonsumsi disebabkan berubahnya harga, selera, ketersediaan barang/jasa dengan tingkat utility (kepuasan) yang sama. Jika bertambahnya pembelian terhadap suatu barang akibat naiknya pendapatan riil akan dinamakan efek pendapatan. Tindakan efek substitusi dan efek pendapatan dapat dilakukan secara sekaligus, maka konsumen dapat memutuskan memilih salah satunya diantaranya.

Pembahasan Pokok Efek Substitusi Dan Pendapatan

Ruang lingkup konsep efek substitusi dan efek pendapatan, dapat disimpulkan dalam 4 pembahasan pokok yaitu :

1.

$$\Delta P = \Delta Q_d$$

Apabila harga stabil efek substitusi atau pendapatan akan permintaan barang tersebut sama/ seimbang. Perubahan harga (price) sama dengan perubahan jumlah barang yang diminta. Artinya berapa persen harga meningkat atau menurun, maka dengan jumlah persen yang sama jumlah pembelian juga akan mengalami perubahan. Contoh: Tahun 2018 harga beras menurun sebesar 30%, maka mahalnya harga beras mengakibatkan, jumlah pembelian masyarakat meningkat sebesar 30% juga begitu juga sebaliknya.

2.

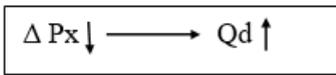
$$\Delta P \longrightarrow \Delta \text{Pendapatan Riil} \longrightarrow \Delta Q_d \longrightarrow \text{Pendapatan Nominal}$$

Perubahan harga akan memberikan perubahan terhadap pendapatan riil konsumen, artinya apabila harga menurun, konsumen akan mendapatkan sisa uang dari pengeluaran rutin. Contoh, seorang ibu rumah

tangga biasanya membutuhkan Rp.3jt untuk memenuhi kebutuhan keluarga selama satu bulan. Disaat harga kebutuhan pokok turun maka si ibu hanya mengeluarkan biaya Rp.2,5jt sudah mampu mencukupi kebutuhan keluarga satu bulan seperti biasanya.

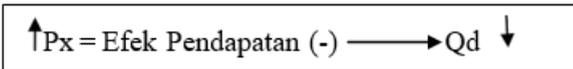
Perubahan harga selain memberi manfaat untuk menambah simpanan tabungan (*saving*) dari sisa uang yang didapatkan karena penurunan harga, juga dapat digunakan untuk menambah/ memperbanyak jumlah pembelian untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan, walaupun pendapatan nominal masih tetap/ tidak mengalami perubahan.

3.



Efek substitusi dan pendapatan yang ketiga linear dengan hukum permintaan. Artinya disaat harga mengalami peningkatan maka jumlah barang yang diminta akan menurun, begitu juga sebaliknya hubungan antara perubahan harga dengan perubahan jumlah barang yang diminta oleh konsumen selalu bersifat terbalik secara otomatis.

4.



Kenaikan harga akan berdampak negatif terhadap efek pendapatan. Artinya mahalnya harga yang tidak dibarengi kenaikan pendapatan pasti akan memberatkan masyarakat dan pasti akan mengakibatkan menurunnya daya beli/ *quantity demand* masyarakat. Keadaan seperti ini yang di khawatirkan akan menjadi masalah nasional.

Ruang lingkup efek substistusi dan efek pendapatan begitu sangat luas dan banyak jenis dari berbagai pendapat dari berbagai ahli/ pakar ekonomi. Dari konsep yang begitu luas, akademisi dituntut untuk mampu merekayasa ide sesuai deskripsi pribadi masing-masing sesuai dengan benang merah yang ada, sehingga dapat disimpulkan hanya dengan keempat konsep efek substitusi dan pendapatan.

BAB 4

ELASTISITAS

A. KONSEP ELASTISITAS

Elastisitas adalah pengaruh perubahan harga terhadap jumlah barang yang diminta atau yang ditawarkan. Dengan kata lain konsep elastisitas merupakan tingkat kepekaan (respon) suatu gejala ekonomi terhadap perubahan gejala ekonomi yang lain. Pengaruh atau respon terhadap naik turunnya harga permintaan & penawaran dapat diukur dari seberapa besar kepekaan atau reaksi konsumen terhadap perubahan harga.

Pengetahuan mengenai seberapa besar dampak perubahan harga terhadap permintaan sangatlah penting. Terutama bagi produsen pengetahuan harga terhadap permintaan sangatlah penting. Bagi produsen, pengetahuan ini digunakan sebagai pedoman seberapa besar harus mengubah harga produknya. Elastisitas terbagi dalam 3 bentuk yaitu:

1. PE => Price Elasticity => (Perubahan Harga)
2. CE => Cross Elasticity => (Elastisitas Silang) => barang substitusi
3. IE => Income Elasticity => (Perubahan Pendapatan)

Elastisitas harga (*price elasticity*) merupakan persentase perubahan quantity demand dan quantity supply yang disebabkan oleh persentase perubahan harga barang.

Elastilitas silang (*cross elasticity*) merupakan persentase perubahan jumlah barang yang dimintayang disebabkan oleh persentase perubahan harga barang lain (substitusi).

Elastilitas pendapatan (*income elasticity*) merupakan persentase perubahan permintaan akan suatu barang yang diakibatkan oleh persentase perubahan pendapatan (income) rill konsumen.

B. ELASTISITAS HARGA (PRICE ELASTICITY OF DEMAND AND SUPPLY)

Elastisitas harga permintaan adalah tingkat kepekaan atau respon jumlah permintaan akibat berubahnya harga barang/ jasa. Perbandingan dari persentasi perubahan jumlah barang yang diminta dengan persentase perubahan harga dipasar. Sesuai dengan hukum permintaan, dimana jika harga naik, maka kuantitas barang turun dan sebaliknya. Dalam analisis, elastisitas harga permintaan lebih kerap dinyatakan sebagai elastisitas permintaan. Adapun 5 jenis *quantity demand* sebagai berikut :

Jenis - Jenis Elastisitas Permintaan

1.

$$E < 1 \Rightarrow \% \Delta P < \% \Delta Q_d \text{ (in elastis)}$$

Penjelasan, keadaan dimana respon terhadap jumlah perubahan harga lebih kecil dari pada tingkat permintaan akan jumlah barang (curam).

2.

$$E > 1 \Rightarrow \% \Delta P > \% \Delta Q_d \text{ (elastis)}$$

Penjelasan, disini menunjukkan adanya ketidak kesetabilan dimana tingkat persentase perubahan harga lebih besar dari tingkat perminaan akan barang (landai).

3.

$$E = 1 \Rightarrow \% \Delta P = \% \Delta Q_d \text{ (unitery)}$$

Penjelasan, disini ditunjukkan karna adanya tingkat kenormalan terhadap tingkat price dengan jumlah akan permintaan suatu barang.

4.

$$E = 0 \Rightarrow \% \Delta \text{ Price Meningkatkan } \% Q_d \text{ tetap (in elastis sempurna)}$$

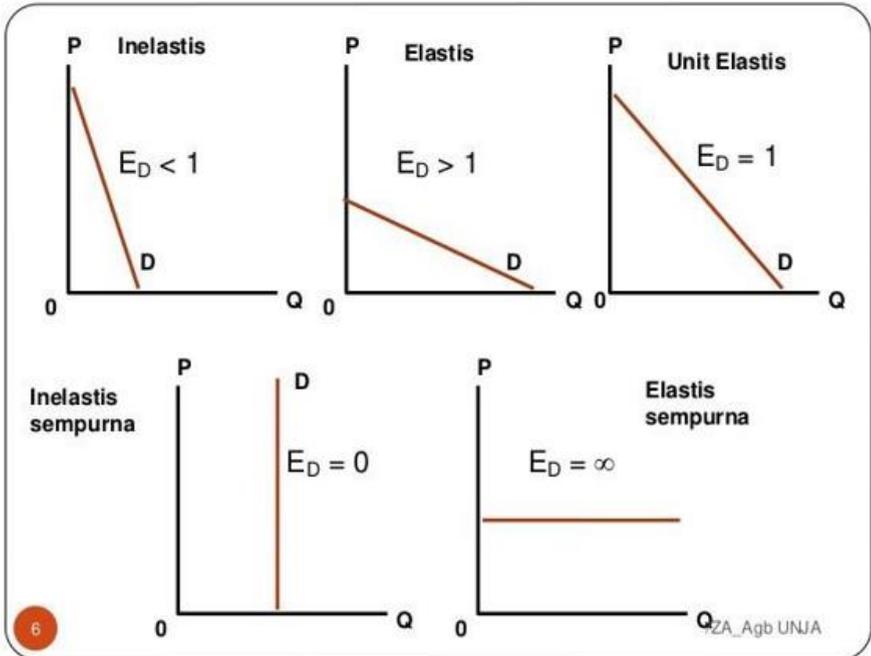
Penjelasan, Perubahan harga tidak mempengaruhi jumlah permintaan. Kurvanya berbentuk vertikal. Kurva berbentuk vertikal ini berarti bahwa berapapun harga yang ditawarkan, kuantitas barang/jasa tetap tidak berubah. Contoh barang yang permintaannya tidak elastis sempurna adalah tanah (meskipun harganya naik terus, tetap akan dicari dan dibeli konsumen).

5.

$E = \text{Tak terhingga} \Rightarrow \% \text{ Price tetap } \% \text{ Qd naik}$

Penjelasan, dimana disini kestabilan yang normal dimana harga tetap dan permintaan terhadap barang terus mengalami kenaikan.

Kurva Elastitas Permintaan (E_D)



Keterangan:

$\% \Delta Q_d$: Persentase perubahan jumlah barang yang diminta

$\% \Delta P_s$: Persentase perubahan harga barang

Elastisitas Harga Penawaran (E_s)

Elastisitas penawaran adalah tingkat perubahan penawaran atas barang dan jasa yang diakibatkan karena adanya perubahan harga barang dan jasa tersebut. Untuk mengukur besar/kecilnya tingkat perubahan tersebut diukur dengan angka yang disebut koefesien elastisitas penawaran dengan lambang

BAB 5

PERILAKU KONSUMEN

A. TEORI PERILAKU KONSUMEN

Latar Belakang perilaku konsumen muncul pada dasarnya disebabkan keterbatasan pendapatan dalam hal memenuhi kebutuhan hidupnya untuk mengkonsumsi barang/ jasa yang dibutuhkan dan keinginan. Ada tiga latar belakang mendasar perilaku konsumen yaitu :

1. Memenuhi kebutuhan sendiri

Maksudnya adalah adanya perilaku seseorang karna atas pribadi yang ingin memenuhi kelangsungan hidupnya.

2. Keluarga

Maksud dalam perilaku konsumen dalam upaya memenuhi kebutuhan keluarga berupa barang apa yang diinginkan.

3. Masyarakat/ Orang lain

Setelah terpenuhi kebutuhan sendiri dan keluarga, maka perilaku konsumen akan beralih berupaya untuk memenuhi kebutuhan pokok masyarakat sekitarnya.

Definisi Perilaku Konsumen

Pengertian konsumen dalam Ilmu Ekonomi mikro adalah seseorang atau kelompok yang melakukan serangkaian kegiatan konsumsi barang atau jasa. Pengertian lain tentang konsumen adalah orang atau sesuatu yang membutuhkan menggunakan dan memanfaatkan barang atau jasa. Konsumen biasa memiliki kebiasaan dan tingkah laku yang berbeda-beda. Perilaku konsumen merupakan suatu proses yang berkaitan erat dengan proses pembelian.

Dalam Marwan Asri (1991 : 3) James F. Engel memberikan pengertian perilaku konsumen adalah kegiatan–kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang dan jasa termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan

kegiatan – kegiatan tersebut.

Menurut David L Laodon dan Albert J. Delta Bitta perilaku konsumen adalah suatu proses pengambilan keputusan dan aktivitas individu secara fisik yang melibatkan dalam mengevaluasi, memperoleh, menggunakan atau mendapatkan barang dan jasa.

Menurut Anwar Prabu Mangkunegara (1991:3) pengertian perilaku konsumen tindakan – tindakan, proses dan hubungan sosial yang dilakukan oleh individu, kelompok dan organisasi dalam mendapatkan, menggunakan suatu produk atau lainnya sebagai suatu akibat adanya pengalamannya dengan produk, pelayanan, dan sumber – sumber lainnya.

Berdasarkan pendapat beberapa ahli tersebut diatas disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan yang dilakukan individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, menggunakan barang dan jasa yang dapat di pengaruhi oleh keadaan lingkungannya. Siasat/ politik juga diperlukan dari konsumen saat pra&pasca mendapatkan barang/ jasa.

4 sikap konsumen pra-pembelian agar tidak menyesal

1. Pengalaman pribadi saat membeli produk
2. Memiliki pengetahuan dan kepercayaan produk
3. Pengaruh keluarga atau orang sekitar
4. Iklan

3 sikap konsumen agar konsumen tidak menyesal pasca pembelian

1. Menghindari informasi keunggulan produk lain yang sejenis
2. Bergantung pada kepuasan orang yang sudah pernah memakai produk
3. Jual kembali selagi harga tinggi

B. MARGINAL UTILITY DAN TOTAL UTILITY

Titik puncak ruang lingkup teori perilaku konsumen, ditandai dengan adanya tingkat utility (nilai guna barang/ kepuasan). Ada 2 konsep kepuasan dalam perilaku konsumen yaitu:

BAB 7

MEKANISME DAN EKSPERIMEN

PASAR

A. KONSEP MEKANISME PASAR

Pembahasan mekanisme pasar difokuskan pada keadaan disaat permintaan ataupun penawaran menjauh dari titik keseimbangan pasar (*equilibrium market*). Juga dapat digunakan dengan bahasa masyarakat yang lebih mudah dipahami. Pertama, jika jumlah pembeli lebih banyak dibandingkan dengan penjual, maka keadaan tersebut dinamakan *excess demand*.

Kedua, jika jumlah barang yang ditawarkan lebih tinggi/ lebih banyak dibandingkan jumlah barang yang diminta dinamakan *excess supply*. Artinya penjual lebih banyak dibandingkan pembeli. Ketiga jika jumlah penjual sama dengan jumlah pembeli dinamakan *market equilibrium*.

Penyebab Terjadinya Excess Demand yaitu:

Quantity demand (Qd) naik

Quantity supply (Qs) turun

Inventory (Persediaan) menurun

Harga naik

Excess Demand yaitu kondisi dimana lebih banyak jumlah yang diminta dibandingkan jumlah yang ditawarkan (*shortage*). Artinya stock persediaan barang (*inventory*) mengalami penurunan. Apabila keadaan pasar seperti ini terjadi otomatis harga barang menjadi naik/ mahal. Perusahaan bisa melemburkan karyawan untuk proses pembuatan barang supaya kondisi *inventory* perusahaan kembali normal.

Penyebab Terjadinya Excess Supply yaitu :

Quantity demand (Qd) menurun

Quantity supply (Qs) naik

Inventory (persediaan) naik

Harga turun

Excess Supply kondisi dimana lebih banyak jumlah yang di tawarkan dibandingkan dengan jumlah yang diminta. Artinya penjual lebih banyak dibanding penjual dan akan menyebabkan jumlah prsediaan barang (inventory) meningkat. Banyaknya stock di gudang menjadi penyebab lahirnya banyak penjual di pasar. Keadaan seperti ini otomatis akan menyebabkan harga barang menjadi turun.

B. EKSPERIMEN PASAR

Ekonomi Mikro sebagai pembahas teori adanya keseimbangan pasar (*market equilibrium*) bidang ilmu ekonomi yang lain akan membuktikan kebenaran teori yang ada dalam pembahasan ekonomi mikro, seperti halnya pencarian kebenaran eksperimen pasar. Eksperimen pasar adalah suatu bentuk perhitungan eksakta dalam perekonomian dengan menggunakan perhitungan statistik, ekonometrika dan matematika ekonomi, dimana tujuan perhitungan eksperimen pasar untuk mencari angka keseimbangan pasar.

Contoh soal :

$$\begin{aligned} \text{Demand } Q_d &= 60 - 10P \\ \text{Supply } Q_s &= Q = 5P + 15 \\ \text{Price} &= 2, 3, 4 \end{aligned}$$

Selesaikanlah :

1. Tabel keseimbangan pasar
2. Akumulasi persamaan keseimbangan pasar
3. Kurva keseimbangan pasar

Penyelesaian :

$$\begin{aligned} Q_d &= 60 - 10(2) \\ &= 60 - 20 \\ &= 40 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} Q_d &= 60 - 10 \\ &= 30 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} Q_d &= 60 - 10(4) \\ &= 20 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} Q_s &= 5 \cdot 2 + 15 \\ &= 25 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} Q_s &= 5 \cdot 3 + 15 \\ &= 30 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} Q_s &= 5 \cdot 4 + 14 \\ &= 35 \end{aligned}$$

1. Tabel Keseimbangan Pasar

Price	2	3	4
Qd	40	30	20
Qs	25	30	35

2. Akumulasi persamaan keseimbangan pasar

$$Qd = 60 - 10P \quad Qd = 5P + 15$$

$$60 - 10P = 5P + 15$$

$$5P + 10P = 60 - 15$$

$$15P = 45$$

$$P = 3$$

BAB 8

PASAR PERSAINGAN SEMPURNA DAN PASAR PERSAINGAN TIDAK SEMPURNA

A. PASAR PERSAINGAN SEMPURNA

Pasar persaingan sempurna adalah suatu pasar dimana jumlah penjual dan pembeli (konsumen) banyak dan produk yang diperjual belikan sejenis atau homogen banyaknya penjual dan pembeli dalam pasar persaingan sempurna, namun walaupun sama banyaknya pembeli dan penjual tidak bisa menentukan harga. Contoh barang yang dijual pada bentuk pasar ini adalah beras, sayur, gandum, batu bara, kentang dan lain sebagainya.

Karakteristik Pasar Persaingan Sempurna terdiri dari semua perusahaan memproduksi barang/produk yang homogenitas. Produk homogen adalah produk yang mampu memberikan kepuasan (utilitas) kepada konsumen tanpa perlu mengetahui siapa produsennya. Produsen dan konsumen memiliki pengetahuan atau informasi yang sempurna.

Para pelaku ekonomi (produsen dan konsumen) memiliki pengetahuan sempurna tentang harga produk dan input yang dijual sehingga konsumen tidak akan mengalami perlakuan harga jual yang berbeda dari suatu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Output sebuah perusahaan relatif kecil dibandingkan dengan output pasar. output suatu perusahaan secara individu dianggap relatif kecil dibandingkan dengan jumlah output seluruh perusahaan dalam industri.

Perusahaan menerima harga yang ditentukan pasar. Perusahaan yang menjual produknya harus berpatokan pada harga yang ditetapkan pasar karena perusahaan tidak dapat mempengaruhi harga pasar. Semua perusahaan bebas masuk dan keluar pasar. Hal ini disebabkan oleh adanya faktor mobilitasnya tidak terbatas dan tidak ada biaya yang harus dikeluarkan untuk memindahkan faktor produksi.

BAB 9

KEBIJAKAN PEMERINTAH TERHADAP PASAR PERSAINGAN

A. PENYEBAB DAN TUJUAN KEBIJAKAN PEMERINTAH TERHADAP PASAR PERSAINGAN

Memang menurut Adam Smith, pasar adalah tempat mengorganisir perekonomian yang paling baik, sehingga campur tangan pemerintah tidak diperlukan. Namun dalam kenyataannya, ada yang namanya kegagalan pasar dimana pasar tidak lagi berfungsi karena gagal dalam mendistribusikan barang dan jasa.

Sebagai contoh disaat harga cabe mahal karena pasar gagal mendistribusikan cabe di wilayah lokal sehingga menyebabkan kelangkaan atau suatu wilayah harus mencari cabe di wilayah lain yang mengakibatkan harga cabe naik. Jika ingat tentang hukum permintaan, ketika permintaan tinggi namun barang yang ditawarkan sedikit, maka otomatis harga naik.

Solusi dari pemerintah adalah dengan pemberdayaan petani cabe lokal, mempermudah distribusinya atau kebijakan impor agar kelangkaan dapat ditanggulangi dan pasar kembali ke titik keseimbangannya. Begitu jugalah terhadap segala jenis produk yang dibutuhkan oleh masyarakat. Campur tangan pemerintah lainnya adalah dalam mengatasi adanya monopoli dan hak kuasa atas sumberdaya penting.

Sebagai contoh sekarang adalah PLN adalah milik pemerintah, namun di luar negeri listrik dikuasai swasta (sebagian) sehingga swasta berhak memainkan harga dan jasa ini masuk dalam pasar, Namun jika dikuasai pemerintah, biaya dapat ditekan sehingga masyarakat tidak perlu membayar mahal. Sebenarnya campur tangan pemerintah sangat banyak dalam perekonomian, Misal dalam pajak (pendapatan, bea, penjualan), pembatasan pasar uang, modal, perlindungan produsen dan lain-lain.

B. TUJUAN CAMPUR TANGAN PEMERINTAH

1. Mengurangi eksternalitas yang merugikan
2. Menyediakan barang publik yang mencukupi
3. Mengawasi kegiatan perusahaan agar tidak tumbuh menjadi perusahaan monopoli yang merugikan perekonomian
4. Menjamin terhindarnya penindasan dan ketidakseimbangan dalam masyarakat
5. Memastikan pertumbuhan ekonomi diwujudkan dengan efisien

C. BENTUK-BENTUK CAMPUR TANGAN PEMERINTAH

1. Membuat dan melaksanakan peraturan dan undang-undang
2. Secara langsung menjalankan beberapa kegiatan ekonomi
3. Melakukan kebijakan fiskal dan moneter

BAB 10

PENGELUARAN KONSUMSI

MASYARAKAT DAN PENGELUARAN

PEMERINTAH

A. PENGELUARAN KONSUMSI MASYARAKAT

Pengeluaran Konsumsi masyarakat merupakan salah satu variabel makroekonomi dalam identitas pendapatan nasional dari sisi pendekatan pengeluaran, variabel ini dilambangkan dengan dengan hurup C (*Consumption*). Pengeluaran konsumsi seseorang adalah bagian dari pendapatannya yang dibelanjakan. Bagian dari pendapatan yang tidak dibelanjakan disebut tabungan dilambangkan dengan hurup S (*Saving*).

Apabila pengeluaran-pengeluaran konsumsi semua orang dalam suatu negara dijumlahkan, maka hasilnya adalah pengeluaran konsumsi masyarakat di negara yang bersangkutan. Dilain pihak jika tabungan semua orang dalam suatu negara dijumlahkan hasilnya adalah tabungan masyarakat di negara tersebut.

Tabungan masyarakat bersama-sama dengan tabungan pemerintah membentuk tabungan nasional dan tabungan nasional merupakan sumber dana investasi. Konsumsi seseorang berbanding lurus dengan pendapatannya. Secara makro agregat pengeluaran konsumsi masyarakat berbanding lurus dengan pendapatan nasional. Semakin besar pendapatan, makin besar pula pengeluaran konsumsi.

Apabila pendapatan bertambah, baik konsumsi maupun tabungan akan sama-sama bertambah. Perbandingan besarnya tambahan pengeluaran konsumsi terhadap tambahan pendapatan disebut kecenderungan untuk mengkonsumsi *Marginal Propensity to Consume* (MPC). Sedangkan besarnya tambahan pengeluaran konsumsi terhadap tambahan pendapatan disebut kecenderungan untuk menabung *Marginal Propensity to Save* (MPS).

BAB 11

KESEMPATAN KERJA DAN PENGANGGURAN

A. KESEMPATAN KERJA

Kesempatan kerja adalah lapangan kerja yang tersedia bagi angkatan kerja (mulai dari usia 16-60 Thn). Angkatan Kerja (Labour Force) adalah penduduk usia kerja yang sedang bekerja atau sedang mencari pekerjaan. Angkatan kerja dibagi menjadi dua golongan, yaitu : Pertama, Golongan Bekerja (employment) adalah angkatan kerja yang benar-benar mempunyai pekerjaan atau sudah diserap oleh permintaan kerja. Golongan ini dibagi lagi menjadi 2 golongan, yaitu bekerja penuh (full employment) dan yang bekerja tidak penuh/setengah menganggur.

Kedua, Golongan Pengangguran (*unemployment*) adalah angkatan kerja yang ingin bekerja, tetapi belum mendapat pekerjaan. Menurut UU No. 20 tahun 199 pasal 2 ayat 2 yang termasuk angkatan kerja adalah penduduk dalam usia kerja (15 tahun ke atas). Sementara menurut Bank Dunia, yaitu penduduk dalam usia 15 – 64 tahun. Bukan angkatan kerja adalah penduduk usia kerja yang tidak sedang bekerja ataupun mencari pekerjaan, seperti mereka yang sedang bersekolah dan menjadi ibu rumah tangga.

Beberapa faktor yang mempengaruhi kesempatan kerja antara lain: Pendidikan, pengetahuan, keterampilan dan keahlian. Sementara usia tenaga kerja, permintaan tenaga kerja (lapangan kerja yang tersedia) dan pengelompokkan kesempatan kerja yang didasarkan pada sektor lapangan usaha yang dibagi menjadi:

Sektor A (pertanian, perburuhan, kehutanan dan perikanan)

Sektor M (pertambangan, manufaktur, pembangunan listrik dan air, pengangkutan, perhubungan dan gas)

Sektor S (perdagangan, rumah makan, hotel, keuangan, asuransi, jasa-jasa kemasyarakatan, sosial dan pribadi)

BAB 12

INFLASI DAN UNEMPLOYMENT

A. KONSEP INFLASI

Inflasi adalah suatu proses meningkatnya harga-harga secara umum dan terus-menerus (continue) berkaitan dengan mekanisme pasar yang dapat disebabkan oleh berbagai macam faktor-faktor atau bisa juga disebut penurunan nilai mata uang. Faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya inflasi adalah sebagai berikut :

1. tingkat permintaan barang dan jasa yang meningkat namun persediaan barang dan jasa terbatas
2. kenaikan harga bahan dan biaya produksi
3. Tuntutan kenaikan upah dari pekerja.
4. Kenaikan harga barang impor
5. Penambahan penawaran uang dengan cara mencetak uang baru
6. Kekacauan politik dan ekonomi seperti yang pernah terjadi di Indonesia tahun 1998. akibatnya angka inflasi mencapai 70%.
7. uang yang beredar terlalu banyak
8. perang

Jenis-Jenis Inflasi

Berdasarkan tingkat keparahannya

1. Inflasi ringan (kurang dari 10% per tahun)
2. Inflasi sedang (antara 10-30% per tahun)
3. Inflasi berat (antara 30-100% per tahun)
4. Inflasi liar atau hyper inflasi yaitu kenaikan harga-harga barang lebih dari 100% pertahun.

Berdasarkan dari penyebabnya, inflasi terbagi atas 4 penyebab :

1. Inflasi permintaan (*demand full inflation*) adalah inflasi yang disebabkan oleh adanya tarikan permintaan terhadap barang dan jasa, sehingga

mendorong harga untuk meningkat. Tarikan permintaan ini biasanya disebabkan oleh adanya pembelanjaan defisit atau anggaran belanja pemerintah yang defisit (*deficit financing*).

2. Inflasi penawaran (*cost push inflation*) adalah inflasi yang ditimbulkan karena desakan kenaikan biaya produksi, terutama kenaikan biaya tenaga kerja atau upah buruh.
3. Inflasi spiral (*spiral inflation*) adalah inflasi yang disebabkan oleh kenaikan harga yang didorong oleh kenaikan upah dan diikuti oleh kenaikan harga dan diikuti oleh kenaikan upah.
4. Inflasi Impor atau Imported Inflation Inflasi jenis ini terjadi karena pengaruh inflasi dari luar negeri, yaitu akibat Adanya perdagangan antar Negara.

Dampak Inflasi

1. Dampak Negatif

Bila harga secara umum terus menerus naik maka masyarakat akan panik, sehingga perekonomian tidak akan berjalan normal. Sebagai akibat dari kepanikan tersebut maka masyarakat akan cenderung untuk menarik tabungan guna membeli dan menumpuk barang sehingga mengakibatkan bank kekurangan dana dan berdampak pada tutup atau rendahnya dana investasi tersedia.

Produsen cenderung memanfaatkan kesempatan kenaikan harga untuk memperbesar keuntungan dengan cara mempermainkan harga dipasaran. Distribusi barang relative tidak adil karena adanya penumpukan dan konsentrasi produk pada daerah yang masyarakatnya dekat dengan sumber produksi dan masyarakatnya yang memiliki banyak uang.

Bila inflasi berkepanjangan produsen banyak yang bangkrut karena produknya relative akan semakin mahal sehingga tidak ada yang mampu membeli. Jurang antara kmiskinan dan kekayaan masyarakat semakin nyata yang mengarah pada sentiment dan kecemburuan ekonomi yang dapat berakhir pada perampasan.

DAFTAR PUSTAKA

- A.J McEachern, William. 2015. Pengantar Ilmu Ekonomi . Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Adiwarman A Karim, Ekonomi Makro Islam, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2017)
- Akbar, Yori Rizki. 2017. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Produksi Industri Furniture Kaca dan Alumunium di Kota Pekanbaru. Pekanbaru: Fakultas Ekonomi Universitas Riau. Vol. 4 No.1.
- Anto, M.B. Hendrie. 2015. Pengantar Ekonomi Mikro Islami. Yogyakarta: Ekonisia.
- Bangun, Wilson. 2017. Teori Ekonomi Mikro. PT Refika Aditama. Bandung.
- Djojodipuro, M.2013. Teori Harga. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.
- Kurniawan, P dan Budhi M. 2015. Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro. CV Andi Offset. Yogyakarta.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, 2021. Ekonomi Islam, (Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada).
- Putong I. 2016. Economics: Pengantar Mikro dan Makro. Mitra Wacana Media. Jakarta.
- Suherman, Rosyidi, 2020. Pengantar Teori Ekonomi: Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro (Edisi Revisi), Rajawali Pers, Jakarta
- Sukirno, S. 2013. Pengantar Teori Mikroekonomi. Grafindo. Jakarta.
- Sukirno, Sadono, 2015. Mikro Ekonomi Teori Pengantar, Edisi Ketiga, Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Umar Chapra, 2019. Islam dan Tantangan Ekonomi, (Jakarta: Gema Insani Perss.

PROFIL PENULIS

Ahmad Fadlan lahir di Padangsidempuan pada 17 Maret 1990. Setelah menyelesaikan pendidikannya di MAN 2 Model Padangsidempuan, penulis melanjutkan pendidikan Strata-I program studi Ekonomi Pembangunan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Sumatera Utara dan tamat pada tahun 2012. Kemudian di tahun 2013 penulis melanjutkan pendidikan Strata-II di Universitas Negeri Medan dan tamat pada tahun 2015. Pengalaman mengajar penulis dimulai pada tahun 2016 di beberapa universitas seperti: Universitas Muhammadiyah Tapanuli Selatan, UIN Sumatera Utara dan Universitas Medan Area sebagai dosen Ekonomi. Lalu, pada tahun 2019, penulis mulai mengajar di Universitas Pembangunan Panca Budi Medan sebagai dosen tetap di sana. Selain mengajar, penulis juga melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi, yaitu berupa kegiatan penelitian, publikasi karya ilmiah dan pengabdian kepada masyarakat. Penulis juga aktif menerbitkan karya ilmiah berupa buku, artikel penelitian/prosiding nasional dan internasional.

SINOPSIS

Ekonomi adalah ilmu yang mempelajari segala perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya dengan tujuan memperoleh kesejahteraan. Jika ajaran agama, setiap individu tidak akan berbuat/melakukan sesuatu tanpa berlandaskan teori atau ajaran yang sudah ada sebelumnya. Berbalik halnya dengan ekonomi, diperbuat terlebih dahulu kemudian banyak ahli yang melahirkan teori-teorinya untuk tujuan sebagai bahan pertimbangan di masa mendatang. Ekonomi Mikro merupakan ilmu ekonomi yang membahas tentang pasar. Ada 3 poin penting yang menjadi kata kunci jika ingin menguasai ilmu ekonomi mikro secara ringkas. Pertama pembahasan (*Quantity Demand and Quantity Supply*), kedua titik Equilibrium Ekonomi Mikro (*Quantity Demand = Quantity Supply*) dan Ketiga Non-Equilibrium Ekonomi Mikro (*Excess Demand and Excess Supply*).



Ekonomi adalah ilmu yang mempelajari segala perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya dengan tujuan memperoleh kesejahteraan. Jika ajaran agama, setiap individu tidak akan berbuat/melakukan sesuatu tanpa berlandaskan teori atau ajaran yang sudah ada sebelumnya. Berbalik halnya dengan ekonomi, diperbuat terlebih dahulu kemudian banyak ahli yang melahirkan teori-teorinya untuk tujuan sebagai bahan pertimbangan di masa mendatang. Ekonomi Mikro merupakan ilmu ekonomi yang membahas tentang pasar. Ada 3 poin penting yang menjadi kata kunci jika ingin menguasai ilmu ekonomi mikro secara ringkas. Pertama pembahasan (Quantity Demand and Quantity Supply), kedua titik Equilibrium Ekonomi Mikro (Quantity Demand = Quantity Supply) dan Ketiga Non-Equilibrium Ekonomi Mikro (Excess Demand and Excess Supply).



CV. Tahta Media Group
Surakarta, Jawa Tengah
Web : www.tahtamedia.com
Ig : tahtamedigroup
Telp/WA : +62 896-5427-3996

ISBN 978-623-147-240-3 (PDF)



9 786231 472403