

Dr. Marius Masri, S.E., M.Si

KEM
INDONESIA

**TEORI
EKONOMI
MIKRO**

teori

EKONOMI MIKRO

Dr. Marius Masri, S.E., M.Si

Penerbit KBM Indonesia

Adalah penerbit dengan misi memudahkan proses penerbitan buku-buku penulis di tanah air indonesia, serta menjadi media *sharing* proses penerbitan buku

TEORI EKONOMI MIKRO

Copyright @2025 by Dr. Marius Masri, S.E., M.Si

All rights reserved

KARYA BAKTI MAKMUR (KBM) INDONESIA

Anggota IKAPI (Ikatan Penerbit Indonesia)

NO. IKAPI 279/JTI/2021

Depok, Sleman-Jogjakarta (Kantor)

081357517526 (Tlpn/WA)

Penulis

Dr. Marius Masri, S.E., M.Si

Desain Sampul

Aswan Kreatif

Tata Letak

Ara Caraka

Editor Naskah

Dr. Muhamad Husein Maruapey, Drs., M.Sc

15,5 x 23 cm, x + 135 halaman

Cetakan ke-1, Agustus 2025

ISBN 978-634-202-672-4

Isi buku diluar tanggungjawab penerbit

Hak cipta merek KBM Indonesia sudah terdaftar di

DJKI-Kemenkumham dan isi buku dilindungi undang-undang

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau

Memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini

Tanpa seizin penerbit karena beresiko sengketa hukum

Website

<https://penerbitkbm.com>

www.penerbitbukumurah.com

Instagram

@penerbit.kbmindonesia

@penerbitbukujogja

Email

naskah@penerbitkbm.com

Distributor

<https://penerbitkbm.com/toko-buku/>

Youtube

Penerbit KBM Sastrabook

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta

- (i) 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 Rp 100.000.000 (seratus juta rupiah).
- (ii) 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 Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
- (iii) 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 a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
- (iv) Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

KATA PENGANTAR



uji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas selesainya penyusunan **Buku Ajar Teori Ekonomi Mikro** ini. Buku ajar ini disusun sebagai upaya untuk memberikan landasan konseptual dan analisis yang komprehensif dalam memahami berbagai fenomena ekonomi di sekitar kita, khususnya yang berkaitan dengan perilaku konsumen, produsen, serta interaksi antara keduanya di pasar.

Materi dalam buku ini diorganisasikan secara sistematis, dimulai dari konsep dasar permintaan dan penawaran, teori produksi dan biaya, hingga pembahasan mengenai struktur-struktur pasar seperti pasar persaingan sempurna, monopoli, monopolistik, dan oligopoli. Melalui penjabaran yang runut, diharapkan mahasiswa dan pembaca dapat mempelajari dasar-dasar teori ekonomi mikro dengan lebih mudah, serta mampu mengaplikasikan konsep-konsep tersebut dalam analisis permasalahan ekonomi yang ditemui di dunia nyata.

Tujuan utama penyusunan buku ajar ini adalah:

1. Memberikan pemahaman mendasar tentang prinsip-prinsip ekonomi mikro.
2. Mengembangkan kemampuan berpikir analitis mahasiswa dalam menelaah berbagai kasus dan fenomena ekonomi mikro.
3. Menjadi rujukan bagi pengajar dan praktisi yang memerlukan penjelasan konseptual yang terpadu dan ringkas tentang teori ekonomi mikro.

Buku ini juga dilengkapi dengan contoh-contoh kasus, latihan soal, serta ringkasan materi pada setiap bab, sehingga diharapkan dapat mempermudah pembaca dalam menguasai dan

menerapkan konsep ekonomi mikro. Kami menyadari sepenuhnya bahwa buku ajar ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, saran dan masukan dari para pembaca sangat kami harapkan untuk perbaikan dan pengembangan di masa mendatang.

Akhir kata, kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, kontribusi, dan masukan dalam proses penyusunan buku ajar ini. Semoga buku ini dapat memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi pengembangan ilmu ekonomi dan menjadi bekal berharga bagi para pembaca dalam menghadapi tantangan di bidang ekonomi.

Penyusun
Kupang, 31 Januari 2024

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
BAB SATU PENDAHULUAN.....	1
1.1 Ruang Lingkup Ilmu Ekonomi.....	2
1.2 Sejarah Ilmu Ekonomi, Lahirnya Ilmu Ekonomi.....	3
1.3 Permasalahan Pokok Ilmu Ekonomi	4
1.4 Sifat-Sifat Teori Ekonomi	8
1.5 Perbedaan Mikroekonomi dan Makroekonomi	9
1.6 Pelaku-Pelaku Kegiatan Ekonomi.....	11
1.7 Rangkuman	12
1.8 Soal – Soal Latihan	13
BAB DUA HUKUM PERMINTAAN	15
2.1 Teori Permintaan.....	16
2.2 Harga dan Permintaan.....	18
2.3 Pengaruh Faktor Bukan Harga Terhadap Permintaan	19
2.4 Rangkuman	20
2.5 Soal – Soal Latihan	21
BAB TIGA HUKUM PENAWARAN.....	23
3.1 Teori Penawaran.....	24
3.2 Harga dan Penawaran.....	26
3.3 Pengaruh Faktor Bukan Harga Terhadap Penawaran	26
3.4 Perubahan Permintaan atau Penawaran Secara Sendiri- Sendiri.....	27
3.5 Perubahan Permintaan atau Penawaran Secara Serentak.....	28
3.6 Keseimbangan Pasar	29
3.7 Rangkuman	32
3.8 Soal – Soal Latihan	33

BAB EMPAT ELASTISITAS PERMINTAAN DAN PENAWARAN	35
4.1 Derajat Kepekaan Permintaan (Elastisitas Permintaan)	36
4.2 Faktor Penentu Elastisitas Permintaan	38
4.3 Elastisitas Penawaran (Derajat Kepekaan Penawaran)	39
4.4 Faktor Penentu Elastisitas Penawaran	40
4.5 Rangkuman	41
4.6 Soal – Soal Latihan	42
BAB LIMA TEORI PERMINTAAN KONSUMEN PENDEKATAN UTILITY	43
5.1 Teori Perilaku Konsumen	44
5.2 Teori Nilai Guna	44
5.3 Memaksimalkan Nilai Guna (<i>Utility</i>)	45
5.4 Surplus Konsumen	45
5.5 Surplus Produsen	48
5.6 Efisiensi Pasar	49
5.7 Aplikasi : Biaya Perpajakan	51
5.8 Perubahan Kesejahteraan	54
5.9 Rangkuman	56
5.10 Soal – Soal Latihan	56
BAB ENAM TEORI TINGKAH LAKU KONSUMEN DAN ANALISIS KURVA	
KEPUASAN SAMA	59
6.1 Teori Tingkah Laku Konsumen	60
6.2 Analisis Kurva Kepuasan Sama	60
6.3 Rangkuman	66
6.4 Soal – Soal Latihan	67
BAB TUJUH TEORI PRODUKSI DAN KEGIATAN PERUSAHAAN	69
7.1 Teori Produksi dalam Ilmu Ekonomi	70
7.2 Perusahaan Ditinjau dari Sudut Teori Ekonomi	71
7.3 Bentuk-Bentuk Perusahaan	74
7.4 Faktor-Faktor Produksi	79
7.5 Rangkuman	82
7.6 Soal – Soal Latihan	82
BAB DELAPAN BIAYA PRODUKSI	85
8.1 Teori Biaya Produksi	86
8.2 Model Operasi	86

8.3	Biaya Peluang	87
8.4	Rangkuman	89
8.5	Soal – Soal Latihan	91
BAB SEMBILAN STRUKTUR PASAR PERSAINGAN SEMPURNA		93
9.1	Pasar.....	94
9.2	Pasar Persaingan Sempurna	95
9.3	Permintaan dan Hasil Jualan	97
9.4	Permintaan Pasar dan Perusahaan	98
9.5	Rangkuman	98
9.6	Soal – Soal Latihan	100
BAB SEPULUH STRUKTUR PASAR MONOPOLI.....		103
10.1	Ciri-Ciri Pasar Monopoli.....	104
10.2	Penetapan Harga Pasar Monopoli.....	105
10.3	Rangkuman	109
10.4	Soal – Soal Latihan	111
BAB SEBELAS STRUKTUR PASAR PERSAINGAN MONOPOLISTIK		113
11.1	Ciri-Ciri Pasar Monopolistis	114
11.2	Keseimbangan Monopolistis.....	115
11.3	Monopolisitis dan Kesejahteraan Masyarakat.....	116
11.4	Rangkuman	116
11.5	Soal – Soal Latihan	117
BAB DUA BELAS STRUKTUR PASAR PERSAINGAN OLIGOPOLI		119
12.1	Pasar Oligopoli.....	120
12.2	Ciri-Ciri Pasar Oligopoli	120
12.3	Macam Oligopoli	122
12.4	Output dan Harga dalam Oligopoli.....	122
12.5	Oligopoli dan Kesejahteraan Masyarakat	123
12.6	Rangkuman	124
12.7	Soal – Soal Latihan	125
DAFTAR PUSTAKA		127
DAFTAR ISTILAH.....		129
PROFIL PENULIS		135

DAFTAR PUSTAKA

- Bade, Robin; and Michael Parkin. *Foundations of Microeconomics*. Addison Wesley Paperback 1st Edition: 2001.
- Eaton, B. Curtis; Eaton, Diane F.; and Douglas W. Allen. *Microeconomics*. Prentice Hall, 5th Edition: 2002.
- Frank, Robert A.; *Microeconomics and Behavior*. McGraw-Hill/Irwin, 6th Edition: 2006.
- Friedman, Milton. *Price Theory*. Aldine Transaction: 1976
- Jehle, Geoffrey A.; and Philip J. Reny. *Advanced Microeconomic Theory*. Addison Wesley Paperback, 2nd Edition: 2000.
- Katz, Michael L.; and Harvey S. Rosen. *Microeconomics*. McGraw-Hill/Irwin, 3rd Edition: 1997.
- Kreps, David M. *A Course in Microeconomic Theory*. Princeton University Press: 1990
- Landsburg, Steven. *Price Theory and Applications*. South-Western College Pub, 5th Edition: 2001.
- Mankiw , N. Gregory. *Principles of Microeconomics*. South-Western Pub, 2nd Edition: 2000.
- Mas-Colell, Andreu; Whinston, Michael D.; and Jerry R. Green. *Microeconomic Theory*. Oxford University Press, US: 1995.
- McGuigan, James R.; Moyer, R. Charles; and Frederick H. Harris. *Managerial Economics: Applications, Strategy and Tactics*. South-Western Educational Publishing, 9th Edition: 2001.
- Nicholson, Walter. *Microeconomic Theory: Basic Principles and Extensions*. South-Western College Pub, 8th Edition: 2001.
- Perloff, Jeffrey M. *Microeconomics*. Pearson - Addison Wesley, 4th Edition: 2007.

- Pindyck, Robert S.; and Daniel L. Rubinfeld. *Microeconomics*. Prentice Hall, 5th Edition: 2000.
- Ruffin, Roy J.; and Paul R. Gregory. *Principles of Microeconomics*. Addison Wesley, 7th Edition: 2000.
- Sadono Sukirno. *Pengantar Teori Mikroekonomi*. Edisi Ketiga. Raja Grafindo Persada: 2004
- Varian, Hal R. *Microeconomic Analysis*. W. W. Norton & Company, 3rd Edition.

DAFTAR ISTILAH

- **Barang berbeda corak (differentiated product)** : Jenis barang yang sama yang ada di pasar akan tetapi penampilannya berbeda sebagai akibat reka-bentuk dan pengemasan barang yang berbeda.
- **Barang serupa (identical/homogenous product)** : Barang yang sejenis yang dipromosikan berbagai perusahaan yang bentuk fisiknya tidak mudah dibedakan satu sama lain.
- **Biaya sosial** : Kerugian, berupa material tetapi terutama dalam bentuk pencemaran lingkungannya, yang ditanggung masyarakat sebagai akibat operasi perusahaan menimbulkan efek buruk tersebut.
- **Break Event Point** : Terdapat pembeli dan penjual yang impas, tidak memperoleh keuntungan dan kerugian karena harga pokok sama dengan harga pasar serta kemampuan membeli sama dengan harga pasar.
- **Demand** : permintaan
- **Diferensiasi produksi** : Kebijakan suatu perusahaan yang pada dasarnya mengeluarkan suatu jenis barang, tetapi kemudian dibedakan dari segi mutu, reka bentuk, kandungan bahan mentah dan pengemasan yang berlainan.
- **Efisiensi produktif** : Kegiatan firma menghasilkan suatu barang yang operasinya mencapai suatu tingkat produksi di mana tingkat harga sama dengan biaya marjinal.
- **Efisiensi produktif** : Kegiatan firma menghasilkan suatu barang yang operasinya mencapai suatu tingkat produksi di mana biaya rata-ratanya adalah yang paling minimum
- **Elastis** : Terjadinya perubahan jumlah permintaan/penawaran lebih besar dari perubahan harga (permintaan/penawaran

elastis).

- **Elastis Sempurna** : Terjadinya perubahan jumlah permintaan/penawaran tidak berpengaruh sama sekali terhadap perubahan harga (permintaan/penawaran elastis sempurna).
- **Elastis Uniter** : Terjadinya perubahan jumlah permintaan/penawaran sebanding dengan perubahan harga (permintaan/penawaran elastis uniter).
- **Elastisitas** : Dalam pengertian ekonomi berarti tingkat kepekaan permintaan/penawaran terhadap barang atau jasa di pasar yang terjadi akibat perubahan harga barang atau jasa yang dimaksud.
- **Elastisitas Penawaran** : Tingkat perubahan penawaran atas barang dan jasa yang diakibatkan karena adanya perubahan harga barang tersebut.
- **Elastisitas Permintaan** : Tingkat perubahan permintaan terhadap barang/jasa yang diakibatkan adanya perubahan harga barang tersebut.
- **Grafik** = Garis titik-titik yang menghubungkan tingkat harga dengan jumlah barang/jasa.
- **Harga Keseimbangan** : Harga Pasar (Equilibrium Price) adalah tinggi rendahnya tingkat harga yang terjadi atas kesepakatan antara produsen/penawaran dengan konsumen atau permintaan.
- **Hasil penjualan marjinal** : Nilai tambahan pendapatan yang diperoleh perusahaan dari menjual satu unit tambahan produksinya.
- **Hasil penjualan rata-rata** : Pendapatan per unit barang yang diperoleh dari menjual sejumlah barang tertentu. Nilainya diperoleh dari membagi seluruh pendapatan dari penjualan dibagi dengan jumlah produksi yang dijual.
- **Hasil penjualan total** : Seluruh pendapatan yang diperoleh dari penjualan sejumlah produksi tertentu
- **Hukum Permintaan** : Apabila harga mengalami penurunan, maka jumlah permintaan akan naik/bertambah, dan sebaliknya

apabila harga mengalami kenaikan, maka jumlah permintaan akan turun/berkurang.

- **In Elastis** : Terjadinya perubahan harga kurang berpengaruh pada perubahan jumlah permintaan/penawaran (permintaan/penawaran in elastis).
- **In Elastis Sempurna** : Terjadinya perubahan harga yang tidak ada pengaruhnya terhadap jumlah permintaan/penawaran (permintaan/penawaran in elastis sempurna).
- **Jasa setelah penjualan** : Jasa yang diberikan oleh produsen kepada pembeli-pembeli produksinya pada ketika barang tersebut telah dijual dan digunakan oleh pembelinya.
- **Keuntungan lebih normal** : Operasi perusahaan yang menguntungkan, yaitu jumlah hasil penjualannya melebihi semua biaya peroduksinya
- **Keuntungan normal** : Suatu keadaan dalam operasi perusahaan di mana seluruh hasil penjualan yang diperolehnya adalah sama dengan seluruh biaya yang dibelanjakannya-termasuk jumlah biaya tetap dan biaya tersembunyi.
- **Kurva** = Garis yang menggambarkan hubungan fungsional antara harga dan jumlah barang.
- **Marginal** : Kelompok pembeli yang memiliki kemampuan sama dengan harga pasar (pembeli marginal). = Kelompok penjual yang memiliki perhitungan harga pokok sama dengan harga pasar (penjual marginal).
- **Penawaran** : Sejumlah barang dan jasa yang disediakan untuk dijual pada Hukum Penawaran = Apabila harga naik, maka jumlah barang/jasa yang ditawarkan meningkat/bertambah. Jika harga barang turun, maka jumlah barang/jasa yang ditawarkan berkurang/turun.
- **Pengganti dekat (close substitute)** : Suatu barang yang tidak serupa dengan barang lain dalam penampilannya tetapi pada dasarnya kedua-dua barang tersebut terdiri dari material yang

sangat bersamaan, seperti coca cola dan pepsicola.

- **Pengiklanan** : Kegiatan perusahaan memperkenalkan barangnya kepada masyarakat dengan memberi informasi dan membujuk pelanggan melalui TV, radio, surat kabar, brosur ataupun papan advertensi.
- **Permintaan** : Sejumlah barang dan jasa yang diinginkan untuk dibeli atau dimiliki pada berbagai tingkat harga yang berlaku pada pasar dan waktu tertentu.
- **Permintaan Absolut** : Seluruh permintaan terhadap barang dan jasa baik yang bertenaga beli/berkemampuan membeli maupun yang tidak bertenaga beli.
- **Permintaan Efektif** : Permintaan terhadap barang dan jasa yang disertai kemampuan membeli.
- **Persaingan bukan-harga** : Kegiatan perusahaan-perusahaan yang berusaha menyaingi perusahaan-perusahaan lain bukan dengan menurunkan harga dan memberi diskon, tetapi dengan melalui cara-cara lain seperti iklan, jasa setelah penjualan, pengemasan barang yang lebih menarik dan peningkatan mutu barang.
- **Sub Marginal** : Kelompok pembeli yang mempunyai kemampuan membeli di bawah harga pasar (pembeli sub marginal). = Kelompok penjual yang memiliki perhitungan harga pokok di atas harga pasar (penjual sub marginal).
- **Substitusi** : pengganti (barang pengganti)
- **Super Marginal** : Kelompok pembeli yang memiliki kemampuan membeli di atas harga pasar (pembeli super marginal). = Kelompok penjual yang memiliki perhitungan harga pokok di bawah harga pasar (penjual super marginal).
- **Titik impas (break-even point)** : Tingkat operasi perusahaan yang mencapai suatu tingkat produksi di mana biaya total sama dengan hasil penjualan total
- **Titik menutup perusahaan (shutdown-point)** : Titik terendah

dari kurva AVC. Apabila harga mencapai titik terendah ini, hasil penjualan total sama dengan biaya berubah total. Yang berarti firma tidak memperoleh kelebihan hasil penjualan dari operasinya. Dalam keadaan seperti ini lebih baiklah apabila firma menghentikan kegiatannya memproduksi barang

PROFIL PENULIS



Dr. Marius Masri, S.E., M.Si.

Dosen Prodi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, saat ini juga aktif sebagai praktisi pada bidang *Microfinance-Ekonomi Pembangunan*, Lahir di Nelle - Maumere, 14 Agustus 1978. Anak pertama dari empat bersaudara, pasangan Alm. Bapak Silivester Prins Sadipun dan Mama Maria Natalia Ideng. Menamatkan pendidikan Program Sarjana (S1) pada Prodi Ekonomi Pembangunan Universitas Katolik Widya Mandira Kupang (SE), Program Magister Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan (S2) pada Universitas Diponegoro Semarang (M.Si) dan Program Doktor Ilmu Ekonomi (S3) pada Universitas Brawijaya Malang (Dr). Selain itu sebagai pemegang Sertifikasi bidang penulisan buku dan jurnal *Certified Book Paper Authorsip* (CBPA). Berbagai penelitian telah dilakukan dan dipublikasi (Buk ber-ISBN & Artikel Ilmiah) pada Jurnal internasional bereputasi SCOPUS & Jurnal Nasional terindeks SINTA.