EKONOMI MANAJERIAL

Dosen :
Maya Syafriana Effendi

Pengertian dan Ruang Lingkup dan optimisasi dalam ekman

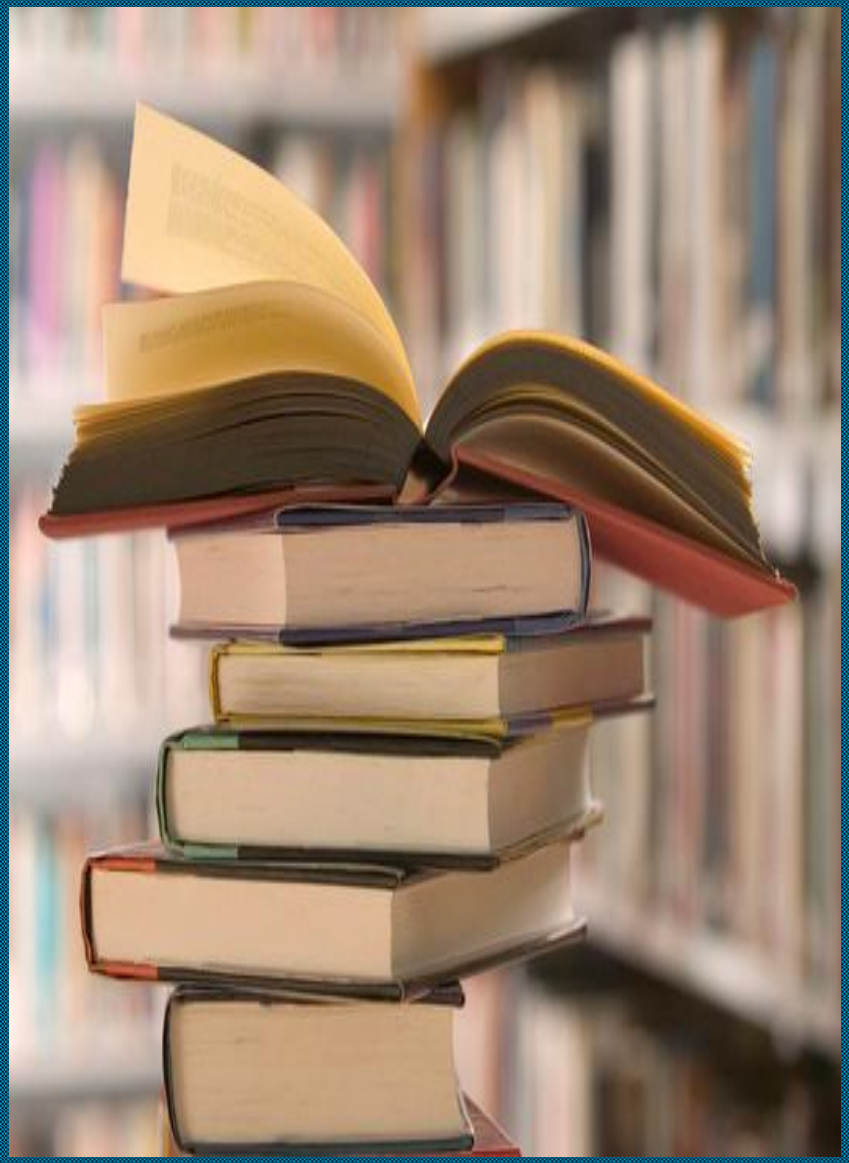
MATERI PEMBAHASAN

Materi UTS

1. Preface/ introduction
2 Konsep Permintaan dan penawaran
3. Konsep elastisitas
4. Konsep prilaku konsumen

Materi UAS

6. Konsep produksi dan biaya
7. Konsep pasar PPS
8. Konsep pasar monopoli
9. Konsep pasar Monopolistik
10. Konsep pasar Oligopoly



literature

Literature :

- **Pappas,** *managerial economics.*
- **Vincent Gazpers** : Ekonomics Manajerial .
- **Dominic Salvatore**, Managerial Economics
- Lincoln Arsyad, Ekonomi Manajerial.

Definisi Ekonomi Manajerial

- **Ekonomi Manajerial** adalah *"aplikasi teori ekonomi dan perangkat analisis ilmu keputusan untuk membahas bagaimana suatu organisasi dapat mencapai tujuan atau maksudnya dengan cara yang paling efisien"*
- Masalah Keputusan Manajemen timbul dalam organisasi apa saja:
  1. Profit Organization,
  2. Perusahaan Nirlaba (Rumah sakit atau Universitas) atau Badan Pemerintah

Ruang Lingkup Ekonomi Manajerial

- Tugas utama seorang manajerial adalah membuat keputusan strategis.
- Tujuannya adalah : meningkatkan perfomansi perusahaan, dari sisi financial, market share, volume penjualan, atau image korporasi.
- Ini sangat penting dilakukan ditengah kondisi yang sangat kompetitif.
- Dasar dari pengambil keputusan adalah teori ekonomi mikro, sehingga Ekman juga disebut *applied microeconomics*.
- Untuk sat ini keputusan yang diambil adalah keputusan yang didasari oleh alat analisis secara kuantitatif.
- Data kuantitatif, akan diperoleh dari riset. Sehingga keputusan tersebut adalah *based data* atau *based on research*.

SIFAT DAN RUANG LINGKUP EKONOMI MANAJERIAL

- Setiap manajer pasti menghadapi masalah-masalah manajerial dalam kegiatan bisnisnya sehari-hari.
- Masalah timbul ketika terdapat kesenjangan antara kondisi empiris (di lapangan) dengan apa yang diinginkan oleh manajer.

Ruang Lingkup Ekonomi Manajerial

Masalah Keputusan Manajemen

Teori Ekonomi :
- Mikroekonomi
- Makroekonomi

Ilmu Keputusan :
- Matematika Ekonomi
- Ekonometrika

Ekonomi Mikro : Tingkah laku ekonomi Individual sgb pengbil keputusan

Ekonomi Manajerial : Aplikasi teori ekonom dan Ilmu keputusan utk meng-atasi masalah keputusan manajerial

Matematika Ekonomi : Memformalkan model ekonomi (dlm bentuk persamaan)

Ekonomi Makro : Total/agregat yg melht perekonomian secara keseluruhan

Solusi Optimum Untuk Masalah Keputusan Manajerial

Ekonometrika : Menerapkan peralatan Statistik untuk estimasi Parameter model ekonomi

Keterkaitan dengan Teori Ekonomi

- Suatu organisasi dapat memecahkan masalah keputusan manajemennya dengan menerapkan teori ekonomi dan perangkat ilmu keputusan
- Teori Ekonomi:

1. **Ekonomi Mikro**: Konsumen Individu, Pemilik sumber daya & Perusahaan Bisnis
2. **Ekonomi Makro**: Output, Pendapatan, Pekerjaan, Konsumsi, Investasi, harga secara total & agregat -→ secara keseluruhan

- Terkait Dengan **Model**→ menerima teori atau model apabila dapat memprediksi secara tepat dan bila prediksi tsb logis sesuai asumsi yg dibuat

Keterkaitan dengan Ilmu Keputusan

- **Ilmu Keputusan** menggunakan perangkat matematika ekonomi dan ekonometri untuk membentuk dan mengestimasi model keputusan yang ditujukan untuk menentukan perilaku optimum perusahaan

1. **Matematika Ekonomi:** untuk menformalkan (menggambarkan dalam bentuk persamaan) model ekonomi yang dipostulatkan oleh teori ekonomi
2. **Ekonometri:** Menerapkan peralatan statistik (analisis regresi) pada dunia nyata untuk mengestimasi model yang dipostulatkan oleh teori ekonomi dan untuk peramalan

Keterkaitan dengan berbagai Area Fungsional Ilmu Administrasi Bisnis

- **Area Fungsional:** Akuntansi, Keuangan, Pemasaran, Manajemen Sumber Daya Manusia dan Produksi
- **Ekonomi Manajerial** mengintegrasikan teori ekonomi, ilmu pengambilan keputusan, dan area fungsional Bisnis untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien

Masalah bisnis dan keputusan strategis

Kualitatif

(pengalaman bisnis

Masalah bisnis

INFORMASI

Keputusan bisnis

Kuantitatif

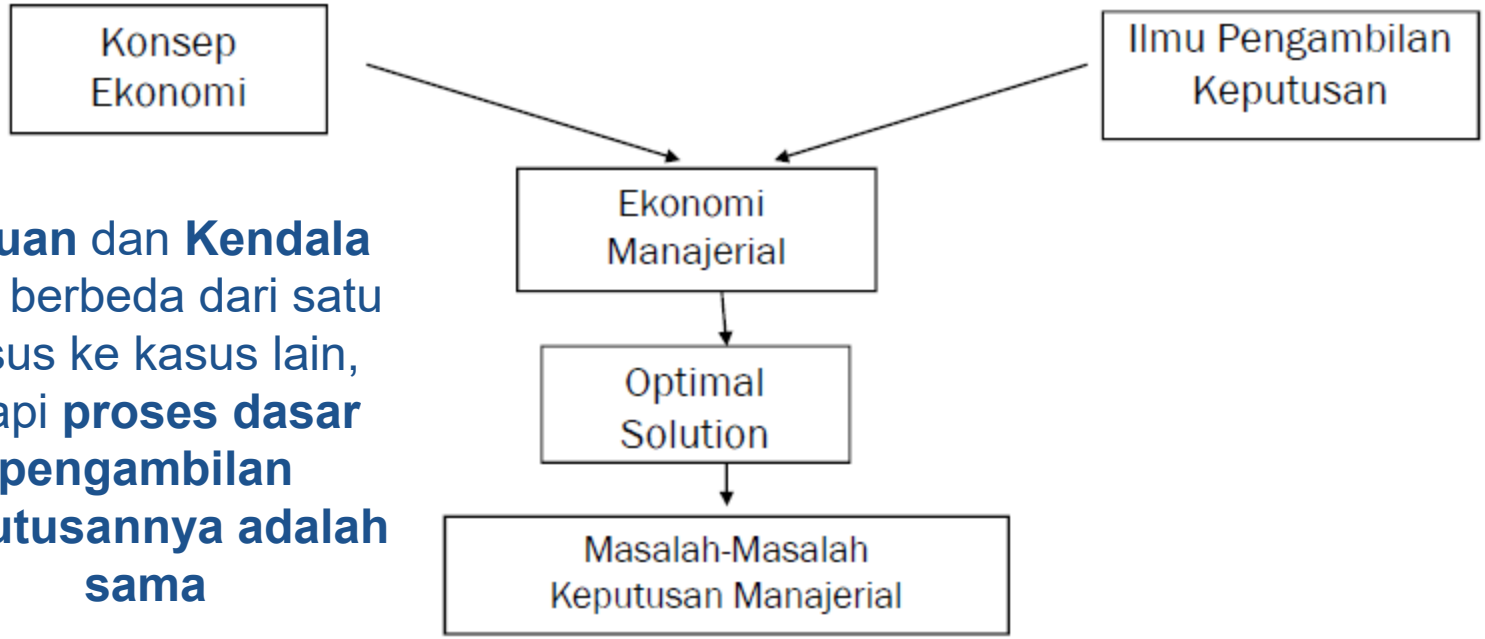
(berdasarkan data)

Masalah-Masalah

Pappas (1995) memberi ilustrasi masalah-masalah yang biasa dihadapi para manajer, misalnya:

- Masalah dalam penentuan tingkat harga dan tingkat keluaran produk.
- Masalah apakah akan membuat produk sendiri atau membelinya dari pihak lain.
- Masalah keputusan teknik produksi dan pemilihan teknologi.
- Masalah tingkat persediaan (*inventory*).
- Masalah pemilihan media dan intensitas periklanan serta promosi.
- Masalah penerimaan dan pelatihan tenaga kerja.
- Masalah investasi dan pendanaan.

- Salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk memecahkan masalah manajerial adalah ekonomi manajerial. Ekonomi Manajerial adalah studi yang menerapkan teori dan konsep-konsep dalam ilmu ekonomi dan metode (teknik-teknik) untuk memecahkan masalah-masalah manajerial secara optimal.



Tujuan dan **Kendala** bisa berbeda dari satu kasus ke kasus lain, tetapi **proses dasar pengambilan keputusannya adalah sama**

Proses Pengambilan Keputusan Manajerial

MENETAPKAN TUJUAN PERUSAHAAN

↓

MENDEFINISIKAN PERMASALAHAN YANG DIHADAPI PERUSAHAAN DALAM USAHA MENCAPAI TUJUAN TERSEBUT

↓

MENGIDENTIFIKASIKAN BERBAGAI SOLUSI-SOLUSI

↓

MEMILIH SOLUSI TERBAIK DARI SOLUSI-SOLUSI YANG TERSEDIA

↓

MENGIMPLEMENTASIKAN KEPUTUSAN TERSEBUT

Ekonomi manajerial tidak saja digunakan dalam pengambilan keputusan manajerial untuk bisnis saja.

Maurice dan Thomas (1995) mengungkapkan bahwa studi ekonomi manajerial akan membantu dalam karir di bidang:

- Bisnis. Karir di bidang bisnis membutuhkan pemahaman mengenai teori ekonomi, keterampilan statistik dan matematis yang kuat, serta keterampilan komunikasi yang efektif. Studi ekonomi manajerial akan membantu pemahaman teori mikroekonomi dan kemampuan untuk mengaplikasikan alat-alat kuantitatif kepada pengambilan keputusan bisnis.

- Pemerintahan. Banyak pekerjaan dalam pemerintahan membutuhkan analisis ekonomi. Para ahli ekonomi pemerintahan biasanya menganalisis dan meramalkan dampak perubahan peraturan dan kebijakan publik. Pemahaman terhadap ekonomi manajerial akan membantu analisis ini.

- Organisasi nirlaba. Organisasi nirlaba, termasuk juga badan-badan negara membutuhkan juga keterampilan analitis yang penting dalam memberikan layanan dan kebijakan publik yang berkualitas dan optimal. Untuk itu dibutuhkan pemahaman terhadap ekonomi manajerial.

Sistim industri moderen

LINGKUNGAN

INPUT → PROSES → OUT PUT

Tenaga kerja
Modal
Material
Energi
Tanah
Informasi
Manajerial

→ **PROSES TRANSFORMASI NILAI TAMBAH** → PRODUK BARANG/ JASA

Umpan Balik untuk pengandalian Input, proses dan teknologi

TEORI PERUSAHAAN
(*THEORY OF THE FIRM*)

Teori perusahaan adalah konsep dasar yang digunakan dalam kebanyakan studi ekonomi manajerial.

Berikut beberapa butir penting yang dikemukakan teori perusahaan:

- Perusahaan bisnis adalah kombinasi antara: orang, asset fisik dan keuangan, serta system dan informasi.
- Orang yang terlibat langsung: *shareholders, management, employee, supplier, customers*. Mereka dipengaruhi secara langsung oleh operasional perusahaan.
- Society (*stakeholders*) dipengaruhi oleh kegiatan firm karena: (1) Bisnis gunakan sumberdaya yang langka; (2) Bisnis membayar pajak; (3) Bisnis menyediakan pekerjaan; dan (4) Bisnis memproduksi barang dan jasa untuk masyarakat. Oleh karena itu, perusahaan harus beroperasi secara optimal.
- Teori Perusahaan mengakui maksimisasi laba sebagai sasaran utama perusahaan. Pertama-tama maksimisasi laba jangka pendek. Untuk jangka panjang, maksimisasi nilai yang diharapkan (*expected value*).

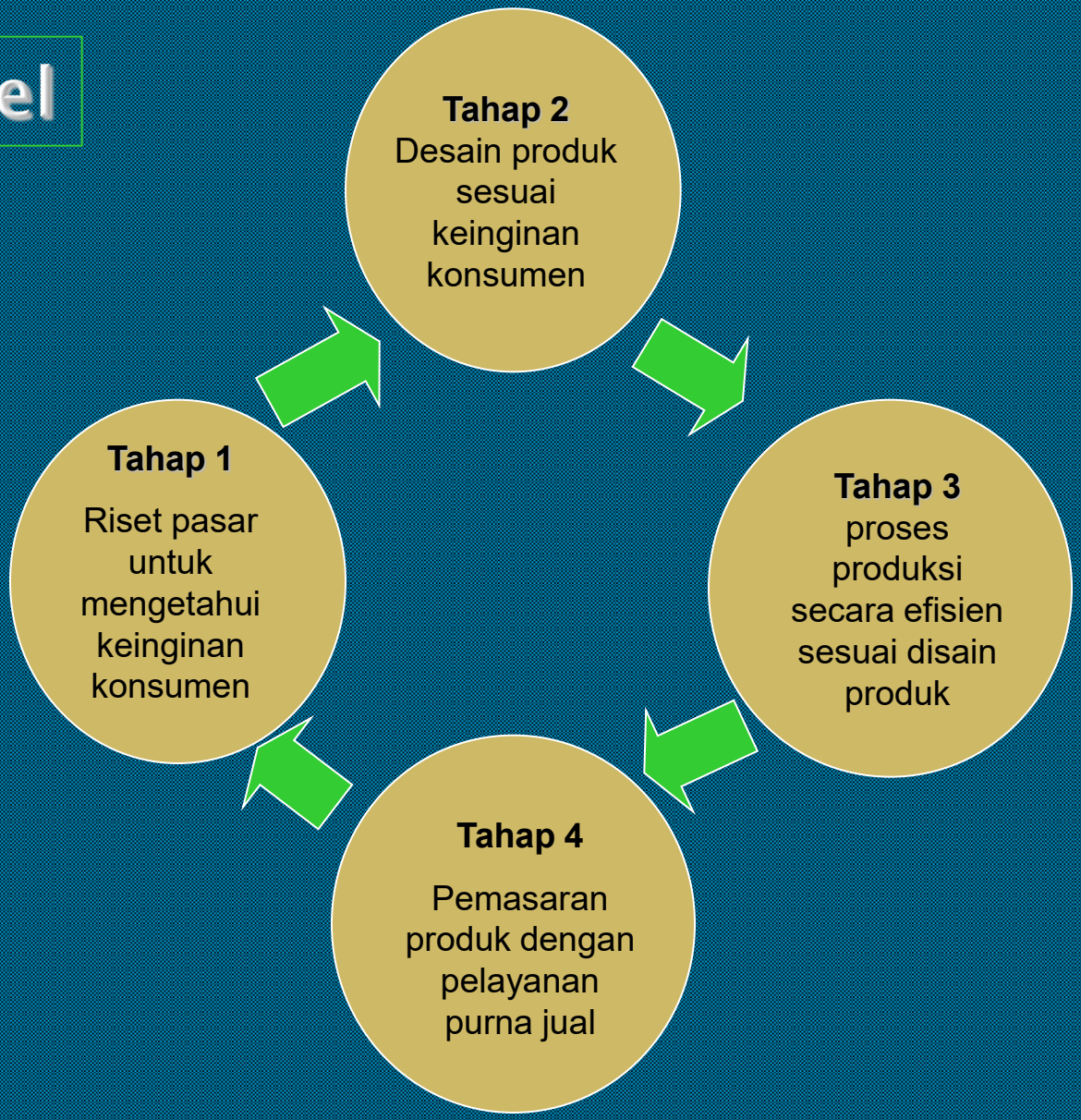
Keterbatasan Perusahaan

- Namun, biasanya perusahaan tidak akan bisa memaksimalkan laba atau nilainya.
- Perusahaan biasanya beroperasi dalam kondisi keterbatasan atau adanya kendala-kendala tertentu yang menyebabkannya tidak dapat mencapai posisi optimal.
- Ada 3 kategori keterbatasan: keterbatasan sumberdaya, keterbatasan jumlah atau mutu keluaran, dan batasan peraturan atau hukum.

Deming's Wheel

Dalam konsep **Deming**, kunci utamanya adalah interaksi secara keseluruhan dari setiap tahap produksi. Sehingga bisa dihasilkan produk yang berkulaitas.

Yang paling penting **adalah kepuasan konsumen**



- Dalam konsep produksi yang berorientasi consumer satisfaction, setiap proses akan melewati *quality control* yang ketat.
- Umpan balik dan respon konsumen di terima stiap saat sehinga proses perbaikan quality akan berjalan secara terus menerus (*continous improvement*).
- Muara dari perbaikan dan produk yang berkualitas adalah kesejahteraan semua *stakeholders yang terlibat* dalam sistim korporasi, seperti stock holder, employee (internal unit) dan masyarakat serta lingkungan (*eksternal stakeholders*).
- Semuanya akan berjalan bila dijalankan secara totalitas, dengan mengandalkan falsafah majamenen moderen.

Total Bussiness Management

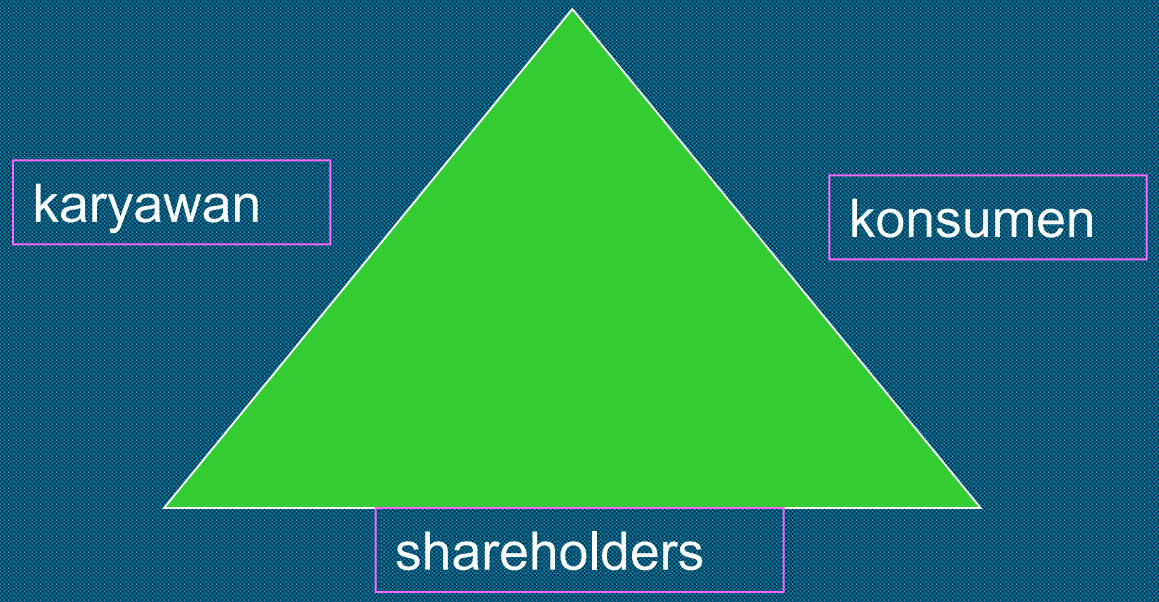
- Harington (1995),menyatakan bahwa USA telah menjalankan manajemen bisnis total dalam sistim produksi dan jasa.
- Manajemen bisnis total mengintegrasikan :
  - total productivity management
  - total quality management
  - total resources management
  - total technology management
  - total cost management
- Semua dilakukan dengan dukungan sumber daya manusia yang handal dan technology yang mumpuni untuk mencapai *consumer's satisfaction,* lewat proses iondustri dengan konsep *continous process improvement* dan manajemen perbaikan total *(total improvement management)*

PERAN BISNIS DALAM MASYARAKAT

- Perusahaan terkait dengan masyarakat. Bisnis telah terbukti berkontribusi secara signifikan bagi kesejahteraan sosial.
- Pemasok, tenaga kerja, dan sumberdaya lain memperoleh pengembalian yang cukup bagi kontribusinya.
- Konsumen memperoleh manfaat dari jumlah dan mutu barang dan jasa.
- Pemerintah dan masyarakat memperoleh keuntungan dari pajak, dsb.
- Selain itu, bisnis juga berkontribusi bagi kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi.

- **David Hankim dan William Waylett ,** mengemukakan metodologi VSTP (visual strategic thinking paradigms).
- Konsep dan metodologi ini menggambarkan hubungan palanggan (*customer*), pemegang saham (*shareholders*) dan karyawan (*employee*), dalam sebuah segitiga sama sisi. Artinya bangun sebuah bisnis, tidak akan terpisahkan antara tiga elemen ini.

Kepuasan pelanggagan, pemegang saham, dan karyawan adalah tujuan utama manajemen bisnis total dalam industri modern



PERSIAPAN UNTUK MEMPELAJARI EKONOMI MANAJERIAL

Agar para manajer dapat berhasil dalam mempelajari ekonomi manajerial, paling sedikit ia harus membekali diri dengan pengetahuan-pengetahuan dasar tentang teori ekonomi mikro, matematika, dan statistika.

Ukuran keberhasilan sesungguhnya dari manajer dalam memahami ekonomi manajerial adalah apakah pada saat membuat keputusan manajerial itu efektif atau tidak efektif.

ALASAN MANAJER MEMPELAJARI EKONOMI MANAJERIAL

- Masalah bisnis dapat didefinisikan sebagai deviasi atau penyimpangan yang terjadi antara performansi bisnis aktual dan sasaran bisnis yang direncanakan atau diharapkan.
- Informasi harus dikumpulkan berdasarkan analisis kualitatif yang didasarkan pada intuisi dari para manajer atau pengalaman bisnis yang telah dimiliki selama ini, dan analisis kuantitatif yang berdasarkan pada fakta atau data aktual.
- Apabila informasi yang tepat tentang penyebab masalah bisnis yang timbul itu telah diperoleh, maka keputusan bisnis yang efektif dapat dilakukan oleh para manajer.

- Demikianlah kondisi pasar yang *full-competition*. Kepuasan pelanggan menjadi taruhan utama. Pelanggan yang kecewa menjadi sasaran empuk untuk direbut oleh pesaing.

- Kepuasan pelanggan ini pada dasarnya dibentuk oleh tiga faktor utama mulai dari mutu produk itu sendiri, harga jual yang kompetitif dan pengiriman (=*penerimaan di tangan pelanggan*) tepat waktu. Ketika terjadi kesalahan ataupun kegagalan yang menyangkut salah satu dari ketiga faktor itu maka sungguh akan besar dampak negatifnya terhadap citra perusahaan, dalam hal ini citra produknya (*brand image*).

- Bila penanganannya kurang tepat, atau bahkan salah, akan tamatlah riwayat perusahaan itu. Sehingga akan beratlah kerja keras yang harus dilakukan untuk mengembalikan citra itu kembali seperti semula.

Lingkungan Yang Berubah dari Ekonomi Manajerial

- Kegiatan Ekonomi Global
  - Goods and Services
  - Capital
  - Technology
  - Skilled Labor
- Perubahan Teknologi
  - Telecommunications Advances
  - The Internet and the World Wide Web

Etika Bisnis & Globalisasi

- **Etika Bisnis:** Prinsip, Nilai dan Kepercayaan yang mendefinisikan keputusan dan tindakan yang benar dan yang salah
- **Globalisasi:** Perekonomian dunia dimana merupakan suatu sistem tunggal yang saling tergantung satu dengan yang lainnya

Empirical cases

TOYOTA DILANDA KRISIS

Krisis yang mencengkeram Toyota sebagai produsen mobil terbesar di dunia belum menunjukkan tanda-tanda mengendur. Penjelasan Akio Toyoda, President dan CEO Toyota Motor Corporation, di depan Kongres AS pada 24 February 2010 lalu belum memuaskan karena Tuan Akio tidak secara jelas menyebut sebab kecelakaan tetapi sejauh ini ?hanya? meminta maaf kepada Amerika, rakyat dan para pemillik mobil Toyota di AS. Padalah di Amerika sudah terjadi 34 kecelakaan yang disinyalir karena karpet yang lengket ke pedal gas dan atau pedal gas yang lengket ke lantai mobil.

Sejauh ini, pihak Toyota belum menjawab keingintahuan masyarakat Amerika (dan dunia) tentang kasus-kasus yang dianggap sebagai penyebab kecelakaan. Ini membuat beberapa anggota Kongres Amerika geram kepada Akio Toyoda, cucu pendiri kerajaan mobil Toyota saat tampil di Kongres AS. Kutipan langsung anggota Kongres baik dari Partai Demokrat maupun dari Partai Republlik di media massa menunjukkan betapa geram mereka karena Tn . Akio Toyoda sejauh ini ?hanya meminta maaf? tanpa memberikan penjelasan tentang penyebab terjadinya kecelakaan.

Toyota dianggap sangat terlambat mengambil langkah-langkah mengatasi situasi. Ini sungguh di luar kebiasaan cara-cara mengatasi krisis di mana langkah-langkah dan komunikasi harus dilakukan segera untuk meredam kekecewaan dan menghindari kemungkinan menyebarnya desas-desus dan informasi yang spekulatif. Penjelasan Jim Lentz, President Toyota Motor Sales di AS, dianggap terlambat dan tidak memuaskan publik.

Beberapa langkah yang aneh;

- Toyota sebagai produsen mobil terbesar dunia dianggap terlambat memberikan penjelasan sejak awal.
- Akio Toyoda, sarjana hukum dari Universitas Keio dan MBA dari Babson College, Amerika Serikat, mampu berbahasa Inggris dengan baik, menggunakan penerjemah pada waktu tampil di depan Kongres Amerika. Ini mendapat kritikan tajam.
- Jim Lentz juga terlambat tampil ke publik memberikan penjelasan. Publik mengkritik dan mempertanyakan mengapa Jim Lentz tidak tampil beberapa minggu sebelumnya.

Dampak sementara:

- Tuntutan hukum atas kecelakaan yang mengakibatkan kematian. Tuntutan ini akan menyulitkan Toyota dan bisa mengancam reputasi perusahaan ini.- KIA, produsen mobil Korea, sudah ancang-ancang untuk mulai mengambil pangsa pasar mobil hibrida Toyota di AS. KIA merencanakan untuk mulai memasukkan mobil hibrida akhir tahun ini.
- Produksi mobil Toyota di Amerika turun 20%.
- Suara publik di Amerika negatif terhadap cara Toyota merespon situasi ini. Ini ancaman lain terhadap reputasi Toyota.

Reputasi akan menjadi taruhan penting dalam kasus ini.

- 29 Januari, Honda Motor Co Ltd mengumumkan program penarikan untuk perbaikan terhadap Honda Jazz di beberapa negara. Alasannya, telah terjadinya cacat produksi pada tombol jendela yang bisa memicu arus pendek dan menimbulkan kebakaran.

Dalam pernyataan tertulisnya, Honda mengkhawatirkan kondisi terburuk itu bisa terjadi pada saat cuaca ekstrim, terutama pada saat hujan deras dan salju.

Bila air yang masuk melalui jendela itu dalam jumlah besar, seperti dikarenakan mencairnya salju atau banjir, maka tombol jendela dekat posisi stir akan menyebabkan arus pendek, panas tinggi, dan terbakar.

- **INILAH.COM, Abu Dhabi-Nissan mengatakan siap mengambil keuntungan dari recall besar-besaran Toyota dan Honda, hanya saja keuntungan tersebut hanya berlaku sesaat saja.**
- Chief Executive Officer (CEO) Nissan Carlos Ghosn mengatakan bahwa recall besar-besara dari Toyota dan Honda bisa mendatangkan keuntungan bagi Nissan, tapi hanya sebentar. "Saat satu merek mobil sedang bermasalah, tentu saja anda bisa mengambil keuntungan tapi hanya sesaat saja. Tapi, terus terang saja bahwa anda tidak bisa berharap lebih. Tapi sebuah produk akan laku karena kualitas produk anda dan layanan terhadap konsumen, bukan karena orang lain lain lemah," ujarnya.

•Salah satu keputusan bisnis yang cukup fenomenal adalah ketika CT melalui anak usahanya PT Trans Retail mengakuisisi 40% persen saham Carrefour dengan dana lebih dari 300 juta dollar AS.

•Untuk mengakuisisi Carrefour, Chairul Tanjung mendapatkan dana pinjaman dari konsorsium empat bank yaitu Credit Suisse, Citibank, JP Morgan dan ING sebesar 350 juta dollar AS.

•Dengan pembelian saham sebanyak 40 persen ini, kini Chairul Tanjung menjadi pemegang saham terbesar di PT Carrefour Indonesia. Sisanya, sebanyak 39 persen dimiliki oleh Carrefour SA dan 9,5 persen dimiliki oleh Onesia BV. **(Herlina KD/Kontan).**

Semen Gresik Terus Ekspansi

TUBAN, KOMPAS – PT Semen Gresik (Persero) Tbk siap mengoperasikan pabrik keempat yang dibangun dengan nilai investasi hampir Rp 3,5 triliun. Kehadiran pabrik baru dengan kapasitas produksi 2,5 juta ton ini membuat total kapasitas produksi Semen Gresik naik menjadi 11,6 juta ton per tahun.

*Saat ini ada 9 produsen semen nasional

**Hingga Mei 2011

tks