

Ahmad Tantowi



M E N G E N A L

# ILMU EKONOMI

Dasar-Dasar, Permintaan, Penawaran, dan Pasar



M E N G E N A L

# ILMU EKONOMI

Dasar-Dasar, Permintaan, Penawaran, dan Pasar

Ahmad Tantowi



---

**Mengenal Ilmu Ekonomi**  
**Dasar-Dasar, Permintaan, Penawaran, dan Pasar**

---

Ditulis oleh:

**Ahmad Tantowi**

Diterbitkan, dicetak, dan didistribusikan oleh  
**PT Literasi Nusantara Abadi Grup**  
Perumahan Puncak Joyo Agung Residence Blok B11 Merjosari  
Kecamatan Lowokwaru Kota Malang 65144  
Telp : +6285887254603, +6285841411519  
Email: literasinusantaraofficial@gmail.com  
Web: www.penerbitlitnus.co.id  
Anggota IKAPI No. 340/JTI/2022



---

Hak Cipta dilindungi oleh undang-undang. Dilarang mengutip  
atau memperbanyak baik sebagian ataupun keseluruhan isi buku  
dengan cara apa pun tanpa izin tertulis dari penerbit.

---

Cetakan I, Februari 2025

Perancang sampul: Dicky Gea Nuansa  
Penata letak: Dicky Gea Nuansa

**ISBN : 978-634-206-824-3**

viii + 248 hlm. ; 15,5x23 cm.

©Februari 2025

# Kata Pengantar

Puji syukur kehadirat Allah Swt. atas rahmat, taufiq dan ridlo-Nya sehingga kita dapat beraktifitas dengan baik. Sholawat dan salam kepada Nabi Muhammad Saw., keluarga dan para sahabat..

Selamat datang di perjalanan intelektual yang akan membawa Anda menjelajahi dunia ekonomi dari perspektif yang mendalam dan holistik. Buku ini dirancang bukan hanya untuk memberikan pemahaman dasar, tetapi juga untuk menginspirasi dan menantang cara berpikir Anda tentang bagaimana pasar dan ekonomi bekerja.

Seiring dengan perkembangan zaman, struktur pasar dan dinamika persaingan telah menjadi lebih kompleks dan menarik untuk dipelajari. Dari pasar persaingan sempurna hingga monopoli, dari pasar monopolistik hingga oligopoli, setiap bentuk pasar memiliki karakteristik unik dan memberikan wawasan berbeda tentang perilaku produsen dan konsumen. Buku ini bertujuan untuk menggali lebih dalam fenomena-fenomena tersebut dan membantu Anda memahami kekuatan yang membentuk perekonomian kita saat ini.

Dalam perjalanan ini, Anda akan menemukan penjelasan yang jelas dan komprehensif tentang berbagai konsep ekonomi, didukung oleh contoh-contoh nyata yang relevan dan analisis teoretis yang mendalam. Setiap bab dirancang untuk menambah pengetahuan Anda secara bertahap, mengaitkan teori dengan praktik, serta mengajak Anda untuk merenungkan implikasi-implikasi ekonomi terhadap kesejahteraan sosial dan efisiensi pasar.

Selain itu, buku ini juga menghadirkan diskusi tentang peran kebijakan pemerintah, regulasi, dan hukum antimonopoli dalam mengatasi

tantangan yang dihadapi oleh berbagai struktur pasar. Eksplorasi terhadap kebijakan publik ini tidak hanya memberikan wawasan tentang bagaimana pemerintah berusaha menjaga keseimbangan dan keadilan dalam perekonomian, tetapi juga mengajak Anda untuk berpikir kritis tentang bagaimana kebijakan tersebut dapat dioptimalkan untuk kepentingan masyarakat.

Kami berharap bahwa buku ini akan menjadi sumber inspirasi bagi Anda untuk lebih mendalami studi ekonomi, serta memberikan Anda alat dan wawasan yang diperlukan untuk menganalisis dan memahami dinamika pasar di dunia nyata. Buku ini bukan sekadar kumpulan teori dan angka, tetapi juga cerita tentang inovasi, persaingan, dan upaya untuk menciptakan kesejahteraan bersama.

Kami mengundang Anda untuk membuka pikiran dan membiarkan diri Anda terpesona oleh keindahan dan kompleksitas ekonomi. Dengan setiap halaman yang Anda baca, semoga Anda menemukan inspirasi baru, pemahaman yang lebih mendalam, dan keinginan untuk terus belajar dan berkontribusi dalam menciptakan perekonomian yang lebih baik. Mari kita mulai perjalanan ini bersama, dan nikmati setiap momen pengetahuan yang Anda gali.

Selamat membaca dan semoga Anda menikmati buku ini!

Penulis,

**Ahmad Tantowi**

# Daftar Isi

Kata Pengantar .....	iii
Daftar Isi .....	v

## **BAB 1**

<b>Pendahuluan dan Pengenalan Konsep Ilmu Ekonomi .....</b>	<b>1</b>
A. Definisi Ilmu Ekonomi.....	3
B. Sejarah dan Perkembangan Ilmu Ekonomi .....	8
C. Pentingnya Mempelajari Ilmu Ekonomi .....	16

## **BAB 2**

<b>Ekonomi sebagai Ilmu Sosial dan Gambaran Tentang Perekonomian .....</b>	<b>23</b>
A. Ekonomi sebagai Ilmu Sosial .....	25
B. Sistem Ekonomi yang Berbeda .....	30
C. Indikator Makroekonomi (PDB, Inflasi, Pengangguran).....	34

## **BAB 3**

<b>Permintaan (<i>Demand</i>) dan Penawaran (<i>Supply</i>) .....</b>	<b>39</b>
A. Pengertian dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan	39
B. Pengertian dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penawaran..	41
C. Keseimbangan Pasar .....	46

## **BAB 4**

<b>Elastisitas Permintaan dan Penawaran .....</b>	<b>53</b>
A. Pendahuluan tentang Elastisitas .....	55
B. Elastisitas Harga Permintaan.....	59
C. Elastisitas Harga Penawaran.....	63

## **BAB 5**

<b>Hubungan Permintaan dan Penawaran dengan Kebijakan Pemerintah.....</b>	<b>71</b>
A. Intervensi Pemerintah dalam Pasar.....	73
B. Kebijakan Harga Bawah ( <i>Floor Price</i> ) dan Harga Atas ( <i>Ceiling Price</i> ).....	78
C. Subsidi dan Pajak: Dampak Terhadap Permintaan dan Penawaran .....	82

## **BAB 6**

<b>Konsumen, Produsen dan Efisiensi Pasar.....</b>	<b>91</b>
A. Teori Perilaku Konsumen .....	93
B. Teori Perilaku Produsen.....	98
C. Konsep Efisiensi Pasar .....	103

## **BAB 7**

<b>Hubungan Antara Biaya dan Pajak .....</b>	<b>109</b>
A. Pengertian Biaya dan Jenis-jenisnya.....	111
B. Teori Biaya Produksi.....	118
C. Pengaruh Pajak terhadap Biaya Produksi.....	123

## **BAB 8**

<b>Biaya Produksi .....</b>	<b>129</b>
A. Konsep dan Klasifikasi Biaya Produksi.....	130
B. Fungsi Biaya Jangka Pendek dan Jangka Panjang .....	138
C. Kurva Biaya Rata-rata dan Marginal.....	147

## **BAB 9**

<b>Pasar Persaingan Sempurna .....</b>	<b>157</b>
A. Karakteristik Pasar Persaingan Sempurna .....	158
B. Perilaku Produsen dan Konsumen dalam Pasar Persaingan Sempurna.....	163
C. Keseimbangan Pasar dalam Persaingan Sempurna .....	169

## **BAB 10**

<b>Pasar Monopoli .....</b>	<b>177</b>
A. Definisi dan Karakteristik Pasar Monopoli.....	178
B. Penentuan Harga dan Produksi dalam Pasar Monopoli .....	185
C. Kerugian dan Kelebihan Pasar Monopoli.....	189

## **BAB 11**

<b>Pasar Monopolistik .....</b>	<b>195</b>
A. Pengertian dan Ciri-Ciri Pasar Monopolistik.....	196
B. Diferensiasi Produk dan Daya Tawar.....	202
C. Keseimbangan Jangka Pendek dan Jangka Panjang.....	208

# BAB 12

<b>Pasar Oligopoli</b> .....	215
A. Definisi dan Karakteristik Pasar Oligopoli.....	218
B. Teori Perilaku Oligopoli (Model Bertrand, Cournot, Stackelberg).....	227
C. Keseimbangan Pasar dalam Oligopoli .....	234
Daftar Pustaka.....	243



# BAB I

## Pendahuluan dan Pengenalan Konsep Ilmu Ekonomi

**K**ehidupan modern tidak dapat dipisahkan dari aktivitas ekonomi. Keputusan sehari-hari yang kita buat, baik yang kecil seperti memilih produk di pasar maupun yang besar seperti merancang kebijakan pemerintah, semuanya melibatkan prinsip-prinsip ekonomi. Pemahaman mengenai ilmu ekonomi tidak hanya penting bagi para ekonom, tetapi juga bagi setiap individu yang ingin menjalani kehidupan dengan wawasan yang lebih luas.

Ilmu ekonomi adalah cabang ilmu sosial yang menelaah bagaimana individu, perusahaan, dan pemerintah mengambil keputusan tentang penggunaan sumber daya yang terbatas. Dengan mempelajari ilmu ekonomi, kita bisa memahami bagaimana pasar bekerja, bagaimana perilaku konsumen dan produsen terbentuk, serta bagaimana berbagai kebijakan pemerintah dapat mempengaruhi perekonomian secara

keseluruhan. Pemahaman yang mendalam tentang ilmu ekonomi memungkinkan seseorang untuk mengatasi berbagai tantangan ekonomi yang dihadapi sehari-hari.

Dalam bab ini, kita akan mempelajari konsep dasar ilmu ekonomi, termasuk definisi ilmu ekonomi, sejarah dan perkembangannya, serta pentingnya mempelajari ilmu ekonomi. Setiap bagian akan membantu membangun dasar yang kuat untuk menelusuri topik ekonomi yang lebih kompleks di bab-bab berikutnya.

Ilmu ekonomi pada dasarnya berkaitan dengan bagaimana individu dan masyarakat mengambil keputusan tentang alokasi sumber daya yang terbatas untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Salah satu definisi yang sering digunakan berasal dari Paul Samuelson dan William Nordhaus, yang menyatakan bahwa ilmu ekonomi adalah studi tentang bagaimana masyarakat menggunakan sumber daya langka untuk menghasilkan komoditas yang berharga dan mendistribusikannya di antara orang-orang.

Ekonomi terbagi menjadi dua cabang utama: ekonomi mikro dan ekonomi makro. Ekonomi mikro menganalisis perilaku individu dan perusahaan dalam membuat keputusan ekonomi, sementara ekonomi makro memandang gambaran besar dari perekonomian keseluruhan, yang mencakup pertumbuhan ekonomi, inflasi, pengangguran, dan kebijakan pemerintah.

Sejarah ilmu ekonomi dimulai dari masa Yunani Kuno dengan pemikiran dari filsuf seperti Aristoteles. Namun, ilmu ekonomi modern baru mulai berkembang pada abad ke-18 dengan karya tokoh-tokoh seperti Adam Smith, yang sering dianggap sebagai bapak ilmu ekonomi. Buku legendarisnya, “The Wealth of Nations,” menguraikan banyak konsep dasar yang masih relevan hingga saat ini, termasuk teori pasar bebas dan konsep tangan tak terlihat yang mengarahkan pasar menuju efisiensi.

Seiring waktu, pemikiran ekonomi berkembang pesat. Pada abad ke-20, munculnya pemikiran Keynesian yang diperkenalkan oleh John



# BAB 2

## Ekonomi sebagai Ilmu Sosial dan Gambaran tentang Perekonomian

Ilmu ekonomi adalah salah satu cabang ilmu sosial yang menelaah bagaimana manusia membuat keputusan tentang penggunaan sumber daya yang terbatas untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Sebagai ilmu sosial, ekonomi tidak hanya memfokuskan pada angka dan data statistik, tetapi juga mempelajari perilaku manusia, interaksi sosial, serta dampak dari kebijakan ekonomi terhadap masyarakat. Ilmu ekonomi berusaha memahami dan menjelaskan pola-pola perilaku yang muncul dalam konteks ekonomi, baik dari sudut pandang mikroekonomi maupun makroekonomi.

Ekonomi mikro berfokus pada perilaku individu dan perusahaan dalam menghadapi langkah-langkah ekonomi tertentu. Ini melibatkan analisis tentang bagaimana konsumen memutuskan untuk membelanjakan pendapatan mereka, bagaimana perusahaan menentukan apa dan

berapa yang harus diproduksi, serta bagaimana pasar menentukan harga barang dan jasa. Ekonomi mikro membantu kita memahami interaksi antara permintaan dan penawaran, serta bagaimana keputusan individu mempengaruhi alokasi sumber daya.

Di sisi lain, ekonomi makro mempelajari perekonomian sebagai keseluruhan. Ini mencakup analisis tentang pertumbuhan ekonomi, inflasi, pengangguran, dan kebijakan pemerintah. Ekonomi makro memberikan kerangka kerja untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi perekonomian nasional dan global. Dengan mempelajari ekonomi makro, kita dapat memahami bagaimana kebijakan fiskal dan moneter dapat mempengaruhi kondisi ekonomi secara keseluruhan dan bagaimana interaksi ekonomi antarnegara membentuk perekonomian global.

Pentingnya mempelajari ilmu ekonomi sebagai ilmu sosial terletak pada kemampuannya untuk memberikan wawasan tentang berbagai isu yang mempengaruhi kehidupan sehari-hari. Misalnya, pemahaman tentang mekanisme pasar dapat membantu individu membuat keputusan yang lebih baik sebagai konsumen dan produsen. Selain itu, ilmu ekonomi juga memberikan alat analitis untuk mengevaluasi kebijakan publik dan memahami konsekuensinya. Sebagai ilmu yang menggabungkan aspek kuantitatif dan kualitatif, ekonomi menawarkan berbagai alat dan teknik untuk menganalisis data, mengidentifikasi tren, dan membuat prediksi tentang masa depan.

Salah satu tantangan utama dalam ilmu ekonomi adalah memahami dinamika perekonomian yang kompleks dan terus berubah. Perubahan teknologi, globalisasi, dan kebijakan pemerintah semuanya mempengaruhi cara perekonomian berfungsi. Ilmu ekonomi berusaha untuk tetap relevan dengan terus mengembangkan teori dan model baru yang mencerminkan realitas ekonomi saat ini. Dengan memahami konsep-konsep ekonomi, kita dapat menjadi warga negara yang lebih terinformasi dan mampu berkontribusi pada perdebatan tentang isu-isu ekonomi yang penting.

Gambaran tentang perekonomian melibatkan pemahaman tentang sistem ekonomi yang berbeda dan bagaimana mereka berfungsi. Setiap



# BAB 3

## Permintaan (Demand) dan Penawaran (Supply)

### A. Pengertian dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan

---

Permintaan dan penawaran adalah dua konsep dasar dalam ekonomi yang memainkan peran penting dalam menentukan harga dan kuantitas barang serta jasa di pasar. Permintaan merujuk pada jumlah barang atau jasa yang ingin dibeli oleh konsumen pada berbagai tingkat harga, sedangkan penawaran adalah jumlah barang atau jasa yang ingin dijual oleh produsen pada berbagai tingkat harga. Interaksi antara permintaan dan penawaran membentuk mekanisme pasar yang mengatur distribusi sumber daya dan menentukan keseimbangan harga serta kuantitas (Storr, Haefele, Lofthouse, & Grube, 2021).

Hukum permintaan menjelaskan bahwa, dengan asumsi semua faktor lain tetap konstan, ketika harga suatu barang naik, jumlah yang diminta

oleh konsumen cenderung menurun, dan sebaliknya, ketika harga turun, jumlah yang diminta cenderung meningkat. Ini disebabkan oleh efek substitusi, di mana konsumen mencari alternatif yang lebih murah, dan efek pendapatan, di mana penurunan harga meningkatkan daya beli konsumen (Srinivasan, 2022).

Di sisi lain, hukum penawaran menyatakan bahwa, dengan asumsi semua faktor lain tetap konstan, ketika harga suatu barang naik, jumlah yang ditawarkan oleh produsen cenderung meningkat karena produsen termotivasi oleh keuntungan yang lebih besar, dan sebaliknya, ketika harga turun, jumlah yang ditawarkan cenderung menurun. Kondisi ini menghasilkan kurva permintaan dan kurva penawaran, yang menggambarkan hubungan antara harga dan jumlah yang diminta atau ditawarkan.

Keseimbangan pasar terjadi ketika jumlah yang diminta oleh konsumen sama dengan jumlah yang ditawarkan oleh produsen pada tingkat harga tertentu. Harga keseimbangan adalah harga di mana permintaan dan penawaran bertemu, dan kuantitas keseimbangan adalah jumlah barang atau jasa yang diperdagangkan pada harga tersebut. Jika harga berada di atas atau di bawah harga keseimbangan, terjadi kelebihan penawaran atau permintaan yang mengarah pada penyesuaian harga untuk mencapai keseimbangan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan dan penawaran sangat beragam. Untuk permintaan, faktor utama meliputi harga barang itu sendiri, pendapatan konsumen, harga barang-barang substitusi dan komplementer, selera dan preferensi, serta ekspektasi tentang harga masa depan. Sedangkan untuk penawaran, faktor-faktor meliputi biaya produksi, teknologi, harga input, kebijakan pemerintah seperti subsidi atau pajak, serta faktor cuaca atau musim dalam kasus produk pertanian.

Permintaan dan penawaran juga mencerminkan elastisitas harga, yang mengukur seberapa responsif jumlah yang diminta atau ditawarkan terhadap perubahan harga. Elastisitas permintaan dan penawaran membantu kita memahami bagaimana perubahan harga akan



# BAB 4

## Elastisitas Permintaan dan Penawaran

**E**lastisitas permintaan dan penawaran adalah konsep penting dalam ilmu ekonomi yang menggambarkan seberapa responsif jumlah yang diminta atau ditawarkan terhadap perubahan harga atau faktor-faktor lainnya. Pemahaman tentang elastisitas memungkinkan kita untuk menganalisis bagaimana perubahan harga memengaruhi total pendapatan, biaya, dan keseimbangan pasar. Elastisitas membantu dalam memahami perilaku konsumen dan produsen, serta dalam merancang kebijakan yang efektif.

Elastisitas harga permintaan mengukur seberapa besar persentase perubahan dalam jumlah yang diminta sebagai akibat dari perubahan harga. Permintaan yang elastis berarti perubahan kecil dalam harga akan menyebabkan perubahan besar dalam jumlah yang diminta, sementara permintaan yang inelastis berarti perubahan harga hanya menyebabkan perubahan kecil dalam jumlah yang diminta. Permintaan yang sangat elastis biasanya terjadi pada barang-barang yang memiliki

banyak pengganti, sementara permintaan yang inelastis sering terjadi pada barang-barang yang tidak memiliki banyak pengganti atau merupakan kebutuhan dasar.

Elastisitas harga penawaran mengukur seberapa besar persentase perubahan dalam jumlah yang ditawarkan sebagai akibat dari perubahan harga. Penawaran yang elastis berarti perubahan kecil dalam harga akan menyebabkan perubahan besar dalam jumlah yang ditawarkan, sedangkan penawaran yang inelastis berarti perubahan harga hanya menyebabkan perubahan kecil dalam jumlah yang ditawarkan. Penawaran yang sangat elastis biasanya ditemukan pada barang yang dapat diproduksi dengan mudah dalam jumlah yang besar tanpa peningkatan biaya yang signifikan. Sementara penawaran yang inelastis terjadi pada barang yang membutuhkan waktu lama atau biaya yang tinggi untuk diproduksi.

Elastisitas silang (cross-price elasticity) mengukur seberapa besar perubahan dalam jumlah yang diminta dari suatu barang sebagai akibat dari perubahan harga barang lain. Ini menunjukkan hubungan antara barang substitusi dan barang komplementer. Elastisitas pendapatan mengukur seberapa besar perubahan dalam jumlah yang diminta sebagai akibat dari perubahan pendapatan konsumen. Ini menunjukkan seberapa sensitif permintaan terhadap perubahan dalam pendapatan.

Pemahaman tentang elastisitas penting karena membantu dalam meramalkan bagaimana perubahan kondisi ekonomi akan mempengaruhi permintaan dan penawaran. Misalnya, ketika pemerintah menaikkan pajak pada barang tertentu, mengetahui elastisitas permintaan barang tersebut membantu dalam mengestimasi dampaknya terhadap jumlah yang diminta dan pendapatan pajak yang dihasilkan. Selain itu, elastisitas harga juga membantu perusahaan dalam menentukan strategi harga, seperti menetapkan harga yang optimal untuk memaksimalkan pendapatan.

Dengan memahami konsep elastisitas, kita dapat lebih baik dalam mengevaluasi berbagai kebijakan pemerintah dan membuat keputusan ekonomi yang lebih cerdas. Elastisitas memberikan pandangan yang lebih mendalam tentang dinamika pasar dan membantu dalam menciptakan



# BAB 5

## Hubungan Permintaan dan Penawaran dengan Kebijakan Pemerintah

Permintaan dan penawaran adalah dasar dari mekanisme pasar yang menentukan harga dan kuantitas barang serta jasa yang diperdagangkan dalam perekonomian. Namun, realitas ekonomi tidak selalu berjalan sempurna tanpa intervensi. Kebijakan pemerintah sering kali diperlukan untuk mengatasi ketidakseimbangan pasar, memastikan stabilitas harga, dan mencapai tujuan-tujuan ekonomi lainnya seperti pertumbuhan ekonomi, keadilan sosial, dan keberlanjutan lingkungan.

Pemerintah menggunakan berbagai instrumen kebijakan untuk mempengaruhi permintaan dan penawaran di pasar. Kebijakan ini mencakup kebijakan fiskal, seperti pengeluaran pemerintah dan pajak, serta kebijakan moneter yang dilakukan oleh bank sentral melalui pengaturan suku bunga dan jumlah uang beredar. Selain itu, pemerintah

menerapkan regulasi, subsidi, dan kontrol harga untuk mengarahkan pasar menuju tujuan yang diinginkan.

Memahami bagaimana kebijakan pemerintah mempengaruhi permintaan dan penawaran adalah penting untuk menganalisis efektivitas dan potensi dampaknya. Sebagai contoh, subsidi dapat menurunkan biaya produksi, menggeser kurva penawaran ke kanan dan menurunkan harga, yang mendorong konsumsi. Sebaliknya, pajak meningkatkan biaya produksi, menggeser kurva penawaran ke kiri dan menaikkan harga, yang berpotensi mengurangi konsumsi dan penawaran. Kontrol harga, seperti penetapan harga maksimum dan minimum, langsung mengintervensi penetapan harga pasar untuk melindungi konsumen atau produsen, tetapi dapat menyebabkan konsekuensi yang tidak diinginkan seperti kekurangan atau surplus jika tidak dikelola dengan baik.

Intervensi pemerintah juga penting dalam mengatasi kegagalan pasar di mana pasar bebas tidak dapat mengalokasikan sumber daya secara efisien. Eksternalitas, seperti polusi, memerlukan kebijakan pemerintah untuk menginternalisasi biaya ini melalui pajak atau regulasi, memastikan bahwa biaya sosial yang sebenarnya tercermin dalam harga pasar. Selain itu, barang publik seperti pertahanan nasional dan infrastruktur, yang memberi manfaat bagi semua orang tetapi mungkin tidak cukup disediakan oleh sektor swasta, memerlukan keterlibatan pemerintah untuk memastikan penyediaannya.

Selain stabilitas ekonomi, kebijakan pemerintah juga bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan sosial dan mengurangi ketimpangan. Pembayaran transfer, jaminan sosial, dan subsidi kesehatan adalah contoh bagaimana pemerintah dapat mempengaruhi permintaan dan meningkatkan kesejahteraan dengan mendistribusikan pendapatan dan menyediakan jaring pengaman. Kebijakan ini dapat menyebabkan peningkatan permintaan, terutama untuk barang-barang dan layanan esensial, sehingga mempengaruhi keseimbangan keseluruhan di pasar.

Bab ini akan menggali berbagai cara kebijakan pemerintah berinteraksi dengan permintaan dan penawaran, menjelajahi efek yang



# BAB 6

## Konsumen, Produsen dan Efisiensi Pasar

Dalam perekonomian, konsumen dan produsen berperan sebagai dua pihak utama yang berinteraksi dalam pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masing-masing. Konsumen adalah individu atau rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk penggunaan pribadi, sementara produsen adalah perusahaan atau individu yang menghasilkan barang serta jasa untuk dijual di pasar. Interaksi antara konsumen dan produsen inilah yang membentuk dasar dari mekanisme pasar. Efisiensi pasar terjadi ketika pasar mampu mengalokasikan sumber daya secara optimal sehingga tidak ada pemborosan, dan kesejahteraan masyarakat dapat dimaksimalkan (Rahmayati, 2021).

Konsep efisiensi pasar penting untuk dipahami karena mencerminkan sejauh mana pasar dapat memberikan keuntungan maksimal bagi konsumen dan produsen. Efisiensi ini biasanya dibagi menjadi dua kategori utama: efisiensi alokatif dan efisiensi produktif. Efisiensi alokatif tercapai ketika barang dan jasa diproduksi sesuai dengan preferensi konsumen,

yaitu ketika harga yang dibayar konsumen mencerminkan biaya marjinal produksi. Sementara itu, efisiensi produktif tercapai ketika barang dan jasa diproduksi dengan biaya serendah mungkin, yaitu ketika produsen memanfaatkan sumber daya secara optimal.

Selain itu, peran harga dalam pasar juga sangat vital dalam mencapai efisiensi. Harga berfungsi sebagai sinyal bagi konsumen dan produsen untuk membuat keputusan terkait pembelian dan produksi. Harga yang ditetapkan melalui interaksi permintaan dan penawaran mencerminkan nilai dari barang dan jasa di mata konsumen serta biaya yang harus dikeluarkan oleh produsen. Oleh karena itu, harga yang efisien adalah harga yang mampu mencerminkan keseimbangan antara kebutuhan konsumen dan kemampuan produksi produsen.

Namun, ketidaksempurnaan pasar sering kali menghambat pencapaian efisiensi. Ketidaksempurnaan ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti monopoli, eksternalitas, dan informasi asimetris. Dalam keadaan monopoli, satu produsen menguasai pasar sehingga dapat menetapkan harga yang lebih tinggi daripada harga keseimbangan yang adil, yang menyebabkan ketidakefisienan. Eksternalitas, baik positif maupun negatif, terjadi ketika dampak dari produksi atau konsumsi tertentu tidak tercermin dalam harga pasar. Sementara itu, informasi asimetris terjadi ketika salah satu pihak dalam transaksi memiliki lebih banyak informasi daripada pihak lainnya, yang dapat menyebabkan keputusan yang tidak optimal.

Peran pemerintah menjadi penting untuk mengatasi ketidaksempurnaan pasar ini melalui berbagai kebijakan dan regulasi. Pemerintah dapat campur tangan untuk memastikan bahwa pasar tetap adil dan efisien, serta untuk melindungi kepentingan umum. Misalnya, pemerintah dapat memberlakukan undang-undang anti-monopoli, mengatur produksi dan konsumsi melalui pajak atau subsidi, serta menyediakan informasi yang lebih baik kepada konsumen dan produsen.

Bab ini akan menguraikan lebih lanjut tentang peran konsumen dan produsen dalam ekonomi pasar, serta bagaimana interaksi antar



# BAB 7

## Hubungan Antara Biaya dan Pajak

**H**ubungan antara biaya dan pajak merupakan salah satu aspek penting dalam ekonomi yang mempengaruhi bagaimana produsen, konsumen, dan pemerintah berinteraksi serta membuat keputusan. Biaya produksi adalah semua pengeluaran yang dilakukan oleh produsen untuk menghasilkan barang atau jasa, sementara pajak adalah beban finansial yang dikenakan oleh pemerintah pada individu atau perusahaan untuk mengumpulkan pendapatan bagi negara. Pemahaman tentang hubungan antara biaya dan pajak membantu kita menganalisis dampak kebijakan pajak terhadap perekonomian dan bagaimana berbagai jenis pajak dapat mempengaruhi biaya produksi, harga, dan keseimbangan pasar.

Ketika pemerintah mengenakan pajak pada barang atau jasa tertentu, pajak ini dapat mempengaruhi biaya produksi dan penawaran barang atau jasa tersebut. Pajak langsung, seperti pajak pendapatan, dikenakan pada individu atau perusahaan berdasarkan pendapatan mereka. Pajak ini dapat meningkatkan biaya produksi jika dikenakan pada produsen,

yang pada gilirannya dapat mengurangi penawaran dan meningkatkan harga barang atau jasa. Pajak tidak langsung, seperti pajak pertambahan nilai (PPN) atau pajak konsumsi, dikenakan pada penjualan barang atau jasa dan biasanya diteruskan kepada konsumen dalam bentuk harga yang lebih tinggi.

Dampak pajak terhadap biaya dan harga tidak hanya mempengaruhi produsen, tetapi juga konsumen. Ketika pajak dikenakan pada produsen, biaya tambahan ini sering kali diteruskan kepada konsumen dalam bentuk harga yang lebih tinggi. Sebaliknya, subsidi yang diberikan oleh pemerintah kepada produsen dapat mengurangi biaya produksi dan menurunkan harga bagi konsumen. Oleh karena itu, kebijakan pajak dan subsidi memiliki implikasi yang signifikan terhadap keseimbangan pasar, distribusi pendapatan, dan efisiensi ekonomi.

Aspek lain yang penting dalam hubungan antara biaya dan pajak adalah elastisitas permintaan dan penawaran. Elastisitas mengukur seberapa responsif permintaan atau penawaran terhadap perubahan harga. Ketika permintaan atau penawaran elastis, perubahan harga yang disebabkan oleh pajak dapat menyebabkan perubahan besar dalam jumlah barang yang diminta atau ditawarkan. Sebaliknya, ketika permintaan atau penawaran inelastis, perubahan harga yang disebabkan oleh pajak hanya menghasilkan perubahan kecil dalam jumlah barang yang diminta atau ditawarkan. Karakteristik ini penting untuk dipertimbangkan dalam merancang kebijakan pajak yang efektif dan adil.

Pemerintah juga menggunakan kebijakan pajak untuk mencapai tujuan sosial dan ekonomi tertentu. Pajak progresif, di mana tarif pajak meningkat seiring dengan kenaikan pendapatan, dirancang untuk mengurangi ketimpangan pendapatan dan mendukung redistribusi kekayaan. Pajak konsumsi pada barang-barang mewah atau barang yang berdampak negatif, seperti tembakau dan alkohol, bertujuan untuk mengurangi konsumsi barang-barang tersebut dan meningkatkan pendapatan negara untuk program-program sosial.



# BAB 8

## Biaya Produksi

**B**iaya produksi adalah salah satu konsep fundamental dalam ilmu ekonomi yang mencakup semua pengeluaran yang harus ditanggung oleh produsen untuk menghasilkan barang atau jasa. Memahami biaya produksi penting bagi produsen untuk membuat keputusan yang optimal terkait produksi, harga, dan investasi. Dalam bab ini, kita akan menjelajahi berbagai jenis biaya produksi, bagaimana mereka dihitung, dan bagaimana mereka mempengaruhi keputusan ekonomi.

Teori biaya produksi mengajarkan kita tentang perbedaan antara biaya tetap dan biaya variabel, serta bagaimana mereka berperan dalam total biaya produksi. Biaya tetap adalah biaya yang tidak berubah dengan tingkat output, sementara biaya variabel berubah sesuai dengan tingkat produksi. Biaya total adalah jumlah dari biaya tetap dan biaya variabel pada tingkat output tertentu, sedangkan biaya marjinal adalah tambahan biaya untuk memproduksi satu unit tambahan barang atau jasa.

Pemahaman tentang skala ekonomi juga penting dalam konteks biaya produksi. Skala ekonomi terjadi ketika peningkatan dalam skala produksi

mengurangi biaya rata-rata per unit, sedangkan skala tidak ekonomi terjadi ketika peningkatan dalam skala produksi meningkatkan biaya rata-rata per unit. Faktor-faktor yang mempengaruhi biaya produksi termasuk teknologi, harga bahan baku, upah tenaga kerja, dan regulasi pemerintah.

Analisis biaya produksi membantu produsen merancang strategi yang efisien untuk mencapai keuntungan maksimal dan daya saing yang lebih baik di pasar. Dalam bab ini, kita akan membahas konsep-konsep ini secara rinci, serta mengeksplorasi contoh-contoh praktis dan implikasi ekonomi dari keputusan biaya produksi.

## A. Konsep dan Klasifikasi Biaya Produksi

---

Biaya produksi mencakup semua pengeluaran yang harus ditanggung oleh produsen untuk menghasilkan barang atau jasa. Pemahaman tentang biaya produksi sangat penting karena membantu produsen membuat keputusan yang optimal terkait produksi, harga, dan investasi. Terdapat berbagai jenis biaya produksi yang harus dipertimbangkan oleh produsen, masing-masing dengan karakteristik dan implikasi yang berbeda. Dalam bab ini, kita akan mengeksplorasi konsep-konsep dasar dan berbagai klasifikasi biaya produksi yang relevan (Mukoviz, Leshchii, Khodakivska, Prokopova, & Kuzub, 2022).

### 1. Biaya Tetap dan Biaya Variabel

Biaya tetap adalah biaya yang tidak berubah dengan perubahan dalam tingkat produksi. Biaya tetap tetap konstan, terlepas dari jumlah barang atau jasa yang diproduksi oleh perusahaan. Contoh biaya tetap termasuk sewa pabrik, asuransi, dan gaji manajemen. Biaya-biaya ini harus dibayar oleh perusahaan bahkan jika mereka tidak menghasilkan apapun. Karena itu, biaya tetap juga dikenal sebagai biaya overhead atau biaya tidak langsung. Misalnya, jika sebuah perusahaan manufaktur menyewa gedung pabrik, mereka harus membayar sewa bulanan yang tetap, terlepas dari apakah pabrik



# BAB 9

## Pasar Persaingan Sempurna

**P**asar persaingan sempurna merupakan salah satu model pasar yang ideal dalam teori ekonomi. Dalam pasar ini, terdapat banyak produsen dan konsumen yang berinteraksi dalam penentuan harga dan kuantitas barang serta jasa. Karakteristik utama dari pasar persaingan sempurna adalah kesamaan produk yang dihasilkan oleh produsen, bebasnya keluar masuk pasar, serta adanya informasi sempurna tentang harga dan kualitas produk di antara semua pelaku pasar.

Dalam pasar persaingan sempurna, tidak ada satu pun produsen atau konsumen yang memiliki kekuatan pasar untuk mempengaruhi harga barang atau jasa. Harga ditentukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran secara bersama-sama, dan produsen dianggap sebagai price taker, yaitu mereka harus menerima harga pasar yang berlaku. Kondisi ini mengarah pada efisiensi alokatif dan produktif yang tinggi, karena sumber daya digunakan secara optimal untuk memaksimalkan kesejahteraan sosial.

Teori pasar persaingan sempurna membantu kita memahami dinamika pasar yang efisien dan memberikan dasar untuk mengevaluasi pasar nyata yang sering kali memiliki deviasi dari kondisi ideal ini. Meskipun dalam kenyataannya pasar persaingan sempurna jarang terwujud sepenuhnya, konsep ini tetap penting sebagai alat analisis dan panduan dalam merancang kebijakan ekonomi yang mendukung persaingan sehat dan efisiensi pasar.

Bab ini akan membahas secara mendalam karakteristik pasar persaingan sempurna, bagaimana pasar ini bekerja, dan implikasinya dalam ekonomi. Kita akan menjelajahi cara produsen mengoptimalkan produksi dan keuntungan dalam pasar persaingan sempurna, serta dampak intervensi pemerintah dan kebijakan lainnya terhadap pasar ini. Dengan memahami pasar persaingan sempurna, kita dapat lebih mengapresiasi pentingnya persaingan yang sehat dalam menciptakan perekonomian yang efisien dan adil.

## A. Karakteristik Pasar Persaingan Sempurna

---

Pasar persaingan sempurna adalah konsep ideal dalam teori ekonomi yang menggambarkan suatu pasar di mana terdapat banyak produsen dan konsumen yang berinteraksi dalam penentuan harga dan kuantitas barang serta jasa. Pasar ini memiliki beberapa karakteristik utama yang memastikan bahwa harga dan kuantitas barang yang diproduksi mencapai efisiensi optimal. Dalam bab ini, kita akan mengeksplorasi karakteristik-karakteristik tersebut dan bagaimana mereka berkontribusi terhadap efisiensi alokatif dan produktif (Misra, Pedada, & Sinha, 2022).

### 1. Banyaknya Produsen dan Konsumen

Salah satu karakteristik utama dari pasar persaingan sempurna adalah adanya banyak produsen dan konsumen. Karena jumlah produsen dan konsumen yang sangat banyak, tidak ada satu pun dari mereka yang memiliki kekuatan pasar untuk mempengaruhi harga atau jumlah barang yang diperdagangkan. Hal ini berarti setiap produsen



# BAB 10

## Pasar Monopoli

**P**asar monopoli adalah model ekonomi yang menggambarkan kondisi di mana satu perusahaan atau produsen menguasai seluruh penawaran barang atau jasa dalam pasar tertentu. Tidak seperti pasar persaingan sempurna, di mana banyak produsen bersaing satu sama lain, pasar monopoli ditandai oleh keberadaan satu-satunya penjual yang memiliki kekuatan pasar untuk menetapkan harga dan mengendalikan jumlah barang atau jasa yang ditawarkan. Monopoli ini dapat terjadi karena berbagai alasan, termasuk hak paten, kepemilikan sumber daya yang langka, atau regulasi pemerintah yang membatasi masuknya produsen lain.

Karakteristik utama dari pasar monopoli adalah kurangnya persaingan, yang memungkinkan produsen untuk memaksimalkan keuntungan dengan menetapkan harga di atas biaya marjinal. Dalam kondisi ini, produsen tunggal dapat mengeksploitasi kekuatan pasar mereka untuk mendapatkan laba supernormal, tetapi hal ini sering kali mengorbankan kepentingan konsumen. Harga yang lebih tinggi dan kuantitas yang lebih rendah dibandingkan dengan pasar persaingan sempurna cenderung

menciptakan ketidakefisienan alokatif, di mana sumber daya tidak digunakan secara optimal, dan kesejahteraan konsumen menurun.

Salah satu dampak signifikan dari monopoli adalah adanya hambatan masuk yang tinggi bagi calon produsen baru. Hambatan ini dapat berupa biaya masuk yang besar, seperti investasi awal yang tinggi atau pengeluaran untuk penelitian dan pengembangan, serta iklan yang agresif untuk mempertahankan dominasi pasar. Dalam beberapa kasus, perusahaan monopoli juga dapat melakukan praktik-praktik anti-persaingan, seperti diskriminasi harga atau predatory pricing, untuk mempertahankan kekuatan pasar mereka dan mencegah pesaing masuk.

Namun, tidak semua efek dari monopoli bersifat negatif. Dalam beberapa kasus, perusahaan monopoli mampu mencapai skala ekonomi yang signifikan, mengurangi biaya produksi per unit dan meningkatkan efisiensi produktif. Selain itu, monopoli dengan investasi yang kuat dalam penelitian dan pengembangan dapat memacu inovasi dan penemuan baru. Dalam industri teknologi tinggi, hak paten dapat memberikan insentif bagi perusahaan untuk melakukan investasi besar dalam inovasi, meskipun ini juga dapat menciptakan hambatan masuk yang tinggi bagi pesaing.

Bab ini akan membahas secara mendalam karakteristik pasar monopoli, bagaimana mereka bekerja, serta dampaknya terhadap kesejahteraan konsumen dan efisiensi ekonomi. Kami juga akan mengeksplorasi peran regulasi pemerintah dalam mengatasi dampak negatif monopoli dan contoh-contoh nyata dari pasar monopoli di berbagai industri. Dengan memahami bagaimana monopoli beroperasi dan memahami tantangan yang mereka ciptakan, pembaca dapat mengapresiasi pentingnya menciptakan keseimbangan antara insentif inovasi dan persaingan yang sehat untuk mencapai kesejahteraan sosial yang optimal.

## A. Definisi dan Karakteristik Pasar Monopoli

---

Pasar monopoli adalah pasar di mana satu produsen atau perusahaan menguasai seluruh penawaran barang atau jasa tertentu. Dalam kondisi



# BAB II

## Pasar Monopolistik

Pasar monopolistik adalah salah satu jenis pasar di mana banyak produsen menyediakan produk yang berbeda namun saling bersubstitusi. Model pasar ini berada di antara dua ekstrem: persaingan sempurna dan monopoli. Setiap produsen dalam pasar monopolistik memiliki sedikit kekuatan untuk menetapkan harga karena produk mereka tidak sepenuhnya identik dengan produk pesaing. Perbedaan produk ini memungkinkan produsen untuk membangun basis pelanggan yang loyal melalui diferensiasi produk dan strategi pemasaran.

Karakteristik utama dari pasar monopolistik adalah adanya banyak produsen, produk yang terdiferensiasi, serta kebebasan untuk masuk dan keluar pasar. Dalam pasar ini, produsen bersaing tidak hanya dalam harga, tetapi juga dalam kualitas, fitur, desain, dan atribut lainnya yang menjadikan produk mereka unik. Kemudahan masuk dan keluar pasar memastikan bahwa perusahaan yang inovatif dan efisien dapat tumbuh, sementara yang kurang kompetitif akan keluar dari pasar. Hal ini menciptakan dinamika persaingan yang mendorong inovasi dan peningkatan kualitas produk.

Pasar monopolistik menciptakan keseimbangan antara efisiensi produktif dan inovasi. Meskipun tidak seefisien pasar persaingan sempurna dalam hal biaya produksi, pasar monopolistik memberikan insentif bagi produsen untuk terus memperbaiki dan memperkenalkan produk baru. Produsen yang mampu menawarkan produk yang lebih baik atau lebih menarik dapat menarik lebih banyak konsumen dan meningkatkan penjualan mereka, sementara konsumen diuntungkan dengan variasi produk yang lebih banyak dan kualitas yang lebih baik.

Meskipun memiliki banyak keuntungan, pasar monopolistik juga menghadapi beberapa tantangan. Salah satu tantangannya adalah ketidakstabilan harga karena persaingan yang ketat antara produsen. Selain itu, adanya diferensiasi produk dapat menciptakan ketidakefisienan alokatif karena sumber daya mungkin tidak selalu digunakan untuk memproduksi barang yang paling diinginkan oleh konsumen. Oleh karena itu, penting bagi pembuat kebijakan untuk memahami karakteristik dan dinamika pasar monopolistik guna merancang kebijakan yang mendukung persaingan sehat dan kesejahteraan konsumen.

Bab ini akan membahas secara mendalam karakteristik pasar monopolistik, bagaimana produsen dan konsumen berperilaku dalam pasar ini, serta dampaknya terhadap efisiensi ekonomi dan inovasi produk. Dengan memahami pasar monopolistik, kita dapat mengapresiasi kompleksitas dan dinamika persaingan yang mendorong inovasi dan variasi produk serta menciptakan perekonomian yang lebih kompetitif dan berdaya saing

## A. Pengertian dan Ciri-Ciri Pasar Monopolistik

---

Pasar monopolistik adalah jenis pasar di mana banyak produsen menyediakan produk yang berbeda namun saling bersubstitusi. Model ini merupakan campuran antara elemen-elemen pasar persaingan sempurna dan monopoli. Produsen dalam pasar monopolistik memiliki kekuatan untuk menetapkan harga karena produk mereka tidak sepenuhnya identik dengan produk pesaing. Perbedaan produk ini memungkinkan produsen



# BAB 12

## Pasar Oligopoli

**P**asar oligopoli adalah salah satu struktur pasar yang paling signifikan dan kompleks dalam perekonomian modern. Pasar ini ditandai oleh dominasi beberapa perusahaan besar yang mengendalikan sebagian besar penawaran barang atau jasa dalam industri tertentu. Dalam situasi ini, setiap keputusan yang diambil oleh satu perusahaan akan mempengaruhi dan dipengaruhi oleh keputusan perusahaan lainnya. Interaksi strategis antar perusahaan menjadi pusat dari dinamika pasar ini, menciptakan persaingan yang ketat dan sering kali sulit diprediksi.

Salah satu karakteristik utama dari pasar oligopoli adalah keberadaan sejumlah kecil produsen yang memiliki pangsa pasar besar. Hal ini menyebabkan perusahaan-perusahaan ini memiliki kekuatan pasar yang signifikan, memungkinkan mereka untuk mempengaruhi harga dan kuantitas produksi. Dalam upaya untuk mengurangi persaingan, praktik kolusi, baik eksplisit maupun implisit, sering kali terjadi. Kolusi ini dapat berbentuk kartel, perjanjian harga, atau pengaturan kuota produksi, dengan tujuan untuk memaksimalkan keuntungan bersama.

Produk yang ditawarkan di pasar oligopoli bisa bersifat homogen atau terdiferensiasi. Dalam industri yang menawarkan produk homogen, seperti baja atau semen, persaingan terutama didasarkan pada harga dan kapasitas produksi. Sementara dalam industri dengan produk terdiferensiasi, seperti otomotif atau elektronik, persaingan tidak hanya melibatkan harga tetapi juga kualitas, fitur, desain, dan citra merek. Diferensiasi produk menjadi kunci bagi perusahaan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan mereka di tengah persaingan ketat.

Hambatan masuk yang tinggi merupakan ciri lain dari pasar oligopoli. Hambatan ini bisa berupa biaya awal yang besar, kepemilikan teknologi atau sumber daya khusus, atau regulasi pemerintah yang ketat. Hambatan masuk ini memastikan bahwa hanya perusahaan dengan sumber daya kuat yang dapat bertahan dan bersaing dalam pasar oligopoli. Hal ini menyebabkan persaingan dalam pasar oligopoli menjadi lebih stabil, tetapi juga memberikan tantangan bagi pendatang baru yang ingin memasuki pasar.

Perusahaan dalam pasar oligopoli mengadopsi berbagai strategi untuk mengatasi tekanan persaingan dan mengoptimalkan keuntungan mereka. Penetapan harga strategis adalah salah satu strategi utama, di mana perusahaan menetapkan harga berdasarkan perkiraan respons dari pesaing. Perusahaan mungkin menggunakan strategi harga pemimpin, di mana satu perusahaan besar menetapkan harga dan perusahaan lain mengikutinya, atau strategi perang harga, di mana perusahaan bersaing dengan menurunkan harga untuk menarik konsumen.

Diferensiasi produk juga menjadi strategi penting dalam pasar oligopoli. Inovasi dalam desain, teknologi, dan layanan pelanggan menjadi kunci sukses untuk menarik konsumen. Selain itu, perusahaan sering kali menginvestasikan sumber daya yang signifikan dalam pemasaran dan promosi untuk membangun brand awareness dan loyalitas pelanggan. Kolusi, baik dalam bentuk kartel resmi atau kesepakatan informal, juga umum terjadi. Kolusi memungkinkan perusahaan untuk mengurangi

# Daftar Pustaka

- Adi, M. A., & Sisiawan, R. (2022). Manufacturer Behavior: In the Perspective of Islamic Economic and Conventional Economics. *Journal of Islamic Civilization*, 4(1), 91-99.
- Arai, Y., & Matsushima, N. (2023). The impacts of suppliers and mutual outsourcing on organizational forms. *Canadian Journal of Economics/Revue canadienne d'économique*, 56(1), 114-132.
- Bonnet, C., Bouamra-Mechemache, Z., & Klein, G. J. (2022). National brands in hard discounters: market expansion and bargaining power effects. *European Review of Agricultural Economics*, 49(5), 1113-1145.
- De Bruijn, E. J., & Antonides, G. (2022). Poverty and economic decision making: a review of scarcity theory. *Theory and Decision*, 92(1), 5-37.
- Fahmi, C. (2023). The Impact of Regulation on Islamic Financial Institutions Toward the Monopolistic Practices in the Banking Industrial in Aceh, Indonesia. *Jurnal Ilmiah Peuradeun*, 11(2), 667-686.
- Ghamat, S., Pun, H., Critchley, G., & Hou, P. (2021). Using intellectual property agreements in the presence of supplier and third-party copycatting. *European Journal of Operational Research*, 291(2), 680-692.
- Gorman, W. (2022). The quest to quantify the value of lost load: A critical review of the economics of power outages. *The Electricity Journal*, 35(8), 1-10.

- Graafland, J., & Verbruggen, H. (2022). Free-market, perfect market and welfare state perspectives on “good” markets: An empirical test. *Applied Research in Quality of Life*, 17(2), 1113-1136.
- Hadachek, J., Ma, M., & Sexton, R. J. (2024). Market structure and resilience of food supply chains under extreme events. *American Journal of Agricultural Economics*, 106(1), 21-44.
- Hahn, R. W., & Metcalfe, R. D. (2021). Efficiency and equity impacts of energy subsidies. *American Economic Review*, 111(5), 1658-1688.
- Hajiyev, N., Mansura, M., Sverdlikova, E., Safronov, R., & Vityutina, T. (2021). Oligopoly trends in energy markets: Causes, crisis of competition, and sectoral development strategies. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 11(6), 392-400.
- Hendarto, T., Haanurat, A. I., & Dhakal, A. (2023). Does TQM affect Indonesian food sector production efficiently?. *Revenue Journal: Management and Entrepreneurship*, 1(1), 44-50.
- Hendrati, I. M., Esquivias, M. A., Perdana, P., Yuhertiana, I., & Rusdiyanto, R. (2024). US-China trade war on ASEAN region: oligopoly or systemic market structure?. *Cogent Business & Management*, 11(1), 1-10.
- Javaid, M., Haleem, A., Singh, R. P., Suman, R., & Gonzalez, E. S. (2022). Understanding the adoption of Industry 4.0 technologies in improving environmental sustainability. *Sustainable Operations and Computers*, 3(1), 203-217.
- Karadjova, V., & Trajkov, A. (2022). Basic economic indicators and economic well-being. *Horizons International scientific journal Series A Social Sciences and Humanities*, 31(1), 165-181.
- Khoa, B. T., Hung, B. P., & Hejsalem-Brahmi, M. (2023). Qualitative research in social sciences: data collection, data analysis and report writing. *International Journal of Public Sector Performance Management*, 12(1-2), 187-209.

- Lusk, J. L., Tonsor, G. T., & Schulz, L. L. (2021). Beef and pork marketing margins and price spreads during COVID-19. *Applied Economic Perspectives and Policy*, 43(1), 4-23.
- Meilinda, V., Anjani, S. A., & Ridwan, M. (2023). A Platform Based Business Revolution Activates Indonesia's Digital Economy. *Startupreneur Business Digital (SABDA Journal)*, 2(2), 155-174.
- Miao, Z. (2021). Digital economy value chain: Concept, model structure, and mechanism. *Applied Economics*, 53(37), 4342-4357.
- Misra, S., Pedada, K., & Sinha, A. (2022). A theory of marketing's contribution to customers' perceived value. *Journal of creating value*, 8(2), 219-240.
- Moosavian, S. F., Zahedi, R., & Hajinezhad, A. (2022). Economic, environmental and social impact of carbon tax for Iran: a computable general equilibrium analysis. *Energy Science & Engineering*, 10(1), 13-29.
- Mukoviz, V., Leshchii, L., Khodakivska, O., Prokopova, O., & Kuzub, M. (2022). Accounting for transactions costs of agricultural producers in the shadow economy. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*, 8(2), 67-85.
- Nathan, D. (2021). From monopoly to monopsony capitalism. *The Indian Journal of Labour Economics*, 64, 843-866.
- Patel, P. (2021). Modelling Cooperation, Competition, and Equilibrium: The Enduring Relevance of Game Theory in Shaping Economic Realities. *Social Science Chronicle*, 1(1), 1-19.
- Rahmayati, R. (2021). Competition Strategy In The Islamic Banking Industry: An Empirical Review. *International Journal Of Business, Economics, And Social Development*, 2(2), 65-71.
- Rounaghi, M. M., Jarrar, H., & Dana, L. P. (2021). Implementation of strategic cost management in manufacturing companies: overcoming costs stickiness and increasing corporate sustainability. *Future Business Journal*, 7(1), 1-8.

- Salehi, E., & Makiyan, S. N. (2021). The Market Structure and Pricing Models of Cloud Services. *Journal of Applied Intelligent Systems and Information Sciences*, 2(1), 13-21.
- Shang, M., Li, Y., & Qi, Z. (2022). Review of monopoly models and implications for antitrust. *Procedia Computer Science*, 199(1), 495-502.
- Srinivasan, B. (2022). A guide to the Michaelis–Menten equation: steady state and beyond. *The FEBS journal*, 289(20), 6086-6098.
- Steinbaum, M. (2022). Establishing market and monopoly power in tech platform antitrust cases. *The Antitrust Bulletin*, 67(1), 130-145.
- Storr, V. H., Haeffele, S., Lofthouse, J. K., & Grube, L. E. (2021). Essential or not? Knowledge problems and COVID-19 stay-at-home orders. *Southern Economic Journal*, 87(4), 1229-1249.
- Tan, Z., Wu, Y., Gu, Y., Liu, T., Wang, W., & Liu, X. (2022). An overview on implementation of environmental tax and related economic instruments in typical countries. *Journal of Cleaner Production*, 330(1), 1-10.
- Vidiati, C., Al-Ghozali, M. I., Faturrizky, I., Selasi, D., Munajim, A., & Tardjono, T. (2022). Effects of the Money Market and the Need for Knowledge of Interest Rates and the Foreign Exchange Market for Benefit: Evidence In Indonesia. *IJOBBA: International Journal of Bunga Bangsa Cirebon*, 1(1), 37-60.
- Wang, K. L., Zhao, B., Ding, L. L., & Miao, Z. (2021). Government intervention, market development, and pollution emission efficiency: Evidence from China. *Science of the Total Environment*, 757(1), 1-10.
- Wenqi, D., Khurshid, A., Rauf, A., & Calin, A. C. (2022). Government subsidies' influence on corporate social responsibility of private firms in a competitive environment. *Journal of Innovation & Knowledge*, 7(2), 1-10.

- Widarni, E. L., Drean, B., & Bawono, S. (2022). *The Foundation Of Macroeconomics For Business*. Banyuwangi: PT. Frost Yuniior.
- Zaid, Z., Dawaki, F. A., & Ololade, S. K. (2021). Should the State Control Tariffs?. *Journal of Governance and Public Policy*, 8(1), 22-36.
- Zhai, Z., Zhang, L., Hou, X., Yang, Q., & Huang, Z. (2023). Price elasticity of electricity demand in China–A new instrument variable based on marketization policy. *Energy for Sustainable Development*, 76(1), 1-10.
- Zhang, X., Liu, H., & Yao, P. (2021). Research jungle on online consumer behaviour in the context of web 2.0: traceability, frontiers and perspectives in the post-pandemic era. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(5), 1740-1767.
- Zhang, Y., & Dilanchiev, A. (2022). Economic recovery, industrial structure and natural resource utilization efficiency in China: effect on green economic recovery. *Resources Policy*, 79(1), 1-10.



MENGENAL  
**ILMU  
EKONOMI**

Dasar-Dasar, Permintaan, Penawaran, dan Pasar



**B**uku ini membahas dasar-dasar ilmu ekonomi, memperkenalkan konsep-konsep fundamental seperti permintaan, penawaran, dan mekanisme pasar. Berbagai sistem ekonomi—pasar bebas, komando, dan campuran—dibahas untuk memberikan wawasan tentang bagaimana negara-negara mengelola perekonomiannya. Selain itu, bab ini mengupas indikator makroekonomi seperti Produk Domestik Bruto (PDB), inflasi, dan tingkat pengangguran yang menjadi tolok ukur kesehatan ekonomi suatu negara. Elastisitas permintaan dan penawaran juga dibahas untuk memahami bagaimana perubahan harga dapat mempengaruhi pasar. Secara keseluruhan, buku ini memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai ilmu ekonomi, mulai dari konsep dasar hingga analisis makro dan mikroekonomi. Dengan pendekatan yang sistematis dan aplikatif, buku ini bertujuan untuk membantu pembaca memahami prinsip-prinsip ekonomi yang berperan dalam kehidupan sehari-hari dan dalam pengambilan keputusan ekonomi.



✉ literasinusantaraofficial@gmail.com  
🌐 www.penerbitlitnus.co.id  
📖 Literasi Nusantara  
📞 literasinusantara\_  
☎ 085755971589

Ekonomi

+17

ISBN 978-634-206-824-3



9 786342 068243