

EKONOMI MANAJERIAL

DALAM PENGEMBANGAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH
DI BIDANG PERTANIAN



Farah Mutiara

A. Yusuf Kholil

Farida Kusuma Astuti

**Penerbit : UNITRI PRESS,
ANGGOTA IKAPI
Jalan Telagawarna, Tlogomas, Malang
Telp. (0341) 565500 Fax (0341) 565522**



**EKONOMI MANAJERIAL DALAM PENGEMBANGAN USAHA MIKRO,
KECIL DAN MENENGAH DI BIDANG PERTANIAN**

Penulis :

Farah Mutiara
A. Yusuf Kholil
Farida Kusuma Astuti

ISBN: 978-623-92030-5-4

Editor :

Ronasari Mahaji Putri

Tata Letak :

Galuh Widhi Gumilar
Ronasari Mahaji Putri

Grafis & Desain Sampul:

Galuh Widhi Gumilar

**EKONOMI MANAJERIAL DALAM PENGEMBANGAN USAHA MIKRO,
KECIL DAN MENENGAH DI BIDANG PERTANIAN**

Cetakan : I Maret -Malang

2020

vi : 51 hlm : Ukuran 21 x 29,5 cm (A4)

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip, memperbanyak dan menterjemahkan sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa ijin tertulis dari penerbit.

Cetakan pertama : Maret 2020

Penerbit : **UNITRI PRESS**



ANGGOTA IKAPI

Jalan Telagawarna, Tlogomas, Malang

Telp (0341) 565500 Fax (0341) 565522

ISBN : 978-623-92030-5-4

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah buku yang berjudul **EKONOMI MANAJERIAL DALAM PENGEMBANGAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH DI BIDANG PERTANIAN**, telah dapat diselesaikan dengan baik. Penulis mengucapkan rasa syukur dan terima kasih kepada semua pihak yang telah mensupport dalam pembuatan buku ini.

Ucapan terima kasih, penulis sampaikan kepada Rektor Universitas Tribhuwana Tungadewi, Bapak Prof.. Dr. Ir. Eko Handayanto, MSc yang telah memberikan motivasi penulisan buku ini. Tidak lupa penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi, kami ucapkan terima kasih.

Semoga buku ini bermanfaat bagi mahasiswa yang mempelajari ekonomi pertanian. Buku ini dapat dibaca juga oleh praktisi yang berkecimpung di bidang ekonomi pertanian.

Malang, Maret 2020

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR TABEL	vi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. PENDAHULUAN.....	1
1.2. RUANG LINGKUP EKONOMI MANAJERIAL.....	2
1.3. TUJUAN EKONOMI MANAJERIAL	4
1.4. KETERKAITAN DENGAN BIDANG ILMU	5
1.5. TEORI PERUSAHAAN	7
1.6. LABA.....	9
BAB 2 OPTIMASI EKONOMI	11
2.1. METODE DALAM MENGGAMBARAKAN HUBUNGAN EKONOMI.....	11
2.2. HUBUNGAN BIAYA TOTAL, RATA-RATA, DAN MARGINAL	12
2.3. ANALISIS OPTIMASI.....	14
2.4. OPTIMASI DENGAN KALKULUS.....	14
2.5. PERALATAN MANAJEMEN BARU UNTUK OPTIMASI	15
BAB 3 RESIKO, KETIDAKPASTIAN, DAN PENGAMBILAN KEPUTUSAN.....	17
BAB 4 STRUKTUR PASAR	21
4.1. Pasar Persaingan Sempurna.....	21
4.2. Pasar Persaingan Tidak Sempurna	22
BAB 5 KEGIATAN UMKM	24
BAB 6 STRATEGI PENGEMBANGAN	26
BAB 7 USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH BIDANG PERTANIAN.....	32
7.1. Ekonomi Pertanian	32
7.2. Pengertian Usaha Mikro.....	32
7.3. Usaha kecil dan menengah bidang pertanian	34
7.4. Strategi Pemasaran Hasil Pertanian.....	42
DAFTAR PUSTAKA.....	43
GLOSARIUM.....	47
BIODATA PENULIS.....	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1. Kurva Pasar Persaingan Sempurna	21
Gambar 6.1. Bagan Kerangka Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah.....	31

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Hubungan antara Total Pendapatan dan Kuantitas12

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. PENDAHULUAN

Di Indonesia saat ini sudah dihadapkan dengan adanya revolusi industri 4.0. Hampir seluruh perusahaan saat ini sudah mulai memasuki babak baru dengan kehadiran Revolusi Industri 4.0 ditahun ini. Dalam dunia pendidikan banyak perguruan tinggi yang dituntut untuk bisa menghasilkan para lulusan yang siap bekerja, tidak hanya untuk level *low management* tetapi juga harus siap berkarier di level *middle* hingga *top management*. Dalam hal ini para lulusan perguruan tinggi diharapkan harus memiliki keahlian tidak hanya dalam satu bidang saja, akan tetapi harus memiliki keahlian di berbagai bidang. Para lulusan perguruan tinggi akan menjadi para pemimpin masa depan yang harus siap dengan kemampuan manajerialnya dimasa depan.

Ekonomi global pada titik puncak perubahan besar yang sebanding besarnya dengan munculnya revolusi industri pertama atau perkembangan produksi atau bahkan penemuan microcip. Kemajuan teknologi memungkinkan terjadinya otonom hampir disemua bidang. Sementara itu, kepemilikan seperangkat pintar diberbagai bagian dunia mengarah pada tingkat keterkaitan satu sama lain yang tidak terbayangkan sebelumnya. Diantara berbagai tantangan yang dihadapi dunia saat ini, mungkin yang paling besar adalah bagaimana membentuk Revolusi Industri keempat (disebut juga sebagai industri 4.0) yang dimulai pada permulaan abad ini.

Saat ini kita berada di ambang revolusi teknologi yang secara fundametal mengubah cara kita hidup bekerja, dan berhubungan satu dengan yang lainnya. Kita belum tahu persis apa yang akan terjadi di masa depan, tetapi ada satu hal yang jelas; dunia harus merespon terhadap perubahan tersebut secara terintegrasi dan komprehensif dengan melibatkan seluruh pemangku kepentingan politik global, mulai dari sektor publik dan swasta, sampai akademisi dan tentunya masyarakat sipil.

Sektor manufaktur nasional harus siap menuju perubahan besar dalam menghadapi revolusi industri keempat ini. Konsekuensinya, pendekatan dan kemampuan baru diperlukan untuk membangun sistem produksi yang inovatif dan berkelanjutan. Revolusi ini akan mentransformasi proses manufaktur yang sinkron dengan kecepatan perubahan karena kebutuhan pelanggan yang memberikan gambaran bahwa proses produksi akan lebih fleksibel tanpa menghabiskan lebih banyak waktu.

Pada 20 tahun lalu, ragam produk didesain dan dirancang di Eropa atau Amerika Serikat untuk selanjutnya dikirim ke Asia untuk proses manufaktur massal yang murah. Para pelaku manufaktur Asia berada jauh dibelakang rantai pasokan. Tapi saat ini, berbagai perusahaan manufaktur yang dipimpin oleh Tiongkok mengelola desain dan manufaktur secara mandiri.

Singapura dan Malaysia memiliki teknologi yang maju dan memimpin dunia di banyak segmen. Kekuatan utama negara-negara tersebut terletak pada integrasi teknologi mikro diberbagai produk, contoh utamanya adalah fotonik.

Sementara Vietnam dan Indonesia adalah negara yang kaya dengan tenaga kerja berupah rendah yang harus mengakhiri model lama pembangunan yaitu upah rendah dan inovasi rendah. Proses transisi yang dilakukan Vietnam dan Indonesia akan berlangsung baik apabila pemerintah kedua negara ini memiliki beragam kebijakan yang diperlukan untuk manufaktur yang berkualitas.

Tak hanya itu, persaingan dengan beberapa negara ASEAN lainnya yang semakin meningkat akan memotivasi kedua negara ini untuk beralih ke manufaktur baru, iklim uang bisnis, sumber investasi yang beragam dan rantai pasokan yang besar.

1.2. RUANG LINGKUP EKONOMI MANAJERIAL

Banyak pembelajaran ekonomi yang diaplikasikan dalam dunia bisnis, seperti ekonomi mikro maupun ekonomi makro. Beberapa pendapat para ahli mengenai ekonomi manajerial adalah sebagai berikut.

1) Hirschey (2003)

Menurut Hirschey, ekonomi manajerial merupakan aplikasi teori ekonomi ialah sebagai metode dalam pengambilan keputusan manajerial dan juga administratif.

2) Dominic Salavatore (1996)

Menurut Dominic Salavatore, pengertian ekonomi manajerial merupakan suatu pengetahuan atau wawasan yang menunjukkan adanya teori ekonomi serta analisis terhadap pengambilan keputusan dengan berdasarkan teori ekonomi tersebut untuk menelaah bagaimana bisnis tersebut dapat mencapai tujuan dengan efisien.

3) Ket (2000)

Menurut Ket, *managerial economics* ini merupakan ilmu dan seni mengenai bagaimana mengorganisir dan juga mengalokasikan sumber daya perusahaan yang terbatas untuk dapat mencapai tujuan yang sudah ditentukan.

4) Evan J. Douglas (1995)

Menurut Evan J. Douglas, pengertian ekonomi manajerial merupakan suatu bagian ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan penerapan prinsip-prinsip metodologi ekonomi didalam proses pengambilan keputusan pada sebuah perusahaan/ organisasi.

5) Mc. Connel (1993)

Menurut Mc. Connel, pengertian ekonomi manajerial merupakan alat analisis yang sangat penting bagi manajer didalam mengambil keputusan bisnis.

Ekonomi manajerial adalah aplikasi teori dan metode ekonomi dalam proses pengambilan keputusan manajerial dan administratif (Hirschey,M.,2003). Dengan demikian ekonomi manajerial mengkaji dan mengembangkan prinsip-prinsip keilmuan yang dapat digunakan sebagai rujukan untuk meningkatkan kualitas dan efektivitas pengambilan keputusan manajerial. Ekonomi manajerial akan sangat membantu para manajer untuk memahami bagaimana determinan ekonomi mempengaruhi kinerja organisasi dan perilaku manajerial. Dalam konteks pembelajaran yang ekstensif, ekonomi manajerial memanfaatkan sejumlah alat analisis seperti metode kuantitatif, statistik atau ekonometrika dan konsep-konsep manajemen strategik serta analisis keuangan. Masalah pengambilan keputusan timbul pada tiap organisasi, baik bermotif laba atau nirlaba, ketika organisasi itu berusaha mencapai tujuannya dalam menghadapi kendala. Contoh, bagaimana sebuah rumah sakit berusaha mengobati pasiennya sebanyak mungkin dengan standar kesehatan yang cukup dengan keterbatasan sumberdaya (dokter, fasilitas, perawat, dll).

Masalah pengambilan keputusan timbul pada tiap organisasi, baik bermotif laba atau nirlaba, ketika organisasi itu berusaha mencapai tujuannya dalam menghadapi kendala. Contoh, bagaimana sebuah rumah sakit berusaha mengobati pasiennya sebanyak mungkin dengan standar kesehatan yang cukup dengan keterbatasan sumberdaya (dokter, fasilitas, perawat, dll).

1.3. TUJUAN EKONOMI MANAJERIAL

1) Mengatur Keuangan

Dengan ekonomi manajerial dapat digunakan untuk mengatur sistem keuangan yang baik. Ekonomi manajerial penting untuk mengidentifikasi biaya mana yang penting dan biaya mana yang tidak perlu. Ini bertujuan untuk menghindari defisit perusahaan.

2) Sebagai Alat Evaluasi

Ekonomi manajerial dapat digunakan sebagai alat evaluasi jika ada perubahan manajer baru. Jadi manajer baru dapat mempelajari apa yang kurang dan apa yang dapat dilanjutkan dari strategi ekonomi manajerial yang dilakukan oleh manajer lama. Tentu saja era baru akan menghadirkan pasar baru yang lebih kompetitif di dunia bisnis. Jadi perlu ada evaluasi kebijakan lama.

3) Membantu Manajer Menyelesaikan Masalah

Ekonomi manajerial sangat membantu sebagai analis dalam membuat keputusan yang dibuat oleh manajer. Seperti yang kita ketahui, kemajuan ekonomi membuat kemajuan dalam kondisi pasar yang berubah sehingga reformasi kebijakan diperlukan sebagai upaya untuk mengembangkan perusahaan atau bisnis yang lebih efektif.

4) Mengetahui Lingkungan Industri, Perusahaan dan Ekonomi

Ekonomi manajerial juga berperan dalam analisis lingkungan industri, perusahaan, dan ekonomi. Analisis lingkungan ini perlu dilakukan untuk menentukan kondisi konsumen, pemasok dan pesaing. Ekonomi Manajerial memberikan teori dan metodologi ekonomi yang dibutuhkan oleh para eksekutif dalam pengambilan keputusan usaha. Dengan memanfaatkan konsep-konsep dan teknik-teknik yang biasa digunakan dalam teori ekonomi dan teori pengambilan keputusan, topik-topik yang dibahas antara lain mencakup: optimasi ekonomi, analisis resiko, teori dan peramalan permintaan, analisis fungsi produksi, teori dan analisis biaya, analisis produk dan struktur pasar, analisis kebijakan harga, peraturan pemerintah dalam ekonomi dan perencanaan investasi.

1.4. KETERKAITAN DENGAN BIDANG ILMU

1) Teori Ekonomi.

Keputusan manajemen dapat menerapkan teori ekonomi dan perangkat ilmu terapan. Ekonomi Mikro mempelajari tingkah laku ekonomi secara individual sebagai unit pengambil keputusan dalam sistem perdagangan bebas. Ekonomi akro melihatnya secara agregat, seperti output, pendapatan, pekerjaan, investasi, haragtotal, dan lain-lain. Teori ekonomi berusaha memprediksi dan menerangkan tingkah laku ekonomi. Teori ekonomi biasanya dimulai dengan suatu model. Model merupakan abstraksi dari banyak hal yang melingkupi suatu kejadian dan berusaha untuk mengidentifikasi beberapa dari banyak faktor penentu penting dari suatu kejadian.

Suatu organisasi dapat memecahkan keputusan manajemennya dengan menerapkan teori ekonomi dan perangkat ilmu keputusan. Dasar teori ekonomi yang digunakan yaitu mikroekonomi dan makroekonomi. Mikroekonomi adalah ilmu yang mempelajari tingkah laku ekonomis secara individual sebagai unit pengambil keputusan, seperti konsumen individu, pemilik sumberdaya, dan perusahaan bisnis, didalam sistem perdagangan bebas.

Makroekonomi adalah ilmu yang membahas tentang output, pendapatan, pekerjaan, konsumsi, investasi, dan harga secara total atau agregat di perekonomian dilihat secara keseluruhan. Teori ekonomi biasanya dijelaskan dengan menggunakan model. Jadi model dapat diterima apabila dapat memprediksi secara tepat dan bila prediksi tersebut secara logis mengikuti semua asumsi.

2) Ilmu keputusan.

Ilmu ini mempergunakan perangkat matematika ekonomi dan ekonometrik untuk membentuk dan mengestimasi model keputusan yang ditujukan untuk menentukan perilaku optimal perusahaan. Matematika ekonomi dipergunakan untuk memformulasikan model ekonomi yang dipostulatkan oleh teori ekonomi. Ekonometrik menerapkan peralatan statistik pada data dunia nyata untuk mengestimasi model yang dipostulatkan oleh teori ekonomi untuk peramalan.

Ekonomi manajerial juga berhubungan erat dengan ilmu keputusan (*decision science*). Ilmu ini mempergunakan perangkat matematika ekonomi dan ekonometri untuk membentuk dan mengestimasi model keputusan yang ditujukan untuk menentukan perilaku optimum yang ditujukan untuk menentukan perilaku optimum perusahaan (yaitu bagaimana suatu perusahaan untuk mencapai tujuannya dengan cara yang paling efisien).

Matematika ekonomi dipergunakan untuk memformalkan (yaitu menggambarkan dalam bentuk persamaan) model ekonomi yang dipostulatkan oleh teori ekonomi. Ekonometri kemudian menerapkan peralatan statistik (terutama analisis regresi) pada dunia nyata untuk mengestimasi model yang dipostulatkan oleh teori ekonomi dan untuk peramalan (*forecasting*).

3) Keterkaitan dengan berbagai fungsional ilmu administrasi bisnis

Hubungan antara ekonomi manajerial dengan area fungsional dari ilmu administrasi bisnis menjadi latarbelakang bagi pengambilan keputusan. Area fungsi administrasi itu meliputi akuntansi, keuangan, pemasaran, manajemen SDM, dan produksi. Jadi ekonomi manajerial sebagai pelajaran yang menggabungkan teori ekonomi, ilmu pengambilan keputusan, dan area fungsional dari ilmu administrasi bisnis, yang membahas bagaimana hal tersebut saling berinteraksi satu sama lain pada perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan cara yang paling efisien. Beberapa keputusan bisnis telah dihubungkan dengan strategi militer yang sekarang sedang mengalami revolusi dengan adanya globalisasi yang cepat dari perekonomian dunia, terlebih dengan semakin majunya teknologi informasi.

Sebagai Contoh :

Teori ekonomi mempostulatkan bahwa kuantitas yang diminta (Q) untuk suatu komoditas adalah fungsi atau tergantung kepada harga komoditas tersebut (P), pendapatan konsumen (Y), dan harga komoditas lain yang berhubungan (yaitu komoditas komplementer dan substitusi, P_c dan P_s) maka kita dapat mempostulatkan model formal (model matematika) sebagai berikut :

$$Q = (P, Y, P_c, P_s)$$

Dengan mengumpulkan data Q, P, Y, P_c dan P_s untuk komoditas tertentu, kita dapat mengestimasi hubungan empirisnya (ekonometri). Hal ini akan memungkinkan perusahaan untuk dapat menentukan seberapa besar perubahan untuk dapat menentukan seberapa besar perubahan Q dengan adanya perubahan dalam P, Y, P_c dan P_s , dan untuk meramalkan permintaan dimasa mendatang untuk komoditas tersebut. Dan akan dapat memberikan informasi penting bagi manajemen dalam menjalankan kebijakan yang sesuai dengan maksud dan tujuan perusahaan yaitu maksimisasi laba dengan cara yang paling efisien.

Jadi ekonomi Managerial adalah aplikasi teori ekonomi dan perangkat ilmu pengambilan keputusan untuk menemukan solusi optimal pada masalah keputusan manajerial.

4) Keterkaitan Dengan Berbagai Area Fungsional Ilmu Administrasi Bisnis

Area Fungsional Bisnis menyangkut :

Akuntansi, keuangan, pemasaran, manajemen sumberdaya manusia atau personalia, dan produksi, merupakan disiplin ilmu yang mempelajari lingkungan bisnis dimana perusahaan beroperasi, diharapkan dapat menyediakan latar belakang bagi pengambilan keputusan manajerial. Jadi ekonomi managerial merupakan suatu mata kuliah / studi yang ruang lingkupnya luas yang menggabungkan teori ekonomi, ilmu pengambilan keputusan, dan area fungsional ilmu administrasi bisnis.

Proses yang terkait dengan semua pengambilan keputusan manajerial terdiri dari 5 tahap :

- a. Menetapkan tujuan perusahaan atau organisasi.
- b. Mendefinisikan permasalahan yang dihadapi perusahaan atau organisasi dalam usaha mencapai tujuan tersebut.
- c. Mengidentifikasi berbagai solusi-solusi.
- d. Memilih solusi terbaik dari solusi yang tersedia.
- e. Mengimplementasikan keputusan.

1.5. TEORI PERUSAHAAN

1) Definisi Perusahaan

Perusahaan adalah suatu organisasi yang menggabungkan dan mengorganisir sumber daya yang bertujuan untuk memproduksi produk untuk dijual. Bentuk perusahaan dapat berupa perseorangan, persekutuan, dan korporasi. *75% dari semua barang dan jasa diproduksi oleh perusahaan, sisanya oleh pemerintah dan organisasi nirlaba.

2) Sasaran dan Nilai Perusahaan.

Pada dasarnya sasaran yang ingin dicapai oleh suatu perusahaan adalah memaksimalkan laba sekarang atau dalam jangka pendek. Namun demikian ada kalanya perusahaan rela mengorbankan atau melepaskan laba jangka pendeknya untuk meningkatkan laba dalam jangka panjang. Jika laba perusahaan sama dengan nilai perusahaan maka secara singkat dapat dikatakan bahwa tujuan perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan adalah nilai sekarang atau aliran kas suatu perusahaan yang diharapkan akan diterima pada masa yang akan datang. Nilai sekarang dari seluruh laba yang diharapkan pada masa yang akan datang:

3) Kendala-kendala dalam Operasi Perusahaan

Maksud dan tujuan perusahaan adalah untuk memaksimalkan kekayaan atau nilai perusahaan. Namun demikian, dalam upaya melakukan hal ini, perusahaan menghadapi banyak kendala. Beberapa kendala itu timbul dari keterbatasan ketersediaan input-input penting. Secara spesifik, perusahaan mungkin tidak mampu merekrut tenaga ahli sebanyak yang diperlukan, terutama dalam jangka pendek. Hal serupa mungkin perusahaan tidak mampu memperoleh semua bahan mentah tertentu sebanyak yang diminta. Perusahaan juga mungkin menghadapi keterbatasan ruang pabrik atau gudang dan dana modal yang tersedia untuk keperluan tertentu.

Begitu pentingnya kendala yang dihadapi perusahaan sehingga perlu dibicarakan optimasi terkendali (*constrained optimisation*) yakni, maksud dan tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan kekayaan atau nilai perusahaan dengan mengatasi kendala-kendala yang dihadapi. Dengan adanya kendala ini perusahaan berusaha memaksimalkan kekayaan atau nilai perusahaan.

4) Kendala Perusahaan dan keterbatasan Teori

Dalam usahanya tersebut perusahaan menghadapi kendala. Kendala tersebut muncul karena terbatasnya ketersediaan input yang esensial, seperti perusahaan tidak dapat memperoleh seluruh bahan mentah khusus sebanyak yang dibutuhkan.

Adanya kendala mempersempit gerak perusahaan dalam upayanya mencapai tujuan perusahaan yaitu memaksimalkan laba atau nilai perusahaan. Masalah ini selanjutnya disebut sebagai kendala optimasi.

1.6. LABA

1) Fungsi Laba.

Laba suatu perusahaan memberikan *signal* penting bagi perusahaan mengenai realokasi sumberdaya dalam masyarakat, dimana hal tersebut mencerminkan perubahan kemampuan konsumen dan permintaan, dalam suatu waktu.

2) Laba Bisnis dan Laba Ekonomi

Business profit; penerimaan dikurangi dengan biaya eksplisit.

Biaya eksplisit yaitu biaya yang benar benar dikeluarkan untuk membeli atau menggaji input yang digunakan dalam proses produksi.

Laba ekonomi berarti penerimaan dikurangi dengan baik biaya eksplisit maupun biaya implisit.

Biaya implisit adalah nilai input yang dimiliki dan digunakan oleh perusahaan dalam proses produksi.

- Gaji yang dapat diperoleh oleh pengusaha/pemilik yang dapat diperoleh dari orang / pihak lain yang setara.
- Pendapatan/return yang dapat diperoleh dari investasi modalnya, menyewakan tanahnya atau pendapatan dari input yang lain.

Laba ekonomi ini penting agar keputusan investasinya benar.

Contoh:

- Laba suatu perusahaan (secara akuntansi) dilaporkan sebesar Rp. 60 juta selama satu tahun.
- Penghasilan pengusaha (*entrepreneur*)/gaji Rp. 70 juta
- Modal yang mungkin dipinjamkan kepada pihak lain Rp. 20 juta

Maka, laba ekonominya = Rp. 60 juta – Rp. 70 juta – Rp. 20 juta = -Rp. 30 juta (kerugian ekonomi)

3) Teori tentang Laba.

- *Risk-Bearing Theory of Profit*

Labanya ekonomi dibutuhkan oleh perusahaan untuk masuk dan bertahan di beberapa bidang yang memiliki risiko di atas rata-rata.

- *Frictional Theory of Profit*

Labanya timbul sebagai akibat dari gesekan atau gangguan dari keseimbangan jangka panjang.

- *Monopoly Theory of Profit*

Beberapa perusahaan dengan kekuatan monopoli dapat membatasi output dan mengenakan harga yang tinggi dibandingkan dengan harga pada pasar persaingan.

- *Innovation Theory of Profit.*

Labanya ekonomi adalah imbalan karena pengenalan dari inovasi yang berhasil.

- *Managerial Efficiency Theory of Profit.*

Bila rata-rata perusahaan cenderung hanya memperoleh hasil normal dari investasi jangka panjang, perusahaan yang lebih efisien dari rata-rata perusahaan tersebut akan memperoleh labanya ekonomi.

LATIHAN SOAL

1. Apa pengertian dari ekonomi manajerial?
2. Jelaskan ruang lingkup ekonomi manajerial!
3. Jelaskan teori tentang laba!
4. Bagaimana hubungan ekonomi manajerial dengan studi administrasi bisnis?
5. Apa saja kendala yang dihadapi oleh perusahaan?

BAB 2

OPTIMASI EKONOMI

2.1. METODE DALAM MENGGAMBARAKAN HUBUNGAN EKONOMI

Hubungan ekonomi dapat digambarkan dalam bentuk persamaan, tabel, atau grafik. Bila hubungannya sederhana, tabel dan/atau grafik dapat mencukupi. Namun bila hubungannya rumit, menggambarkan hubungan dalam bentuk persamaan mungkin diperlukan. Menggambarkan hubungan ekonomi dalam bentuk persamaan juga berguna karena kita dapat mempergunakan teknik yang kuat dari kalkulus diferensial dalam menentukan solusi optimum dari suatu masalah (cara yang paling efisien untuk perusahaan atau organisasi lain untuk mencapai tujuan atau sasarnya).

Hubungan Fungsi: Persamaan.

Hubungan antara kuantitas (Q) dan total pendapatan (TR) dapat diekspresikan sebagai berikut:

$$\mathbf{TR = f(Q) \Leftrightarrow TR = P \times Q}$$

Misalnya harga produk yang bersifat konstan adalah Rp 1.000,00 per unit, maka hubungan antara kuantitas yang terjual dengan total pendapatan secara tepat dapat dinyatakan dalam suatu fungsi sebagai berikut:

$$\mathbf{TR = 1.000 Q}$$

Hubungan Fungsi: Tabel dan Grafik.

Berikut ini disajikan data yang menggambarkan hubungan fungsi dan digambarkan dalam suatu grafik.

Tabel 2.1. Hubungan antara Total Pendapatan dan Kuantitas

Kuantitas Produk

Total Pendapatan (TR) = 1.000 Q

10	Rp 10.000
20	Rp 20.000
30	Rp 30.000
40	Rp 40.000
50	Rp 50.000
60	Rp 60.000
70	Rp 70.000
80	Rp 80.000
90	Rp 90.000
100	Rp 100.000

2.2. HUBUNGAN BIAYA TOTAL, RATA-RATA, DAN MARGINAL

Hubungan antara biaya total, rata-rata dan marginal merupakan konsep serta ukuran yang sangat penting dalam optimasi. Pada dasarnya hubungan antara biaya total, rata-rata dan marginal adalah sama, baik untuk biaya, penerimaan, produksi maupun laba.

Hubungan biaya Total, Rata-rata dan biaya Marginal Perusahaan

Q

TC

AC=TC/Q

MC=dTC/dQ

TC = FC + VC;

AC = AFC + AVC;

MC = DTC/DQ

1) Hubungan antara nilai rata-rata dengan marginal

Hubungan antara nilai rata-rata dengan marginal juga penting dalam pembuatan keputusan manajerial. Karena nilai marginal menunjukkan perubahan dari nilai total, maka jika nilai marginal tersebut lebih besar dari nilai rata-rata, pasti nilai rata-rata tersebut sedang menaik. Misalnya, jika 10 pekerja rata-rata menghasilkan 200 unit output perhari, dan pekerja ke 11 (tambahan) menghasilkan 250 unit, maka output rata-rata dari npekerja meningkat.

2) Penggambaran hubungan antara nilai total, marginal dan rata-rata

Slope adalah suatu ukuran kemiringan sebuah garis, dan didefinisikan sebagai tingginya kenaikan (penurunan) per unit sepanjang sumbu horisontal. Slope dari sebuah garis lurus yang melalui titik asal ditentukan dengan pembagian koordinat Y pada setiap titik pada garis tersebut dengan koordinat X yang cocok.

Hubungan geometris antara nilai total, marginal dan rata-rata terlihat pada kurva 2.2b laba total naik dari titik asal menuju titik C. karena garis yang digambarkan bersinggungan dengan kurva laba total menjadi lebih curam jika titik singgung tersebut mendekati titik C, maka laba menaik sampai titik singgung tersebut.

Selain hubungan nilai total rata-rata dan total marginal, hubungan antara nilai marginal dengan rata-rata juga ditunjukkan pada gambar 2.2 b. Pada tingkat output yang rendah dimana kurva laba marginal terletak di atas kurva laba rata-rata, maka kurva laba rata-rata sedang menaik. Walaupun laba marginal mencapai titik maksimum pada output Q1 dan kemudian menurun, tapi kurva laba rata-rata terus meningkat sepanjang kurva laba marginal masih di atasnya.

3) Penurunan kurva total dari kurva marginal atau rata-rata

Penurunan laba total dari kurva laba rata-rata (b). Laba total adalah laba rata-rata dikalikan jumlah output. Laba total yang sesuai dengan output Q1, misalnya adalah laba rata-rata (A) dikalikan output (Q1). Laba total tersebut sama dengan luas bidang segi empat OABQ1.

Hubungan yang sama terjadi antara laba marginal dengan laba total. Secara geometris, laba total tersebut ditunjukkan oleh daerah Y sampai kuantitas output yang ditentukan. Tingkat output Q1 laba total sama dengan bidang bawah kurva laba marginal yaitu bidang OCQ1.

2.3. ANALISIS OPTIMASI

Analisis optimasi dapat mudah dijelaskan dengan mempelajari proses perusahaan dalam menentukan tingkat output. yang mana memaksimalkan laba total, dengan mempergunakan kurva penerimaan total dan biaya total dari bab yang menentukan tahap analisis marjinal berikutnya yang merupakan perhatian utama kita. Optimasi dengan analisis marjinal sementara perusahaan memaksimalkan laba yang ditentukan dengan kurva penerimaan total dan biaya total. analisis marjinal, perusahaan memaksimalkan keuntungan bila penerimaan marjinal sama dengan biaya marjinal. Analisis marjinal merupakan salah satu konsep terpenting pada ekonomi manajerial secara umum dan dalam analisa optimasi khususnya. Menurut analisis marjinal, perusahaan memaksimalkan keuntungan bila penerimaan marjinal sama dengan biaya marjinal.

2.4. OPTIMASI DENGAN KALKULUS

Dalam hal ini menentukan atau membedakan antara maksimum dan minimum

1) Menentukan Maksimum atau minimum dengan kalkulus

Optimasi sering kali diperlukan untuk menemukan nilai maksimum atau minimum suatu fungsi, misalnya suatu perusahaan memaksimalkan penerimaan tetapi meminimumkan biaya produksi. Untuk suatu fungsi agar mencapai maksimum atau minimum, turunan dari fungsi tersebut harus nol. Secara geometris hal ini berhubungan dengan titik dimana kurvanya mempunyai kemiringan nol.

Contoh untuk fungsi penerimaan total :

$$TR = 100Q - 10Q^2 \quad d(TR)/dQ = 100 - 20Q$$

Membedakan antara maksimum dan minimum: Turunan Kedua

Turunan kedua adalah turunan dan diperoleh dari penerapan kembali aturan turunan (pertama) dari diferensial, contoh :

$$Y = x^3$$

$$dy/dx = 3x^2$$

$$\text{Dengan cara yang sama, untuk } TR = 100Q - 10Q^2$$

$$D(TR)/dQ = 100 - 20Q$$

$$d^2(TR)/dQ^2 = -20$$

2.5. PERALATAN MANAJEMEN BARU UNTUK OPTIMASI

1) BENCHMARKING

Perbandingan (*Benchmarking*) berarti menemukan cara terbuka dan jujur, bagaimana perusahaan lain dapat mengerjakan sesuatu dengan lebih baik sehingga perusahaan Anda dapat meniru dan berkemungkinan memperbaiki cara tersebut. Perbandingan membutuhkan pertama, memilih suatu proses yang spesifik yang akan berusaha diperbaiki oleh perusahaan Anda dan mengidentifikasi beberapa perusahaan yang dapat mengerjakannya dengan lebih baik, kedua, mengirim utusan perbandingan yang terdiri atas orang yang benar-benar akan membuat perubahan.

2) TOTAL QUALITY MANAGEMENT

Manajemen Kualitas Total adalah strategi manajemen yang ditujukan untuk menanamkan kesadaran kualitas pada semua proses dalam organisasi. Sesuai dengan definisi dari ISO, TQM adalah "suatu pendekatan manajemen untuk suatu organisasi yang terpusat pada kualitas, berdasarkan partisipasi semua anggotanya dan bertujuan untuk kesuksesan jangka panjang melalui kepuasan pelanggan serta memberi keuntungan untuk semua anggota dalam organisasi serta masyarakat."

3) REENGINEERING

Rekayasa ulang adalah proses rekayasa ulang berusaha mengorganisasi perusahaan keseluruhan. Proses rekayasa ulang melibatkan desain ulang yang radikal dari semua proses perusahaan untuk mencapai peningkatan yang tinggi dalam hal kecepatan, pelayanan, dan profitabilitas.

Ada 2 alasan utama untuk melakukan rekayasa ulang, pertama, takut pesaing muncul dengan produk, pelayanan, atau cara baru dalam melakukan bisnis yang akan menghancurkan perusahaan Anda, atau kedua, ketamakan, bila Anda percaya bahwa proses rekayasa ulang, perusahaan dapat melenyapkan persaingan.

4) THE LEARNING ORGANIZATION

Sebuah organisasi pembelajaran adalah istilah yang diberikan kepada perusahaan yang memfasilitasi pembelajaran anggotanya dan terus mentransformasikan dirinya. Organisasi pembelajar berkembang sebagai akibat dari tekanan yang dihadapi organisasi modern dan memungkinkan mereka untuk tetap kompetitif dalam lingkungan bisnis. Sebuah organisasi belajar memiliki lima fitur utama, berpikir sistem, penguasaan pribadi, model mental, visi bersama dan pembelajaran tim. Organisasi Pembelajaran diciptakan melalui kerja dan penelitian Peter Senge dan rekan-rekannya. Hal ini mendorong organisasi untuk beralih ke cara yang lebih saling berpikir.

OTHER MANAGEMENT TOOLS

1) BROADBANDING

Menghapus berbagai tingkatan gaji yang terlalu banyak untuk mendorong perpindahan antar pekerja dalam perusahaan, untuk meningkatkan fleksibilitas tenaga kerja dan biaya dari bisnis model. situasi dimana perusahaan berhubungan secara langsung dengan konsumen, menghilangkan waktu dan biaya distribusi dari pihak yang ketiga.

2) DIRECT BUSINESS MODEL

Situasi dimana perusahaan berhubungan secara langsung dengan konsumen, menghilangkan waktu dan biaya distribusi dari pihak ketiga.

3) NETWORKING

Pembentukan aliansi strategis temporer agar setiap perusahaan dapat menyumbangkan kemampuan terbaiknya.

4) PRICING POWER

Kemampuan perusahaan untuk meningkatkan harga dengan lebih cepat daripada peningkatan biayanya atau menurunkan biaya lebih cepat daripada penurunan harga barang.

5) SMALL-WORLD MODEL

Ide atau teori sebuah perusahaan dapat dibuat beroperasi seperti dalam konteks jaringan sosial, hasil dalam fenomena small world network untuk orang asing (orang tak dikenal) yang dihubungkan dengan cara berinteraksi. Banyak grafik empiris dengan baik dimodelkan oleh jaringan-dunia kecil. Jaringan sosial, konektivitas internet, wiki seperti Wikipedia, dan jaringan gen semua karakteristik small world network. Small world model sama dg small world network

6) VIRTUAL INTEGRATION

Kaburnya batas batas dan peranan tradisional antara produsen dan pemasok, pada satu sisi, antara produsen dan pelanggan, pada sisi yang lain, dalam rantai nilai dengan memperlakukan pemasok dan pelanggan seolah olah mereka bagian dari perusahaan. Hal ini secara nyata mengurangi atau menghilangkan kebutuhan untuk persediaan dan memuaskan permintaan konsumen dengan cepat.

7) VIRTUAL MANAGEMENT

Kemampuan manager untuk meniru perilaku konsumen dengan memperagakan model komputer yang didasarkan pada ilmu pengetahuan yang muncul atau teori kompleksitas.

8) MANAGEMEN PROCESS

Koordinasi atau integrasi dalam satu payung untuk keseluruhan kinerja manajemen seperti banchmarking, reengineering, tqm, dan sigma.

BAB 3

RESIKO, KETIDAKPASTIAN, DAN PENGAMBILAN KEPUTUSAN

Dalam pengambilan suatu keputusan terdapat hal yang perlu kita ketahui yaitu adanya suatu keputusan yang bersifat pasti dan ada yang bersifat tidak pasti (*certainty* dan *uncertainty*). Penentuan *certainty* dan *uncertainty* sangat terkait dengan bagaimana suatu kemungkinan kejadian itu dapat diukur (*probabilitas*). *Probabilitas* diistilahkan sebagai pengukuran kuantitas berbagai kemungkinan kejadian yang tidak pasti.

Resiko adalah kata atau kondisi yang hampir selalu dihadapi dalam hidup, tidak mungkin manusia hidup tanpa resiko, begitu juga dengan bisnis atau usaha . Berikut ini hal-hal yang berhubungan dengan resiko. Resiko adalah:

1. Ketidakpastian mengenai sesuatu
2. Kejadian yang tidak diinginkan
3. Sesuatu yang terjadi diluar tujuan semula
4. Kemungkinan terjadinya sesuatu yang merugikan

Resiko adalah kejadian yang tidak diinginkan merupakan bagian dari kehidupan yang dapat terjadi tetapi tidak selalu dapat dihindari.

1. Beberapa cara yang lazim dalam menghadapi resiko :
2. Menghindari resiko (*avoiding risk*) yaitu menghindari penyebab timbulnya resiko
3. Mengurangi resiko (*reducing risk*) yaitu memperkecil kemungkinan /probabilitas untuk terjadinya resiko tersebut atau memperkecil kerugian atau akibat resiko yang mungkin terjadi

Mengasuransikan resiko (*shifting the risk into an insurance company*) yaitu memindahkan resiko yang bakal terjadi ke perusahaan asuransi

Beberapa persyaratan yang harus dipenuhi oleh resiko yang diasuransikan (insurable risk) adalah

1. Peluang (probability) terjadinya resiko tersebut harus dapat diperkirakan (predictable)
2. Besarnya kerugian yang timbul oleh resiko tersebut harus dapat terukur (measurable)
3. Resiko atau kerugian tersebut terjadi tidak direkayasa
4. Resiko atau kerugian tersebar luas disemua wilayah
5. Perusahaan asuransi berhak untuk menerima atau menolak resiko yang akan diasuransikan
6. Perusahaan asuransi dapat menolak untuk membayar resiko yang terlalu kecil sehingga biaya memproses tagihan /klaim lebih besar dari tagihan

Dalam menjalankan usaha atau bisnis perusahaan, manajemen dalam menghadapi resiko dapat menentukan sikap terhadap resiko tersebut, yaitu :

1. Menghindar dari resiko (*risk averse*), perusahaan akan menghitung mana yang lebih besar antara resiko dan harapan keuntungan. Bila resiko ternyata lebih besar dari keuntungan, maka manajemen yang masuk kelompok *risk averse* akan menghindar dari usaha tersebut
2. Netral terhadap resiko (*risk neutral*) yaitu sikap rasional dalam menghadapi resiko, bila peluang usaha mempunyai harapan keuntungan yang bakal diperoleh dan juga peluang resiko mungkin juga terjadi.
3. Senang bermain dengan resiko (*risk seeker*)

Mengukur Resiko

Besar kecilnya resiko dapat diukur dengan konsep statistik, yaitu teori probabilitas (P_i) .
variance (σ^2) /standar deviasi (σ)

Probabilitas (P_i) adalah peluang timbulnya kejadian anyara $0 < P_i < 1$, Besarnya probabilitas suatu kejadian antara 0 dan 1. Jumlah probabilitas dari seluruh kejadian yang mungkin terjadi adalah 1 ($\sum P_i = 1$).

Jenis kejadian (event) menurut probabilitas adalah

Kejadian yang pasti terjadi (certainty event) bila $P_i = 1$

Kejadian yang tidak mungkin terjadi (impossible event) bila $P_i = 0$

Kejadian yang mungkin terjadi (possible event) bila $0 < P_i < 1$

Nilai Harapan (Expected Value) dan Resiko (Risk)

Dari sudut manajemen nilai harapan dan resiko berkaitan dengan keputusan yang akan dibuat sekarang untuk dilaksanakan di masa yang akan datang.

Nilai rata-rata yang diharapkan (Expected Value)

$$E(x) = \sum X_i \cdot P_i$$

X_i = even / kejadian

P_i = Probabilitas terjadinya X_i

$E(x)$ dalam statistik diskriptif dikenal dengan rata-rata hitung probabilitas, dinotasikan P_i adalah besarnya peluang untuk terjadinya suatu kejadian dari beberapa alternative kemungkinan.

Resiko secara statistic dapat dirumuskan sebagai penyimpangan (dari harapan), besarnya resiko dapat diukur dengan variance (σ^2) /standar deviasi (σ)

Alternatif Analisis Resiko

Dalam pengambilan keputusan beberapa risk analysis yang biasanya digunakan oleh manajemen meliputi :

1) Prinsip teori kemungkinan (probability)

Kejadian ke i	P_i	Nilai (X_i)	$P_i \cdot X_i$	$[X_i - E(X)]^2$	$P_i [X_i - E(X)]^2$
Untung	0,5	Rp 5.000	Rp 2.500	11.560.000	5.780.000
Impas	0,2	0	0	2.560.000	512.000
Rugi	0,3	-Rp 3.000	-Rp 900	21.160.000	6.348.000
Jumlah	$\sum P_i = 1$		Rp 1.600		12.640.000

$E(x) = 1.600$ variance (σ^2) = Rp 12.640.000 standar deviasi (σ) Rp 3.555,3
Nilai Harapan (Expected Value) = Rp 1.600 dan Resiko (Risk)= Rp 3.555,3 BAGAIMANA SIKAP ANDA TERHADAP BISNIS DI ATAS ?

2) Menggunakan *Payoff Matrix* (matrik kemungkinan)

Payoff Matrix adalah matrik yang memuat informasi mengenai kemungkinan yang dapat terjadi (*possible outcome*), serta nilai dari masing-masing outcome tersebut.

Contoh

Produsen ice cream merk AHOO' dengan biaya produksi perbuah Rp 600,- dan harga jual perbuah Rp 1.000,- bila hari tidak hujan dan tidak panas dapat menjual 2000 buah, sedangkan bila hari panas dapat menjual 3000 buah. Sebelum memutuskan untuk berapa yang harus diproduksi , maka terlebih dahulu harus melihat dulu cuaca yang akan

datang/esok hari untuk menghindari kerugian dari potensi permintaan (loss potensial demand) dan total loss dari bisnis esok harinya.

Misal hujan ($p = 0,25$) , cerah ($p = 0,50$) dan panas ($p = 0,25$). Untuk menjaga strategi produksi 1.500 buah dan 2.500 buah perhari. Berdasarkan data diatas dapat disusun Payoff Matrix sebagai berikut :

<i>Strategi</i>	<i>Hujan (s/d 1.000)</i>	<i>Cerah (s/d 2.000)</i>	<i>Panas (s/d 3.000)</i>
<i>Produksi</i>	<i>(p = 0,25)</i>	<i>(p = 0,50)</i>	<i>(p = 0,25)</i>
1.000	Rp 400.000	Rp 400.000	Rp 400.000
1.500	Rp 100.000	Rp 600.000	Rp 600.000
2.000	- Rp 200.000	Rp 800.000	Rp 800.000
2.500	- Rp 500.000	Rp 500.000	Rp 1.000.000
3.000	- Rp 800.000	Rp 200.000	Rp 1.200.000

Berdasarkan payoff matrik dapat dihitung nilai harapan (expected value) dan resiko (risk) dari masing-masing produksi

<i>Strategi</i>	<i>Unit Produksi</i>	<i>Nilai Harapan E(x)</i>	<i>Nilai Resiko</i>
<i>Pilihan</i>		<i>dalam Rp</i>	<i>dalam Rp</i>
1	1.000	400.000	0
2	1.500	475.000	216.506
3	2.000	550.000	433.127
4	2.500	375.000	544.862
5	3.000	200.000	707.107

Dari tabel nilai harapan dan resiko diatas kita dapat menentukan nilai harapan yang paling besar dan nilai resiko yang kecil dapat kita pilih sebagai alternative pengambilan keputusan , namun strategi tersebut bukanlah suatu strategi yang harus dipilih tetapi sangat tergantung pada DECISION MAKER (pembuat keputusan)

3) Pohon Keputusan (Decision Tree)

Pohon keputusan adalah gambaran atau informasi yang menguraikan hasil dan dampak dari setiap alternative keputusan. Pengambilan keputusan sangat dipengaruhi oleh karakteristik dari pengambil keputusan, apakah dia seorang yang menghindari resiko, atau netral terhadap resiko atau bahkan seorang yang senang bermain dengan resiko .

BAB 4

STRUKTUR PASAR

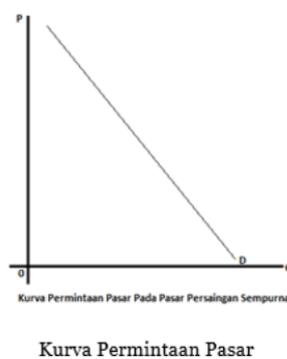
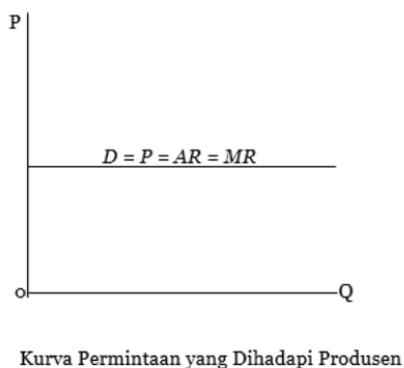
4.1. Pasar Persaingan Sempurna

Pasar persaingan sempurna merupakan jenis pasar dengan jumlah penjual dan pembeli banyak dengan produk bersifat homogen yang dijual. Pasar persaingan sempurna merupakan interaksi jual-beli atau permintaan dan penawaran di mana jumlah produsen (penjual) dan konsumen (pembeli) yang terlibat sangat banyak. Contoh produk-produk pasar persaingan sempurna adalah produk-produk pertanian, beras, gandum, atau kentang.

Pasar persaingan sempurna mempunyai ciri-ciri pokok, antara lain:

1. Jumlah penjual dan pembeli banyak
2. Barang jualan bersifat homogen
3. Tidak ada campur tangan pemerintah dalam penentuan harga
4. Faktor-faktor produksi bergerak bebas
5. Penjual adalah price taker (pengambil keputusan harga)
6. Konsumen punya posisi kuat untuk tawar menawar
7. Sulit mendapat keuntungan di atas rata-rata
8. Sensitif pada perubahan harga (gampang naik turun)
9. Free entry and exit (tidak ada hambatan untuk keluar masuk pasar bagi penjual)

Agar lebih mudah mengerti pasar persaingan sempurna, coba perhatikan kurva di bawah ini.



Keterangan:

D = demand (permintaan)

P = price (harga)

AR = average revenue (penerimaan rata-rata)

MR = marginal revenue (penerimaan marginal)

Q = quantity (kuantitas)

Gambar 4.1. Kurva Pasar Persaingan Sempurna

4.2. Pasar Persaingan Tidak Sempurna

Pasar persaingan tidak sempurna terdiri dari beberapa golongan, yaitu:

1) Pasar Monopolistik

Bentuk interaksi yang terjadi dalam pasar persaingan monopolistik adalah di mana adanya permintaan dan penawaran dari penjual atau produsen yang menawarkan barang yang sama tetapi masing-masing punya ciri khusus. Contohnya produsen sabun, sampo, pasta gigi.

Struktur pasar monopolistik mirip dengan pasar persaingan sempurna. Bedanya, kalau di persaingan sempurna semua produk yang dihasilkan sama sedangkan di pasar monopolistik produk yang dihasilkan tidak bersifat homogen tetapi terdiferensiasi.

Berikut ciri-ciri pasar persaingan monopolistik:

1. Produk yang dihasilkan bersifat homogen tapi terdiferensiasi
2. Merek tertentu mendominasi pasar
3. Terdapat banyak perusahaan
4. Produk saling dapat menggantikan
5. Konsumen memiliki kebebasan memilih produk
6. Keluar masuk pasar relatif lebih mudah dibanding pasar monopoli atau oligopoli
7. Kurva permintaan yang dihadapi sangat elastis

2) Pasar Oligopoli

Pasar oligopoli mempunyai struktur pasar yang hanya terdiri dari beberapa perusahaan saja. Dalam pasar oligopoli, paling sedikit hanya ada 2-10 penjual. Contoh produk pasar oligopoli adalah industri mobil, baja, seng, atau kertas.

Berikut karakteristik pasar oligopoli:

1. Produsen dengan produsen lainnya saling bergantung satu sama lain
2. Konsumen tidak punya banyak pilihan
3. Hanya ada beberapa produsen yang menghasilkan produk
4. Pasar tidak begitu luas
5. Produknya bisa homogen atau terdiferensiasi

3) Pasar Monopoli

Interaksi dalam pasar monopoli adalah permintaan dan penawaran terjadi hanya antara satu penjual (produsen) dengan banyak permintaan dari pembeli (konsumen). Perusahaan monopoli dianggap sebagai satu-satunya produsen, sehingga kurva permintaan yang dihadapi oleh pemilik perusahaan sama dengan kurva permintaan pasar. Contohnya listrik oleh PLN, minyak oleh Pertamina, angkutan kereta oleh PT KAI.

Berikut ciri-ciri umum dari pasar monopoli:

1. Produsen menetapkan sendiri harga barang
2. Konsumen tidak punya pilihan lain
3. Hanya ada satu produsen/perusahaan yang menghasilkan barang
4. Tidak ada barang yang bisa menggantikan
5. Barang yang dijual bersifat unik

4) Pasar Monopsoni

Pasar monopsoni adalah bentuk pasar yang dikuasai hanya oleh satu orang/badan dengan penawaran dari beberapa penjual atau produsen. Pasar ini biasanya terdiri dari hanya satu pembeli. Contohnya tengkulak beras sebagai satu-satunya pembeli atau penampung beras hasil panen petani beras.

5) Pasar Oligopsoni

Pasar oligopsoni adalah bentuk pasar yang dikuasai lebih dari dua orang pembeli dengan penawaran dari beberapa produsen atau penjual. Contohnya petani jagung di pasar jagung sebuah desa bisa menjual jagungnya ke beberapa pedagang saja di desanya untuk dijual lagi ke kota.

BAB 5

KEGIATAN UMKM

Keberadaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dewasa ini tidak dapat terelakkan maupun dihindarkan dari lingkungan masyarakat. Berbagai daerah di Indonesia pengembangan UMKM semakin lama semakin berkembang. Baik masyarakat kota maupun yang tinggal di pedesaan, dari komoditas berupa pertanian, peternakan dan lain sebagainya mulai mengembangkan UMKM. Hal ini disebabkan karena beberapa faktor, seperti kurangnya lahan pertanian secara terus menerus, gagal panen, produksi ternak yang kurang baik dan masih banyak lagi kendala-kendala lainnya. UMKM dipercaya sebagai solusi dari masalah-masalah tersebut sehingga diharapkan UMKM akan tetap terus tumbuh dan berkembang di Indonesia. UMKM dianggap dapat membantu perekonomian pedesaan karena sifatnya yang nyata dalam menciptakan lapangan kerja baru, sumber daya, dan serta jasa (Putra, 2003 dalam Widiawati, 2015).

Menurut Tambunan (2002), beberapa kelebihan yang dimiliki UMKM adalah sebagai berikut:

- 1) Daya tahan motivasi pengusaha kecil sangat kuat dalam mempertahankan kelangsungan usahanya karena usaha tersebut merupakan satu-satunya sumber penghasilan keluarga. Oleh karena itu pengusaha kecil sangat adaptif dalam menghadapi perubahan situasi dalam lingkungan usaha.
- 2) Padat Karya
- 3) Pada umumnya UMKM yang ada di Indonesia merupakan usaha yang bersifat padat karya. Dalam proses produksinya, usaha kecil lebih memanfaatkan kemampuan tenaga kerja yang dimiliki dari pada penggunaan mesin-mesin sebagai alat produksi.

- 4) Keahlian khusus
- 5) UMKM banyak membuat produk sederhana yang membutuhkan keahlian khusus namun tidak terlalu membutuhkan pendidikan formal. Keahlian khusus tersebut biasanya dimiliki secara turun-temurun. Selain itu, produk yang dihasilkan UMKM mempunyai kandungan teknologi yang sederhana dan murah.
- 6) Jenis produk Produk yang dihasilkan UMKM di Indonesia pada umumnya bernuansa kultur, yang pada dasarnya merupakan keahlian tersendiri dari masyarakat di masing masing daerah. Contohnya seperti kerajinan tangan dari bamboo atau rotan, dan ukir-ukiran kayu.
- 7) Keterkaitan dengan sektor pertanian UMKM pada umumnya masih bersifat *agricultural based* karena banyak komoditas pertanian yang dapat diolah dalam skala kecil tanpa harus mengakibatkan biaya produksi yang tinggi.
- 8) Permodalan Pada umumnya, pengusaha kecil menggantungkan diri pada uang (tabungan) sendiri atau dana pinjaman dari sumber-sumber informal untuk kebutuhan modal kerja.

BAB 6

STRATEGI PENGEMBANGAN

Menurut Glueck dan Jauch, strategi adalah rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi. Menurut David (2002), manajemen strategis didefinisikan sebagai seni dan pengetahuan untuk merumuskan, mengimplementasikan dan mengevaluasi keputusan lintas fungsional yang membuat organisasi mampu mencapai obyektifnya. Fokus manajemen strategis terletak pada memadukan manajemen, pemasaran, keuangan, produksi atau operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi komputer untuk mencapai keberhasilan organisasi.

Pengembangan adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual, dan moral sesuai dengan kebutuhan melalui pendidikan dan latihan. Konsep pengembangan merupakan sebuah keharusan yang harus diaplikasikan dalam kehidupan, Kata konsep artinya ide, rancangan atau pengertian yang diabstrakan dari peristiwa kongkrit (Kamus Besar Bahasa Indonesia , 2002) sedangkan pengembangan artinya proses, cara, perbuatan mengembangkan (Kamus Besar Bahasa Indonesia , 2002). Dengan demikian konsep pengembangan adalah rancangan mengembangkan sesuatu yang sudah ada dalam rangka meningkatkan kualitas lebih maju.

Menurut Rangkuti (2000), pada prinsipnya strategi dapat dikelompokkan berdasarkan 3 tipe strategi yaitu :

1) Strategi Manajemen

Meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro, misalnya : strategi pengembangan produk, penetapan harga, akuisisi, pengembangan pasar, dan sebagainya.

2) Strategi Investasi

Merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi, misalnya apakah perusahaan ingin melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau berusaha mengadakan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali suatu divisi baru atau strategi divestasi, dan sebagainya.

3) Strategi Bisnis

Sering juga disebut sebagai strategi bisnis secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen, misalnya strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi distribusi dan sebagainya.

Proses penyusunan perencanaan strategis menurut Rangkuti (2000) melalui tahap-tahap berikut ini, yaitu:

1) Tahap Pengumpulan Data

Tahap ini pada dasarnya tidak hanya sekedar kegiatan pengumpulan data, tetapi juga merupakan suatu kegiatan pengklasifikasian dan praanalisis. Pada tahap ini data dapat dibedakan menjadi dua, yaitu data eksternal dan data internal.

2) Tahap Analisis

Selelah megumpulkan semua informasi yang berpengaruh terhadap kelangsungan perusahaan, tahap selanjutnya adalah memanfaatkan semua informasi tersebut dalam model-model kuantitatif perumusan strategi. Salah satu model yang sering digunakan adalah matriks.

Pengertian usaha kecil tercantum dalam UU No.9 tahun 1995, yang menyebutkan bahwa usaha kecil adalah usaha dengan kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Dengan hasil penjualan bersih per tahun paling banyak Rp.1.000.000.000,00 Dari pengertian tersebut dapat diartikan bahwa usaha adalah suatu kegiatan yang dimana didalamnya meliputi kegiatan produksi, dan distribusi dengan menggunakan tenaga, pikiran dan badan untuk mencapai suatu tujuan. Pengembangan usaha adalah suatu cara atau proses yang dilakukan baik sekarang maupun yang akan datang guna meningkatkan perluasan usaha baik dari segi kualitas maupun kuantitas produksi dari pada kegiatan ekonomi dengan menggerakkan pikiran, tenaga dan badan untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Menurut Fitria Waluyo (2018) dalam melakukan kegiatan usaha, seorang wirausaha pada umumnya melakukan pengembangan kegiatan usaha yang ditekuninya melalui tahapan-tahapan sebagai berikut:

- 1) Memiliki ide usaha awal usaha seorang wirausaha berasal dari suatu ide usaha. Ide usaha yang dimiliki seorang wirausaha dapat berasal dari berbagai sumber. Ide usaha dapat muncul setelah melihat keberhasilan bisnis orang lain dengan pengamatan. Selain itu ide usaha juga dapat timbul karena adanya sense of business yang kuat dari seorang wirausaha.
- 2) Penyaringan ide/konsep usaha pada tahap selanjutnya, wirausahawan akan menuangkan ide usaha ke dalam konsep usaha yang merupakan tahap lanjut ide usaha ke dalam bagian bisnis yang lebih spesifik. Penyaringan ide-ide usaha akan dilakukan melalui suatu aktifitas penilaian kelayakan ide usaha secara formal maupun yang dilakukan secara informal.
- 3) Pengembangan rencana usaha (Business Plan) wirausaha adalah orang yang melakukan penggunaan sumber daya ekonomi untuk memperoleh keuntungan. Maka komponen utama dari perencanaan usaha yang akan dikembangkan oleh seorang wirausaha adalah perhitungan proyeksi rugi-laba dari bisnis yang dijalankan. Proyeksi laba-rugi merupakan muara dari berbagai komponen perencanaan bisnis lainnya yaitu perencanaan bisnis yang bersifat operasional. Dalam menyusun rencana usaha (*business plan*), para wirausahawan memiliki perbedaan yang dalam membuat rincian rencana usaha.
- 4) Implementasi rencana usaha dan pengendalian usaha rencana usaha yang telah dibuat baik secara rinci maupun global, tertulis maupun tidak tertulis selanjutnya akan diimplementasikan dalam pelaksanaan usaha. Rencana usaha akan menjadi panduan bagi dalam pelaksanaan usaha yang akan dilakukan seorang wirausaha. Dalam kegiatan implementasi rencana usaha, seorang wirausaha akan mengerahkan berbagai sumber daya yang dibutuhkan seperti modal, material, dan tenaga kerja untuk menjalankan kegiatan usaha.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah merupakan salah satu bacaan yang menarik untuk diangkat, karena dalam awal berdirinya hingga pada suatu titik puncak pasti ada didalamnya pengembangan dari usaha tersebut. Jatuh bangun yang dialami para pelaku usaha ini tentunya tidak lepas dari strategi-strategi yang harus direncanakan dan dipersiapkan dengan sebaik-baiknya agar usaha tersebut dapat berjalan dengan lancar.

Kondisi saat ini Usaha Mikro Kecil dan Menengah diharapkan dapat mampu bersaing dan menghasilkan produk yang dapat diterima dan memiliki daya saing untuk konsumen dalam negeri tetapi juga konsumen di luar negeri. Usaha mikro, kecil dan menengah selalu hadir karena memang diperlukan dan dapat membuktikan ketahanannya, terutama ketika bangsa kita dilanda krisis ekonomi. Usaha Mikro Kecil dan Menengah ini dapat diartikan merupakan salah satu sektor usaha penyangga utama yang dapat menyerap banyak tenaga kerja dan menambah pendapatan keluarga. Dari Data BPS dan Kementerian Koperasi (2013), dari seluruh kelas usaha menunjukkan bahwa usaha skala kecil di Indonesia menempati porsi sekitar 99%, artinya hampir seluruh usaha di Indonesia merupakan usaha kecil, hanya 1% saja usaha menengah dan besar.

Pertumbuhan dan perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah dirasa cukup potensial dari tahun ke tahun. Hampir dari setiap pemerintahan menekankan pada pemberdayaan usaha ini. Pemerintah secara serius memberikan perhatian lebih pada sektor usaha ini. Alasannya, usaha kecil ini selain menambah pendapatan keluarga juga turut serta menjadi tulang punggung penyediaan tenaga kerja, karena perusahaan besar lebih menekankan penggunaan teknologi dari pada tenaga kerja manusia. Usaha Mikro Kecil dan Menengah mampu menjadi stabilisator dan dinamisator perekonomian Indonesia. Sebagai negara berkembang, Indonesia sangat penting memperhatikan usaha ini, disebabkan usaha ini mempunyai kinerja lebih baik dalam tenaga kerja yang produktif, meningkatkan produktivitas tinggi, dan mampu hidup di sela-sela usaha besar.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah mampu menopang usaha besar, seperti menyediakan bahan mentah, suku cadang, dan bahan pendukung lainnya. Usaha Mikro Kecil dan Menengah juga mampu menjadi ujung tombak bagi usaha besar dalam menyalurkan dan menjual produk dari usaha besar ke konsumen. Kedudukan usaha ini semakin mantap. Selain mampu menyerap tenaga kerja cukup banyak, usaha ini bersifat lincah sehingga mampu bertahan di dalam kondisi yang tidak menguntungkan, seperti terjadinya krisis global seperti saat ini. Umumnya, usaha memiliki strategi dengan membuat produk unik dan khusus sehingga tidak bersaing dengan produk dari usaha besar.

Analisis SWOT

Untuk mengembangkan sebuah strategi, diperlukan alat analisis dari sebuah teori terlebih dahulu.. Teori Analisis SWOT adalah sebuah teori yang digunakan untuk merencanakan sesuatu hal yang dilakukan dengan SWOT. SWOT adalah sebuah singkatan dari, S adalah Strength atau Kekuatan, W adalah Weakness atau Kelemahan, O adalah Opportunity atau Kesempatan, dan T adalah Threat atau Ancaman. SWOT ini biasa digunakan untuk menganalisis suatu kondisi dimana akan dibuat sebuah rencana untuk melakukan sesuatu, sebagai contoh, perusahaan yang akan mengembangkan usahanya untuk mencapai tujuan tertentu.

Menurut Menurut David (2011) mendefinisikan “analisis SWOT adalah sebuah alat pencocokan yang penting guna membantu manajer dalam mengembangkan empat jenis strategi Strengths- Opportunities (SO), strategi Weaknesses-Opportunities (WO), strategi Strengths- Threats (ST) atau strategi Weaknesses- Threats (WT) yang disesuaikan dengan keadaan perusahaan.” Rangkuti (2013) menjelaskan bahwa “analisis SWOT adalah proses analisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi saat ini. Analisis ini didasarkan pada logika yang berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan usaha untuk pengambilan keputusan strategi yang terbaik.

Dalam buku ini menganalisis pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah dilakukan analisis faktor internal (mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki usaha ini) dan eksternal (mengidentifikasi peluang dan ancaman yang dihadapi usaha ini) untuk mendapatkan matriks IFAS dan EFAS. Matriks IFAS menggambarkan kekuatan dan kelemahan suatu UMKM, dimana didalamnya terdapat pembobotan dan pemberian rating dari faktor internal, sedangkan matriks EFAS menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman yang dihadapi Usaha Mikro Kecil dan Menengah dimana didalamnya terdapat pembobotan dan pemberian rating dari faktor eksternal. Matriks IFAS dan EFAS akan dibuat menjadi kuesioner yang akan diisi pemilik usaha. Setelah membuat matriks IFAS dan EFAS kita dapat mengetahui faktor terbesar dari masing-masing kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki usaha ini setelah itu dapat dibuat analisis SWOT nya. Dari analisis SWOT tersebut dapat kita simpulkan strategi pengembangan yang cocok untuk mengembangkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah.

Berikut ini adalah bagan kerangka dari sebuah strategi pengembangan bagi Usaha Mikro kecil dan Menengah



Gambar 6.1. Bagan Kerangka Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah

BAB 7

USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH BIDANG PERTANIAN

7.1. Ekonomi Pertanian

Ekonomi pertanian merupakan turunan dari ilmu ekonomi secara umum dimana membahas mengenai kegiatan kegiatan dan juga masalah masalah di bidang bidang pertanian baik mikro maupun makro. Ekonomi pertanian yang biasa diefisienkan antara lain lahan pertanian, rumah tangga pertanian, dan pendapatan petani. Ekonomi pertanian merupakan satu turunan ilmu ekonomi dimana ilmu tersebut erat dengan pemanfaatan lahan pertanian.

7.2. Pengertian Usaha Mikro

Segala aktivitas kegiatan ekonomi berskala kecil yang dimiliki rakyat dan masih dalam kategori informal dimana kegiatan ekonomi belum terdaftar secara struktural atau secara formal belum memiliki badan hukum yang pasti.

Menurut keputusan Menteri Keuangan No. 40/KMK.06/2003 tanggal 29 Januari 2003, Usaha Mikro adalah usaha produktif milik keluarga atau perorangan Warga Negara Indonesia dan memiliki hasil penjualan paling banyak Rp. 100.000.000,- (seratus juta rupiah) per tahun.

Berdasarkan Pasal 1 angka (1) Undang-Undang No.20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah menyebutkan: Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

7.2.1. Ciri Ciri Usaha Mikro

Berikut ini terdapat beberapa ciri ciri usaha mikro, antara lain:

1. Umumnya belum memiliki izin usaha atau persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP
2. Tempat usahanya sewaktu-waktu bisa berpindah-pindah
3. Sumber Daya Manusia (SDM) yang masih rendah hingga belum menguasai dunia usaha
4. Umumnya belum melakukan administrasi keuangan dan tidak memisahkan keuangan keluarga dengan keuangan usaha
5. Umumnya belum akses kepada perbankan, namun sebagian dari mereka sudah akses ke lembaga keuangan non bank
6. Jenis barang atau komoditi usahanya tidak selalu tetap, sewaktu-waktu dapat berganti

7.2.2. Fungsi Usaha Mikro

Berikut ini terdapat beberapa fungsi dari usaha mikro, antara lain:

1. Sebagai dasar untuk menuju ekonomi makro
2. Menemukan pengetahuan baru
3. Mengembangkan teknologi terbaru
4. Peningkatan mutu produk dan jasa yang ada
5. Mampu mengambil langkah-langkah dalam strategi pemasaran

7.2.3. Tujuan Usaha Mikro

Sedangkan menurut UU No.20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam pasal 3 disebutkan bahwa usaha mikro dan kecil bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan.

7.2.4. Usaha mikro pertanian

Dengan letak geografisnya yang sangat strategis karena berada di iklim tropis membuat wilayah Indonesia memiliki status peluang usaha agrobisnis pertanian yang cukup menjanjikan dan menguntungkan bagi masyarakat setempat.

Indonesia khususnya seperti yang kita ketahui memiliki kekayaan alam yang melimpah salah satunya disektor pertanian, didukung dengan letak wilayahnya yang strategis, sebagian besar daerah pegunungan juga memiliki tingkat kesuburan tanah yang bagus untuk pertumbuhan tanaman pangan, hias dan lain-lain. Hasil pertanian di Indonesia sendiri antara lain : Karet, sawit, padi, jagung, dan berbagai macam tanaman sayuran serta buah-buahan lainnya. Petani merupakan kelompok mayoritas khususnya di Indonesia, seiring berjalannya waktu lahan-lahan pertanian mulai berkurang karena adanya perluasan pemukiman dan gedung-gedung yang berdiri.

7.3. Usaha kecil dan menengah bidang pertanian

Saat ini sudah mulai dikembangkan usaha pertanian dengan system hidroponik dan system tumpangsari untuk itu tidak harus memiliki lahan yang luas, hanya dengan memanfaatkan barang-barang yang ada seperti barang bekas perabotan rumah tangga yang dapat dimanfaatkan sebagai media atau tempat bercocok tanam dengan lahan yang seminimal mungkin. Beberapa jenis tanaman yang sudah dilakukan menggunakan system hidroponik ini berupa kangkung, seledri, bayam, dan sawi. Serta produk peluang usaha pertanian banyak dicari oleh konsumen karena merupakan kebutuhan sehari hari.

Bagi pelaku usaha selain menguasai pasar juga harus tetap fokus kepada kuantitas maupun kualitas produk yang dikembangkan.

7.3.1. Usaha kecil dan Menengah Pertanian: Beternak Ayam kampung

Selain kaya akan tanaman Indonesia juga kaya akan produk hewani, seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk juga meningkatnya kebutuhan akan protein hewani. Salah satunya dengan menggerakkan usaha pertanian khususnya sektor peternakan yaitu komoditi ayam kampung.

Berbagai macam jenis ayam yang ada di Indonesia, salah satunya yaitu ayam kampung. Dilansir dari berbagai sumber dan referensi, permintaan akan ayam kampung terus mengalami peningkatan terutama menjelang hari-hari besar raya dan perayaan sebuah acara baik umum maupun acara keluarga.

Tentu sangat memiliki peluang yang cukup besar untuk melakukan usaha ayam kampung ini terutama didaerah pedesaan yang lahannya masih luas, jika anda tertarik untuk melakukan usaha tersebut berikut beberapa langkah atau cara agar bias menjadi perhatian untuk membuka usaha ayam kampung :

1) Cara Intensif

Yaitu sebuah cara dimana ayam kampung dibudidayakan dengan skala peternakan semi modern dengan menyiapkan kandang, frekuensi kebutuhan pakan serta segala kebutuhan ternak tersebut hingga harus benar-benar memiliki modal yang cukup.

2) Cara Semi Intensif

Cara ini relatif lebih murah dimana peternak hanya menyediakan lahan yang cukup dengan peralatan yang murah yang awalnya dengan kandang besi untuk semi intensif bisa diganti dengan bambu. Bila hal ini dilakukan maka akan mudah untuk mengontrol dari segi kesehatan, pertumbuhan, dan juga dari segi makanannya.

7.3.2. Usaha kecil dan menengah pertanian jual pupuk pertanian

Selama ini yang secara umum kita ketahui Terdapat dua jenis pupuk yang sering digunakan oleh para petani untuk menyuburkan tanaman atau lahan pertanian, yaitu pupuk organik dan pupuk anorganik. Pupuk organik adalah pupuk yang terbuat dari sisa-sisa makhluk hidup yang diperoleh melalui proses pembusukan (dekomposisi) oleh bakteri pengurai. Contohnya adalah pupuk kompos yakni dari dedaunan dan pupuk kandang dari kotoran ternak baik feses maupun urinya.

Pupuk anorganik atau pupuk buatan adalah jenis pupuk yang dibuat oleh pabrik dengan cara meramu berbagai bahan kimia sehingga memiliki kandungan hara yang bagus untuk kesuburan tanaman maupun lahan pertanian.

Bagi seorang petani, pupuk pertanian adalah material yang sangat penting untuk menunjang pertumbuhan berbagai jenis tanaman pertanian dan kesuburan tanah di lahan pertanian. Pupuk diperlukan untuk membantu pertumbuhan dan perkembangan tanaman.

Dengan pemberian pupuk yang cocok dan waktu yang tepat, maka tanaman dapat tumbuh dan berkembang ideal sesuai yang diinginkan.

Begitu pentingnya kebutuhan akan pupuk pertanian, maka bagi berjiwa bisnis dapat memanfaatkan manfaat kondisi ini untuk berbisnis menjual pupuk pertanian dengan kualitas dan kuantitas yang mampu bersaing.

7.3.3. Usaha kecil dan menengah pertanian jual obat-obatan pertanian

1) Fungisida

Fungisida adalah pestisida yang secara spesifik mampu membunuh atau menghambat cendawan penyebab penyakit pada tanaman. Fungisida dapat berbentuk cair (paling banyak digunakan), gas, butiran, dan serbuk. Perusahaan penghasil benih biasanya menggunakan fungisida pada benih, umbi, transplantan akar, dan organ propagatif lainnya, untuk membunuh cendawan pada bahan yang akan ditanam dan melindungi tanaman muda dari cendawan patogen. Selain itu, penggunaan fungisida dapat digunakan melalui injeksi pada batang, semprotan cair secara langsung, dan dalam bentuk fumigan (berbentuk gas yang disemprotkan).

Fungisida dapat diklasifikasikan menjadi dua golongan, yaitu fungisida selektif (fungisida sulfur, tembaga, quinon, heterosiklik) dan non selektif (fungisida hidrokarbon aromatik, anti-oomycota, oxathiin, organofosfat, fungisida yang menghambat sintesis sterol, serta fungisida sistemik lainnya). Fungisida selektif membunuh jamur tertentu namun tidak menyakiti jamur lainnya.

2) Rodentisida

RODENTISIDA adalah bahan yang mengandung senyawa kimia beracun yang digunakan untuk mematikan berbagai jenis binatang pengerat, misalnya tikus. Tikus juga merupakan organisme pengganggu yang banyak merugikan manusia. Di bidang pertanian, tikus sering menyerang tanaman pangan, hortikultura, dan tanaman perkebunan dalam waktu yang singkat dengan tingkat kerugian yang cukup besar.

3) Nematisida

Nematisida merupakan salah satu jenis pestisida yang berfungsi untuk memberantas nematoda atau hama cacing pada tanaman. Hama Nematoda yang sering merusak akar atau umbi tanaman.

4) Insektisida

Insektisida adalah bahan-bahan kimia bersifat racun yang dipakai untuk membunuh serangga pada tanaman. Insektisida dapat mempengaruhi pertumbuhan, perkembangan, tingkah laku, perkembangbiakan, kesehatan, sistem hormon, sistem pencernaan, serta aktivitas biologis lainnya hingga berujung pada kematian serangga pengganggu tanaman. Insektisida termasuk salah satu jenis pestisida.

5) Herbisida

Penyiang gulma atau herbisida (dari bahasa Inggris *herbicide*) adalah senyawa atau material yang disebarkan pada lahan pertanian untuk menekan atau memberantas tumbuhan yang menyebabkan penurunan hasil (gulma). Lahan pertanian biasanya ditanami sejenis atau dua jenis tanaman pertanian. Namun tumbuhan lain juga dapat tumbuh di lahan tersebut. Karena kompetisi dalam mendapatkan hara di tanah, perolehan cahaya matahari, dan atau keluarnya substansi alelopatik, tumbuhan lain ini tidak diinginkan keberadaannya. Herbisida digunakan sebagai salah satu sarana pengendalian tumbuhan "asing" ini (lihat artikel tentang gulma).

7.3.4. Usaha kecil dan menengah pertanian menjual bibit padi

Padi yang dapat di tanam telah berumur sekitar 25 hari sejak penyemaian. Pada saat menjual atau mengelola sawah, menyemai bibit padi adalah hal yang harus dilakukan sebelum padi siap untuk di tanam.

Dalam pemilihan bibit padi harus dilakukan oleh petani itu sendiri untuk memilih bibit yang bagus agar padi yang ditanam nanti berkualitas tinggi sehingga pada saat panen tiba bisa memberikan hasil yang berkualitas.

7.3.5. Budidaya Sayuran Organik Jadi Trend Usaha Kecil Menengah

Untuk hidup sehat tidak harus membeli makanan dengan harga yang sangat mahal dan bermerk yang berkelas. Dewasa ini, apakah anda mengetahui kalau trend permintaan akan *sayuran organik* terus meningkat? Hal ini seiring dengan tingkat kesadaran masyarakat Indonesia yang melakukan cara pola hidup sehat terlebih bisa didapatkan dengan cara yang murah dan praktis.

Peluang usaha kecil menengah berupa aktivitas agrobisnis tanaman organik bisa di jadikan pilihan bijak dan tepat bagi pebisnis pemula. Harga jual komoditi sayuran dan buah yang ditanam dengan cara organik terbukti lebih menjanjikan untuk memperoleh keuntungan.

Tentu ini merupakan peluang bagi kita semua untuk terus meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan dalam menjalankan usaha kecil menengah khususnya tanaman organik. Bahkan lokasi atau tempat untuk *budidaya organik* saat ini juga bisa dikemas atau dikembangkan serta dikombinasi menjadi area *wisata edukasi*.

7.3.6. Usaha Kecil Menengah Hidroponik Buah Dan Sayur

Usaha kecil menengah dengan budidaya tanaman sayuran dan buah cara *hidroponik* saat ini banyak digandrungi pelaku usaha agrobisnis. Jenis sayuran seledri, sawi, bayam, kangkung, selada adalah contoh tanaman yang sering ditanam secara hidroponik. Tanaman buah seperti semangka, melon, tomat saat ini sudah banyak yang di kembangkan dengan cara hidroponik. Hasil UKM dengan hidroponik terbukti hasil lebih bersih serta sehat. Harga panen tanaman dengan *sistem hidroponik* juga lebih mahal dan menjanjikan. Dapat mengatur waktu panen yang lebih efektif dan efisien. Tidak mengherankan kalau usaha kecil menengah tanaman hidroponik saat ini juga menjadi peluang usaha pertanian yang ditekuni masyarakat dari semua kalangan dan latar belakang SDM dan cocok untuk dilakukan di desa maupun di lahan sempit.

7.3.7. Usaha Kecil Menengah Menanam Cabe Hibrida

Menanam cabe jadi usaha kecil menengah yang menjanjikan untuk petani di desa. Karena penyerapan pasar khususnya buah cabe sangat dibutuhkan masyarakat Indonesia dalam jumlah besar dan setiap hari.

Menguasai baik cara menanam, perawatan serta manajemen lainnya merupakan salah satu *kunci* dalam menekuni UKM pertanian dari komoditi ini. Saat ini sangat mudah sekali untuk menambah wawasan tentang bagaiman cara menanam cabe yang baik dan benar melalui penyuluhan-penyuluhan sektor pertanian serta bisa dikonsultasikan di toko pertanian Indonesia maupun studi literature di situs yang membahas masalah pertanian.

Namun kekurangan dari usaha kecil menengah ini salah satunya budidaya cabe yang gagal di tingkat petani seringkali membuat komoditi cabe jadi penyumbang inflasi di Indonesia. Usaha kecil menengah menanam cabe hibrida harus dikelola dengan profesional serta didukung dengan ketrampilan dari pengelolanya dengan kata lain memiliki SDM yang cukup untuk mengatasi persoalan yang ada . Usaha kecil menengah tanaman cabe terbukti bisa jadi usaha yang menjanjikan keuntungan dalam usaha agribisnis serta Peluang usaha budidaya cabe juga bisa dilakukan sebagai usaha rumahan dengan status sebagai usaha sampingan.

7.3.8. Usaha Kecil Menengah Tanaman Hias

Beberapa hal perlu dipelajari dalam usaha kecil menengah tanaman hias agar menghasilkan budidaya optimal dan sukses.

- 1) Perawatan tanaman hias dengan baik. Salah satu faktor keberhasilan usaha kecil menengah adalah bagaimana cara merawatnya dengan baik dan benar. Setelah penyemaian bibit, pertumbuhannya harus terus dirawat dengan baik. Tanaman hias berpenampilan cantik, daun segar, tidak tampak bintik-bintik penyakit atau rusak karena gigitan hama dan penyakit lain ciri ini paling banyak di cari konsumen.
- 2) Mengikuti trend tanaman hias di masyarakat atau produk yang terbaru. Sediakan lebih banyak tanaman hias yang sedang trend atau selalu dicari orang. Usaha membudidayakan jenis apa yang populer lainnya dan memberikan dampak kesuksesan luar biasa. Pastikan juga terdapat varian jenis lainnya untuk menambah keinginan membeli dari pelanggan dengan cara berinovasi atau memperbaharui tanaman yang sudah ada dengan jenis-jenis yang belum ada atau yang sudah langka hingga memiliki daya jual yang menjanjikan.

- 3) Mengetahui semua kebutuhan untuk pemeliharaan tanaman hias. Pemeliharaan dan perawatan mulai dari penyemaian sampai pemeliharaan. Pemeliharaan meliputi penyiraman, pemupukan, penggemburan, penyiangan dan pengendalian hama dan penyakit.
- 4) Tentang penyakit dan hama tanaman hias. Dalam pembudidayaan perlu dilakukan kontrol pertumbuhan bibit sambil melakukan perawatan. Pengamatan rutin terbukti dapat mencegah dan mengendalikan serangan hama dan penyakit lebih dini daripada mengobati akan cenderung pada kematian pada tanaman bahkan menular ke tanaman lain.
- 5) Mengenal jenis tanaman hias yang akan diusahakan. Banyak sekali jenisnya dan bisa dikembangkan untuk usaha kecil menengah. Namun kita harus memilih jenis apa yang cocok untuk dibudidayakan sesuai dengan kebutuhan konsumen serta keadaan iklim yang mendukung dalam melakukan budidaya tanaman hias tersebut. Apakah jenis termasuk tanaman hias daun atau bunga. Kedua jenis ini sama-sama menguntungkan.
- 6) Perlunya menyediakan lahan budidaya tanaman hias yang sesuai. Usahakan, luas dan lebar lahan/tempat pembibitan cukup untuk menampung bibit dan pengelolaannya. Jika tersedia lahan tidak terlalu luas, maka letaknya dibuat bersusun. Ruang tumbuh untuk pertumbuhannya harus cukup agar dapat tumbuh optimal serta terkena sinar matahari yang cukup untuk pertumbuhan tanaman itu sendiri

7.3.9. Usaha Kecil Menengah Sedia Alat-Alat Pertanian

Alat-alat pertanian juga banyak dibutuhkan petani maupun masyarakat secara umum adalah :

- 1) Stick Alat kocor siram/stick kempu. Bahannya tebal, ringan dan kuat. Alat ini berfungsi untuk mengatur keluarnya air/larutan dari dalam alat siram kempu.
- 2) Tali salaran dari biji plastik alami sangat kuat dan tahan panas serta dingin. Tali salaran untuk tanaman tomat, cabe, kacang panjang, buncis, melon dan lain-lain.
- 3) Mulsa plastik terbuat dari *CPP Metalizing*. Bagus dan kuat dalam memantulkan sinar matahari. Cocok untuk tanaman cabe, tomat, semangka, melon, kacang panjang dan lain-lain.
- 4) Alat Kocor/Kempu terbuat dari bahan kuat dan tebal. Penggunaannya bisa menghemat waktu dan tenaga kerja agar lebih efisien waktu.

- 5) Pelubang mulsa terbuat dari *Stainless steel*, terdapat besi yang ujungnya tajam dan runcing seperti gergaji.
- 6) Tali salaran dari biji plastik alami sangat kuat dan tahan panas serta dingin. Tali salaran untuk tanaman tomat, cabe, kacang panjang, buncis, melon dan lain-lain.
- 7) pH meter untuk mengukur keasaman pH tanah dan kelembaban. Dengan mengetahui pH tanah dan kelembaban, agar mudah mengaplikasikan kapur pertanian dolomit. Juga memudahkan memberikan dosis pupuk dasar dan susulan agar tidak berlebihan yang menyebabkan kerusakan unsur hara pada tanah .

7.3.10. Usaha penggemukan Ternak

Tujuan dari penggemukan itu sendiri yaitu untuk meningkatkan baik kualitas maupun kuantitas pada produksi daging. Dengan proses yang cukup sederhana dan cepat, banyak para peternak beralih dari usaha bibit ke usaha penggemukan ternak karena dinilai lebih menguntungkan dibanding usaha pembibitan ternak yang dianggap lebih rumit mulai dari perkawinan hingga penanganan ternak setelah melahirkan. Dalam usaha penggemukan ternak, jenis ternak yang paling cocok adalah usaha penggemukan sapi, kambing dan domba serta kelinci. Berbicara penggemukan berarti berbicara bagaimana menghasilkan berat badan dalam waktu singkat dan apa saja jenis pakan yang baik untuk penggemukan sapi dan kambing. Berawal dari hal ini, memunculkan ide yang kini sudah banyak dipakai sebagai pakan alternatif pengganti atau substitusi hijauan dan konsentrat. Pakanan alternatif tersebut dinilai bisa menggemukan ternak dalam waktu singkat. Pakanan alternatif tersebut adalah pakan fermentasi dengan bahan limbah pertanian seperti jerami, ampas tahu dan “gedebog” pisang. Dengan menggunakan pakan tersebut bisa menekan biaya pakan, menghemat tenaga dan juga waktu pembuatan yang singkat serta bisa dijadikan sebagai pakan alternatif jika pakan inti susah di dapatkan dan juga tidak terlalu mahal untuk pembuatannya.

7.3.11. Usaha peternakan Ayam

Usaha peternakan komoditi unggas yang sering kita kenal dengan istilah layer dan broiler yaitu ayam pedaging dan ayam petelur hingga saat ini masih menjadi primadona di dunia bisnis peternakan, salah satunya di Indonesia. Usaha ini mendominasi usaha peternakan unggas lainnya salah satunya bebek. Sudah terbukti banyak perusahaan besar dan ternama yang sering kita ketahui banyak berarmada di komoditi ini seperti Charoen pokphand, Japfa, Sierad, Wonokoyo, dan Malindo.

Tidak perlu dianalisis jauh, Anda mengetahui kalau usaha ini memang menjanjikan. Kita tahu bahwa produk produk peternakan unggas seperti daging ayam dan telur mudah kita dapati dimana saja dengan biaya terjangkau. Produknya pun sudah familiar digunakan sebagai olahan makanan restoran sampai “angkringan” pinggir jalan baik usaha mikro maupun usaha menengah kebawah, tradisional sampai modern.

7.3.12. Usaha olahan produk ternak

Usaha olahan produk ternak yang dimaksud adalah olahan daging, olahan susu dan olahan telur. Tanpa pengolahan yang menarik, produk ternak sudah laris manis karena produk ternak mengandung protein tinggi. Hanya saja, produk produk peternakan bersifat *perisable* (mudah rusak). Oleh karena itu sangat diperlukan teknologi pengolahan agar produk peternakan bisa awet.

Contoh olahan daging yang mungkin bisa Anda temui dimana mana seperti bakso, sosis dan kentucky. Untuk olahan susu juga bisa anda temukan dengan mudah seperti yoghurt, yakult, susu bubuk, susu kental manis dan lain lain. Olahan telur yang paling sederhana adalah telur asin dan telur asap.

Usaha olahan daging, susu dan telur diminati karena produk peternakan adalah produk dengan nilai jual tinggi, bergizi dan bisa jadi ada unsur ketertarikan tinggi bagi konsumen. Seperti daging sapi dengan harga 100.000/kg sehingga dapat dipahami bahwa konsumen sangat jarang mengkonsumsi karena harganya yang relatif mahal.

Contoh dalam usaha bakso, kalau Anda menuliskan saja dengan bakso daging sapi atau bakso urat sapi dijamin bakso Anda laris, walau persentase daging tidak begitu banyak dalam bakso. Hal yang demikian ini memang masuk dalam strategi pemasaran dengan biaya murah. Contoh lain yaitu bakso daging kelinci. Ditengah-tengah masyarakat mungkin olahan daging kelinci merupakan sesuatu yang sangat baru untuk dikatakan sebagai kuliner, namun saat ini sudah mulai banyak yang menggeluti usaha kuliner olahan daging kelinci tersebut seperti sate, nugget, sosis, abon bakso kelinci. Selain memiliki rasa yang enak, tekstur yang halus, daging kelinci juga memiliki kandungan nutrisi yang baik bahkan sebagian orang menjadikannya sebagai obat untuk penyakit tertentu. Didukung dengan harga daging kelinci yang cukup mahal hal ini bisa dijadikan pelaku usaha untuk mendapatkan keuntungan yang menjanjikan.

7.4. Strategi Pemasaran Hasil Pertanian

Dalam usaha agrobisnis khususnya disektor pertanian, strategi pemasaran menjadi kunci utama agar produk pertanian bisa sampai ke pasar atau konsumen akhir dengan tingkat kepuasan yang cukup baik bagi konsumen terhadap produk yang dihasilkan. Namun sayangnya, sistem pemasaran yang berlangsung di Indonesia saat ini masih belum bisa berjalan secara efektif dan efisien. Besarnya perbedaan harga atau margin pemasaran yang relatif besar masih menjadi tantangan utama dalam pemasaran hasil pertanian.

Dalam kegiatan pemasaran, seringkali dijumpai rantai pemasaran yang panjang sehingga banyak pelaku pemasaran yang terlibat di dalamnya. Hal inilah yang menyebabkan tingginya akumulasi keuntungan yang diambil dari setiap pelaku pemasaran. Harga yang diterima petani sebagai produsen dan yang dibayarkan oleh konsumen akhir akan berbeda signifikan.

Maka dari itu, petani harus bisa memilih rantai terpendek dalam memasarkan produknya. Selain itu, petani juga harus bisa menentukan sendiri harga jual produknya apabila dipasarkan langsung ke konsumen akhir serta peran pemerintah yang sangat penting dalam membuat kebijakan-kebijakan yang pada kondisi ini harus betul-betul memperhatikan masa depan baik petani, peternak maupun konsumen akhir dengan memaksimalkan strategi pemasaran dan berbagai macam kebijakan pemerintah dalam mengatasi persoalan bidang pemasaran agar terciptanya kestabilan ekonomi baik mikro maupun makro.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonymous. 2020 <https://www.maxmanroe.com/vid/bisnis/pengertian-ekonomi-manajerial.html> Pengertian Ekonomi Manajerial, Ruang Lingkup, Tujuan, dan Contohnya. (Online). Diakses tanggal 27 Februari 2020
- Ananta, Aris.1995. "Prospect of Labor Market in Indonesia", Makalah Seminar Building on Succes : Maximizing the Gains from Deregulation, Jakarta.
- Ackerman, Susan Rose.1998. Corruption : Catalyst and Constraints, dalam Annual Bank Conference Development Economics 1997, The World Bank, Washington DC
- Arief, Sritua. 2001. Indonesia Tanah Air Beta. Surakarta: UMS Press.
- Arsyad, Lincoln. *EKONOMI MANAJERIAL: 2008* Ekonomi Mikro Terapan Untuk Manajemen Bisnis EDISI 4 BPFE
- Bale, Malcolm and Tony Dale. 1998. Public Sector Reform in New Zealand and Its Relevance to Developing Countries, The Word Bank Research Observer, Vol. 13, No 1, February, 1998.
- Badan Pusat Statistik. 1999. Indikator Ekonomi. Mei, h. 53.
- Badan Pusat Statistik, BAPPENAS, dan UNDP. 2001. Indonesia Human Development Report 2001 - Towards a New Consensus: Democracy and human development in Indonesia, BPS, BAPPENAS, dan UNDP.
- Baye, Michael R. 2006. *Managerial Economics and Business Strategy Fifth Edition*. McGraw-Hill Companies, Inc. : USA.
- Callinicos, Alex. 2003. An Anti Capitalist Manifesto. Cambridge: Polity Press.
- David, Fred R. 2002. Manajemen Strategis. Prenhallindo. Jakarta.
- Djiwandono, Sudrajad, Integrasi Pasar Keuangan dan Globalisasi serta Dampaknya terhadap Kebijakan Moneter Indonesia. Kuliah Umum di FE-UGM, Yogyakarta.
- Deliarnov. 1995. Perkembangan Pemikiran Ekonomi. Jakarta: Raja Grafindo Utama.
- Effendi, Sofyan. 2005. Revitalisasi Jati Diri UGM dalam Menghadapi Perubahan Global, Orasi Dies-UGM ke-55, UGM, Yogyakarta.

- Gregory Stuart. 1982. *Comparative Economic System*. Boston.
- Gema PKM Indonesia. 2004. *Kemiskinan dan Keuangan Mikro*. Jakarta: Gema PKM.
- Gie, Kwik Kian. 2004. dalam HMT Opposunggu, "Mengatasi Bencana Ekonomi Nasional". Jakarta: LKSN.
- Gilpin, Robert. 2002. *The Challenge of Global Capitalis: The World Economy in 21 Century*. Princeton: Princeton University Press.
- Habibi, Nadir et. al. 2001. "Decentralization in Argentina", *Economic Growth Center Discussion Paper Series, Paper No. 525*, New Heaven: Economic Growth Center Yale University.
- Hamid, Edy Suandi. 2003. "Ketimpangan Fiskal Vertikal dan Formula Alternatif Dana Alokasi Umum" disertasi pada Program Studi Ilmu Ekonomi Pasca Sarjana UGM, Yogyakarta.
- Hamid, Edy Suandi. 2004. *Sistem Ekonomi, Utang Luar Negeri, dan Politik-Ekonomi*. Yogyakarta: UII Press. Hudiyanto. (2004). *Ke luar dari Ayun Pendulum Kapitalisme-Sosialisme*. Yogyakarta: UMY Press.
- Hill, Hall, 1992, "Survey of Recent Development", *Bulletin of Economic Studies*, Vol. 28 No. 2, Agustus, Canberra, ANU.
- Henry Faizal Noor. 2007. *Ekonomi Manajerial*, Penerbit Rajagrafindo Persada.
- Hudiyanto. 2001. *Ekonomi Indonesia: Sistem dan Kebijakan*. Yogyakarta: PPE UMY.
- Ismawan, Bambang. 2004. "Sektor Ekonomi Rakyat dan Peran Keuangan Mikro" Makalah pada Forum Dialog Kebangsaan Program Aksi Meluruskan Reformasi yang diadakan Universitas Gadjad Mada 11-14 Maret 2004, Yogyakarta.
- Jauch, Glueck. 1993. *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*. Erlangga. Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajad. 2003. *Ekonomi Pembangunan: Teori, Masalah, dan Kebijakan*. Yogyakarta: UPP AMP-YKPN.
- Khor, Martin. 2003. *Globalisasi Perangkap Negara-negara Selatan*. Yogyakarta: Cindelaras.
- KPPOD. 2002. *Peringkat Daya Tarik Investasi Kabupaten/Kota: Studi Kasus di 90 Kabupaten/Kota di Indonesia*, Laporan Penelitian.
- Kuncoro, Mudrajad. 2003. *Ekonomi Pembangunan: Teori, Masalah, dan Kebijakan*. Yogyakarta: UPP AMP-YKPN.

- Li, Wei.1997. "The Impact of Economic Reform on The Performance of Chinese State Enterprises 1980-1989", *Journal of Political Economics*, Vol. 105, No. 5.
- Ma'arif, Syafi'i, Dr Candra Muzaffar dan Kapitalisme 3 K, dalam majalah *Prospek*, FIS-UNY, edisi Desember 2004.
- Mubyarto. 2004. *Kemiskinan dan Pembangunan Sosial*. Yogyakarta: Aditya Media.
- Mubyarto. 2001. *Prospek Perekonomian Indonesia di Era Otonomi Daerah*. Yogyakarta: BPFE.
- Madeley, John. 2005. *Loba, Keranjang Berdagang*. Yogyakarta: Cindelas.
- Michael R. Baye, *Managerial Economics and Business Strategy*, 5e. ©The McGraw-Hill Companies, Inc., 2006
- Pasay, Haidy N. dan Gatot Arya Putra. 1995. "Divergences of Productivity and Wage rates: Indonesian manufacturing Competitiveness and the Role of Labor Market", makalah pada seminar *Building on Success: Maximizing the Gains from Deregulation*, Jakarta.
- Pangestu, Mari dan Iwan Jaya Azis. 1994. *Survey of Recent Development*, BIES, Vol. 30 No. 2 Agustus, Canberra, ANU.
- Pangestu, Mari (Ed). 1993. *Pacific Initiatives for Regional Trade Liberalization and Investment Cooperation - Role and Implication for Private Sector*, Jakarta, PECC-CSIS.
- Rangkuti, Freddy. 2002. *Analisis SWOT:Teknik Membeda Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Rodrik, Dani. 1997. *The Globalization Gone Too Far?* Washington DC: Institute For International Economics.
- Robinson, Joan. 1979. *Aspects of Development and Underdevelopment*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Rachbini, Didik. 1997. "Untuk Apa BUMN Go Public?", *Forum Keadilan*, 3 November.
- Ruru, Bacellius. 1994. *Prospek Penjualan Saham BUMN di Bursa Lokal dan Internasional, Kelola Gajah Mada Business Review*. Yogyakarta: MM-UGM
- Ruru, Bacellius. (1986). "Privatisasi BUMN Sebagai Strategi Makro di Bidang Pasar Modal", *Seminar Pengembangan Pasar Modal*, Yogyakarta: ISEI-PAU Studi Ekonomi UGM.
- Salvator, Dominic, 2005.*Managerial Economics (Ekonomi Manajerial dalam Perekonomian Global)*.Edisi kelima.Terjemahan Ichsan Setyo Budi. Salemba Empat. Jakarta

- Tambunan, T. 2002. *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia*. Edisi Pertama. PT. Salemba Empat Patria. Jakarta.
- Shpman, Alan. 2002. *The Globalization Myth*. Cambridge: Icon Books LTD.
- Shah, A dan Zinqureshi. 1994. *Intergovernmental Fiscal Policy Relation in Indonesia: Issues and Reform Option*, World Bank. Washington DC: Discussion Papers, No. 239 hal. 53.
- Swasono, Sri-Edi. 2005a. *Daulat Rakyat vs Daulat Pasar*. Yogyakarta: PUSTEP-UGM.
- Swasono, Sri-Edi. 2005b. *Ekspose Ekonomika: Mewaspadaai Globalisme dan Pasar Bebas*. Yogyakarta: Pustep-UGM.
- Soedarsono. 1982. "Migrasi, Pengangguran Tersembunyi, dan Sektor Informal", dalam Priyono Tjiptoherijanto dkk.: *Sumber Daya Manusia, Kesempatan Kerja, dan Pembangunan Ekonomi*. Jakarta: LP FE-UI.
- Swasono, Sri-Edi. 2005. *Kebersamaan dan Asas Kekeluargaan*. Jakarta: UNJ Press.
- Setiawan, Bonnie. 2003. *Globalisasi Pertanian*. Jakarta: The Institute for Global Justice.
- Thee Kian Wie. Ed. 1992. *Dialog Kemitraan dan Keterkaitan Usaha Besar dan Kecil dalam Sektor Industri Pengolahan*. Jakarta: Gramedia.
- UNDP. 2004. *Human Development Report, 2004*. New York: Oxford University Press.
- UNSFIR (United Nations Support Facility for Indonesian Recovery). 2000. *Indonesia: The National Human Development Report 2000*. Jakarta: UNSFIR, Jakarta.
- Usman, Sunyoto. 2004. *Otonomi Daerah: Desentralisasi dan Demokratisasi, dalam Memperkokoh Otonomi Daerah* (Edy Suandi Hamid-Peny). Yogyakarta: UII Press.
- Wayne, Ellwood. 2001. *No-Nonse Guide to Globalization*. Oxford: New International Publication.
- Wolf, Martin. 2004. *Why Globalization Works?* New Heaven and London: Yale University Press.

GLOSARIUM

- Manajemen : Seperangkat prinsip yang berkaitan dengan fungsi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian, dan penerapan prinsip-prinsip ini dalam memanfaatkan sumber daya fisik, keuangan, manusia dan informasi secara efisien dan efektif untuk mencapai tujuan organisasi
- Strategi : Pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu.
- Pengembangan : Pengembangan adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual, dan moral sesuai dengan kebutuhan melalui pendidikan dan latihan
- SWOT : Sebuah alat pencocokan yang penting guna membantu manajer dalam mengembangkan empat jenis strategi Strengths- Opportunities (SO), strategi Weaknesses-Opportunities (WO), strategi Strengths-Threats (ST) atau strategi Weaknesses- Threats (WT) yang disesuaikan dengan keadaan perusahaan
- Strength(kekuatan) : Segala faktor yang dinilai kekuatan perusahaan
- Weakness(kelemahan) : segala faktor yang dinilai kelemahan perusahaan
- Opportunities(peluang) : segala faktor yang dinilai peluang bagi perusahaan
- Threat (ancaman) : Segala faktor yang dinilai ancaman bagi perusahaan
- Faktor Internal : Faktor yang berada di dalam perusahaan contohnya sumberdaya manusia, modal, dll
- Faktor eksternal : Faktor yang berada di luar perusahaan contohnya pesaing
- Avoiding Risk : Menghindari penyebab timbulnya resiko
- Certainty event*) : Kejadian yang pasti terjadi bila $P_i = 1$
- Impossible event* : Kejadian yang tidak mungkin terjadi bila $P_i = 0$

- Reducing risk)* : Memperkecil kemungkinan /probabilitas untuk terjadinya resiko tersebut atau memperkecil kerugian atau akibat resiko yang mungkin terjadi
- Risk averse* : Perusahaan akan menghitung mana yang lebih besar antara resiko dan harapan keuntungan. Bila resiko ternyata lebih besar dari keuntungan, maka manajemen yang masuk kelompok risk averse akan menghindar dari usaha tersebut
- Risk neutral* : sikap rasional dalam menghadapi resiko, bila peluang usaha mempunyai harapan keuntungan yang bakal diperoleh dan juga peluang resiko mungkin juga terjadi.
- Risk seeker* : Senang bermain dengan resiko
- Possible event* : Kejadian yang mungkin terjadi bila $0 < P_i < 1$
- Shifting the risk into an insurance company)* : memindahkan resiko yang bakal terjadi ke perusahaan asuransi
- Benchmarking* : menemukan cara terbuka dan jujur, bagaimana perusahaan lain dapat mengerjakan sesuatu dengan lebih baik sehingga perusahaan Anda dapat meniru dan berkemungkinan memperbaiki cara tersebut
- Manajemen Kualitas Total : strategi manajemen yang ditujukan untuk menanamkan kesadaran kualitas pada semua proses dalam organisasi. Sesuai dengan definisi dari ISO, TQM adalah "suatu pendekatan manajemen untuk suatu organisasi yang terpusat pada kualitas,
- Rekayasa ulang : proses rekayasa ulang berusaha mengorganisasi perusahaan keseluruhan.
- The Learning Organization* : Sebuah organisasi pembelajaran adalah istilah yang diberikan kepada perusahaan yang memfasilitasi pembelajaran anggotanya dan terus mentransformasikan dirinya.
- Organisasi pembelajaran : istilah yang diberikan kepada perusahaan yang memfasilitasi pembelajaran anggotanya dan terus mentransformasikan dirinya.

- Ekonomi mikro : usaha produktif milik keluarga atau perorangan Warga Negara Indonesia dan memiliki hasil penjualan paling banyak Rp. 100.000.000,- (seratus juta rupiah) per tahun.
- Fungisida : pestisida yang secara spesifik mampu membunuh atau menghambat cendawan penyebab penyakit pada tanaman
- Rodentisida : bahan yang mengandung senyawa kimia beracun yang digunakan untuk mematikan berbagai jenis binatang pengerat, misalnya tikus
- Nematisida : salah satu jenis pestisida yang berfungsi untuk memberantas nematoda atau hama cacing pada tanaman. Hama Nematoda yang sering merusak akar atau umbi tanaman.
- Insektisida : bahan-bahan kimia bersifat racun yang dipakai untuk membunuh serangga pada tanaman
- Herbisida : senyawa atau material yang disebarakan pada lahan pertanian untuk menekan atau memberantas tumbuhan yang menyebabkan penurunan hasil (gulma).

BIODATA PENULIS



Farah Mutiara

Lahir di Malang, 10 Februari 1990. Penulis menyelesaikan Sarjana jurusan Agribisnis di Universitas Brawijaya pada tahun 2012 dengan predikat Cumlaude, kemudian pada tahun 2011 penulis melanjutkan studi di S2 Ekonomi Pertanian dengan pendanaan beasiswa Fast Track dan lulus tahun 2013.

Penulis mulai aktif menjadi dosen Prodi Agribisnis di Fakultas Pertanian Universitas Tribhuwana Tungga Dewi pada tahun 2015. Jabatan yang pernah dijabat penulis adalah Ka Lab Manajemen Agribisnis (2016-2018), Kasubag Beasiswa Unitri (2019- sekarang)

Mata kuliah yang pernah diampu penulis meliputi :

1. Ekonometrika
2. Ekonomi Manajerial
3. Ekonomi Produksi Pertanian
4. Manajemen Resiko
5. Riset Operasi
6. Akuntansi Biaya
7. Ekonomi Usaha Pertanian

Selain mengajar, penulis juga melakukan penelitian. Beberapa penelitian yang sudah pernah memenangkan kompetensi hibah Dikti PDP adalah Strategi Pengembangan Agribisnis Ulat Sutera Pemakan Daun Singkong di Kabupaten Malang, dan Model Rancang Bangun Komunitas Petani Muda Berbasis Agribisnis dalam Upaya Mempertahankan Lahan sawah demi Keberlanjutan Ketersediaan Pangan.

Bidang keilmuan yang menjadi minat utama penulis adalah ekonomi manajerial dan ekonometrika, riset operasional.



A. Yusuf Kholil

Dilahirkan di Pasuruan, 03 November 1990, RA Muslimat NU dilanjutkan sekolah dasar di Madrasah Ibtidaiyah Miftahul Ulum Andonosari kemudian melanjutkan Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 1 Tutur. Pada tahun 2006 melanjutkan sekolah menengah atas di Madrasah Aliyah Negeri 3 Malang dan masuk perguruan tinggi di Universitas Brawijaya tahun 2009 pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian. Pada tahun 2014 melanjutkan Program Pascasarjana di Universitas Muhammadiyah Malang pada Program Magister Agribisnis. Penulis berhasil lulus *Cumlaude* dengan IPK 3,98 dan menjadi lulusan terbaik pertama. Tahun 2017 penulis mulai aktif mengajar sebagai seorang dosen di Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang pada Program Studi Agribisnis dengan bidang kompetensi Manajemen Agribisnis. Matakuliah yang diampu adalah Manajemen Strategi, Manajemen Pemasaran dan Kewirausahaan. Selain itu, penulis menjabat sebagai KaSubbag Bina Prestasi Ilmiah dan Minat Bakat Biro Kemahasiswaan



Farida Kusuma Astuti

Adalah dosen program studi peternakan fakultas pertanian universitas tribhuwana tungadewi malang sejak tahun 2016 sampai sekarang. Lahir di Blitar 3 Juli 1990. Penulis mengajar di program S1 di lingkungan FP UNITRI. Penulis mendapatkan gelar sarjana peternakan (S.Pt) dari universitas Brawijaya dan memperoleh gelar master pertanian (M.P) dari universitas Brawijaya. Selain mengajar penulis juga aktif melakukan penelitian dan pengabdian masyarakat, pada tahun 2017 penulis mendapatkan dana penelitian DIKTI pada judul Pengaruh metode ekstraksi minyak ulat jerman terhadap komposisi kimianya. pada tahun 2018 penulis mendapatkan dana penelitian DIKTI pada judul Analisis bauran pemasaran terhadap perilaku konsumen daging sapi dan implikasi strategi pemasaran di hypermart kota malang. Tahun 2017 pada pengabdian masyarakat penulis juga pernah mendapatkan pendanaan DIKTI pada judul ibM budidaya ulat hongkong dan lovebird di kota blitar dan malang. Jabatan yang pernah di jabat penulis adalah 2018 Kasubag beasiswa biro kemahasiswaan dan pada tahun 2019 Kepala Bagian kesejahteraan mahasiswa biro kemahasiswaan. Jabatan keorganisasian profesi penulis pada tahun 2018 menjabat sebagai wakil sekretaris IISPI.

Bidang keilmuan yang menjadi minat utama penulis adalah Produksi ternak. Pada mata kuliah Ilmu produksi ternak unggas, ilmu pemuliaan ternak dan epidemiologi ternak.