

EKONOMI MANAJERIAL SEBAGAI KERANGKA INTEGRATIF PENGAMBILAN KEPUTUSAN: RUANG LINGKUP, BATASAN, DAN PERSPEKTIF LINTAS DISIPLIN

Puri Rohmatulloh

¹ STAI La Tansa Mashiro, Rangkasbitung, Indonesia

Article Info

Abstract

Keywords:

Decision-Making;
Decision Theory;
Efficiency;
Interdisciplinary
Analysis; Managerial
Economics;
Organizational
Behavior.

Managerial economics is an interdisciplinary field that integrates economic principles with theories and methods of decision-making to assist managers in allocating scarce resources efficiently under conditions of uncertainty, information constraints, and changing business environments. However, managerial decision-making cannot be adequately understood from an economic perspective alone, as managerial choices are also shaped by behavioral, organizational, financial, strategic, and institutional factors. This article aims to analyze the scope and limitations of managerial economics and examine its relationship with other theories and disciplines that contribute to managerial decision-making. The analysis adopts a conceptual approach based on a literature review of managerial economics, decision theory, microeconomics, strategic management, and organizational behavior. The analysis indicates that managerial economics provides a strong analytical framework for evaluating alternatives, incentives, costs, benefits, risks, and efficiency, but its explanatory and practical capacity is constrained when decisions involve subjective preferences, bounded rationality, incomplete information, organizational dynamics, and institutional or political considerations. Therefore, the effectiveness of managerial economics does not depend on the isolated application of economic principles but on their integration with decision theory and complementary management perspectives. The article highlights the importance of an interdisciplinary approach to translating economic analysis into managerial decisions that are more context-sensitive, adaptive, and accountable.

Corresponding Author:

Purirohmatullah21@gmail.com

The Asia Pacific Journal of

Management Studies

Volume 12 dan Nomor 1

Mei - Agustus 2026

Hal. 183 - 204



©2026 APJMS. This is an Open Access Article distributed the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Ekonomi manajerial merupakan bidang interdisipliner yang mengintegrasikan prinsip-prinsip ekonomi dengan teori dan metode pengambilan keputusan untuk membantu manajer mengalokasikan sumber daya secara efisien dalam kondisi keterbatasan, ketidakpastian, dan perubahan lingkungan bisnis. Namun, penerapannya tidak dapat dipahami semata-mata melalui perspektif ekonomi, karena keputusan manajerial juga dipengaruhi oleh faktor perilaku, organisasi, keuangan, strategi, dan institusional. Artikel ini bertujuan menganalisis ruang lingkup, batasan penerapan ekonomi manajerial, serta keterkaitannya dengan teori dan disiplin lain yang mendukung proses pengambilan keputusan manajerial. Analisis dilakukan melalui pendekatan konseptual berbasis kajian literatur terhadap konsep ekonomi manajerial, teori keputusan, ekonomi mikro, manajemen strategis, dan perspektif perilaku organisasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa ekonomi manajerial memiliki kekuatan utama dalam menyediakan kerangka analitis untuk mengevaluasi pilihan, insentif, biaya, manfaat, risiko, dan efisiensi, tetapi memiliki keterbatasan ketika keputusan melibatkan preferensi subjektif, perilaku manusia yang tidak sepenuhnya rasional, keterbatasan informasi, dinamika organisasi, serta faktor institusional dan politik. Dengan demikian, efektivitas ekonomi manajerial tidak terletak pada penerapan prinsip ekonomi secara tunggal, melainkan pada integrasinya dengan teori keputusan dan disiplin manajemen lainnya. Keputusan manajerial yang lebih kontekstual, adaptif, dan dapat dipertanggungjawabkan.

PENDAHULUAN

Dalam konteks perusahaan berorientasi laba (*for-profit firms*), penciptaan nilai ekonomi dan keberlanjutan finansial merupakan bagian penting dari tujuan organisasi, tetapi tujuan perusahaan tidak selalu dapat direduksi semata-mata pada maksimalisasi laba karena perusahaan juga beroperasi dalam hubungan dengan berbagai pemangku kepentingan (George et al., 2023; Morrison & Mota, 2023). Perusahaan merupakan organisasi yang menjalankan berbagai aktivitas ekonomi untuk menciptakan nilai bagi pemangku kepentingannya. Bagi perusahaan berorientasi laba, salah satu indikator penting keberhasilan penciptaan nilai tersebut adalah kemampuan menghasilkan keuntungan secara berkelanjutan. Namun, dalam perkembangan kajian manajemen modern, tujuan perusahaan tidak lagi dipandang semata-mata sebagai upaya memaksimalkan keuntungan, melainkan juga mencakup penciptaan nilai bagi berbagai pemangku kepentingan (George et al., 2022; Stoelhorst, 2023).

Perkembangan teknologi digital telah mengubah lingkungan bisnis secara signifikan, baik pada sektor barang maupun jasa. Perubahan tersebut tidak hanya mendorong inovasi produk dan proses, tetapi juga mengubah model bisnis, pola persaingan, serta hubungan perusahaan dengan konsumen dan pemangku kepentingan (Bresciani et al., 2021; Caputo et al., 2021). Kondisi tersebut menuntut perusahaan untuk mampu merespons perubahan lingkungan secara adaptif melalui strategi yang efektif dan keputusan manajerial yang berbasis informasi. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang bisnis secara strategis melalui pengalokasian sumber daya dan kapabilitas yang tepat untuk menciptakan serta menangkap nilai, yang pada akhirnya dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan (Levinthal & Wu, 2010; Lepak et al., 2007; Stoelhorst, 2023).

Di samping berorientasi pada pencapaian tujuan, perusahaan perlu merancang dan mengimplementasikan strategi secara efektif dan efisien agar sumber daya organisasi dapat dikonversikan menjadi kinerja dan hasil yang

diharapkan. Efektivitas berkaitan dengan kemampuan organisasi mencapai tujuan yang ditetapkan, sedangkan efisiensi berkaitan dengan optimalisasi penggunaan sumber daya dalam menghasilkan output. Kedua dimensi tersebut merupakan aspek penting dalam memahami kinerja organisasi dan efektivitas manajerial (Cameron, 1986; Ostroff & Schmitt, 1993). Dengan demikian, perusahaan perlu merancang strategi yang efektif dan efisien dengan mempertimbangkan kualitas produk atau layanan serta kesesuaiannya dengan ekspektasi pelanggan, karena kepuasan pelanggan merupakan hasil evaluasi atas kinerja yang dipersepsikan relatif terhadap harapan pelanggan (Oliver, 1980; Falk et al., 2010). Dalam konteks tersebut, pengambilan keputusan manajerial menjadi penting karena manajer perlu mengalokasikan sumber daya secara efisien untuk mencapai keseimbangan antara biaya, kualitas, nilai yang ditawarkan, dan kepuasan pelanggan (Mittal et al., 2023; Otto et al., 2020).

Perkembangan lingkungan bisnis yang semakin kompleks dan dinamis menempatkan perusahaan pada kebutuhan untuk mengalokasikan sumber daya secara efisien, mengelola risiko, merespons perubahan pasar, dan mempertahankan kinerja organisasi. Kondisi tersebut meningkatkan tuntutan terhadap manajer sebagai pengambil keputusan strategis, karena berbagai keputusan yang berkaitan dengan sumber daya, investasi, produksi, harga, dan strategi harus dibuat dalam kondisi informasi yang tidak selalu sempurna. Literatur pengambilan keputusan strategis menunjukkan bahwa keputusan manajerial tidak sepenuhnya berlangsung secara rasional, tetapi dipengaruhi oleh keterbatasan rasionalitas, struktur informasi, dinamika organisasi, serta karakteristik kognitif pengambil keputusan (Eisenhardt & Zbaracki, 1992; Walsh, 1995). Dalam perspektif berbasis sumber daya, kualitas pengambilan keputusan manajerial juga berkaitan dengan kemampuan perusahaan membangun dan mengembangkan sumber daya yang pada akhirnya memengaruhi kinerja organisasi (Kunc & Morecroft, 2010). Dalam konteks tersebut, ekonomi manajerial menyediakan kerangka analitis untuk

membantu manajer memahami persoalan ekonomi dan memilih alternatif keputusan yang paling rasional berdasarkan tujuan organisasi. Namun, pengambilan keputusan manajerial pada praktiknya tidak hanya ditentukan oleh analisis ekonomi, tetapi juga beririsan dengan ilmu keputusan, psikologi, perilaku organisasi, dan perspektif kognitif. Studi mengenai heuristik dan bias (Dane & Pratt, 2007), misalnya, menunjukkan bahwa proses penilaian dan pengambilan keputusan manajerial dapat dipengaruhi oleh keterbatasan pemrosesan informasi dan bias kognitif (Hodgkinson et al., 2023). Dengan demikian, pembahasan ekonomi manajerial perlu dilihat tidak hanya sebagai penerapan teori ekonomi dalam pengambilan keputusan, tetapi juga sebagai bagian dari pendekatan multidisipliner untuk memahami bagaimana keputusan manajerial dibentuk dan dievaluasi.

Kemampuan mengambil keputusan yang efektif merupakan salah satu aspek penting dalam keberhasilan manajerial, terutama ketika manajer harus menentukan alternatif tindakan di tengah keterbatasan sumber daya, perubahan kondisi pasar, dan ketidakpastian lingkungan bisnis. Dalam konteks tersebut, ekonomi manajerial (managerial economics) menyediakan kerangka analitis yang menerapkan teori dan metode ekonomi untuk mendukung proses pengambilan keputusan manajerial. Ruang lingkupnya mencakup penggunaan penalaran ekonomi untuk menganalisis berbagai persoalan yang dihadapi perusahaan, termasuk alokasi sumber daya, permintaan, biaya, harga, strategi, dan pilihan organisasi. Dengan demikian, ekonomi manajerial tidak sekadar menyediakan teknik perhitungan, tetapi membantu manajer mengevaluasi konsekuensi ekonomi dari berbagai alternatif keputusan dan memilih tindakan yang paling sesuai dengan tujuan organisasi.

Namun demikian, keputusan manajerial tidak selalu berlangsung dalam kondisi rasionalitas sempurna. Literatur mengenai pengambilan

keputusan strategis menunjukkan bahwa keputusan manajerial juga dipengaruhi oleh bounded rationality, dinamika kekuasaan, proses politik, serta ketidakpastian. Oleh karena itu, penggunaan pendekatan ekonomi dalam pengambilan keputusan perlu dipahami sebagai salah satu kerangka analitis yang membantu meningkatkan kualitas keputusan, bukan sebagai satu-satunya determinan keberhasilan manajerial. Bahkan, penelitian Kunc dan Morecroft (2010) menunjukkan bahwa proses pengambilan keputusan manajerial berkaitan dengan bagaimana organisasi membangun dan mengembangkan sumber daya yang pada akhirnya berimplikasi terhadap perbedaan kinerja perusahaan. Dalam perspektif tersebut, ekonomi manajerial memiliki posisi penting sebagai jembatan antara teori ekonomi dan persoalan praktis yang dihadapi manajer. Akan tetapi, apabila pembahasan ekonomi manajerial hanya ditempatkan pada penerapan teori ekonomi tradisional dan teknik pengambilan keputusan, masih terdapat ruang untuk mengeksplorasi pendekatan lain yang dapat memperkaya proses pengambilan keputusan manajerial. Oleh karena itu, tulisan ini membahas cabang dan perspektif lain yang memiliki keterkaitan dengan proses pengambilan keputusan manajerial serta kontribusinya terhadap peningkatan kualitas keputusan dalam konteks organisasi dan bisnis.

Meskipun ekonomi manajerial secara konvensional menempatkan teori ekonomi dan ilmu keputusan sebagai fondasi utama dalam menganalisis persoalan bisnis, perkembangan literatur menunjukkan bahwa proses pengambilan keputusan manajerial semakin dipahami melalui perspektif yang lebih luas dan multidisipliner. Perspektif seperti *transaction cost economics*, *agency theory*, *behavioral economics*, *game theory*, dan *real options theory*, misalnya, menawarkan penjelasan yang berbeda mengenai bagaimana manajer mengambil keputusan dalam menghadapi biaya transaksi, konflik kepentingan, keterbatasan

rasionalitas, interaksi strategis, dan ketidakpastian. Namun demikian, literatur tersebut masih tersebar pada berbagai tradisi teoritis dan bidang kajian sehingga hubungan antarperspektif tersebut dalam kerangka ekonomi manajerial belum selalu dipetakan secara sistematis. Oleh karena itu, tulisan ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan memetakan perspektif teoretis yang berkontribusi terhadap pengambilan keputusan manajerial serta menjelaskan bagaimana masing-masing perspektif memperluas fungsi ekonomi manajerial dari sekadar penerapan teori ekonomi menuju kerangka analisis keputusan yang lebih multidisipliner (James & Mark, 1993).

Ekonomi manajerial merupakan penerapan teori, penalaran, dan metode ekonomi dalam menganalisis persoalan bisnis serta mendukung proses pengambilan keputusan manajerial secara sistematis dan rasional. Dalam perkembangannya, ekonomi manajerial tidak hanya berorientasi pada penerapan konsep ekonomi konvensional, tetapi juga mengakomodasi berbagai perspektif yang relevan dengan perilaku dan kompleksitas organisasi, termasuk pendekatan behavioral, eksperimental, organisasional, dan strategis (Rubin & Dnes, 2010). Dengan demikian, ekonomi manajerial dapat dipahami sebagai bidang interdisipliner yang menghubungkan economic reasoning dengan persoalan praktis yang dihadapi manajer dalam menentukan pilihan, mengalokasikan sumber daya, mengelola risiko, dan merumuskan strategi organisasi.

Perkembangan tersebut menunjukkan bahwa proses pengambilan keputusan manajerial tidak sepenuhnya dapat dijelaskan melalui perspektif ekonomi semata. Keputusan manajerial juga berkaitan dengan perilaku individu, struktur organisasi, interaksi strategis, informasi, ketidakpastian, dan dinamika lingkungan bisnis (Wilkinson, 2005). Oleh karena itu, pembahasan mengenai pengambilan keputusan manajerial perlu mempertimbangkan keterkaitannya dengan bidang-bidang lain, seperti behavioral economics, decision science, organizational economics, game theory, strategic management, dan management science. Perspektif-perspektif tersebut dapat memperluas

pemahaman mengenai bagaimana keputusan manajerial dibentuk dan bagaimana alternatif keputusan dapat dievaluasi dalam kondisi yang kompleks dan tidak pasti.

Selain itu, penggunaan teori dan metode analisis ekonomi dalam *managerial economics* tidak hanya bertujuan menjelaskan fenomena ekonomi, tetapi juga menyediakan kerangka analitis bagi manajer dalam mengevaluasi berbagai alternatif keputusan, mengalokasikan sumber daya secara efisien, dan menghadapi ketidakpastian. *Managerial economics* pada dasarnya menerapkan *economic reasoning* dan metode analitis untuk membantu manajer menyelesaikan persoalan bisnis dan menentukan pilihan yang paling sesuai dengan tujuan organisasi. Hubungan tersebut menjadikan *managerial economics* sebagai bidang yang berorientasi pada *decision support*, bukan sekadar penerapan teori ekonomi dalam konteks bisnis. Hsu dan Reid (2021), misalnya, menunjukkan bagaimana prinsip mikroekonomi mengenai pilihan dapat diterjemahkan ke dalam teknik *decision support* melalui *decision-tree analysis* untuk membantu perusahaan mengevaluasi alternatif tindakan.

Berdasarkan perspektif tersebut, pembahasan *managerial economics* tidak seharusnya dibatasi pada ekonomi mikro dan teknik analisis ekonomi secara konvensional. Perkembangan penelitian menunjukkan bahwa pengambilan keputusan manajerial juga dipengaruhi oleh aspek perilaku, organisasi, eksperimental, dan lingkungan bisnis yang dinamis. Rubin dan Dnes (2010) menunjukkan bahwa perkembangan *managerial economics* semakin memperluas perhatian pada pengaruh behavioral, experimental, global, dan organizational economics dalam menjelaskan persoalan keputusan manajerial. Oleh karena itu, tulisan ini berupaya mengidentifikasi dan memaparkan cabang-cabang keilmuan serta pendekatan analitis lain yang relevan dengan proses pengambilan keputusan manajerial, di luar kerangka ekonomi tradisional yang selama ini dominan dalam pembelajaran *managerial economics*.

Meskipun ekonomi manajerial secara fundamental menggunakan penalaran ekonomi untuk mendukung pengambilan keputusan manajerial, pendekatan yang berlandaskan asumsi rasionalitas dan optimasi belum sepenuhnya menggambarkan bagaimana keputusan dibuat dalam praktik. Pengambilan keputusan manajerial berlangsung dalam kondisi informasi yang terbatas, ketidakpastian, keterbatasan waktu, serta keterbatasan kapasitas kognitif pengambil keputusan. Konsep *bounded rationality* menjelaskan bahwa pengambil keputusan tidak selalu mampu memilih alternatif yang sepenuhnya optimal, tetapi cenderung memilih alternatif yang dianggap memadai (*satisficing*) sesuai dengan informasi dan kapasitas kognitif yang tersedia (Jones, 1999). Perspektif ini kemudian berkembang melalui *behavioral decision theory* dan *behavioral economics* yang memberikan perhatian lebih besar terhadap heuristik, bias kognitif, intuisi, dan faktor perilaku dalam proses pengambilan keputusan.

Dalam konteks manajerial, perkembangan tersebut menunjukkan bahwa pengambilan keputusan tidak dapat dipahami hanya melalui pendekatan ekonomi normatif, tetapi juga perlu mempertimbangkan aspek perilaku dan proses kognitif pengambil keputusan. Literatur *managerial decision-making* menunjukkan pentingnya memasukkan *bounded rationality*, *decision biases*, dan *managerial judgment* untuk memahami keputusan yang dibuat dalam lingkungan bisnis yang kompleks dan tidak pasti (Elbanna et al., 2011). Perspektif *ecological rationality* bahkan menunjukkan bahwa penggunaan heuristik tidak selalu merupakan bentuk penyimpangan dari rasionalitas, tetapi dalam kondisi tertentu dapat menjadi strategi adaptif yang efektif bagi pengambil keputusan (Lejarraga et al., 2020).

Berdasarkan perkembangan tersebut, pembahasan ekonomi manajerial perlu diperluas dari sekadar penerapan teori ekonomi dan teknik

analisis keputusan menuju pendekatan yang lebih integratif dengan mempertimbangkan dimensi perilaku, kognitif, dan kontekstual dalam pengambilan keputusan. Oleh karena itu, tulisan ini membahas cabang dan perspektif keilmuan yang dapat melengkapi ekonomi manajerial, khususnya *behavioral economics*, *behavioral decision theory*, dan *decision science*, serta relevansinya dalam menjelaskan proses pengambilan keputusan manajerial.

Melihat bahwa ekonomi manajerial secara konvensional banyak menekankan penerapan teori ekonomi dan metode kuantitatif dalam mendukung pengambilan keputusan, perspektif tersebut belum sepenuhnya menjelaskan kompleksitas perilaku manajerial dalam praktik. Pengambilan keputusan manajerial tidak selalu berlangsung dalam kondisi informasi yang lengkap dan rasionalitas yang sempurna, tetapi juga dipengaruhi oleh keterbatasan kognitif, persepsi terhadap risiko, pengalaman, intuisi, serta faktor psikologis dan organisasi. Perspektif *bounded rationality* menunjukkan bahwa pengambil keputusan beroperasi di bawah keterbatasan informasi dan kapasitas kognitif, sedangkan pendekatan *behavioral economics* dan *behavioral strategy* memperluas analisis ekonomi dengan memasukkan faktor psikologis dan perilaku ke dalam proses pengambilan keputusan (Powell et al., 2011; Wiseman & Gomez-Mejia, 1998).

Berdasarkan perspektif tersebut, tulisan ini bertujuan untuk mengkaji berbagai disiplin dan pendekatan yang berkontribusi terhadap pemahaman pengambilan keputusan manajerial, khususnya ekonomi perilaku, teori keputusan, psikologi kognitif, dan *behavioral strategy*. Dengan demikian, ekonomi manajerial dapat dipahami tidak hanya sebagai penerapan teori ekonomi dalam pengambilan keputusan, tetapi juga sebagai bidang yang memiliki keterkaitan erat dengan perspektif interdisipliner yang menjelaskan bagaimana manajer memproses informasi, mengevaluasi

alternatif, menghadapi risiko, dan menentukan keputusan dalam kondisi kompleks dan tidak pasti.

METODE PENELITIAN

1. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan structured conceptual literature review yang dipadukan dengan strategi pencarian literatur yang sistematis dan analisis tematik untuk mengidentifikasi, membandingkan, dan mensintesis konseptualisasi mengenai pengertian, karakteristik, ruang lingkup, serta perkembangan ekonomi manajerial. Pendekatan ini dipilih karena tujuan penelitian bukan untuk mengestimasi ukuran efek atau menggabungkan hasil penelitian empiris secara statistik, melainkan untuk memetakan struktur konseptual bidang ekonomi manajerial, mengidentifikasi titik temu dan perbedaan antar perspektif, serta menelusuri perluasan ruang lingkungannya dalam literatur.

Kajian diarahkan untuk menjawab empat pertanyaan penelitian: (RQ1) bagaimana ekonomi manajerial didefinisikan dan dikonseptualisasikan dalam literatur; (RQ2) domain apa saja yang secara konsisten membentuk ruang lingkup ekonomi manajerial; (RQ3) prinsip-prinsip ekonomi apa yang paling dominan digunakan dalam menjelaskan pengambilan keputusan manajerial; dan (RQ4) bagaimana ruang lingkup ekonomi manajerial mengalami perluasan atau perubahan dalam literatur kontemporer.

2. Strategi Pencarian Literatur

Pencarian literatur dilakukan pada basis data akademik yang relevan, terutama Scopus dan Web of Science Core Collection, serta dilengkapi dengan penelusuran Google Scholar untuk mengidentifikasi karya konseptual atau buku akademik yang relevan tetapi tidak seluruhnya terindeks dalam basis data bibliografis. Pencarian dilakukan pada periode 2026. Strategi pencarian menggunakan kombinasi istilah yang merepresentasikan konsep utama penelitian dan variasi terminologinya. String pencarian dikembangkan menggunakan operator Boolean, antara lain: ("*managerial economics*" OR "*economics for managers*" OR "*managerial*

decision economics") AND (*definition* OR *conceptualization* OR *concept* OR *scope* OR *application* OR "decision making" OR "managerial decision-making")

Pencarian disesuaikan dengan sintaks masing-masing basis data. Selain pencarian berbasis kata kunci, dilakukan backward citation searching terhadap daftar pustaka artikel kunci dan forward citation searching terhadap karya yang dianggap foundational atau konseptual penting. Strategi ini digunakan untuk mengurangi kemungkinan terlewatnya literatur yang menggunakan terminologi berbeda tetapi memiliki relevansi konseptual yang kuat.

Literatur dimasukkan apabila memenuhi seluruh kriteria berikut: (1) membahas ekonomi manajerial atau konsep yang secara substantif berkaitan dengan pengambilan keputusan ekonomi manajerial; (2) memberikan definisi, konseptualisasi, pembahasan ruang lingkup, prinsip, fungsi, atau perkembangan konseptual yang dapat dianalisis; (3) berasal dari sumber akademik yang dapat diverifikasi; dan (4) memiliki keterkaitan langsung dengan sekurang-kurangnya satu pertanyaan penelitian. Literatur dikeluarkan apabila: (1) hanya menyebut ekonomi manajerial sebagai istilah tanpa pembahasan substantif; (2) berfokus pada penerapan teknis tanpa memberikan informasi yang relevan terhadap struktur konseptual kajian; (3) merupakan duplikasi publikasi; (4) informasi bibliografis atau teks lengkap tidak dapat diverifikasi; atau (5) tidak memberikan kontribusi yang dapat digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Literatur klasik tidak dikeluarkan semata-mata berdasarkan tahun publikasi apabila karya tersebut memiliki posisi foundational atau seminal dalam perkembangan konsep ekonomi manajerial. Sebaliknya, untuk menangkap perkembangan kontemporer, literatur mutakhir diprioritaskan dalam analisis perubahan dan perluasan ruang lingkup konsep.

3. Prosedur Seleksi Literatur

Proses seleksi dilakukan dalam empat tahap, yaitu identifikasi, penghapusan duplikasi, screening, dan penilaian kelayakan full-text. Pada

tahap identifikasi, seluruh hasil pencarian dikompilasi ke dalam basis data penelitian. Duplikasi dihapus sebelum proses screening.

Pada tahap screening, judul dan abstrak diperiksa berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi. Literatur yang memenuhi kriteria awal kemudian diperiksa dalam bentuk full-text untuk memastikan relevansi substantif terhadap pertanyaan penelitian. Alasan eksklusi pada tahap full-text dicatat secara sistematis. Jumlah literatur pada setiap tahap dilaporkan untuk memberikan transparansi terhadap proses pembentukan korpus kajian. Kualitas sumber dinilai sebelum literatur digunakan sebagai dasar utama sintesis konseptual. Penilaian mempertimbangkan relevansi langsung terhadap pertanyaan penelitian, kredibilitas sumber, kejelasan konseptual, kedalaman argumentasi, serta kontribusi terhadap pengembangan atau pemahaman konsep ekonomi manajerial. Artikel jurnal peer-reviewed diperlakukan sebagai sumber utama untuk menganalisis perkembangan konseptual dan diskursus kontemporer, sedangkan buku teks akademik digunakan terutama untuk mengidentifikasi definisi foundational, prinsip dasar, dan batasan tradisional bidang ekonomi manajerial. Jenis sumber tidak diperlakukan sebagai indikator kualitas tunggal; kualitas ditentukan berdasarkan relevansi dan kontribusi substantif terhadap tujuan kajian.

4. Ekstraksi Data

Literatur yang memenuhi kriteria akhir dianalisis menggunakan matriks ekstraksi terstruktur. Informasi yang diekstraksi mencakup: (1) penulis dan tahun publikasi; (2) jenis sumber; (3) definisi atau konseptualisasi ekonomi manajerial; (4) objek dan unit analisis; (5) prinsip ekonomi yang digunakan; (6) domain atau ruang lingkup; (7) hubungan dengan pengambilan keputusan manajerial; (8) konteks penerapan; (9) perkembangan atau perluasan konseptual; (10) kontribusi konseptual; dan (11) keterbatasan atau batas konseptual yang diidentifikasi. Setiap

pernyataan konseptual dikodekan berdasarkan sumber asalnya untuk mempertahankan audit trail antara temuan sintesis dan literatur yang mendasarinya.

5. Analisis dan Pengodean Tematik

Analisis dilakukan menggunakan hybrid deductive–inductive thematic analysis. Pada tahap deduktif, kategori awal diturunkan dari pertanyaan penelitian, yaitu definisi, ruang lingkup, prinsip ekonomi, fungsi pengambilan keputusan, dan perkembangan konseptual. Pada tahap induktif, kategori tambahan dikembangkan ketika pola konseptual baru muncul dari literatur. Proses analisis dilakukan melalui tiga tahap: open coding, category development, dan thematic integration. Open coding digunakan untuk mengidentifikasi konsep dan proposisi yang muncul dalam setiap sumber. Kode yang memiliki kedekatan makna kemudian dikelompokkan menjadi kategori. Selanjutnya, kategori yang memiliki hubungan konseptual yang lebih luas diintegrasikan menjadi tema utama. Perbedaan antar sumber tidak diselesaikan dengan memilih definisi yang paling sering muncul semata-mata, tetapi dianalisis berdasarkan konteks, fokus teoritis, tujuan penggunaan konsep, serta posisi historis masing-masing sumber.

Sintesis dilakukan melalui perbandingan lintas sumber untuk mengidentifikasi convergence, divergence, continuity, dan conceptual expansion. *Convergence* digunakan untuk mengidentifikasi elemen yang secara konsisten muncul dalam berbagai konseptualisasi. *Divergence* digunakan untuk mengidentifikasi perbedaan dalam definisi, batas ruang lingkup, dan orientasi teoritis. *Continuity* digunakan untuk mengidentifikasi konsep fundamental yang tetap bertahan lintas periode, sedangkan *conceptual expansion* digunakan untuk mengidentifikasi domain baru yang memperluas cakupan ekonomi manajerial. Hasil sintesis selanjutnya digunakan untuk membangun peta konseptual ekonomi manajerial

yang menunjukkan hubungan antara prinsip ekonomi, proses pengambilan keputusan, fungsi manajerial, domain aplikasi, dan perkembangan kontemporer. Untuk menjaga konsistensi interpretasi, seluruh keputusan inklusi, eksklusif, ekstraksi, dan pengodean didokumentasikan dalam matriks kajian. Setiap tema akhir ditelusurkan kembali kepada sumber yang mendukungnya sehingga hubungan antara data literatur, kode, kategori, dan hasil sintesis dapat diaudit. Apabila penelitian dilakukan oleh lebih dari satu peneliti, sebagian literatur dikodekan secara independen oleh dua peneliti dan perbedaan interpretasi diselesaikan melalui diskusi dan konsensus. Apabila penelitian dilakukan oleh satu peneliti, proses audit trail dan pemeriksaan ulang terhadap coding digunakan untuk meningkatkan konsistensi analisis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Ekonomi Manajerial sebagai Integrasi Analisis Ekonomi dan Pengambilan Keputusan

Hasil kajian menunjukkan bahwa ekonomi manajerial tidak dapat dipahami hanya sebagai penerapan teori ekonomi pada perusahaan, tetapi sebagai kerangka analitis yang mengintegrasikan konsep ekonomi dengan proses pengambilan keputusan manajerial. Pappas dan Hirschey (1993) menempatkan teori ekonomi sebagai fondasi untuk menganalisis masalah keputusan perusahaan, sedangkan Wilkinson (2005) menekankan orientasi problem-solving ekonomi manajerial dalam menghadapi persoalan bisnis yang nyata. Dengan demikian, hubungan antara ekonomi tradisional dan ekonomi manajerial bersifat integratif, bukan substitutif. Ekonomi mikro menyediakan perangkat untuk menganalisis permintaan, biaya, produksi, harga, struktur pasar, dan perilaku perusahaan, sedangkan ekonomi makro memberikan konteks mengenai inflasi, suku bunga, pertumbuhan ekonomi, nilai tukar, dan kondisi perekonomian yang memengaruhi keputusan perusahaan. Ekonometrika kemudian menyediakan instrumen untuk mengestimasi hubungan antarvariabel dan mendukung prediksi serta evaluasi keputusan.

2. Pergeseran dari Profit Maximization menuju Value Creation dan Value Capture

Kajian ekonomi manajerial secara klasik menempatkan maksimisasi laba (profit maximization) sebagai salah satu fondasi utama dalam menjelaskan perilaku perusahaan dan pengambilan keputusan manajerial. Dalam kerangka ini, perusahaan dipandang sebagai entitas ekonomi yang berupaya menentukan tingkat output, harga, penggunaan input, investasi, dan alokasi sumber daya yang menghasilkan keuntungan optimal dengan mempertimbangkan keterbatasan biaya, permintaan, teknologi, dan struktur pasar (Pappas & Hirschey, 1993; Wilkinson, 2005). Dengan demikian, maksimisasi laba tetap relevan sebagai benchmark normatif untuk menganalisis efisiensi keputusan ekonomi perusahaan. Namun, menjadikannya sebagai satu-satunya representasi tujuan perusahaan menjadi semakin problematis ketika perusahaan beroperasi dalam lingkungan yang ditandai oleh ketidakpastian, keterbatasan informasi, interdependensi stakeholder, inovasi, perubahan teknologi, serta tuntutan sosial dan kelembagaan. Persoalannya bukan bahwa perusahaan modern tidak lagi mengejar laba, melainkan bahwa laba merupakan outcome dari konfigurasi keputusan, sumber daya, hubungan stakeholder, dan mekanisme tata kelola yang lebih kompleks daripada sekadar optimisasi harga dan output. Levinthal dan Wu (2010), misalnya, menunjukkan bahwa profit maximization perlu dipahami bersama dengan opportunity costs, capability constraints, dan keputusan mengenai corporate scope. Dalam perspektif ini, keputusan yang secara statis tampak memaksimalkan laba belum tentu menghasilkan kinerja optimal ketika perusahaan mempertimbangkan keterbatasan kapabilitas, biaya peluang, serta konsekuensi jangka panjang dari konfigurasi sumber dayanya. Rubin dan Dnes (2010) juga menempatkan ekonomi manajerial kontemporer dalam kerangka yang lebih forward-looking, yaitu dengan memperhatikan bagaimana keputusan perusahaan dibentuk oleh lingkungan strategis yang berubah dan konsekuensi intertemporal dari pilihan manajerial.

Keterbatasan tersebut semakin terlihat ketika konsep nilai (value) dibedakan secara analitis dari laba (profit). Lepak, Smith, dan Taylor (2007) memberikan distingsi fundamental antara value creation dan value capture. Value creation berkaitan dengan peningkatan nilai yang dihasilkan melalui kombinasi sumber daya, produk, layanan, atau aktivitas yang memberikan manfaat bagi pihak yang menggunakan atau memperoleh nilai tersebut; sedangkan value capture berkaitan dengan kemampuan aktor untuk memperoleh atau menguasai sebagian nilai ekonomi yang telah diciptakan. Distingsi ini penting karena penciptaan nilai yang tinggi tidak secara otomatis menghasilkan tingkat laba yang tinggi bagi perusahaan. Nilai dapat diciptakan tetapi tidak sepenuhnya ditangkap oleh perusahaan apabila kekuatan tawar pemasok, pelanggan, pekerja, mitra, regulator, pesaing, atau pemegang hak atas sumber daya memungkinkan sebagian besar surplus dialihkan kepada stakeholder lain (Lepak et al., 2007). Kerangka tersebut kemudian memperoleh penguatan teoritis dari stakeholder resource-based theory yang dikembangkan Stoelhorst (2023). Stoelhorst tidak memandang perusahaan semata-mata sebagai unit produksi yang mengonversi input menjadi output, tetapi sebagai struktur tata kelola yang memungkinkan stakeholder yang saling bergantung bekerja sama dalam team production dan innovation. Dari perspektif ini, value creation, value appropriation, rent, dan profit merupakan konsep yang saling berhubungan tetapi tidak identik. Profit muncul dari kemampuan perusahaan mengembangkan, mengombinasikan, dan mengarahkan resource bundles yang memiliki karakteristik seperti kebaruan, komplementaritas, dan skala; sedangkan siapa yang memperoleh bagian dari surplus tersebut dipengaruhi oleh struktur tata kelola dan proses tawar-menawar antarstakeholder.

Implikasinya sangat penting bagi ekonomi manajerial: perusahaan tidak cukup dinilai dari

seberapa besar nilai yang diciptakannya, tetapi juga dari seberapa efektif nilai tersebut dapat ditangkap, dipertahankan, dan dikonversikan menjadi keuntungan yang mendukung keberlanjutan organisasi. Dengan demikian, terdapat setidaknya dua persoalan manajerial yang berbeda: pertama, bagaimana perusahaan menghasilkan surplus melalui penggunaan dan pengembangan sumber daya; dan kedua, bagaimana perusahaan mempertahankan bagian surplus tersebut melalui mekanisme harga, diferensiasi, kapabilitas, kontrak, posisi tawar, dan tata kelola. Stoelhorst (2023) bahkan menunjukkan bahwa keuntungan di atas tingkat normal tidak semata-mata dapat dijelaskan oleh logika pasar kompetitif, tetapi juga berkaitan dengan posisi stakeholder dalam struktur tata kelola perusahaan.

Perspektif organizational purpose memperluas argumentasi tersebut. Morrison dan Mota (2023) memandang organizational purpose bukan sekadar pernyataan normatif mengenai “mengapa organisasi ada”, tetapi sebagai konsep yang berkaitan dengan corporate mind—sekumpulan keyakinan dan intensi yang relatif bertahan lama yang mengarahkan aktivitas organisasi. Dengan demikian, tujuan organisasi berfungsi sebagai mekanisme yang mengarahkan koordinasi dan tindakan kolektif, bukan sekadar tambahan moral di luar pertimbangan ekonomi. George et al. (2023) selanjutnya menunjukkan bahwa purpose dalam perusahaan for-profit perlu dipahami melalui hubungan antara tujuan organisasi, penciptaan nilai, implementasi strategi, konteks organisasi, dan kepentingan stakeholder. Namun demikian, perspektif purpose juga tidak boleh diinterpretasikan secara naif sebagai bukti bahwa tujuan laba menjadi tidak relevan. Secara teoritis, justru diperlukan integrasi antara economic efficiency, value creation, value capture, dan organizational purpose. Perusahaan yang terlalu berorientasi pada laba jangka pendek dapat mengorbankan investasi pada kapabilitas, inovasi,

hubungan stakeholder, kualitas layanan, dan reputasi yang diperlukan untuk menghasilkan nilai pada masa depan. Sebaliknya, perusahaan yang hanya berorientasi pada penciptaan manfaat bagi stakeholder tanpa mekanisme value capture yang memadai dapat menciptakan nilai tetapi gagal memperoleh surplus yang cukup untuk membiayai investasi, inovasi, dan keberlanjutan organisasi. Oleh karena itu, persoalan manajerial yang lebih tepat bukan memilih antara profit atau purpose, melainkan menentukan konfigurasi keputusan yang memungkinkan penciptaan nilai dan penangkapan nilai berlangsung secara simultan dan berkelanjutan.

Perspektif ini juga konsisten dengan perkembangan ekonomi manajerial yang semakin memperhatikan bounded rationality dan keterbatasan proses pengambilan keputusan. Jones (1999) menunjukkan bahwa keputusan manusia tidak berlangsung di bawah asumsi informasi dan kapasitas kognitif yang sempurna. Lejarraga et al. (2020) lebih lanjut menunjukkan bahwa keterbatasan rasionalitas tidak selalu sekadar merupakan kelemahan kognitif, tetapi dapat dipahami dalam kaitannya dengan karakteristik lingkungan tempat keputusan dibuat. Dalam konteks organisasi, konsekuensinya adalah bahwa manajer tidak selalu mampu menemukan solusi yang secara teoritis memaksimalkan laba; mereka harus memilih di antara alternatif yang tersedia berdasarkan informasi yang terbatas, tekanan waktu, ketidakpastian, pengalaman, dan struktur organisasi.

Karena itu, tujuan ekonomi perusahaan sebaiknya tidak direduksi menjadi fungsi objektif tunggal berupa $\pi = TR - TC$ yang harus dimaksimalkan secara statis. Fungsi tersebut tetap berguna sebagai representasi dasar hubungan antara pendapatan, biaya, dan laba, tetapi tidak sepenuhnya menangkap bagaimana laba terbentuk dalam organisasi yang kompleks. Dalam konteks strategis, keputusan manajerial harus mempertimbangkan setidaknya empat dimensi yang saling berhubungan: (1) efisiensi ekonomi dan profitabilitas; (2) penciptaan nilai; (3) kemampuan menangkap dan mempertahankan nilai; serta (4)

keberlanjutan hubungan dan koordinasi dengan stakeholder. Kuncinya bukan menghapus tujuan laba, tetapi menempatkannya sebagai bagian dari sistem keputusan yang lebih luas. Dengan demikian, dapat dirumuskan suatu sintesis teoritis bahwa profit merupakan konsekuensi ekonomi dari kemampuan perusahaan menciptakan dan menangkap nilai melalui pengelolaan sumber daya, kapabilitas, keputusan strategis, dan mekanisme tata kelola. Perspektif Pappas dan Hirschey (1993) serta Wilkinson (2005) memberikan fondasi ekonomi-manajerial mengenai optimisasi dan pemecahan masalah; Levinthal dan Wu (2010) menunjukkan pentingnya opportunity costs dan keterbatasan kapabilitas; Lepak et al. (2007) memisahkan secara konseptual value creation dan value capture; Stoelhorst (2023) mengintegrasikan penciptaan nilai, apropriasi nilai, rent, profit, dan stakeholder governance; sedangkan Morrison dan Mota (2023) serta George et al. (2023) memperluas analisis menuju organizational purpose. Sintesis tersebut menghasilkan pemahaman bahwa keputusan manajerial yang unggul bukan sekadar keputusan yang memaksimalkan laba pada satu titik waktu, melainkan keputusan yang meningkatkan kapasitas organisasi untuk menciptakan nilai, menangkap bagian nilai yang memadai, mengalokasikan sumber daya secara efisien, dan mempertahankan keberlanjutan ekonomi organisasi dalam lingkungan yang dinamis.

3. Pengambilan Keputusan Manajerial Tidak Selalu Bersifat Rasional Sempurna

Temuan kajian juga memperlihatkan keterbatasan mendasar dari asumsi ekonomi manajerial tradisional yang memandang manajer sebagai pengambil keputusan yang memiliki informasi relatif lengkap, kapasitas komputasi yang memadai untuk mengevaluasi seluruh alternatif, serta preferensi yang konsisten dalam memaksimalkan tujuan organisasi. Dalam kerangka ekonomi manajerial, informasi, biaya, risiko, permintaan, produksi, dan alokasi sumber daya memang dianalisis untuk membantu manajer memilih alternatif yang memberikan hasil ekonomi paling menguntungkan (Pappas & Hirschey, 1993; Wilkinson, 2005). Namun, kerangka tersebut

terutama bersifat normatif, yaitu menjelaskan bagaimana keputusan seharusnya dibuat berdasarkan informasi dan kriteria optimasi tertentu, bukan sepenuhnya menjelaskan bagaimana keputusan aktual terbentuk ketika informasi tidak lengkap, waktu terbatas, lingkungan berubah, dan kapasitas kognitif pengambil keputusan terbatas.

Keterbatasan tersebut menjadi inti dari konsep *bounded rationality*. Simon menjelaskan bahwa rasionalitas manusia dibatasi oleh keterbatasan informasi, waktu, perhatian, dan kapasitas kognitif, sehingga pengambil keputusan tidak selalu mampu mengidentifikasi dan mengevaluasi seluruh alternatif yang tersedia. Jones (1999) kemudian menempatkan *bounded rationality* sebagai karakteristik fundamental dari proses pengambilan keputusan, bukan sekadar penyimpangan sementara dari rasionalitas ideal. Dengan demikian, keputusan manajerial tidak dapat dipahami hanya sebagai hasil optimasi matematis terhadap seperangkat alternatif yang lengkap, tetapi sebagai proses pencarian dan pemilihan alternatif yang dianggap cukup layak berdasarkan informasi dan kapasitas pemrosesan yang tersedia.

Implikasinya bersifat penting bagi ekonomi manajerial. Ketika manajer menghadapi ketidakpastian, informasi yang asimetris, tekanan waktu, keterbatasan sumber daya, dan banyaknya alternatif, mereka cenderung menggunakan heuristik, pengalaman, intuisi, dan aturan praktis untuk menyederhanakan kompleksitas keputusan. Dane dan Pratt (2007) menunjukkan bahwa intuisi dapat memainkan peran penting dalam keputusan manajerial, terutama ketika pengambil keputusan memiliki pengalaman yang memungkinkan pengenalan pola secara cepat. Namun, intuisi tidak selalu menghasilkan keputusan yang superior karena efektivitasnya bergantung pada kualitas pengalaman, karakteristik tugas, dan kondisi lingkungan keputusan. Dengan demikian, intuisi perlu dipahami bukan sebagai pengganti analisis

rasional, tetapi sebagai mekanisme kognitif yang dapat melengkapi analisis formal dalam kondisi tertentu.

Perspektif ini diperkuat oleh penelitian mengenai managerial and organizational cognition, yang menunjukkan bahwa keputusan strategis dipengaruhi oleh cara manajer mempersepsikan, menyaring, menginterpretasikan, dan menggunakan informasi, bukan hanya oleh karakteristik objektif informasi tersebut (Walsh, 1995). Eisenhardt dan Zbaracki (1992) juga menunjukkan bahwa pengambilan keputusan strategis merupakan proses yang kompleks, yang melibatkan kombinasi rasionalitas, politik, dan faktor kognitif. Dengan demikian, dua manajer yang menghadapi informasi ekonomi yang sama dapat menghasilkan keputusan berbeda karena memiliki pengalaman, mental models, persepsi risiko, preferensi, dan interpretasi lingkungan yang berbeda. Pada tingkat yang lebih spesifik, heuristik dan bias dapat memengaruhi bagaimana manajer memilih, memberi bobot, dan menginterpretasikan informasi. Hodgkinson et al. (2023) menunjukkan bahwa heuristik dan bias merupakan bagian penting dari penelitian mengenai keputusan manajerial, khususnya pada top managers. Mereka menekankan bahwa heuristik merupakan aturan praktis yang membantu manajer memusatkan perhatian pada aspek informasi tertentu, sedangkan bias dapat muncul ketika penggunaan heuristik menghasilkan penyimpangan sistematis dari penilaian yang rasional. Yang penting, pengaruh heuristik dan bias tidak bersifat universal, melainkan dipengaruhi oleh karakteristik individu, proses organisasi, serta kondisi lingkungan tempat keputusan dibuat.

Karena itu, *bounded rationality* tidak tepat dipahami semata-mata sebagai bentuk “ketidakmampuan” manajer untuk mencapai rasionalitas sempurna. Perspektif *ecological rationality* menunjukkan bahwa heuristik dapat menjadi strategi adaptif yang justru efektif ketika lingkungan keputusan memiliki karakteristik

tertentu, misalnya ketika masalah tidak terdefinisi dengan baik, informasi tersedia dalam jumlah besar tetapi memiliki tingkat relevansi yang berbeda, dan alternatif keputusan sangat banyak (Lejarraga & Pindard-Lejarraga, 2020). Dengan demikian, pertanyaan teoritis yang lebih tepat bukan sekadar apakah keputusan manajer rasional atau tidak, tetapi kapan, bagaimana, dan dalam kondisi lingkungan seperti apa suatu bentuk heuristik menghasilkan keputusan yang efektif. Perspektif tersebut memperluas ekonomi manajerial dari pendekatan optimasi menuju pemahaman yang lebih realistis mengenai proses keputusan. Rubin dan Dnes (2010) menekankan pentingnya perkembangan ekonomi manajerial yang lebih berorientasi ke depan dalam memahami persoalan keputusan aktual. Hsu dan Reid (2021) juga menunjukkan bahwa keputusan dalam organisasi dapat berlangsung melalui tahapan yang berbeda, sehingga pilihan akhir tidak selalu merupakan konsekuensi langsung dari satu proses optimasi. Sementara itu, Kunc dan Morecroft (2010) menunjukkan bahwa keputusan manajerial perlu dipahami dalam kaitannya dengan sumber daya dan dinamika kinerja perusahaan, sehingga kualitas keputusan tidak dapat dipisahkan dari konteks organisasi tempat keputusan tersebut dibuat.

Dalam perspektif behavioral strategy, Powell et al. (2011) memperluas analisis strategi dengan mengintegrasikan teori ekonomi dan ilmu perilaku untuk menjelaskan bagaimana keputusan strategis benar-benar terbentuk. Pendekatan ini penting karena keputusan yang secara matematis optimal belum tentu menjadi keputusan yang secara aktual dipilih oleh manajer. Pilihan aktual dapat dipengaruhi oleh persepsi risiko, pengalaman, preferensi, perhatian selektif, tekanan waktu, struktur organisasi, distribusi informasi, serta cara manajer memahami lingkungan persaingan. Dengan demikian, terdapat kemungkinan divergence between normative optimality and behavioral choice, yaitu kesenjangan antara alternatif yang secara teoritis memberikan hasil optimal dan alternatif yang pada akhirnya dipilih oleh pengambil keputusan. Kesenjangan tersebut semakin relevan ketika keputusan mengandung

risiko dan ketidakpastian. Wiseman dan Gomez-Mejia (1998), melalui behavioral agency model, menunjukkan bahwa keputusan pengambilan risiko manajerial tidak hanya ditentukan oleh perhitungan nilai ekonomi yang diharapkan, tetapi juga oleh bagaimana manajer memandang risiko, kehilangan, insentif, dan posisi yang mereka hadapi. Temuan ini mengindikasikan bahwa fungsi utilitas manajer tidak selalu identik dengan fungsi tujuan organisasi sebagaimana diasumsikan dalam model ekonomi yang sepenuhnya rasional.

Oleh karena itu, pengalaman, persepsi risiko, heuristik, intuisi, tekanan waktu, struktur organisasi, dan karakteristik lingkungan keputusan tidak dapat diperlakukan sebagai faktor perifer dalam ekonomi manajerial. Faktor-faktor tersebut merupakan mekanisme yang menjelaskan mengapa keputusan aktual dapat berbeda dari solusi optimal yang dihasilkan model ekonomi. Dalam konteks ini, ekonomi manajerial memberikan perangkat analitis untuk mengidentifikasi pilihan yang secara ekonomi optimal, sedangkan perspektif behavioral strategy, managerial cognition, dan bounded rationality menjelaskan mengapa, kapan, dan melalui mekanisme apa manajer memilih atau tidak memilih alternatif tersebut. Dengan demikian, integrasi ekonomi manajerial dan perspektif perilaku menghasilkan pemahaman yang lebih realistis mengenai keputusan organisasi. Model ekonomi memberikan benchmark normatif mengenai keputusan optimal, sementara bounded rationality dan behavioral strategy menjelaskan proses aktual yang menghubungkan informasi, persepsi, kognisi, pengalaman, konteks organisasi, dan pilihan manajerial. Konsekuensinya, kualitas keputusan tidak semata-mata ditentukan oleh kemampuan menghitung alternatif secara matematis, tetapi juga oleh kemampuan manajer mengenali keterbatasan informasi, memilih heuristik yang sesuai dengan karakteristik lingkungan, mengevaluasi risiko secara kritis, dan mengintegrasikan analisis formal dengan pengetahuan berbasis pengalaman.

4. Peran Purpose dalam Memperluas Tujuan Ekonomi Perusahaan

Literatur ekonomi manajerial secara klasik menempatkan perusahaan sebagai unit pengambilan keputusan yang berhadapan dengan persoalan kelangkaan sumber daya, biaya peluang, struktur pasar, risiko, insentif, dan pilihan alternatif penggunaan sumber daya. Dalam perspektif tersebut, tujuan perusahaan tidak dapat dipisahkan dari proses bagaimana manajer mengalokasikan sumber daya yang terbatas untuk menghasilkan keputusan yang memberikan nilai ekonomi bagi organisasi. Pappas dan Hirschey (1993) menempatkan analisis keputusan manajerial sebagai inti ekonomi manajerial, sedangkan Wilkinson (2005) secara eksplisit memandang ekonomi manajerial sebagai penerapan metode ekonomi dalam proses pengambilan keputusan manajerial. Dengan demikian, tujuan perusahaan secara teoritis bukan sekadar pernyataan mengenai apa yang ingin dicapai, tetapi berfungsi sebagai kriteria evaluatif yang memengaruhi pilihan alternatif, alokasi sumber daya, dan konsekuensi ekonomi dari keputusan manajerial. Wilkinson (2005), misalnya, mengintegrasikan teori perusahaan, permintaan, produksi, biaya, struktur pasar, penetapan harga, permainan strategis, dan investasi sebagai perangkat untuk memecahkan persoalan keputusan nyata yang dihadapi manajer. Namun, perspektif tersebut menghadapi keterbatasan apabila tujuan perusahaan direduksi menjadi maksimalisasi laba semata. Secara ekonomi, laba tetap merupakan indikator penting karena mencerminkan hubungan antara penerimaan dan biaya serta keberlangsungan perusahaan. Akan tetapi, laba merupakan outcome dari serangkaian keputusan mengenai sumber daya, kapabilitas, investasi, risiko, hubungan dengan pelanggan, tenaga kerja, pemasok, dan pemangku kepentingan lainnya. Dengan kata lain, pertanyaan manajerial yang lebih mendasar bukan hanya “berapa laba yang dapat dimaksimalkan?”, tetapi juga “nilai apa yang hendak diciptakan, bagi siapa, melalui sumber daya apa, dan melalui mekanisme organisasi seperti

apa?” Pergeseran pertanyaan tersebut memperluas ekonomi manajerial dari analisis optimalisasi hasil menuju analisis proses penciptaan dan pengalokasian nilai.

Perspektif ini menjadi semakin kuat dalam teori stakeholder resource-based. Stoelhorst (2023) memandang perusahaan sebagai struktur tata kelola yang memfasilitasi kerja sama para stakeholder dalam produksi dan inovasi. Dalam kerangka tersebut, value creation, value appropriation, rent, dan profit merupakan proses yang saling berkaitan, bukan fenomena yang berdiri sendiri. Profit muncul dari kemampuan manajemen menggabungkan, mengembangkan, dan mengerahkan sumber daya yang memiliki kebaruan, komplementaritas, atau skala, sedangkan distribusi nilai yang dihasilkan dipengaruhi oleh struktur tata kelola dan mekanisme tawar-menawar antarstakeholder. Dengan demikian, maksimalisasi laba tidak harus dipertentangkan secara biner dengan kepentingan stakeholder; secara teoritis, kepentingan ekonomi perusahaan dan penciptaan nilai stakeholder dapat saling berhubungan melalui mekanisme penciptaan nilai, koordinasi sumber daya, dan tata kelola.

Perkembangan tersebut kemudian mengarah pada literatur mengenai organizational purpose. Morrison dan Mota (2023) menawarkan teori organizational purpose yang berbeda dari sekadar konsep misi atau pernyataan normatif organisasi. Mereka menggunakan konsep intentionality dan speech acts untuk menjelaskan bahwa organisasi memiliki corporate mind, yaitu seperangkat keyakinan yang relatif bertahan lama mengenai kondisi dunia saat ini dan intensi mengenai kondisi yang ingin diwujudkan di masa depan. Dalam kerangka tersebut, purpose berfungsi mempertahankan corporate mind yang mengarahkan aktivitas organisasi. Artinya, tujuan organisasi mempunyai dimensi kognitif dan intensional: tujuan membentuk cara organisasi memahami keadaan, membayangkan masa depan, dan mengarahkan tindakan kolektif.

Implikasinya penting bagi ekonomi manajerial. Jika *purpose* hanya dipahami sebagai slogan, deklarasi visi, atau legitimasi eksternal, maka keberadaannya belum memiliki konsekuensi ekonomi dan manajerial yang kuat. *Purpose* baru relevan secara substantif ketika memengaruhi fungsi tujuan (*objective function*), prioritas keputusan, alokasi sumber daya, struktur insentif, desain organisasi, dan *trade-off* yang dihadapi manajer. Dalam perspektif ini, keputusan untuk mengalokasikan anggaran, memilih investasi, menentukan harga, mengembangkan produk, mempertahankan pelanggan, mengembangkan karyawan, atau memasuki pasar tertentu dapat dipandang sebagai mekanisme konkret melalui mana *purpose* diterjemahkan menjadi tindakan organisasi. George et al. (2023) memperdalam argumen tersebut dengan membedakan *purpose* berdasarkan nilai yang hendak diciptakan perusahaan bagi stakeholder serta mengembangkan kerangka yang membedakan proses pembentukan (*purpose formation*), formalisasi (*purpose formalization*), dan realisasi (*purpose realization*). Pembedaan ini secara teoritis penting karena menunjukkan bahwa adanya pernyataan tujuan belum sama dengan tercapainya tujuan. Sebuah perusahaan dapat memiliki *purpose statement* yang kuat secara simbolik, tetapi gagal menerjemahkannya ke dalam struktur organisasi, keputusan strategis, sistem insentif, rutinitas operasional, dan perilaku manajerial. Karena itu, *purpose* harus dianalisis sebagai proses organisasional, bukan semata-mata sebagai dokumen deklaratif. Dari perspektif tersebut, terdapat *implementation gap* antara *purpose* yang dinyatakan dan *purpose* yang direalisasikan. Gap tersebut muncul ketika tujuan normatif organisasi tidak terhubung dengan mekanisme pengambilan keputusan. Secara empiris dan manajerial, persoalannya dapat dirumuskan sebagai berikut: perusahaan mungkin menyatakan ingin menciptakan nilai bagi pelanggan, karyawan, masyarakat, dan pemegang saham, tetapi pada saat menghadapi keterbatasan anggaran harus memilih antara investasi jangka panjang dan keuntungan jangka pendek, antara kualitas dan efisiensi biaya,

antara retensi pelanggan dan margin, atau antara inovasi dan pengendalian risiko. Dengan demikian, kekuatan *purpose* justru dapat diuji melalui *trade-off*, bukan ketika semua tujuan dapat dicapai secara bersamaan.

Di sinilah teori ekonomi manajerial menjadi relevan kembali. Prinsip *opportunity cost* menegaskan bahwa setiap keputusan untuk mengejar satu tujuan mengandung pengorbanan terhadap alternatif lain. Karena sumber daya perusahaan terbatas, *purpose* tidak menghilangkan *trade-off*, melainkan memberikan arah dan prioritas terhadap *trade-off* tersebut. Levinthal dan Wu (2010), misalnya, menunjukkan pentingnya *opportunity costs* dalam keputusan mengenai pemanfaatan kapabilitas dan cakupan perusahaan. Dalam konteks *purpose*, konsekuensinya adalah bahwa tujuan organisasi seharusnya dapat menjelaskan mengapa perusahaan memilih satu alternatif dibandingkan alternatif lain ketika sumber daya, waktu, dan perhatian manajerial terbatas.

Masalah tersebut semakin kompleks karena keputusan manajerial tidak berlangsung dalam kondisi informasi sempurna. Literatur mengenai *bounded rationality* menunjukkan bahwa manajer menghadapi keterbatasan informasi, perhatian, waktu, dan kapasitas kognitif dalam mengambil keputusan (Jones, 1999; Lejarraga et al., 2020). Eisenhardt dan Zbaracki (1992) juga menunjukkan bahwa pengambilan keputusan strategis merupakan proses yang kompleks dan tidak sepenuhnya dapat dijelaskan oleh asumsi rasionalitas sempurna. Karena itu, *purpose* dapat berfungsi sebagai mekanisme pengarah perhatian (*attention-directing mechanism*) yang membantu organisasi menyaring alternatif dan menetapkan prioritas ketika manajer menghadapi ketidakpastian dan keterbatasan kognitif. Namun, fungsi tersebut tidak otomatis menghasilkan keputusan yang optimal; *purpose* sendiri dapat menjadi sumber bias apabila diformulasikan terlalu sempit, tidak konsisten, atau tidak didukung mekanisme evaluasi.

Perspektif ini dapat diperluas melalui literatur *behavioral strategy*. Wiseman dan Gomez-Mejia (1998) menunjukkan bahwa keputusan manajerial dipengaruhi oleh struktur insentif dan

persepsi risiko, sedangkan Powell et al. (2011) menempatkan keterbatasan kognitif dan perilaku sebagai bagian penting dalam memahami strategi. Dengan demikian, tujuan perusahaan tidak beroperasi dalam ruang hampa. Pengaruh *purpose* terhadap kinerja bergantung pada bagaimana tujuan tersebut berinteraksi dengan insentif, preferensi risiko, struktur kewenangan, informasi, rutinitas organisasi, dan proses pengambilan keputusan. Ini berarti bahwa dua perusahaan dengan *purpose statement* yang identik dapat menghasilkan keputusan dan kinerja yang berbeda karena memiliki mekanisme implementasi dan konfigurasi organisasi yang berbeda. Dimensi tersebut menjadi semakin relevan dalam konteks transformasi digital. Bresciani et al. (2021) menunjukkan bahwa transformasi digital dapat menjadi springboard bagi inovasi produk, proses, dan model bisnis, sedangkan Caputo et al. (2021) menunjukkan bahwa digitalisasi mengubah konfigurasi dan perkembangan model bisnis. Dengan demikian, ketika lingkungan bisnis berubah secara digital, *purpose* tidak cukup hanya dipertahankan sebagai identitas organisasi; ia harus diterjemahkan kembali ke dalam pilihan teknologi, desain proses, model bisnis, hubungan pelanggan, pengelolaan data, dan konfigurasi sumber daya. Digitalisasi dengan demikian bukan hanya persoalan efisiensi teknologi, tetapi juga menguji apakah tujuan organisasi mampu menjadi prinsip yang koheren dalam mengarahkan perubahan model bisnis.

Dari sisi pelanggan, hubungan antara tujuan organisasi dan kinerja juga tidak bersifat linear. Oliver (1980) menjelaskan kepuasan sebagai hasil proses evaluatif konsumen terhadap pengalaman dan harapan, sementara penelitian yang lebih baru menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dapat berhubungan dengan loyalitas dan kinerja finansial perusahaan (Otto et al., 2020; Mittal et al., 2023). Temuan tersebut memperkuat argumen bahwa penciptaan nilai bagi stakeholder tertentu, seperti pelanggan, dapat memiliki

konsekuensi ekonomi bagi perusahaan. Namun, hubungan tersebut tetap bersifat mediasi dan kondisional, bukan otomatis. Kepuasan pelanggan harus diterjemahkan menjadi perilaku loyalitas dan kemudian menjadi konsekuensi ekonomi agar akhirnya berkontribusi pada kinerja perusahaan. Dengan demikian, literatur tersebut mengarahkan pada suatu sintesis: tujuan perusahaan tidak seharusnya ditempatkan sebagai alternatif dari laba, tetapi sebagai mekanisme yang membantu menentukan bagaimana perusahaan menciptakan, mendistribusikan, dan menangkap nilai dalam kondisi keterbatasan sumber daya dan konflik kepentingan stakeholder. Ekonomi manajerial memberikan fondasi mengenai kelangkaan, *opportunity cost*, optimisasi, dan pengambilan keputusan; teori organisasi menjelaskan bagaimana *purpose* mengarahkan tindakan kolektif; teori stakeholder menjelaskan kepada siapa nilai diciptakan dan bagaimana nilai tersebut didistribusikan; sedangkan teori penciptaan dan penangkapan nilai menjelaskan bagaimana aktivitas tersebut dapat dikonversikan menjadi keuntungan dan keberlanjutan organisasi.

Secara kritis, literatur tersebut juga menunjukkan bahwa *purpose* tidak selalu menghasilkan kinerja positif. *Purpose* yang tidak konsisten dengan struktur insentif, sumber daya, kapabilitas, atau proses pengambilan keputusan dapat menghasilkan *decoupling* antara apa yang diklaim organisasi dan apa yang benar-benar dilakukan. Bahkan, *purpose* yang terlalu luas dapat meningkatkan konflik prioritas dan memperbesar biaya koordinasi ketika organisasi menghadapi *trade-off* yang nyata. Sebaliknya, *purpose* yang cukup jelas, terinternalisasi, dan diterjemahkan ke dalam sistem keputusan dapat berfungsi sebagai mekanisme koordinasi yang mengurangi ambiguitas tujuan dan membantu organisasi memusatkan sumber daya pada aktivitas yang dianggap bernilai. Oleh karena itu, perkembangan literatur dari ekonomi manajerial klasik menuju

organizational purpose, stakeholder theory, resource-based theory, behavioral strategy, dan value creation menunjukkan bahwa tujuan perusahaan perlu dipahami bukan sebagai deklarasi normatif tentang apa yang “seharusnya” dilakukan perusahaan, melainkan sebagai mekanisme manajerial yang menghubungkan preferensi tujuan dengan keputusan di bawah kelangkaan sumber daya. Dalam perspektif ini, pertanyaan fundamental ekonomi manajerial berkembang dari “bagaimana perusahaan memaksimalkan laba?” menjadi pertanyaan yang lebih komprehensif: “bagaimana perusahaan menentukan tujuan, menerjemahkannya ke dalam keputusan dan tata kelola, mengalokasikan sumber daya yang terbatas, menciptakan nilai bagi stakeholder, dan pada akhirnya menangkap nilai yang memungkinkan keberlanjutan ekonomi organisasi?” Dengan demikian, ekonomi manajerial kontemporer tidak menghapus tujuan ekonomi perusahaan, tetapi mereposisi laba sebagai salah satu outcome dari sistem penciptaan nilai yang lebih luas. Profit tetap penting sebagai indikator keberlanjutan dan hasil ekonomi, tetapi kemampuan menghasilkan profit bergantung pada bagaimana perusahaan mengelola sumber daya, kapabilitas, stakeholder, keputusan, dan mekanisme penciptaan serta penangkapan nilai. Di titik inilah teori organizational purpose Morrison dan Mota (2023), kerangka purpose George et al. (2023), serta stakeholder resource-based theory Stoelhorst (2023) memperluas fondasi ekonomi manajerial klasik dan memberikan basis teoritis untuk menganalisis perusahaan sebagai sistem pengambilan keputusan, penciptaan nilai, dan koordinasi kepentingan stakeholder.

5. Transformasi Digital Memperluas Ruang Keputusan Manajerial

Perkembangan digital juga mengubah konteks penerapan ekonomi manajerial. Digitalisasi memungkinkan perusahaan memperoleh data yang lebih cepat dan lebih granular mengenai pelanggan, permintaan, perilaku pasar, serta proses internal. Bresciani et al. (2021) menunjukkan bahwa transformasi digital dapat menjadi pendorong inovasi produk, proses, dan model bisnis, sedangkan Caputo et al. (2021) menunjukkan

perkembangan literatur mengenai digitalisasi dan transformasi model bisnis. Konsekuensinya, keputusan manajerial kontemporer tidak hanya berkaitan dengan harga, output, biaya, dan investasi dalam pengertian konvensional, tetapi juga mencakup keputusan berbasis data, digital business model, platform, inovasi, personalisasi layanan, dan pemanfaatan teknologi. Berdasarkan sintesis literatur, ekonomi manajerial dapat dipahami sebagai sistem pengambilan keputusan yang menghubungkan empat lapisan utama. Pertama, economic foundations, yaitu ekonomi mikro, makro, ekonometrika, dan analisis industri. Kedua, decision mechanisms, yaitu analisis risiko, ketidakpastian, bounded rationality, heuristik, dan intuisi. Ketiga, strategic value mechanisms, yaitu penciptaan, penangkapan, dan distribusi nilai. Keempat, organizational context, yaitu purpose, stakeholder, governance, dan transformasi digital. Kerangka ini menunjukkan bahwa ekonomi manajerial tidak sekadar menyediakan teori untuk menjelaskan perilaku ekonomi perusahaan, tetapi menyediakan perangkat analitis untuk menerjemahkan kondisi ekonomi, informasi, keterbatasan kognitif, sumber daya, dan tujuan organisasi menjadi keputusan manajerial yang dapat dipertanggungjawabkan.

Ekonomi manajerial merupakan bidang terapan yang mengintegrasikan teori ekonomi, khususnya ekonomi mikro, dengan metode analitis untuk membantu manajer memecahkan persoalan pengambilan keputusan dalam organisasi. Pappas dan Hirschey (1993) menempatkan ekonomi manajerial sebagai penerapan prinsip dan metodologi ekonomi terhadap proses pengambilan keputusan bisnis, sedangkan Wilkinson (2005) menekankan pendekatan problem-solving yang menghubungkan konsep ekonomi dengan persoalan nyata yang dihadapi manajer. Dengan demikian, ekonomi manajerial tidak semata-mata merupakan penerapan teori ekonomi dalam perusahaan, tetapi merupakan disiplin integratif yang menghubungkan teori ekonomi, metode kuantitatif, kondisi organisasi, dan pertimbangan manajerial dalam menghasilkan keputusan yang lebih rasional dan efektif. Ekonomi mikro menjadi fondasi utama

karena menyediakan kerangka untuk memahami perilaku konsumen, permintaan, produksi, biaya, struktur pasar, penetapan harga, alokasi sumber daya, dan perilaku perusahaan. Sementara itu, ekonomi makro memberikan konteks eksternal yang memengaruhi keputusan perusahaan melalui perubahan inflasi, tingkat suku bunga, pertumbuhan ekonomi, nilai tukar, kebijakan fiskal, dan kebijakan moneter. Hubungan mikro dan makro tersebut bersifat komplementer. Keputusan produksi dan harga, misalnya, berada pada tingkat perusahaan, tetapi efektivitas keputusan tersebut dipengaruhi oleh kondisi permintaan agregat, biaya pembiayaan, daya beli, serta lingkungan kebijakan ekonomi. Oleh karena itu, ekonomi manajerial perlu dipahami sebagai analisis keputusan pada tingkat perusahaan yang berlangsung dalam lingkungan ekonomi yang lebih luas.

Teori perusahaan merupakan salah satu fondasi penting ekonomi manajerial karena menjelaskan bagaimana perusahaan menentukan penggunaan sumber daya, tingkat produksi, harga, investasi, dan strategi dalam kondisi keterbatasan sumber daya dan ketidakpastian. Dalam pendekatan ekonomi konvensional, perilaku perusahaan sering dimodelkan melalui tujuan maksimisasi laba. Namun, menyamakan tujuan perusahaan semata-mata dengan maksimisasi laba jangka pendek merupakan penyederhanaan yang tidak sepenuhnya mampu menjelaskan kompleksitas organisasi modern. Perspektif perusahaan berkembang dari fokus pada maksimisasi laba menuju persoalan penciptaan nilai, penangkapan nilai, pengelolaan risiko, pengembangan kapabilitas, dan penentuan ruang lingkup perusahaan. Levinthal dan Wu (2010), misalnya, menunjukkan bahwa keputusan perusahaan berkaitan dengan opportunity costs, kapabilitas yang tidak selalu bersifat scale-free, ruang lingkup korporasi, dan margin keuntungan. Perspektif tersebut menunjukkan bahwa keputusan perusahaan tidak dapat direduksi menjadi persoalan matematis untuk menemukan tingkat output yang

menghasilkan laba maksimum, tetapi juga berkaitan dengan bagaimana perusahaan memilih dan mengembangkan sumber daya serta kapabilitas yang memiliki konsekuensi jangka panjang. Lepak, Smith, dan Taylor (2007) memperluas analisis tersebut melalui perbedaan antara value creation dan value capture. Perusahaan tidak hanya harus menciptakan nilai bagi pelanggan dan pihak terkait, tetapi juga harus memiliki mekanisme untuk menangkap sebagian nilai tersebut agar dapat mempertahankan keberlanjutan ekonominya. Dengan demikian, keputusan manajerial dapat dipahami sebagai proses memilih alternatif yang memungkinkan perusahaan menciptakan, mempertahankan, dan menangkap nilai secara berkelanjutan.

Perspektif tersebut semakin berkembang melalui pendekatan organizational purpose dan stakeholder. Morrison dan Mota (2023) menunjukkan bahwa tujuan organisasi tidak dapat dipahami hanya melalui satu fungsi objektif ekonomi, sedangkan George et al. (2023) menempatkan purpose sebagai dimensi penting dalam memahami bagaimana perusahaan for-profit menentukan arah dan kontribusi organisasionalnya. Stoelhorst (2023) selanjutnya mengembangkan perspektif stakeholder resource-based theory yang memandang penciptaan nilai sebagai hasil interaksi sumber daya dan kepentingan berbagai pemangku kepentingan. Oleh karena itu, dalam konteks bisnis kontemporer, tujuan perusahaan lebih tepat dipahami sebagai konstruk multidimensional yang mencakup kinerja ekonomi, penciptaan nilai, keberlanjutan, kepentingan stakeholder, dan tujuan organisasi. Kekuatan ekonomi manajerial tidak hanya terletak pada teori ekonomi, tetapi juga pada kemampuannya mengintegrasikan berbagai perangkat pengambilan keputusan. Metode kalkulus diferensial, optimasi, programasi matematis, statistik, ekonometrika, dan peramalan digunakan untuk menganalisis hubungan antarvariabel, mengevaluasi alternatif keputusan,

memperkirakan kondisi masa depan, dan menentukan pilihan yang paling sesuai dengan tujuan organisasi (Pappas & Hirschey, 1993; Wilkinson, 2005). Namun demikian, pendekatan optimasi tidak selalu identik dengan perilaku aktual manajer. Keputusan manajerial berlangsung dalam kondisi informasi yang tidak sempurna, keterbatasan waktu, ketidakpastian, dan keterbatasan kemampuan kognitif. Konsep bounded rationality menjelaskan bahwa pengambil keputusan tidak selalu mampu mengevaluasi seluruh alternatif dan konsekuensinya secara sempurna (Jones, 1999). Lejarraga et al. (2020) lebih lanjut menunjukkan bahwa keterbatasan rasionalitas perlu dipahami dalam konteks lingkungan tempat keputusan dibuat. Dengan demikian, keputusan manajerial tidak selalu merupakan hasil optimasi matematis, tetapi dapat melibatkan heuristics, pengalaman, intuisi, dan adaptasi terhadap lingkungan. Dane dan Pratt (2007) menunjukkan bahwa intuisi dapat memainkan peran dalam pengambilan keputusan manajerial, sedangkan Powell, Lovallo, dan Fox (2011) menempatkan faktor kognitif dan perilaku sebagai bagian penting dari behavioral strategy. Temuan tersebut memperluas perspektif ekonomi manajerial dari model pengambil keputusan yang sepenuhnya rasional menuju model yang mempertimbangkan keterbatasan kognitif, bias, pengalaman, dan konteks keputusan. Dalam konteks administrasi bisnis, ekonomi manajerial memiliki karakter lintas-fungsional. Akuntansi menyediakan informasi mengenai kondisi keuangan organisasi, keuangan membantu mengevaluasi keputusan investasi dan pembiayaan, pemasaran menyediakan informasi mengenai perilaku dan kebutuhan pelanggan, manajemen operasi berkaitan dengan produksi dan efisiensi, sedangkan manajemen sumber daya manusia berkaitan dengan pengelolaan tenaga kerja. Ekonomi manajerial mengintegrasikan informasi tersebut ke dalam kerangka analisis ekonomi untuk mendukung keputusan manajerial. Dengan demikian, ekonomi manajerial lebih tepat diposisikan sebagai integrative decision-making discipline daripada sekadar salah satu mata kuliah

fungsional dalam administrasi bisnis. Perannya adalah menghubungkan informasi dari berbagai fungsi organisasi dengan teori ekonomi dan metode kuantitatif untuk mengevaluasi trade-off, risiko, biaya peluang, dan konsekuensi alternatif keputusan.

Perkembangan digital semakin memperluas ruang lingkup ekonomi manajerial. Transformasi digital memungkinkan perusahaan menggunakan data dalam jumlah besar untuk meningkatkan kualitas keputusan mengenai pelanggan, produksi, harga, distribusi, dan inovasi. Bresciani et al. (2021) menunjukkan bahwa transformasi digital dapat menjadi pendorong inovasi produk, proses, dan model bisnis. Sementara itu, Caputo et al. (2021) menunjukkan bahwa digitalisasi mengubah konfigurasi dan perkembangan model bisnis. Perubahan tersebut memiliki implikasi terhadap ekonomi manajerial karena keputusan perusahaan semakin bergantung pada analisis data, teknologi digital, platform, otomatisasi, dan kemampuan mengadaptasi model bisnis. Oleh karena itu, perangkat ekonomi konvensional perlu dikombinasikan dengan analitik data, pemahaman teknologi, serta kemampuan manajerial untuk menginterpretasikan informasi dalam kondisi lingkungan yang berubah cepat. Berdasarkan sintesis literatur tersebut, ekonomi manajerial dapat dipahami sebagai disiplin yang mengintegrasikan lima komponen utama: (1) teori ekonomi sebagai fondasi analitis; (2) metode kuantitatif sebagai perangkat pengambilan keputusan; (3) teori perusahaan sebagai kerangka memahami alokasi sumber daya dan perilaku organisasi; (4) perspektif perilaku dan bounded rationality sebagai penjelas keterbatasan pengambilan keputusan; dan (5) perspektif value creation, stakeholder, purpose, dan digital transformation sebagai konteks strategis perusahaan modern. Dengan kerangka tersebut, tujuan ekonomi manajerial tidak lagi tepat dipahami hanya sebagai upaya menemukan keputusan yang memaksimalkan laba dalam jangka pendek. Ekonomi manajerial lebih tepat dipahami sebagai proses menganalisis alternatif keputusan, mengelola keterbatasan sumber daya dan

ketidakpastian, menciptakan serta menangkap nilai, dan mendukung pencapaian tujuan organisasi secara berkelanjutan. Perspektif ini mempertahankan kekuatan teori ekonomi klasik sekaligus mengakomodasi kompleksitas organisasi dan lingkungan bisnis kontemporer.

Ekonomi manajerial sebaiknya tidak diposisikan semata-mata sebagai fungsi ekonomi yang berdiri sendiri dalam struktur organisasi, melainkan sebagai kerangka analitis yang mengintegrasikan prinsip-prinsip ekonomi ke dalam proses pengambilan keputusan manajerial. Wilkinson (2005) mendefinisikan ekonomi manajerial sebagai penerapan metode ekonomi dalam proses pengambilan keputusan manajerial, yang mencakup antara lain teori perusahaan, analisis permintaan, produksi dan biaya, struktur pasar, penetapan harga, teori permainan, investasi, serta kebijakan pemerintah. Dengan demikian, keberadaan ekonomi manajerial tidak mensyaratkan adanya departemen ekonomi secara formal, karena fungsi ekonominya dapat melekat dan digunakan lintas fungsi organisasi. Dalam perspektif ini, ekonomi manajerial memiliki sedikitnya dua fungsi utama, yaitu fungsi analitis (*analytical function*) dan fungsi integratif (*integrative function*). Pertama, fungsi analitis berkaitan dengan penyediaan konsep, model, dan teknik untuk mengevaluasi alternatif keputusan, seperti analisis permintaan, elastisitas, biaya, produksi, harga, investasi, risiko, dan alokasi sumber daya. Kedua, fungsi integratif berkaitan dengan kemampuan ekonomi manajerial menghubungkan keputusan pada berbagai fungsi organisasi pemasaran, operasi, keuangan, sumber daya manusia, dan strategi ke dalam konsekuensi ekonomi yang lebih luas. Oleh karena itu, ekonomi manajerial tidak hanya menjawab pertanyaan mengenai “alternatif mana yang paling menguntungkan”, tetapi juga mengenai bagaimana keterbatasan sumber daya, biaya peluang, risiko,

ketidakpastian, dan interdependensi antarunit memengaruhi kualitas keputusan organisasi.

Fungsi integratif tersebut menjadi semakin penting karena keputusan organisasi pada praktiknya tidak selalu berlangsung berdasarkan asumsi rasionalitas sempurna. Literatur mengenai managerial decision-making menunjukkan bahwa keputusan perusahaan dipengaruhi oleh keterbatasan informasi, kapasitas kognitif, tekanan waktu, kompleksitas, regulasi, dan karakteristik lingkungan keputusan. Hsu dan Reid (2021), misalnya, menunjukkan melalui tiga studi kasus perusahaan Inggris bahwa proses pengambilan keputusan dapat berlangsung secara bertahap maupun simultan, dengan konsekuensi yang berbeda terhadap kebutuhan data, risiko, transparansi, dan pelaksanaan keputusan. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa teori ekonomi menjadi lebih bermakna ketika diterjemahkan ke dalam mekanisme keputusan organisasi yang nyata. Perkembangan tersebut juga menunjukkan bahwa ekonomi manajerial kontemporer tidak lagi memadai apabila hanya dipahami dalam kerangka optimasi ekonomi konvensional. Rubin dan Dnes (2010) menunjukkan bahwa perkembangan ekonomi manajerial semakin dipengaruhi oleh perspektif behavioral, experimental, global, dan organizational. Dengan demikian, analisis ekonomi perlu mempertimbangkan bagaimana manajer benar-benar mengambil keputusan dalam kondisi informasi yang tidak sempurna dan rasionalitas yang terbatas. Dalam konteks ini, pendekatan *bounded rationality*, *heuristics*, *intuition*, dan *behavioral strategy* menjadi pelengkap penting bagi model ekonomi tradisional. Lebih lanjut, tujuan perusahaan sendiri tidak lagi memadai jika direduksi hanya pada maksimalisasi keuntungan pemegang saham. Perspektif kontemporer mengenai organizational purpose menunjukkan bahwa organisasi memiliki tujuan yang lebih kompleks, termasuk penciptaan nilai bagi berbagai pemangku kepentingan. Morrison dan Mota (2023)

memandang organizational purpose sebagai elemen yang menopang keyakinan dan intensi jangka panjang organisasi, sedangkan George et al. (2023) menekankan bahwa purpose menjelaskan nilai yang ingin diciptakan perusahaan bagi para stakeholder dan membedakan antara perumusan tujuan dengan realisasi tujuan tersebut.

Implikasinya, fungsi ekonomi manajerial perlu bergeser dari sekadar profit-oriented decision support menuju value-oriented and stakeholder-aware decision support. Perspektif stakeholder resource-based theory yang dikembangkan Stoelhorst (2023) memperkuat argumentasi ini dengan memandang perusahaan sebagai struktur tata kelola yang memfasilitasi kerja sama stakeholder dalam proses produksi dan inovasi. Dalam perspektif tersebut, profit tidak hanya merupakan hasil dari kondisi pasar, tetapi juga dari kemampuan manajemen mengombinasikan, mengembangkan, dan mengalokasikan sumber daya secara unik, sementara pembagian nilai yang dihasilkan dipengaruhi oleh struktur tata kelola dan hubungan antarstakeholder. Dengan demikian, posisi ekonomi manajerial dalam administrasi bisnis lebih tepat dipahami bukan sebagai “departemen ekonomi” maupun sekadar “mata kuliah alat”, tetapi sebagai kerangka pengambilan keputusan lintas fungsi yang menghubungkan economic reasoning, managerial cognition, organizational coordination, resource allocation, value creation, dan value capture. Pada lingkungan bisnis yang semakin terdigitalisasi, fungsi tersebut semakin relevan karena pengambilan keputusan dapat didukung oleh data real-time, analitik prediktif, kecerdasan buatan, dan model bisnis digital. Oleh sebab itu, ekonomi manajerial kontemporer perlu dipahami sebagai disiplin yang menjembatani teori ekonomi dengan realitas keputusan organisasi, termasuk ketidakpastian, keterbatasan kognitif, kepentingan stakeholder, dan perubahan teknologi.

Berdasarkan sintesis tersebut, dapat dirumuskan bahwa fungsi utama ekonomi manajerial dalam administrasi bisnis terdiri atas empat dimensi yang saling berkaitan: (1) analytical function untuk mengevaluasi alternatif keputusan;

(2) integrative function untuk menghubungkan keputusan lintas fungsi; (3) behavioral-organizational function untuk menjelaskan keterbatasan dan proses aktual pengambilan keputusan; dan (4) value-governance function untuk menghubungkan alokasi sumber daya dengan penciptaan, penangkapan, dan distribusi nilai di antara stakeholder. Kerangka empat dimensi ini memberikan pemahaman yang lebih komprehensif dibandingkan klasifikasi konvensional yang hanya menempatkan ekonomi manajerial sebagai mata kuliah alat dan mata kuliah integratif.

KESIMPULAN

Ekonomi manajerial pada hakikatnya bukan sekadar disiplin yang “menghubungkan” ilmu ekonomi dengan pengambilan keputusan, melainkan merupakan penerapan prinsip-prinsip ekonomi, terutama mikroekonomi, serta metode kuantitatif untuk menganalisis dan memecahkan persoalan manajerial secara rasional. Fokus utamanya adalah bagaimana manajer memilih alternatif tindakan terbaik ketika organisasi menghadapi keterbatasan sumber daya, ketidakpastian, risiko, persaingan, serta berbagai tujuan yang harus dicapai secara simultan. Dengan demikian, konsep seperti permintaan, biaya, produksi, struktur pasar, penetapan harga, efisiensi, dan perilaku strategis tidak berhenti sebagai teori ekonomi, tetapi diterjemahkan menjadi dasar analitis bagi keputusan bisnis yang konkret. Dalam perspektif yang lebih luas, ekonomi manajerial memiliki keterkaitan erat dengan studi administrasi bisnis karena keputusan manajerial berlangsung dalam berbagai fungsi organisasi, seperti pemasaran, keuangan, produksi dan operasi, sumber daya manusia, serta manajemen strategis. Dalam konteks tersebut, ekonomi manajerial berperan sebagai kerangka analitis yang membantu manajer mengevaluasi konsekuensi ekonomi dari setiap alternatif keputusan, sedangkan disiplin fungsional administrasi bisnis menyediakan konteks dan karakteristik persoalan yang harus diselesaikan. Oleh karena itu, hubungan ekonomi manajerial dengan administrasi bisnis bersifat komplementer: ekonomi manajerial memberikan

economic reasoning dan alat analisis, sementara bidang-bidang fungsional menyediakan arena penerapan keputusan tersebut.

Lebih lanjut, pengambilan keputusan manajerial yang efektif tidak cukup hanya mengandalkan intuisi atau pengalaman. Keputusan seperti menentukan harga optimal, memperkirakan permintaan, menentukan tingkat produksi, mengendalikan biaya, memilih antara memproduksi atau membeli, mengevaluasi investasi, maupun merespons strategi pesaing memerlukan evidence-based decision making melalui pemanfaatan data, analisis statistik, peramalan, optimasi, dan evaluasi risiko. Ekonomi manajerial tetap memiliki batas epistemologis dan operasional, yaitu berfokus pada analisis ekonomi terhadap persoalan keputusan manajerial. Aspek seperti perilaku organisasi, kepemimpinan, budaya organisasi, hukum bisnis, akuntansi, maupun psikologi konsumen memiliki perangkat teori dan metode tersendiri, meskipun dapat berinteraksi dengan analisis ekonomi. Oleh sebab itu, posisi ekonomi manajerial lebih tepat dipahami sebagai bidang multidisipliner yang bersifat integratif dan aplikatif, yang menggabungkan teori ekonomi, analisis kuantitatif, dan konteks bisnis untuk menghasilkan keputusan yang lebih efisien, rasional, terukur, dan dapat dipertanggungjawabkan. Dengan demikian, ruang lingkup ekonomi manajerial memang luas, tetapi bukan tanpa batas. Batas tersebut ditentukan oleh objek kajiannya, yaitu persoalan ekonomi yang muncul dalam proses pengambilan keputusan organisasi, serta oleh tujuan analisisnya, yaitu membantu manajemen mengalokasikan sumber daya yang terbatas secara optimal dalam kondisi ketidakpastian dan persaingan. Pemahaman ini menempatkan ekonomi manajerial bukan hanya sebagai penghubung antara teori dan praktik, tetapi sebagai kerangka pengambilan keputusan berbasis ekonomi dan bukti yang menjembatani teori, data, dan tindakan manajerial.

DAFTAR PUSTAKA

- Bresciani, S., Huarng, K.-H., Malhotra, A., & Ferraris, A. (2021). Digital transformation as a springboard for product, process and business model innovation. *Journal of Business Research*, 128, 204–210. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.02.003>
- Cameron, K. (1986). A study of organizational effectiveness and its predictors. *Management Science*, 32(1), 87–112. <https://doi.org/10.1287/mnsc.32.1.87>
- Caputo, A., Pizzi, S., Pellegrini, M. M., & Dabić, M. (2021). Digitalization and business models: Where are we going? A science map of the field. *Journal of Business Research*, 123, 489–501. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.09.053>
- Dane, E., & Pratt, M. G. (2007). Exploring intuition and its role in managerial decision making. *Academy of Management Review*, 32(1), 33–54. <https://doi.org/10.5465/AMR.2007.23463682>
- Eisenhardt, K. M., & Zbaracki, M. J. (1992). Strategic decision making. *Strategic Management Journal*, 13(S2), 17–37. <https://doi.org/10.1002/smj.4250130904>
- Elbanna, S., Di Benedetto, C. A., & Gherib, J. (2011). Managerial decision-making in international business: A forty-five-year retrospective. *Journal of World Business*, 46(2), 135–142. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2010.05.001>
- Falk, T., Hammerschmidt, M., & Schepers, J. J. L. (2010). The service quality–satisfaction link revisited: Exploring asymmetries and dynamics. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 38(3), 288–302. <https://doi.org/10.1007/s11747-009-0152-2>
- George, G., Haas, M. R., McGahan, A. M., Schillebeeckx, S. J. D., & Tracey, P. (2023). Purpose in the for-profit firm: A review and framework for management research. *Journal of Management*, 49(6), 1841–1865. <https://doi.org/10.1177/01492063211006450>
- George, G., Haas, M. R., McGahan, A. M., Schillebeeckx, S. J. D., & Tracey, P. (2022).

- Purpose in the for-profit firm: A review and framework for management research. *Journal of Management*, 48(6), 1845–1866. <https://doi.org/10.1177/01492063211006450>
- Gusni, (2015). *Topik 1 : Sifat dan Ruang Lingkup Ekonomi Manajerial*, 2-5. Diunduh dari www.academia.edu pada tanggal 5 Desember 2018.
- Hodgkinson, G. P., Sadler-Smith, E., & others. (2023). The heuristics and biases of top managers: Past, present, and future. *Journal of Management Studies*, 60(5). <https://doi.org/10.1111/joms.12937>
- Hsu, Y.-L., & Reid, G. C. (2021). Two-stage decision-making within the firm: Analysis and case studies. *Managerial and Decision Economics*, 42(6), 1355–1373. <https://doi.org/10.1002/mde.3317>
- Jones, B. D. (1999). Bounded rationality. *Annual Review of Political Science*, 2, 297–321. <https://doi.org/10.1146/annurev.polisci.2.1.297>
- Kunc, M. H., & Morecroft, J. D. W. (2010). Managerial decision making and firm performance under a resource-based paradigm. *Strategic Management Journal*, 31(11), 1164–1182. <https://doi.org/10.1002/smj.858>
- Lejarraga, T., Frey, R., Schnitzler, C., & Schnitzler, C. (2020). Bounded rationality: Cognitive limitations or adaptation to the environment? The implications of ecological rationality for management learning. *Academy of Management Learning & Education*, 19(3), 357–379. <https://doi.org/10.5465/amle.2019.0189>
- Levinthal, D. A., & Wu, B. (2010). Opportunity costs and non-scale free capabilities: Profit maximization, corporate scope, and profit margins. *Strategic Management Journal*, 31(7), 780–801. <https://doi.org/10.1002/smj.845>
- Mittal, V., Han, K., Frennea, C., Blut, M., Shaik, M., Bosukonda, N., & Sridhar, S. (2023). Customer satisfaction, loyalty behaviors, and firm financial performance: What 40 years of research tells us. *Marketing Letters*, 34, 171–187. <https://doi.org/10.1007/s11002-023-09671-w>
- Morrison, A. D., & Mota, R. (2023). A theory of organizational purpose. *Academy of Management Review*, 48(2), 203–219. <https://doi.org/10.5465/amr.2019.0307>
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460–469. <https://doi.org/10.2307/3150499>
- Ostroff, C., & Schmitt, N. (1993). Configurations of organizational effectiveness and efficiency. *Academy of Management Journal*, 36(6), 1345–1361. <https://doi.org/10.5465/256814>
- Otto, A. S., Szymanski, D. M., & Varadarajan, R. (2020). Customer satisfaction and firm performance: Insights from over a quarter century of empirical research. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(3), 543–564. <https://doi.org/10.1007/s11747-019-00657-7>
- Pappas, James L., & Hirschey, Mark. (1993). **Ekonomi Manajerial**. Binarupa Aksara: Jakarta.
- Powell, T. C., Lovallo, D., & Fox, C. R. (2011). Behavioral strategy. *Strategic Management Journal*, 32(13), 1369–1386. <https://doi.org/10.1002/smj.968>
- Rubin, P. H., & Dnes, A. W. (2010). Managerial economics: A forward looking assessment. *Managerial and Decision Economics*, 31(8), 497–501. <https://doi.org/10.1002/mde.1509>
- Stoelhorst, J. W. (2023). Value, rent, and profit: A stakeholder resource-based theory. *Strategic Management Journal*, 44(2), 307–336. <https://doi.org/10.1002/smj.3280>
- W, Tri Eti T. (2016). *Bab 1 : Pengertian Ekonomi Manajerial*, 2-3. Diunduh dari www.academia.edu pada tanggal 7 Desember 2018.
- Walsh, J. P. (1995). Managerial and organizational cognition: Notes from a trip down memory lane. *Organization Science*, 6(3), 280–321. <https://doi.org/10.1287/orsc.6.3.280>
- Wilkinson, N. (2005). *Managerial economics: A problem-solving approach*. Cambridge University Press.
- Wiseman, R. M., & Gomez-Mejia, L. R. (1998). A behavioral agency model of managerial risk taking. *Academy of Management Review*, 23(1), 133–153. <https://doi.org/10.5465/AMR.1998.192967>