

2 PERILAKU KONSUMEN

2.1. PENDEKATAN PERILAKU KONSUMEN.

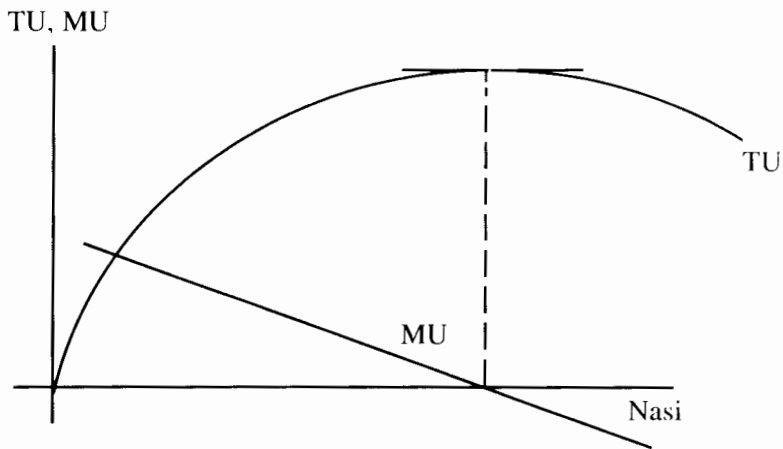
Pendekatan untuk mempelajari tingkah laku konsumen ada 2 :

1. Pendekatan Marginal Utility (Cardinal), beranggapan bahwa kepuasan konsumen dapat diukur dengan satu satuan, misalnya uang.
2. Pendekatan Indifference Curve (Ordinal) yang beranggapan bahwa kepuasan konsumen tidak dapat diukur dengan satu satuan. Tingkat kepuasan konsumen hanya dapat dinyatakan lebih tinggi atau lebih rendah. Dalam pendekatan Marginal Utility digunakan anggapan sebagai berikut :
 1. Utility bisa diukur dengan uang.
 2. Hukum Gossen (The Law Of Diminishing Returns) berlaku yang menyatakan bahwa "Semakin banyak sesuatu barang dikonsumsi, maka tambahan kepuasan yang diperoleh dari setiap satuan tambahan yang dikonsumsi akan menurun".
 3. Konsumen berusaha memaksimalkan kepuasan.

Total Utility adalah seluruh kepuasan yang diperoleh dari mengkonsumsi sejumlah barang tertentu. Marginal Utility adalah tambahan atau pengurangan kepuasan sebagai akibat dari pertambahan atau pengurangan satu unit barang tertentu.

Tabel 1
Total Utility dan Marginal Utility

Jumlah Nasi (Q)	Total Utility	Marginal Utility
0	0	20
1	20	15
2	35	11
3	46	7
4	53	3
5	56	1
6	57	-1
7	56	-3
8	53	



Gambar 1
Kurve Total Utility dan Marginal Utility

Apabila yang dikonsumsi hanya 1 barang, maka tingkat kepuasan maksimum dapat dicapai pada saat total utilitynya mencapai maksimum. Apabila yang dikonsumsi 2 macam barang atau lebih, maka kepuasan maksimum dapat dicapai apabila marginal utility untuk sejumlah barang yang dikonsumsi sama besarnya.

$$\frac{MU_x}{P_x} = \frac{MU_y}{P_y} = \dots = \frac{MU_z}{P_z}$$

Jika seorang konsumen mempunyai uang Rp 12,-, harganasi Rp 1,- per piring dan harga roti Rp 2,- perbungkus.

Tabel 2
Marginal Utility Nasi dan Roti

Jumlah Barang (Q)	MU Roti	MU Nasi
1	16	11
2	14	10
3	12	9
4	10	8
5	8	7
6	6	6
7	4	5
8	2	4

Konsumen akan mencapai tingkat kepuasan maksimum dengan syarat sebagai berikut :

$$1. \frac{\text{MU Nasi}}{\text{P Nasi}} = \frac{\text{MU Roti}}{\text{P Roti}} \text{ atau } \frac{12}{2} = \frac{6}{1}$$

$$2. (\text{P Nasi} \times \text{Q Nasi}) + (\text{P Roti} \times \text{Q Roti}) = \text{M}$$

$$(1 \times 6) + (2 \times 3) = \text{Rp } 12,-$$

Anggapan dalam pendekatan Indifference Curve sebagai berikut :

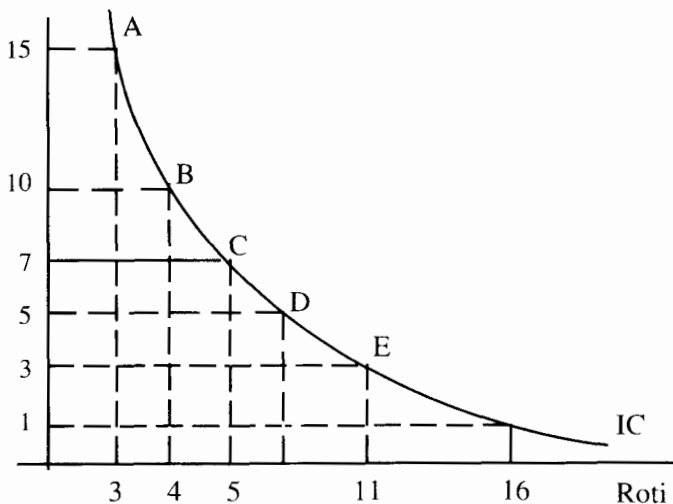
1. Konsumen mempunyai pola preferensi akan barang-barang tertentu.
2. Konsumen mempunyai sejumlah uang tertentu.
3. Konsumen berusaha memaksimumkan kepuasan.

Ciri-ciri Indifference Curve sebagai berikut :

1. Turun dari kiri atas kekanan bawah.
2. Cembung kearah origin.
3. Indifference Curve yang satu dengan lainnya tidak pernah saling memotong.
4. Indifference Curve yang terletak disebelah kanan atas menunjukkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi dan sebaliknya.

Tabel 3
Kombinasi Nasi dan Roti yang memberikan Kepuasan Sama

Titik	Jumlah Nasi	Jumlah Roti	Tingkat penggantian
A	15	3	$5/1 = 5,0$
B	10	4	$3/1 = 3,0$
C	7	5	$2/2 = 1,0$
D	5	7	$2/4 = 0,5$
E	3	11	$2/5 = 0,4$
F	1	16	



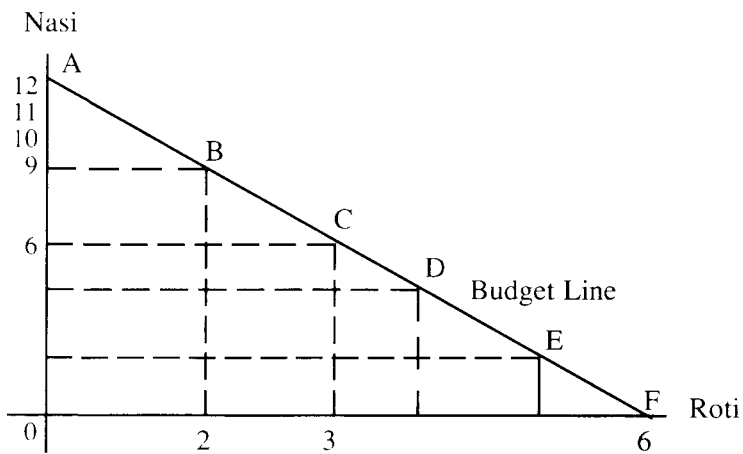
Gambar 2
Indifference Curve

Semua titik-titik tersebut menggambarkan bahwa kombinasi berapapun akan memberikan kepuasan yang sama. Jika konsumen mengkonsumsi 15 nasi dan 3 roti kepuasannya akan sama dengan mengkonsumsi 3 nasi dan 11 roti. Tingkat penggantian menggambarkan bahwa kenaikan tingkat konsumsi roti dari 3 menjadi 4 harus mengurangi konsumsi nasi dari 15 menjadi 10.

Jika seorang konsumen mempunyai sejumlah uang tertentu dan membelanjakan seluruhnya untuk nasi, maka nasi yang diperoleh sebanyak M / P_n atau membelanjakan seluruhnya untuk roti seluruhnya M / P_r atau membelanjakan berbagai kemungkinan kombinasi nasi dan roti yang ditunjukkan oleh garis lurus yang menghubungkan M / P_n dan M / P_r . Garis tersebut dinamakan Budget Line atau Garis Anggaran Pengeluaran. Contoh Budget Line sebagai berikut :

Tabel 4
Kombinasi Berbagai Kemungkinan yang dapat dibeli

Titik Kemungkinan Kombinasi	Nasi	Roti
A	12	0
B	9	2
C	6	3
D	4	4
E	2	5
F	0	6



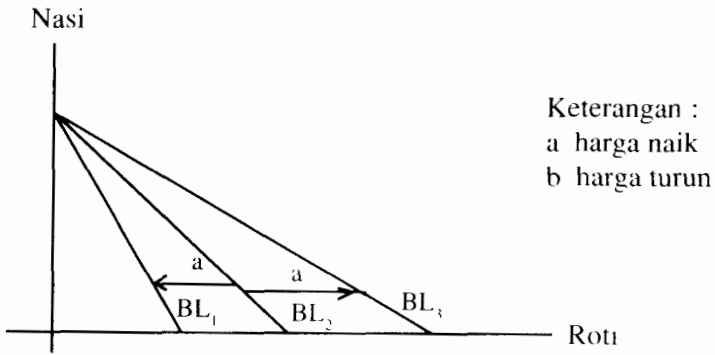
Gambar 3
Budget Line

Konsumen mempunyai uang Rp 60,-, dimana harga nasi Rp 5 per satu an dan roti Rp 10 per satuan. jika uang tersebut dibelanjakan untuk nasi, konsumen harus membayar Rp 5 x 10 = Rp 60 dan jika dibelikan roti semua Rp 10 x 6 satuan = Rp 60.

Faktor yang dapat merubah Budget Line sebagai berikut :

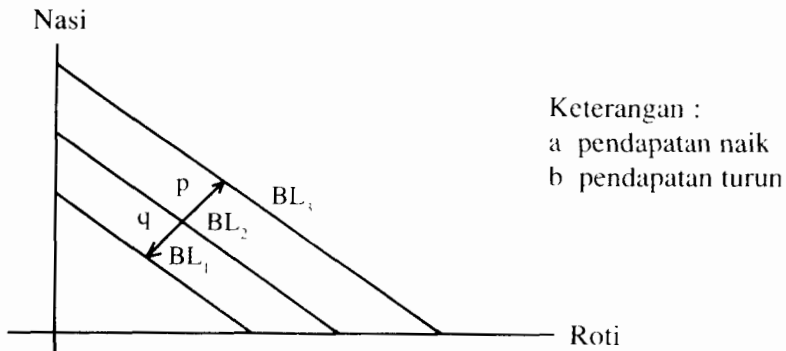
1. Perubahan Harga.

Jika harga naik, maka Budget Line akan mengarah ke titik origin dan sebaliknya.



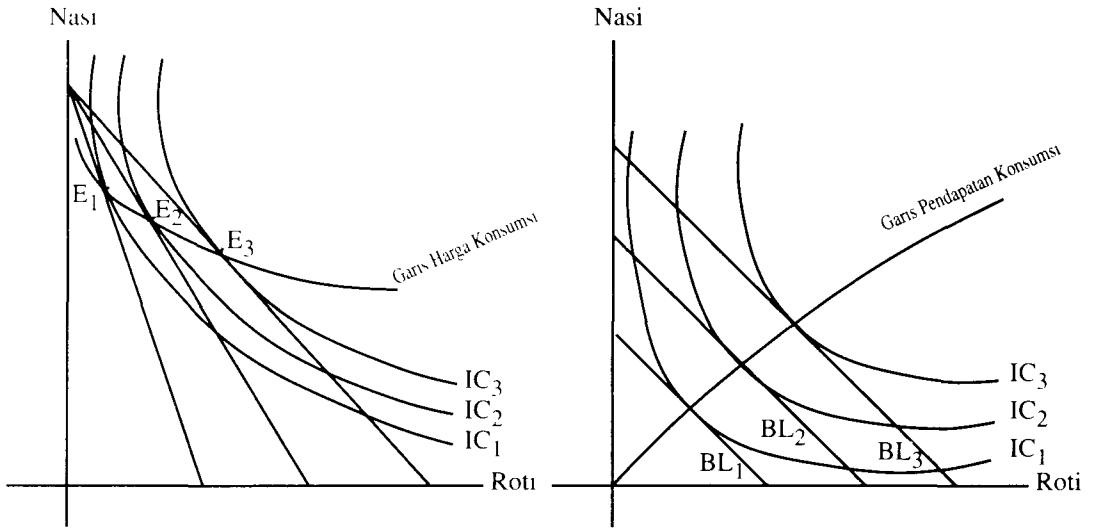
Gambar 4
 Pengaruh Perubahan Harga terhadap Budget Line

2. Perubahan Pendapatan.
 Jika pendatan naik, maka Budget Line akan mengarah ke sebelah kanan/menjauhi titik origin dan sebaliknya.



Gambar 5
 Pengaruh Perubahan Pendapatan terhadap Budget Line

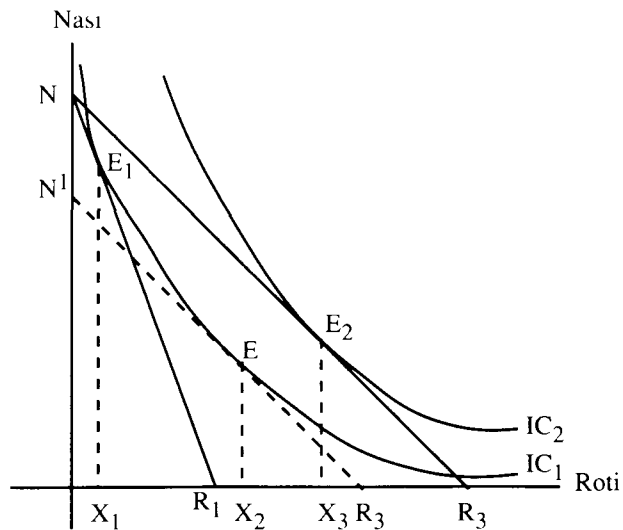
Seorang konsumen akan mencapai tingkat kepuasan maksimum dengan syarat bahwa dia mencapai titik dimana Budget Line menyinggung Indifference Curve. Perubahan-perubahan harga yang terjadi yang mempengaruhi keseimbangan pemaksimalan kepuasan, jika titik-titik dari perubahan harga tersebut dihubungkan, maka akan terjadi suatu kurva yang disebut Garis Harga Konsumsi. Suatu kurva yang diperoleh apabila kita menghubungkan titik-titik ekuilibrium yang diwujudkan oleh perubahan pendapatan disebut Garis Pendapatan Konsumsi.



Gambar 6
 Garis Harga Konsumsi dan Garis Pendapatan Konsumsi

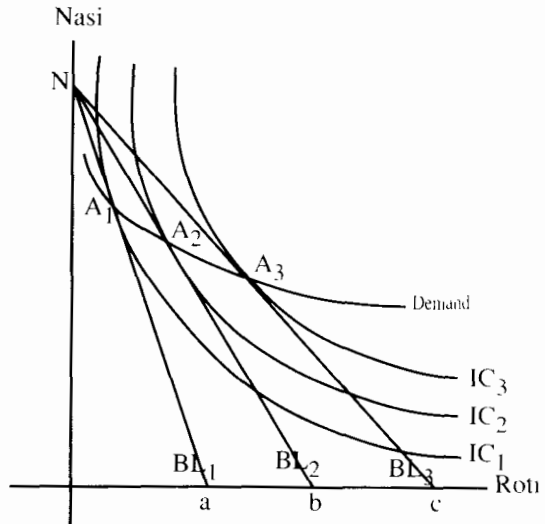
Perubahan harga yang mempengaruhi terhadap jumlah barang yang diminta dapat diterangkan dengan menganalisa 2 faktor :

1. Substitution Effect.
2. Income Effect.



Gambar 7
 Substitution Effect dan Income Effect

Dari gambar di atas Substitution Effectnya = $X1X2$ yaitu kenaikan konsumsi Roti dengan adanya substitusi nasi dengan roti, karena harga roti menjadi lebih murah. Income Effect = $X2x3$ yaitu kenaikan jumlah roti, karena penurunan harga roti berarti kenaikan pendapatan riil konsumen. Dengan menggunakan analisis Indifference Curve dapat dibuat suatu Kurva Permintaan sebagai berikut:



Gambar 8
Kurva Permintaan dengan bantuan Indifference Curve

Dengan ceteris paribus, maka penurunan harga roti berakibat naiknya permintaan roti. Gambar 8, misalnya pendapatan konsumen tetap dan harga roti turun dari $a \rightarrow b$, $a \rightarrow c$ maka keseimbangan kepuasan maksimum masing-masing terletak pada titik $A1$, $A2$, $A3$.

Jika titik $A1$, $A2$ dan $A3$ dihubungkan maka terbentuk kurva permintaan ke atas Roti.

2.2 SURPLUS KONSUMEN.

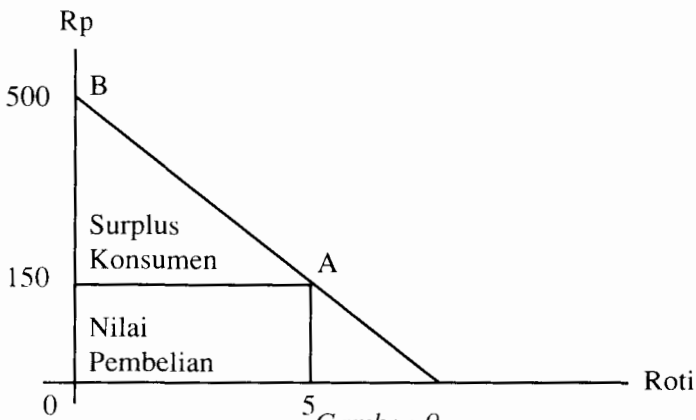
Surplus Konsumen adalah kelebihan antara kapuasan yang diperoleh dari mengkonsumsi barang dengan pembayaran untuk memperoleh barang tersebut.

Surplus konsumen ini dapat diterangkan sebagai berikut :

Tabel 5
Surplus Konsumen

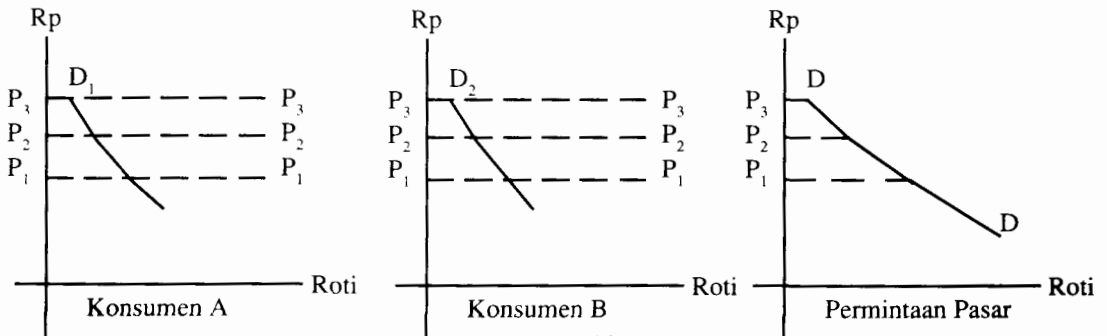
Jumlah Roti (Q)	Kesediaan konsumen untuk membayar	Surplus kosumen jika harga Rp 150
1	Rp 500,-	Rp 350,-
2	" 400,-	" 250,-
3	" 300,-	" 150,-
4	" 200,-	" 50,-
5	" 100,-	-

Dari tabel 5, jika harga roti Rp 150,- dan konsumen bersedia membayar Rp 500,- maka dia memperoleh surplus 350. Demikian seterusnya sampai roti ke 4. Jika digambar dalam grafik sebagai berikut :



Gambar 9
Surplus Konsumen

Permintaan pasar suatu barang merupakan penjumlahan kurva permintaan konsumen yang ada dalam pasar.



Gambar 10
Permintaan Pasar

Elastisitas adalah ukuran derajat kepekaan jumlah permintaan terhadap perubahan salah satu faktor yang mempengaruhi.

Elastisitas dibagi menjadi :

1. Price Elasticity (Elastisitas Harga) adalah % perubahan kuantitas barang yang diminta sebagai akibat dari perubahan harga barang tersebut.

$$E_p = \frac{\% \text{ perubahan kuantitas yang diminta}}{\% \text{ perubahan harga barang tersebut}} \quad \begin{array}{l} E > 1 \rightarrow \text{Elastis} \\ E < 1 \rightarrow \text{Inelastis} \\ E = 1 \rightarrow \text{Elastisitas tunggal} \end{array}$$

2. Cross elasticity (Elastisitas Silang) adalah % perubahan jumlah yang diminta terhadap sesuatu barang sebagai akibat dari perubahan harga barang lain.

$$E_c = \frac{\% \text{ perubahan jumlah Roti yang diminta}}{\% \text{ perubahan harga roti}}$$

E_c positif untuk barang substitusi dan negatif untuk barang komplementer.

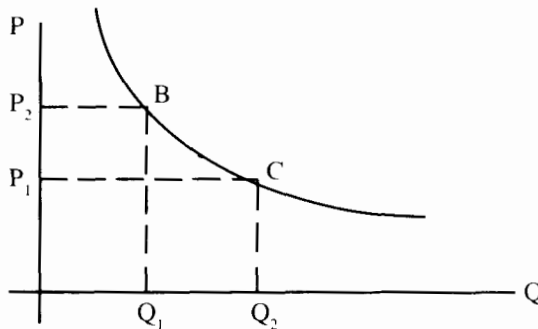
3. Income Elasticity (Elastisitas Pendapatan) adalah % perubahan kuantitas barang yang diminta sebagai akibat dari perubahan pendapatan riil.

$$E_i = \frac{\% \text{ perubahan jumlah barang yang diminta}}{\% \text{ perubahan pendapatan riil}}$$

Dalam menghitung koefisien Price Elasticity sebagai berikut :

1. Arc Elasticity (Elastisitas Busur).

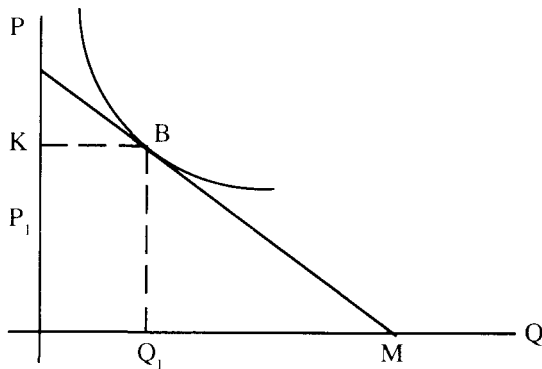
$$\text{Arc Elasticity } (E_p) = \frac{\Delta Q / \frac{1}{2} (Q_1 + Q_2)}{\Delta P / \frac{1}{2} (P_1 + P_2)} \quad \begin{array}{l} \text{dimana :} \\ Q = \frac{Q_1 + Q_2}{2} \text{ dan} \\ P = \frac{P_1 + P_2}{2} \end{array}$$



Gambar 11
Arc Elasticity

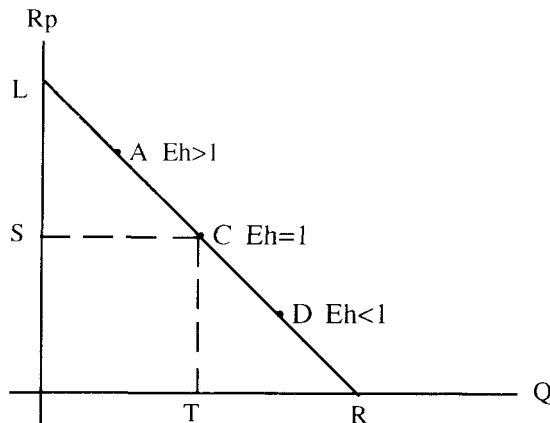
2. Point Elasticity (Elastisitas Titik).

$$\text{Point Elasticity (Eh)} = \frac{dQ/Q}{dP/P} = \frac{dQ \cdot P}{dP \cdot Q}$$



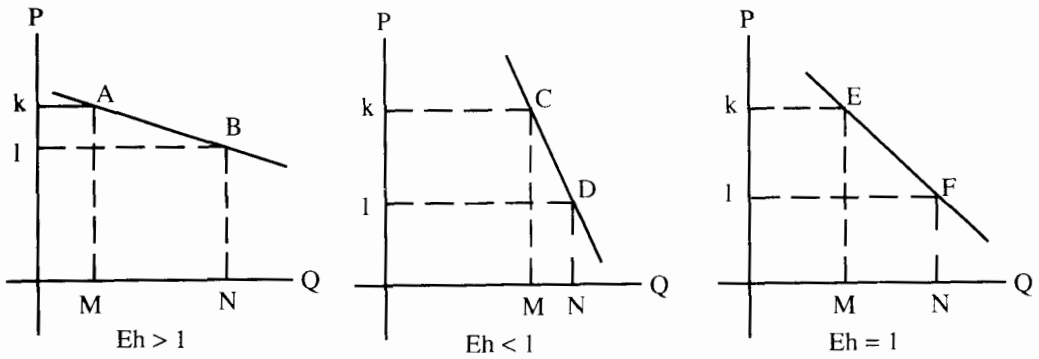
Gambar 12
Point Elasticity

Elastisitas Kurva Permintaan dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 13
Elastisitas Kurva Permintaan

Elastisitas harga ini penting bagi penjual, sebab ada hubungan antara perubahan harga dengan tingkat penjualan.



Gambar 14
Hubungan Penurunan Harga dengan Tingkat Penjualan

1. $E_h > 1$, harga turun 1 % permintaan naik lebih dari 1 %.
 2. $E_h < 1$, harga turun 1 % permintaan naik kurang dari 1 %.
 3. $E_h = 1$, harga turun 1 % permintaan naik 1 %.
- demikian juga apabila harga naik.