**DASAR ILMU EKONOMI**

***WANT, NEED,* DAN *DEMAND***

**Oleh:**

**Kelompok 3**

**IKM A 2011**

Wuri Emira 101111004

Ade Nurma Ruditya 101111014

Emi Nur Cholidah 101111021

Niko Rilanto Putra 101111023

Rahmadiani Wijayanti 101111030

Eka Puspita Sindi Amaliasari 101111060

Aryanti Ardiningrum 101111061

Dian Febrina Anggraini 101111069

Indira Probo Handini 101111072

Santi 101111084

Sabila Fabi Hanida 101111086

Laila Fatmawati 101111102

Andreas Dwi Rizko N 101111180

**FAKULTAS KESEHATAN MASYARAKAT**

**UNIVERSITAS AIRLANGGA**

**SURABAYA**

**2014**

**DAFTAR ISI**

**Halaman judul i**

**Daftar Isi ii**

**Daftar Tabel iii**

**Daftar Gambar iv**

**BAB I:PENDAHULUAN 1**

* 1. Latar Belakang 1
	2. Rumusan Masalah 2
	3. Tujuan 3

**BAB II:KAJIAN PUSTAKA 4**

* 1. Pengertian *Want, Need,* dan *Demand* 4
	2. Hukum Permintaan 7
	3. Faktor yang Mempengaruhi *Need* dan *Demand* 9
		1. Faktor yang Mempengaruhi Kebutuhan (*Need)* 9
		2. Faktor yang Mempengaruhi Permintaan (*Demand)* 12
	4. Jenis Permintaan 13
	5. Tipe Perilaku Permintaan 15
	6. Pengukuran *Need* dan *Demand* 19
		1. Pengukuran *Need* 19
		2. Pengukuran *Demand* 23
	7. Elastisitas Permintaan 28
		1. Perhitungan Elastisitas Harga Permintaan 31
		2. Perhitungan Elastisitas Harga Permintaan:

Metode Nilai Tengah 32

* 1. Estimasi Permintaan 35
		1. Pendekatan Langsung 35
		2. Pendekatan Tak Langsung 37
	2. Peramalan Permintaan 37
	3. Bentuk Kurva Permintaan (*Demand Curve*) 39
		1. Daftar Permintaan (*Demand)* 39
		2. Bentuk Kurva Permintaan (*Demand)* 40
		3. Persamaan Permintaan (*Demand)*  42
		4. Gerakan Sepanjang Kurva Permintaan (*Demand Curve*) 43
		5. Pergeseran Kurva Permintaan (*Demand)* 44
		6. Faktor-Faktor yang Dapat Menggeser Kurva Permintaan 47

**BAB III: KESIMPULAN 53**

**DAFTAR PUSTAKA 54**

**DAFTAR TABEL**

Tabel II.1. Perbedaan Jumlah Permintaan Terhadap Perubahan

Harga Pelayanan Kesehatan Gigi dan Mulut Puskesmas Kota

Mojokerto Tahun 2011 23

Tabel II.2. Harga Pelayanan Terhadap Jumlah Permintaan Pelayanan

Kesehatan Gigi dan Mulut Puskesmas Kota Mojokerto

Tahun 2011 27

Tabel II.3. Gambaran Permintaan Pensil 39

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1. Kurva Hukum Permintaan 8

Gambar 2.2. Pergerakan Tren Permintaan 16

Gambar 2.3. Siklus Permintaan 16

Gambar 2.4. Pola Musiman Permintaan 17

Gambar 2.5. Permintaan Berdasarkan Pola Tren dengan

 Pola Musiman 18

Gambar 2.6. Kurva Permintaan 32

Gambar 2.7. *Demand* Konsumen Terhadap Pensil 40

Gambar 2.8. Persamaan Demand 43

Gambar 2.9. Bentuk Kurva *Demand* 44

Gambar 2.10. Pergeseran Seluruh Kurva Permintaan 45

Gambar 2.11. Pergeseran Kurva Permintaan 45

**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Latar Belakang**

Manusia dalam memenuhi kebutuhannya di ungkapkan oleh Adam Smith (1723-1790) dalam bukunya yang berjudul “*An Inquiry Into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*”, dimana manusia merupakan makhluk ekonomi (Homo Economicus) yang cenderung tidak pernah merasa puas dengan apa yang diperolehnya dan selalu berusaha secara terus-menerus dalam memenuhi kebutuhannya. Akan tetapi, tingginya ambisi manusia tidak diiringi dengan tersedianya sumberdaya. Sumberdaya sebagai alat pemuas ambisi justru tersedia dalam keadaan terbatas. Alasan inilah yang mendasari ilmu ekonomi.

Sebagai makhluk ekonomi, manusia selalu bertindak rasional yang selalu memperhitungkan sebab-akibat (untung rugi) dalam mengambil keputusan untuk memenuhi kebutuhannya, sehingga tidak merugikan diri sendiri. Namun demikian, manusia bukanlah makhluk ekonomi egois yang hanya mementingkan tujuan kemakmuran pribadi. Manusia akan cenderung menggunakan prinsip-prinsip ekonomi dalam aktivitasnya. Manusia akan selalu memenuhi kebutuhan dengan mempertimbangkan keadaan riil yang dialaminya. Oleh karena itu, perlu dipahami antara keinginan, kebutuhan dan permintaan.

Dalam kegiatan ekonomi, pebelajaran mengenai *want, need,* dan *demand* sangat diperlukan dalam kegiatan ekonomi seperti produksi, distribusi, dan konsumsi. Manusia selalu mempunyai keinginan, adakalanya keinginan tersebut merupakan kebutuhan. Dimana keinginan akan memicu konsumsi seseorang terhadap barang/jasa. Analisis kebutuhan (*need*) sangat dibutuhkan produsen tertentu untuk menciptakan produk barang/jasa yang dibutuhkan konsumen. Analisis kebutuhan tersebut juga dapat dijadikan pedoman langkah distribusi barang/jasa yang diproduksi. *Demand* adalah keinginan yang didukung daya beli. Dalam hal produksi *demand* menentukan jumlah barang yang diproduksi sehingga hasil produksi efesien dan dapat memenuhi permintaan konsumen. Dalam distribusi *demand* bermanfaat untuk mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan dari jenis, jumlah, harga, tempat, dan waktu. Dalam konsumsi, *demand* bermanfaat untuk mengetahui tingkat permintaan produk oleh konsumen dalam suatu waktu.

Makalah ini akan membahas semua tentang *want, need,* dan *demand* serta segala hal yang mempengaruhi perubahannya.

1. **Rumusan Masalah**
2. Apa yang dimaksud dengan *want, need*, dan *demand* ?
3. Apa yang dimaksud dengan hukum permintaan?
4. Bagaimana formulasi atau persamaan *demand?*
5. Apa saja jenis dan tipe permintaan?
6. Apa saja faktor yang mempengaruhi *need* dan *demand*?
7. Bagaimana cara mengukur *need* dan *demand*?
8. Bagaiamana peramalan *demand*?
9. Bagaimana bentuk dari kurva *demand*?
10. **Tujuan**
11. Memahami pengertian *need*, *want*, dan *demand* dan berbagai faktro yang mempengaruhinya.
12. Memahami hakikat hukum permintaan.
13. Memahami formulasi atau persamaan *demand.*
14. Memahami faktor yang mempengaruhi *need* dan *demand*.
15. Memahami berbagai tipe permintaan.
16. Memahami cara mengukur *need* dan *demand*.
17. Memahami peramalan *demand*.
18. Memahami kurva *demand* dan segala faktor yang mempengaruhinya.

**BAB II**

**KAJIAN PUSTAKA**

* 1. **Pengertian *Want,* *Need,* dan *Demand***

Menurut Philip Kotler (2002) ada dua konsep dasar yang melandasi pemasaran, yaitu kebutuhan (*needs*) dan keinginan (*wants*). Manusia mempunyai keinginan yang tidak terbatas sedangkan sumberdaya yang tersedia untuk memenuhi keinginan tersebut sangat terbatas. Pada umumnya manusia cenderung untuk memilih produk yang dianggapnya menghasilkan kepuasan tertinggi dimana semua barang yang diinginkan sebanding dengan banyaknya uang yang mereka keluarkan. Dengan didukungnya daya beli inilah keinginan nantinya akan menjadi permintaan. Permintaan atau *demand*adalah keinginan dan/atau harapan untuk produk atau jasa yang bersifat spesifik dan individual yang dilandasi dengan kemampuan membeli. Permintaan yang dilandasi kemauan membeli dikenal sebagai *economic demand*.

Berikut ini adalah definisi dari keinginan (*wants*) kebutuhan (*needs*), , dan permintaan (*demand*) menurut Philip Kotler:

1. Keinginan (*wants*) adalah kebutuhan (*need*s) yang dibentuk oleh budaya dan kepribadian individu. Misalnya, ketika terdapat orang Indonesia dan Amerika yang sama-sama lapar, maka orang Indonesia ingin makan gado-gado, sedangkan orang Amerika ingin makan salad.
2. Kebutuhan (*need*s) adalah keinginan manusia atas barang dan jasa yang perlu dipenuhi untuk mempertahankan kelangsungan hidup. *Needs* menggambarkan kebutuhan dasar manusia seperti pangan, sandang, papan, pendidikan, kesehatan, rekreasi, dan lainnya. *Needs* menjadi *wants* jika kebutuhan tadi telah menjurus pada satu keinginan yang tertentu yang dapat memberikan kepuasan. Kebutuhan dibagi menjadi dua, yaitu *perceived needs* dan *expressed needs*.
3. *Perceived needs* atau kebutuhan yang dirasakan adalah hasrat atau keinginan yang dimiliki oleh semua orang dimana kebutuhan ini menunjukkan kesenjangan antara tingkat keterampilan atau kenyataan yang nampak dengan yang dirasakan.
4. Sedangkan *expressed needs* atau kebutuhan yang diekspresikan yaitu kebutuhan yang dirasakan seseorang yang mampu untuk ditunjukkan dalam tindakan. Misalnya, orang sakit gigi yang segera pergi berobat ke dokter gigi.
5. Permintaan (*demand*) adalah keinginan yang didukung daya beli, yang mau dan mampu dibeli dengan berbagai kemungkinan harga, selama jangka waktu tertentu, dan dengan anggapan faktor pengaruh lain tetap sama (*ceteris paribus*). Mau dan mampu disini memiliki arti betapa pun orang berkeinginan atau membutuhkan sesuatu, kalau ia tidak mempunyai uang atau tidak bersedia mengeluarkan banyak uang untuk membeli, maka keinginan tetap keinginan dan belum disebut permintaan. Namun ketika keinginan atau kebutuhan disertai kemauan dan kemampuan untuk membeli dan didukung oleh uang yang secukupnya untuk membayar harga disebut permintaan.

Berdasarkan uraian pengertian di atas bahwa keinginan, kebutuhan dan permintaan merupakan tiga komponen yang saling berhubungan satu sama lain membentuk sebuah skema. Dimana keinginan merupakan suatu bentuk kebutuhan manusia yang dihasilkan oleh budaya dan kepribadian individual. Keinginan digambarkan dalam bentuk objek yang akan memuaskan kebutuhan konsumen. Keinginan juga merupakan hasrat akan penawar kebutuhan yang spesifik. Ketika masyarakat mengalami suatu perkembangan, maka keinginannya juga akan semakin luas. Permasalahan yang sering timbul diantara keinginan yang semakin luas tersebut adalah keterbatasan dana, waku, tenaga dan ruang, sehingga dibutuhkan perusahaan yang bisa memuaskan keinginan sekaligus memenuhi kebutuhan manusia dengan menembus keterbatasan tersebut. Dengan keinginan dan kebutuhan tersebut, akhirnya manusia menciptakan permintaan akan produk atau jasa dengan manfaat yang paling memuaskan. Maka dari itu muncullah istilah permintaan, yaitu keinginan manusia akan produk spesifik yang didukung oleh kemampuan dan ketersediaan untuk membelinya.

Untuk lebih memudahkan pemahaman, dicontohkan orang lapar dan ingin makan. Dalam hal ini *need* adalah makan. Kemudian orang tersebut ingin makan nasi goreng, yang berarti *wants* nasi goreng. Tetapi setelah ia melihat isi dompet, uangnya hanya mampu untuk membeli roti, jadi roti adalah wujud dari *demand*.

Terdapat tiga hal yang menyebabkan *need* seseorang dapat terpenuhi:

1. Kemauan.

Kemauan seseorang untuk mengubah *need* menjadi *demand*. Dimana seorang konsumen berkeinginan sesuatu, dan membutuhkan suatu barang/jasa tersebut dapat memuaskan keinginannya.

1. Kemampuan.

Kemampuan konsumen untuk mengubah *need* menjadi *demand.* Bahwa konsumen mampu untuk memuaskan keinginannya sesuai dengan harga barang/jasa yang diinginkan.

1. Akses.

Mencakup keterjangkauan barang/jasa agar dapat diperoleh konsumen yang menginginkan barang/jasa tersebut. Dapat dibagi menjadi:

* 1. Akses Fisik, yaitu ketersediaan barang/jasa yang akan memuaskan keinginan konsumen seperti jarak, ketersediaan penjual, dan lain sebagainya.
	2. Akses Sosial, yaitu pelayanan yang diperoleh untuk mendapatkan barang/jasa seperti keramahan pelayanan.
	3. **Hukum Permintaan**

Hukum permintaan menjelaskan perilaku pilihan konsumen ketika terjadi perubahan harga. Jika faktor-faktor lain yang mempengaruhi permintaan tetap (*cetris peribus*) dan hanya harga yang mengalami kenaikan, maka penurunan permintaan akan terjadi. Inilah perilaku pilihan konsumen, karena konsumen akan ragu untuk menghabiskan uang lebih banyak untuk membeli barang.

Pada hakikatnya hukum permintaan menyatakan bahwa *“Apabila harga naik maka jumlah barang yang diminta akan mengalami penurunan, dan apabila harga turun maka jumlah barang yang diminta akan mengalami kenaikan”.*(Alfred Marshall, 1890)

Dalam hukum permintaan jumlah barang yang diminta akan berbanding terbalik dengan tingkat harga barang. Kenaikan harga barang akan menyebabkan berkurangnya jumlah barang yang diminta. Hubungan permintaan dan harga berlaku karena:

1. Kenaikan harga menyebabkan konsumen mencari barang lain yang dapat digunakan sebagai pengganti terhadap barang yang mengalami kenaikan harga. Sebaliknya, apabila harga turun maka konsumen akan mengurangi pembelian terhadap barang lain yang sama jenisnya dan menambah pembelian barang yang mengalami penurunan harga.
2. Kenaikan harga menyebabkan pendapatan riil para konsumen berkurang, yang memaksa konsumen untuk mengurangi pembeliannya terhadap berbagai jenis barang, terutama barang yang mengalami kenaikan harga.



Gambar 2.1. Kurva Hukum Permintaan

Sumber: http://studypoints.blogspot.com/2011/05/what-is-law-of-demand-explain-it-with\_4680.html

* 1. **Faktor yang Mempengaruhi *Need* dan *Demand***
		1. **Faktor yang Mempengaruhi Kebutuhan (*Need)***

Kebutuhan manusia untuk bertahan hidup (*basic needs*) pada dasarnya adalah sama, seperti makanan, udara, air, pakaian dan tempat tinggal. Kebutuhan dasar (*basic need*) dalam hierarki kebutuhan Maslow secara berjenjang mulai dari yang paling dasar terdiri dari kebutuhan fisiologis, kebutuhan akan rasa aman, kebutuhan akan kasih sayang, dan kebutuhan akan self-esteem. Berdasarkan teori yang di kemukakan oleh Maslow, kebutuhan tersebut dapat dipenuhi apabila kebutuhan di tingkat sebelumnya relatif telah terpuaskan. Jadi kebutuhan fisiologis harus terpuaskan sebelum muncul kebutuhan akan rasa aman. Setelah kebutuhan fisiologis dan rasa aman terpuaskan maka muncul kebutuhan akan kasih sayang, begitu seterusnya sampai semua kebutuhan dasar relatif terpuaskan maka akan muncul kebutuhan meta (*metaneeds*) berupa aktualisasi diri.

Kebutuhan ini selanjutnya akan menjadi keinginan (*wants*) ketika seseorang merujuk pada suatu hal yang spesifik untuk memenuhi kebutuhannya (Kotler, 2002). Sebagai contoh, masyarakat Jawa menginginkan nasi putih sebagai makanan pokok untuk memenuhi kebutuhannya akan makanan sedangkan masyarakat Eropa lebih menginginkan roti sebagai makanan pokok mereka. Pemenuhan kebutuhan setiap individu akan berbeda karena dipengaruhi oleh banyak faktor, diantaranya:

1. Keadaan Alam

 Keaadaan alam yang berbeda membuat manusia membutuhkan berbagai barang yang sesuai dengan kondisi alam tempat ia tinggal. Contohnya, masyarakat yang tinggal di daerah pegunungan cenderung banyak mengonsumsi sayuran untuk makanan sehari-hari, berbeda dengan masyarakat di daerah pantai yang lebih sering mengkonsumsi ikan dan hasil laut untuk memenuhi kebutuhan makanannya sehari-hari.

1. Agama dan Kepercayaan.

Ajaran agama yang berbeda dapat mengakibatkan kebutuhan yang berbeda pula. Misalnya, penganut agama Islam dilarang mengkonsumsi babi, sehingga membutuhkan alternatif bahan pangan lain sebagai sumber protein hewani. Hal ini tentu berbeda dengan umat Hindu yang dilarang untuk mengkonsumsi daging sapi, mungkin saja mereka justru membutuhkan daging babi sebagai sumber protein hewaninya.

1. Adat Istiadat

Adat atau tradisi yang berlaku di masyarakat sangat mempengaruhi kebutuhan masyarakat. Sebuah adat dan tradisi akan menuntut masyarakatnya untuk memenuhi segala apa yang dibutuhkan untuk menghargai, patuh, dan menjalani adat istiadat tersebut. Tentu setiap daerah memiliki adat istiadat berbeda yang mempengaruhi perbedaan kebutuhan. Masyarakat Arab dalam kesehariannya berpakaian gamis, sehingga permintaan akan gamis tinggi. Begitu pula dengan Hanbook di Korea dan Kimono di Jepang.

1. Tingkat Peradaban dan Teknologi

Semakin tinggi peradaban suatu masyarakat, yang didukung pula dengan kecanggihan teknologi maka semakin banyak pula kebutuhan dan semakin tinggi pula kualitas atau mutu barang yang di butuhkan. Manusia akan berusaha untuk memenuhi kebutuhannya agar mencapai kemakmuran. Manusia menuntut kualitas tinggi dari barang-barang atau jasa yang di butuhkan. Hal ini membuktikan bahwa perkembangan peradaban berakibat keberagaman dan perkembangan kebutuhan.

Ketika pertama kali telepon seluler diperkenalkan pada masyarakat, hanya masyarakat kelas atas yang mampu membeli dan menggunakannya. Namun, ketika teknologi berkembang sedemikian cepat, permintaan akan telepon seluler kini semakin bertambah terutama pada *smartphone* yang memiliki fitur yang semakin banyak pula.

1. Pendidikan

Tingkat pendidikan seseorang sangat berpengaruh terhadap keberagaman kebutuhan. Biasanya tingkat pendidikan akan berbanding lurus dengan tingkat pendapatan yang juga akan berbanding lurus dengan tingkat kebutuhan.

1. Penghasilan
      Besar kecilnya penghasilan seseorang akan berpengaruh terhadap keberagaman kebutuhan orang tersebut. Semakin tinggi penghasilan maka kebutuhannya semakin meningkat. Kebutuhan yang meningkat biasanya juga disertai dengan kualitas yang baik.
2. Umur

Umur seseorang sangat mempengaruhi kebutuhannya. Kebutuhan bayi, balita, anak-anak, remaja, dewasa hingga lansia tentu berbeda. Bahkan untuk kebutuhan makan pun berbeda dalam hal jenis, jumlah dan polanya.

* + 1. **Faktor yang Mempengaruhi Permintaan (*Demand)***

***Samuelson dan Nordhaus 1998***

1. Pendapatan Rata-Rata

Pendapatan rata-rata dari para konsumen merupakan faktor kunci dari permintaan akan sebuah produk. Semakin tinggi pendapatan seseorang, maka ia memiliki kecenderungan untuk membeli hampir semua barang walaupun harga barang tersebut tidak berubah. Contohnya, permintaan akan kendaraan bermotor di Indonesia semakin tinggi karena tingkat pendapatan masyarakat Indonesia juga semakin meningkat jika dibandingkan dengan setengah abad silam.

1. Jumlah Populasi

Jumlah populasi berkaitan dengan ukuran besarnya pasar. Semakin besar populasinya, maka kecenderungan untuk membeli suatu produk akan lebih besar jika dibandingkan dengan populasi yang lebih sedikit. Permintaan akan kendaraan bermotor di Jakarta akan lebih besar jika dibandingkan dengan permintaan di Kediri.

1. Harga Barang Substitusi

Harga dan ketersediaan barang substitusi akan mempengaruhi permintaan dari suatu komoditas. Sebagai contoh, ketika harga daging sapi melejit naik maka konsumen akan beralih pada konsumsi daging ayam yang harganya lebih terjangkau untuk memenuhi asupan protein mereka.

1. Selera

Selera merupakan elemen subjektif yang ikut mempengaruhi permintaan akan suatu barang. Selera merupakan representasi dari pengaruh kultur dan sejarah yang beragam. Selera mungkin juga merupakan cerminan dari kebutuhan psikologis. Permintaan akan hunian berupa apartemen banyak diminati oleh penduduk Jakarta tapi kurang diminati di Surabaya karena penduduk Surabaya lebih menyukai hunian berupa rumah.

1. Pengaruh Spesial

Permintaan akan suatu barang dipengaruhi oleh keadaan tertentu. Sebagai contoh, permintaan akan payung akan lebih tinggi pada daerah dengan curah hujan yang tinggi daripada di daerah gurun. Ekspektasi dan prediksi mengenai kenaikan harga di masa mendatang juga memiliki pengaruh penting pada permintaan. Contohnya ketika pemerintah Indonesia akan menaikan harga bahan bakar minyak, terlihat antrian warga yang sangat panjang pada semua SPBU milik Pertamina.

* 1. **Jenis Permintaan**

Permintaan dapat diklasififkasikan berdasarkan daya beli dan jumlah konsumen

1. Jenis Permintaan Berdasarkan Daya Beli
2. Permintaan Absolut

Permintaan yang tidak disertai dengan daya beli atau permintaan yang tidak disertai dengan kemampuan membeli. Jadi hanya sekedar menginginkan tapi tidak mampu membeli.

(Contoh: Shinta ingin membuat restoran, namun tidak mempunyai uang untuk membuatnya sehingga hanya bisa membuat warung di pinggir jalan).

1. Permintaan Potensial

Permintaan yang disertai daya beli, tetapi belum digunaan untuk membeli barang atau jasa yang diinginkan.

(Contoh: Andi mempunyai uang 6 juta, Dia ingin untuk membeli laptop. Kemudian Dia pergi ke toko untuk membeli barang yang diinginkan. Setelah melihat – lihat laptop yang dia inginkan tidak ada, Andi tidak jadi membeli.

1. Permintaan Efektif

Permintaan yang disertai daya beli dan sudah digunakan untuk membeli barang atau jasa yang diinginkan.

Contoh: Rani merasa kurang enak badan sehingga dia memutuskan untuk pergi ke klinik untuk periksa dengan uang yang ia miliki.

1. Jenis Permintaan Berdasaran Jumlah Konsumen

Jenis permintaan berdasarkan jumlah peminta atau jumlah konsumen terdiri dari dua jenis yaitu permintaan individu atau permintaan perorangan dan permintaan kolektif atau permintaan pasar.

1. Permintaan Individu

Merupakan permintaan yang berasal dari seseorang atau masing – masing personal.

(Contoh: Nia menginginkan 2 buah kue, sehingga dia hanya membeli 2 buah kue. Sedangkan Dani menginginkan 3 buah kue, sehingga dia membeli 3 buah kue. Jadi berdasarkan contoh terdapat dua permintaan yaitu permintaan dari Nia, dan permintaan dari Dani).

1. Permintaan Kolektf atau Permintaan Pasar

Merupakan permintaan yang merupakan kumpulan dari permintaan individu atau permintaan yang dilakukan oleh sekelompok individu atau masyarakat secara keseluruhan dalam waktu yang sama.

(Contoh: permintaan pasar terhadap kue seperti yang dilakukan Nia, Dani jika dijumlahkan maka disebut untuk permintaan kolektif atau permintaan pasar, jadi permintaan pasar terhadap kue adalah sebanyak 5 (permintaan 2 kue oleh Nia + permintaan 3 kue oleh Adit)).

* 1. **Tipe Perilaku Permintaan**

Terdapat tiga tipe perilaku permintaan

1. Tren

Menunjukkan pergerakan permintaan dengan pola pergerakan naik atau turun secara bertahap dalam jangka panjang. Tren merupakan pola paling mudah untuk mendeteksi perilaku permintaan dan seringkali juga menjadi titik awal untuk mengembangkan peramalan.

Contohnya, permintaan *smartphone* menunjukkan permintaan yang semakin meningkat pada beberapa tahun belakangan ini tanpa adanya kecenderungan penurunan permintaan di pasar.



Gambar 2.2. Pergerakan Tren Permintaan

Sumber: http://manajemenmandiri.wordpress.com/2012/05/16/peramalan/

1. Siklus

Merupakan pergerakan permintaan yang naik dan turun yang berulang dan terjadi dalam jangka panjang (lebih dari satu tahun). Gambar berikut menunjukkan suklus. Pada gambar tersebut Anda dapat perhatikan bahwa pola naik dan turun selalu berulang dalam jangka waktu yang kurang lebih sama.

****Contohnya, permintaan peralatan olahraga musim dingin akan naik tajam setiap empat tahun sebelum dan sesudah diadakannya olimpiade musim dingin.

Gambar 2.3. Siklus Permintaan

Sumber: http://manajemenmandiri.wordpress.com/2012/05/16/peramalan/

1. Pola Musiman

****Merupakan pola permintaan yang bergerak bebas dan muncul secara periodik dalam jangka pendek serta berulang. Pola musiman seringkali berkaitan dengan kondisi musim. Gambar berikut menunjukkan pola musiman ketika perilaku permintaan yang sama selalu berulang setiap tahun pada waktu yang sama.

Gambar 2.4. Pola Musiman Permintaan

Sumber: http://manajemenmandiri.wordpress.com/2012/05/16/peramalan/

Contohnya, pada musim hujan permintaan payung dan jas hujan semakin meningkat, atau meningkatnya permintaan seragam pada setiap awal tahun ajaran baru. Namun demikian, pola musiman dapat muncul harian maupun mingguan. Contohnya, kantin kampus selalu ramai ketika waktu makan siang.

Disamping ketiga macam pola perilaku permintaan tersebut, seringkali permintaan muncul dalam pola perilaku secara bersama, misalnya pola musiman juga mengikuti tren meningkat. Contohnya, walaupun permintaan akan peralatan olahraga ski meningkat setiap musim dingin tiba, namun demikian terdapat tren permintaan yang meningkat dalam dua dekade terakhir. Gambar berikut menunjukkan tren dengan pola musiman.



Gambar 2.5. Permintaan Berdasakan Pola Tren dengan Pola Musiman

Sumber: http://manajemenmandiri.wordpress.com/2012/05/16/peramalan/

Peramalan permintaan merupakan dasar dari keseluruhan keputusan perencanaan strategik dalam suatu rantai pasok. Proses produksi sangat dipengaruhi oleh peramalan, baik *push process* maupun *pull process.* Untuk proses produksi yang bersifat *push process* (jumlah produksi ditentukan oleh manajemen), semua proses dilakukan sebagai bentuk respon terhadap permintaan pelanggan. Untuk *push* *process*, manajer harus merencanakan tingkat produksi. Apabila permintaan naik, maka perusahaan harus mampu mengakomodasi kenaikan tersebut. Sedangkan pada *pull process*, manajer harus merencanakan tingkat ketersediaan kapasitas dan persediaan. Untuk kepentingan tersebut, manajer mula-mula harus meramalkan bagaimanakah pola permintaan pelanggan nantinya.

* 1. **Pengukuran *Need* dan *Demand***

Pengukuran *need* dan *Demand* dapat dilakukan baik di tingkat individu dan di tingkat organisasi dan dapat dilakukan sesudah dan sebelum penggunaan produk. Pengukuran *need* dan *demand* di tingkat individu dengan di tingkat organisasi memiliki perbedaan dalam melakukan pengumpulan data. Pada tingkat individu, dalam proses pengumpulan data mengenai *need* dan *demand* dapat dilakukan dengan metode observasi langsung atau *indepth interview*. Sedangkan untuk tingkat organisasi metode pengumpulan data mengenai *need* dan *demand* dilakukan dengan metode survei pasar dan wawancara. Survei pasar dilakukan dengan mendatangi penjual barang atau jasa, kemudian bertanya atau mengamati data penjualan penjual di sekitar organisasi. Wawancara yang dilakukan di tingkat organisasi hampir sama dengan wawancara di tingkat individu. Namun, yang membedakan adalah wawancara di tingkat organisasi dilakukan pada banyak orang.

Tujuan dari dilakukannya pengukuran *need* dan *demand* adalah untuk mendapatkan infromasi mengenai produk barang dan/jasa yang seperti apa yang dibutuhkan oleh individu dan organisasi. Sehingga, perusahaan dalam memproduksi barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan individu dan organisasi. Hal ini dapat mencegah terjadinya individu dan organisasi membeli suatu produk yang tidak sesuai dengan kebutuhan.

* + 1. **Pengukuran *Need***

*Need* dapat diukur dengan metode analisis kebutuhan (*need assessment*) melalui beberapa cara seperti *indepth interview*, observasi, *focus group discusion* dengan menggunakan kuisoner sebagai instrumen dalam menggali informasi kebutuhan individu maupun organisasi. Menurut McNeil, Seel dan Glasgow (1990), bahwa pengertian *need assessment* *“it means a plan for gathering information about discrepancies and for using that information to make decisions about priorities”.* Bahwa need assessment adalah mengumpulkan berbagai informasi terkait perbedaan antara kondisi yang diinginkan (*should be*/*ought to be*) atau diharapkan dengan kondisi yang ada (*what is*). Kondisi yang diinginkan seringkali disebut dengan kondisi ideal, sedangkan kondisi yang ada seringkali disebut dengan kondisi riil atau kondisi nyata. Analisis kebutuhan ini dilakukan untuk menentukan skala prioritas untuk kemudian memeilih hal yang paling penting untuk menyelesaikan masalahnya.

Adapun langkah dalam melakukan *need assessment* adalah sebagai berikut:

1. Menentukan Tujuan Pelaksanaan *Need Assessment*

Tujuan dari pelaksanaan *need assessment* adalah mengetahui kebutuhan konsumen terhadap barang dan/atau jasa tertentu. Oleh karena itu, pada tahap ini ditentukan mengenai barang dan/atau jasa yang akan diukur tingkat kebutuhannya oleh konsumen, dan apa saja yang ingin diketahui terhadap barang dan/atau jasa yang dibutuhkan oleh konsumen.

1. Identifikasi Populasi

Pada tahap ini dilakukan identifikasi dan deskripsi terhadap populasi yang akan dilakukan pengukuran atau pengaplikasian *need assessment* dalam menentukan kebutuhan. Setelah dilakukan identifikasi dan deskripsi pada populasi, ditentukan cakupan dan tempat analisis kebutuhan sehingga dapat ditentukan pula sampel yang digunakan sebagai *audiens* atau koresponden *need assessment.*

1. Menentukan Metode Pengumpulan Data dan Instrumen

Pada tahap pengumpulan data ini bisa menggunakan data primer dan data sekunder yang telah tersedia. Pengumpulan data primer dapat dilakukan dengan menggunakan beberapa metode seperti *interview*, survei, observasi, dan lain-lain. Selain itu, ditentukan pula instrumen apa yang akan digunakan dalam melakukaan pengukuran kebutuhan. Salah satu jenis instrumen yang dapat digunakan untuk mengukur kebutuhan berupa angket/kuisoner.

Angket/kuisoner adalah pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan responden akan memberikan respon terhadap pertanyaan yang ada dalam angket/kuisoner tersebut. Contoh dari angket/kuisoner pengukuran kebutuhan adalah sebagai berikut :

1. Jenis HP seperti apa yang anda butuhkan?
2. CDMA b. GSM c. Dual SIM
3. Bentuk HP seperti apa yang anda butuhkan?
4. Candybar b. Slide c. Clamshell
5. Warna HP apa yang anda butuhkan?
6. Putih b. Hitam c. Lainnya.....
7. Merk HP apa yang anda butuhkan?
8. Apple b. Samsung c. Nokia d. Lainnya.....
9. Berapa harga HP yang anda butuhkan?
10. 1.000.000-2.000.000
11. 2.000.000-3.000.000
12. 3.000.000-4.000.000
13. >4.000.0000
14. Fitur seperti apa yang anda butuhkan pada HP?
15. Kamera b. Games c. Browsing

d. Lainnya

1. Media promosi seperti apa yang anda sukai dalam pemasaran produk HP?
2. Media elektronik b. Media cetak
3. Melakukan Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dan instrumen yang telah dipilih digunakan sebagai acuan dalam melakukan pengumpulan data mengenai kebutuhan konsumen terhadap barang dan/ jasa tertentu.

1. Menganalisis dan Mengiterpretasikan Data

Data yang terkumpul nantinya akan dianilisis dan muncullah sebuah hasil mengenai kebutuhan konsumen terhadap barang dan/jasa tertentu.

1. Desiminasi Hasil Analisis dan Pembuatan Laporan

Data yang telah dianalisis dirumuskan dan dipresentasikan dalam sebuah seminar sebagai sebuah rekomendasi. Hasil yang dipresentasikan dalam forum seminar disebut dengan diseminasi hasil evaluasi. Adapun standar yang digunakan untuk me*review* dan mengevaluasi rencana laporan analisis kebutuhan berdasarkan standar evaluasi analisis kebutuhan adalah sebagai berikut :

1. Standar Kegunaan

Standar kegunaan meliputi identifikasi *audiens*, kredibilitas penilai, cakupan informasi, interpretasi penilaian, kejelasan laporan diseminasi laporan, jadwal laporan dan dampak dari evaluasi.

1. Standar *Feasibility* (kelayakan)

Standar *feasibility* meliputi prosedur praktis, pengakuan secara politis dan efisiensi biaya.

1. Standar Perilaku

Standar perilaku meliputi kewajiban formal, konflik kepentingan, keterbukaan kepada publik, HAM, interaksi manusia, laporan secara seimbang antara pusat, daerah, individual dan instansi, serta tanggung jawab atas anggaran.

1. Standar Akurasi/Ketepatan

Standar akurasi meliputi identifikasi objek, analisis konteks, menggambarkan tujuan dan prosedur, kebenaran sumber informasi, pengukuran yang valid dan *reliable*, kontrol data secara sistematis, analisis informasi kuantitatif, analisis data kualitatif, kesimpulan secara adil dan laporan yang objektif.

* + 1. **Pengukuran *Demand***

Jumlah permintaan (*quantity demand*) dari suatu barang atau jasa adalah jumlah barang atau jasa yang rela untuk dapat dibayar atau dibeli oleh pembeli. Banyak sekali faktor yang dapat menentukan jumlah permintaan barang. Tetapi jika kita mampu menganalisis kerja dari suatu pasar, maka kita dapat mengetahui bahwa hargalah yang menentukan dari besar kecilnya jumlah permintaan pasar.

Tabel II.1. Perbedaan Jumlah Permintaan Terhadap Perubahan Harga Pelayanan Kesehatan Gigi dan Mulut Puskesmas Kota Mojokerto Tahun 2011

|  |  |
| --- | --- |
| KONDISI PERTAMA | KONDISI KEDUA |
| Harga Pelayanan Kesehatan Gigi dan Mulut | Harga | Jumlah permintaan pelayanan | Harga Pelayanan Kesehatan Gigi dan Mulut | Harga | Jumlah permintaan pelayanan |
| Cabut gigi sulung | Rp 15.000,00 | 5 | Cabut gigi sulung | Rp 30.000,00 | 2 |
| Cabut gigi sulung dengan penyulit | Rp 20.000,00 | 3 | Cabut gigi sulung dengan penyulit | Rp 40.000,00 | 1 |
| Cabut gigi tetap | Rp 30.000,00 | 3 | Cabut gigi tetap | Rp 60.000,00 | 0 |
| Cabut gigi tetap dengan komplikasi | Rp 35.000,00 | 2 | Cabut gigi tetap dengan komplikasi | Rp 70.000,00 | 0 |
| Cabut gigi molar 3 biasa | Rp 30.000,00 | 3 | Cabut gigi molar 3 biasa | Rp 60.000,00 | 1 |
| Cabut gigi molar 3 miring | Rp 60.000,00 | 1 | Cabut gigi molar 3 miring | Rp 120.000,00 | 1 |

Sumber: Tarif Retribusi Pelayanan Kesehatan Di Puskesmas Daerah Kota Mojokerto Tahun 2011

Dari tabel di atas dapat kita perkirakan jika harga untuk satu kali cabut gigi sulung naik dua kali lipatnya menjadi Rp 30.000,00, maka bisa saja jumlah permintaannya diperkirakan akan mengalami penurunan kurang dari lima pasien. Namun apabila harga untuk satu kali cabut gigi sulung turun sebesar Rp 5000,00, maka bisa saja jumlah permintaannya akan meningkat hingga dua kali lipatnya atau bahkan lebih dari itu.

Karena jumlah permintaan jatuh seiring dengan naiknya harga dan meningkat seiring dengan turunnya harga, dapat dikatakan bahwa jumlah permintaan berhubungan secara negatif atau berbanding terbalik terhadap harga pasar yang diberikan. Hubungan antara harga dan jumlah permintaan ini berlaku untuk kebanyakan jenis barang atau jasa dalam perekonomiaan. Para ekonom menyebut fenomena ini sebagai hukum permintaan (*law of demand*): “*Jika semua hal dibiarkan sama, ketika harga suatu barang meningkat, maka jumlah permintaannya akan menurun, dan ketika harganya turun, maka jumlah permintaannya akan naik”.*

* + - 1. **Fungsi Permintaan**

Selain adanya daftar permintaan dan kurva permintaan, hubungan antara harga dan jumlah barang yang diminta dapat dijelaskan melalui fungsi permintaan. Fungsi permintaan pada dasarnya menunjukkan hubungan secara matematis antara harga dan jumlah barang yang diminta. Fungsi permintaan adalah fungsi yang menjelaskan hubungan kausalitas antara jumlah barang yang diminta dengan seluruh faktor-faktor yang mempengaruhinya. Fungsi permintaan dapat diuraikan sebagai hubungan kausalitas antara jumlah barang yang diminta dengan:

1. Pendapatan konsumen.
2. Penawaran.
3. Kebutuhan.
4. Harga barang itu sendiri.
5. Penjualan kredit.
6. Kualitas barang yang bersangkutan.
7. Iklan.
8. Saluran distribusi.
9. Harga barang lain yang bersifat komplementer dan substitutif.
10. Corak distribusi pendapatan dalam masyarakat.
11. Selera.
12. Jumlah penduduk.
13. Expectasi mengenai keadaan di masa datang.
14. Agama.
15. Budaya.

Fungsi permintaan yang dalam makalah ini hanya membahas hubungan kausalitas (sebab akibat) antara harga barang dengan jumlah barang yang diminta. Secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Qd=f (P)$$

Keterangan:

Qd = b0 – b1 P.

Qd = Jumlah barang yang diminta

P = Harga

b0 = Konstanta yang menjelaskan besarnya jumlah barang yang

 diminta ketika perubahan harga konstan.

b1 = Koefisien yang menjelaskan besarnya perubahan jumlah

 barang yang diminta sebagai akibat dari perubahan harga.

$$b1= \frac{∆ Qd}{∆ P}= \frac{Qd2-Qd1}{P2-P1}$$

Koefisien b1 yang bertanda negative bukan berarti bahwa nilainya dibawah nol, melainkan menunjukkan sifat hubungan antara harga dengan jumlah barang diminta yang berlawanan. Jika pola hubungan antara harga dengan jumlah barang yang diminta searah, maka koefisien b1 akan bertanda positif.

Kemudian fungsi permintaannya dapat diperoleh antara lain dengan formula berikut:

$$Qd-Qd1=b1(P-P1)$$

Penerapan dari formula di atas dapat dapat dijelaskan pada contoh tabel 1.1 sebelumnya:

Tarif Retribusi Pelayanan Kesehatan Di Puskesmas Daerah Kota Mojokerto Tahun 2011

Tabel II.2. Harga Pelayanan Terhadap Jumlah Permintaan Pelayanan Kesehatan Gigi dan Mulut Puskesmas Kota Mojokerto Tahun 2011

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Harga Pelayanan Kesehatan Gigi dan Mulut | Harga | Jumlah permintaan pelayanan |
| Cabut gigi sulung | Rp 15.000,00 | 5 |
| Cabut gigi sulung dengan penyulit | Rp 20.000,00 | 3 |
| Cabut gigi tetap | Rp 30.000,00 | 3 |
| Cabut gigi tetap dengan komplikasi | Rp 35.000,00 | 2 |
| Cabut gigi molar 3 biasa | Rp 30.000,00 | 3 |
| Cabut gigi molar 3 miring | Rp 60.000,00 | 1 |

Sumber: Tarif Retribusi Pelayanan Kesehatan Di Puskesmas Daerah Kota Mojokerto Tahun 2011

Dari data di atas, misalkan direncanakan tarif cabut gigi tetap dengan komplikasi untuk tahun depan (2012) turun sebesar 50% menjadi Rp 17.500,00, dan permintaannya naik sebesar 50% (Elastisitas Uniter) menjadi 4, maka dapat dihitung:

$b1=\frac{∆Qd}{∆P}=\frac{Qd2-Qd1}{P2-P1}=\frac{4-2}{17500-35000}=-1,143$\*

\*ingat bahwa tanda negatif menunjukkan sifat hubungan antara harga dengan jumlah barang diminta yang berlawanan.

Kemudian fungsi permintaannya sebagai berikut:

$$Qd-2=-1,143\left(P-35000\right)$$

$$Qd=-1,143P+40005+2$$

$$Qd=-1,143P+40007$$

Dari fungsi permintaan di atas, dapat diartikan jika harga turun menjadi Rp 17500,00, maka dapat diperkirakan bahwa jumlah permintaan tertinggi nantinya sebesar 20005. Jika ingin mencapai harga tertinggi, maka jumlah permintaan harus sama dengan nol (Q = 0) yaitu sebesar Rp 35.002,00. Artinya, jika di tahun 2012 nantinya puskesmas tersebut menaikkan harga jenis pelayanan cabut gigi tetap dengan komplikasi lebih besar sama dengan Rp 35.002,00, maka jumlah permintaannya akan jenis pelayanan jasa tersebut akan sama dengan nol.

* 1. **Elastisitas Permintaan**

Ketika diperkenalkan mengenai konsep permintaan, kita bisa melihat bahwa para konsumen biasanya akan membeli lebih dari satu barang atau jasa apabila harga mengalami penurunan, pendapatan meningkat, harga barang substitusi naik, atau ketika harga barang komplemen turun. Pembahasan terkait suatu permintaan sangatlah kualitatif dan bukan kuantitatif. Artinya, kita membahas arah perubahannya dimana jumlah yang diminta bergerak, dan bukan seberapa besar perubahannya. Untuk mengukur seberapa besar para konsumen merespon perubahan dalam variabel-variabel tersebut, para ekonom menggunakan suatu konsep yang dinamakan konsep elastisitas (*elasticity*).

Di dalam hukum permintaan telah dikatakan bahwa menurunnya harga barang atau jasa akan meningkatkan jumlah permintaan pasar. Elastisitas harga permintaan (*price elasticity of demand*) mempunyai fungsi untuk mengukur besar jumlah permintaan yang akan berubah seiring dengan perubahan harga yang akan terjadi nantinya. Permintaan suatau barang atau jasa dikatakan elastis apabila jumlah permintaan berubah banyak karena harga berubah, sedangkan permintaan dikatakan *inelastic* (tidak elastisitas) apabila jumlah permintaan mengalami sedikit perubahan ketika harga berubah.

Elastisitas harga permintaan untuk barang apa pun mengukur kerelaan para konsumen mengganti konsumsi barang itu jika harganya naik. Dengan demikian, elastisitas mencerminkan begitu banyak kekuatan ekonomi, sosial, dan psikologis yang membentuk berbagai selera para konsumen. Adapun beberapa hal yang menentukan elastisitas harga permintaan, yaitu:

1. Tersedianya Barang Substitusi Terdekat

Barang-barang dengan substitusi (pengganti) terdekat cenderung memiliki permintaan yang lebih elastis. Hal ini dikarenakan adanya barang atau jasa dengan substitusi terdekat akan mempermudah para konsumen untuk mengganti barang tersebut dengan yang lainnya. Sebagai contoh minyak zaitun dan minyak kelapa sawit yang merupakan barang yang mudah diganti. Kenaikan harga minyak zaitun di pasaran oleh karena semakin langkanya minyak zaitun murni mengakibatkan jumlah minyak kelapa sawit yang terjual turun secara drastis. Sebaliknya karena telur merupakan makanan tanpa substitusi dekat, maka permintaan akan telur tidak seelastis permintaan akan minyak zaitun.

1. Kebutuhan Versus Kemewahan

Kebutuhan cenderung memiliki permintaan yang inelastis, sebaliknya kemewahan memiliki permintaan yang elastis. Ketika biaya pelayanan kesehatan semakin meningkat, konsumen tidak akan secara dramatis mengubah frekuensi mereka untuk mengunjungi pusat pelayanan kesehatan, meskipun mungkin tidak sesering sebelumnya. Sebaliknya, ketika harga perahu naik maka jumlah permintaan perahu akan turun banyak. Hal ini dikarenakan kebanyakan konsumen melihat berobat ke pelayanan kesehatan merupakan suatu kebutuhan, sedangkan perahu merupakan suatu kemewahan. Tentu saja suatu barang atau jasa dikatakan merupakan suatu kebutuhan atau suatu kemewahan tidak tergantung pada sifat hakiki barang tersebut, tetapi pada pilihan para konsumen. Bagi seorang nelayan yang mungkin tidak terlalu memperhatikan kesehatannya menganggap bahwa perahu mungkin merupakan sebuah kebutuhan dengan permintaan yang inelastis, sedangkan berobat ke pelayanan kesehatan merupakan suatu kemewahan bagi mereka dengan permintaan yang elastis.

1. Definisi Pasar

Elastisitas permintaan dalam segala jenis pasar bergantung pada bagaimana kita menggambarkan batas-batas pasar. Pasar yang terdefinisi sempit cenderung memiliki permintaan yang lebih elastis dibandingkan dengan pasar yang terdefinisi secara luas, karena lebih mudah menemukan substitusi untuk barang-barang yang didefinisikan secara sempit. Misalnya minuman, sebuah kategori yang sangat luas, memiliki permintaan yang inelastis karena tidak ada barang substitusi untuk minuman. Kopi, sebuah kategori yang lebih sempit yang memiliki permintaan yang lebih elastis karena mudah untuk menggantinya dengan jenis minuman yang lainnya. Kopi moccacino, sebuah kategori yang sangat sempit, memiliki permintaan yang sangat elastis, karena jenis kopi lainnya seperti *luwak white coffe* yang merupakan barang substitusi yang hampir sempurna untuk kopi mocacino.

1. Rentang Waktu

Barang-barang cenderung memiliki permintaan yang lebih elastis selama kurun waktu yang lebih panjang. Ketika harga bensin naik, jumlah permintaan bensin hanya sedikit mengalami kemerosotan pada beberapa bulan pertama. Namun setelah itu, bagaimanapun juga masyarakat akan membeli mobil dengan kemampuan irit bahan bakar, menggunakan transportasi umum, atau mungkin pindah ke tempat kerja yang lebih dekat dengan rumah mereka. Dalam beberapa tahun nantinya, jumlah permintaan bensin akan mengalami penurunan drastis.

* + 1. **Perhitungan Elastisitas Harga Permintaan**

Para ekonom menghitung elastisitas harga permintaan sebagai perubahan persentase jumlah permintaan dibagi dengan perubahan persentase harga. Artinya,

$$Elastisitas Harga Permintaan= \frac{Perubahan persentase jumlah permintaan}{Perubahan persentase harga}$$

Misalnya, anggaplah bahwa peningkatan 20% harga pelayanan cabut gigi sulung mengakibatkan jumlah pembelian jasa pelayanan cabut gigi sulung turun hingga 30%. Kita menghitung elastisitas permintaan konsumen sebagai berikut:

$$Elastisitas Harga Permintaan= \frac{30\%}{20\%}=1,5$$

Hasil elastisitasnya adalah 1,5, mencerminkan bahwa perubahan jumlah permintaan sebanding dengan 1,5x besarnya dengan perubahan harga yang terjadi.

Karena jumlah barang atau jasa yang diminta berhubungan negatif dengan harganya, maka perubahan persentase jumlah akan selalu memiliki tanda yang berlawanan dengan perubahan persentase harga. Dalam contoh di atas, perubahan persentase harga adalah positif 20 % (mencerminkan suatu peningkatan), dan perubahan persentase jumlah yang diminta adalah negatif 30 % (mencerminkan suatu penurunan). Atas alasan inilah, maka elastisitas harga permintaan terkadang dinyatakan sebagai bilangan negatif. Secara praktik umum, terkadang tanda negatif dihiraukan dan menuliskan semua elastisitas harga sebagai bilangan positif (para matematikawan menyebutnya sebagai nilai absolut). Nilai elastisitas yang lebih besar menyatakan ketanggapan yang lebih besar dari jumlah terhadap harga permintaan.

* + 1. **Perhitungan Elastisitas Harga Permintaan: Metode Nilai Tengah**

Apabila mencoba menghitung elastisitas harga permintaan antara dua titik pada sebuah kurva permintaan, maka kita akan secara cepat mengetahui sebuah masalah yang mengganggu: Elastisitas dari titik A ke titik B terlihat berbeda dengan elastisitas dari titik B ke titik A. Sebagai contoh:

Gambar 2.6. Kurva Permintaan

Sumber:

Titik A: Harga = Rp 40.000,00 Jumlah = 12

Titik B: Harga = Rp 60.000,00 Jumlah = 8

Berangkat dari titik A ke titik B, harga meningkat sebesar 50%, dan jumlah menurun hingga 33%, mengindikasikan bahwa elastisitas harga permintaan adalah 33/50, atau 0,66. Sebaliknya, apabila berangkat dari titik B ke titik A, harga menurun sebesar 33 persen dan jumlah meningkat 50%, mengindikasikan bahwa elastisitas harga permintaan adalah 50/33 atau 1,5.

Satu cara untuk menghindari masalah ini adalah dengan menggunakan metode nilai tengah untuk menghitung elastisitas. Cara standar untuk menghitung perubahan persentase adalah dengan membagi perubahan dengan tingkat awalnya. Sebaliknya, metode nilai tengah menghitung perubahan persentase dengan membagi perubahan dengan nilai tengah (atau nilai rata-rata) tingkat awal dan akhir. Sebagai contoh, Rp 50.000,00 adalah nilai tengah dari Rp 40.000,00 dan Rp 60.000,00, maka berdasarkan metode nilai tengah, perubahan dari Rp 40.000,00 ke 60.000,00 dianggap mengalami peningkatan sebesar 40 persen, karena (60.000 – 40.000)/50.000 x 100 = 40%. Sama halnya perubahan dari Rp 60.000,00 ke 40.000,00 dianggap penurunan sebesar 40%.

Karena metode nilai tengah memberikan jawaban yang sama tanpa memperhatikan arah perubahan, maka metode ini sering digunakan ketika menghitung elastisitas harga permintaan Antara dua titik. Pada contoh di atas, nilai tengah Antara titik A dan titik B adalah:

Nilai tengah: Harga = Rp 50.000,00 Jumlah = 10

Berdasarkan metode nilai tengah, apabila kita berangkat dari titik A ke titik B, harga meningkat sebesar 40%, dan jumlah menurun 40%. Sama halnya apabila kita berangkat dari titik B ke titik A, harga menurun 40 persen dan jumlah meningkat sebesar 40%. Dalam kedua arah, elastisitas harga permintaan sama dengan 1.

Kita dapat menyatakan metode nilai tengah dengan rumus untuk elastisitas harga permintaan antara dua titik, yang dinotasikan (Q1, P1) dan (Q2, P2):

$$Elastisitas Harga Permintaan= \frac{(Q2-Q1)/[\frac{Q2+Q1}{2}]}{(P2-P1)/[\frac{P2+P1}{2}]}$$

Keterangan:

Q = Quest (permintaan)

P = Price (Harga)

$$Elastisitas Harga Permintaan= \frac{(8-12)/[\frac{8+12}{2}]}{(60000-40000)/[\frac{60000+40000}{2}]}= -\frac{0,4}{0,4}=1$$

Perlu diingat bahwa harga negatif menyatakan hubungan negatif atau timbal balik antara permintaan dan harga pembilangnya adalah perubahan persentase jumlah yang dihitung dengan menggunakan metode nilai tengah, dan penyebutnya adalah perubahan persentase harga yang dihitung dengan menggunakan metode nilai tengah. Untuk mencapai sebagian besar dari tujuan-tujuan kita, apa yang ditunjukkan oleh elastisitas lebih penting daripada elastisitas tersebut harus dihitung.

* 1. **Estimasi Permintaan**

Estimasi adalah upaya untuk mengetahui perubahan satu atau lebih variabel yang dapat mempengaruhi permintaan suatu produk. Terdapat dua cara untuk dapat mengetahui estimasi permintaan, yaitu pendekatan langsung dan pendekatan tak langsung.

* + 1. **Pendekatan Langsung**

Pendekatan langsung adalah estimasi permintaan dengan melibatkan konsumen secara langsung misalnya dengan wawancara, survei konsumen, simulasi situasi pasar dan eksperimen pasar terkendali.

1. Wawancara dan Survei

Pendekatan yang digunakan dalam estimasi permintaan adalah bertanya secara langsung kepada konsumen ataupun konsumen potensial tentang kemungkinan perubahan keputusan untuk membeli suatu produk karena perubahan-perubahan harga produk tersebut ataupun faktor-faktor lain. Akan tetapi, pendekatan ini mempunyai beberapa kelemahan, diantaranya:

1. Tingkat keragaman dari sampel konsumen yang dipilih. Konsumen yang diwawancara atau disurvei harus dapat mewakili kondisi pasar secara keseluruhan sehingga hasil wawancara tidak bias.
2. Respon dari konsumen yang ditanya mungkin tidak memberikan jawaban yang sebenamya karena, merasa malu dengan jawaban yang sebenamya atau karena merasa malu dengan pewawancara.
3. Pertanyaan yang diajukan kepada konsumen mungkin kurang jelas, membingungkan atau bahkan konsumen yang salah persepsi. Hasilnya tentu saja respon yang diberikan oleh konsumen mungkin bukan respon sebenarnya yang dimaksud.
4. Simulasi Situasi Pasar

Pendekatan ini disebut juga sebagai klinik konsumen. Sejumlah konsumen yang dipilih sebagai responden diberi sejumlah uang dan diminta untuk membelanjakan uang tersebut pada pasar yang disimulasi. Kelompok responden yang berbeda memperoleh perlakuan bauran pemasaran yang berbeda pula. Reaksi dari masing-masing kelompok kemudian dicatat dan dianalisis. Responden harus dipilih secara acak sehingga dapat mewakili populasi konsumen secara keseluruhan.

Pendekatan ini juga mempunyai kelemahan, yaitu memerlukan biaya besar untuk mewujudkannya, karena harus membuat simulasi pasar dan menyediakan produk pesaing. Selain itu juga akan memakan waktu lama. Akan tetapi untuk menekan biaya dapat dilakukan dengan membatasi jumlah responden dengan catatan responden tersebut harus mewakili pasar secara keseluruhan.

1. Eksperimen Pasar Langsung

Eksperimen pasar secara langsung melibatkan konsumen langsung di pasar yang sebenarnya. Konsumen diminta untuk membelanjakan sejumlah uang untuk produk yang ditelaah. Konsumen yang diambil sebagai responden untuk eksperimen dapat ditentukan atas dasar berbagai kriteria seperti wilayah pemasaran, domisili, atau propinsi.

Untuk mendapatkan hasil yang bagus, eksperimen pasar langsung harus dilakukan dalam jangka waktu yang agak panjang. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa reaksi konsumen benar-benar disebabkan oleh perubahan startegi pemasaran suatu produk. Sebab bisa saja terjadi ketika eksperimen pasar dilakukan, pada saat yang bersamaan terjadi pula perubahan pada variabel-variabel lain yang berada diluar kontrol perusahaan.

* + 1. **Pendekatan Tak Langsung**

Pendekatan tak langsung adalah estimasi permintaan dengan menggunakan data yang sudah terkumpul dan tersedia kemudian dicari hubungan di antara data-data permintaan produk dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya secara statistik. Salah satu cara yang digunakan untuk mengestimasi permintaan adalah dengan cara analisis regresi.

* 1. **Peramalan Permintaan**

Peramalan permintaan adalah upaya untuk mengetahui kemungkinan perubahan permintaan atau jumlah produk yang diminta oleh konsumen di masa yang akan datang. Terdapat dua metode untuk melakukan peramalan permintaan, yaitu:

1. Metode Kualitatif

Metode peramalan kualitatif adalah permintaan yang didasarkan atas penilaian (*judgements)* dari seseorang atau sekelompok orang, bisa seorang manajer, tenaga penjual atau seorang ahli untuk bidang tertentu.

1. Metode Kuantitatif

Metode peramalan kuantitatif adalah permintaan yang menggunakan data historis sebagai dasar pijakannya. Metode kuantitatif dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu:

1. Metode Deret Waktu

Metode yang dipergunakan untuk menganalisis serangkaian data yang merupakan fungsi dari waktu. Metode ini mengasumsikan beberapa pola atau kombinasi pola yang selalu berulang sepanjang waktu. Pola dasarnya dapat diidentifikasi menggunakan data historis dari serial itu. Dengan analisis deret waktu dapat ditunjukkan bagaimana permintaan terhadap suatu produk tertentu bervariasi terhadap waktu. Sifat dari perubahan permintaan dari tahun ke tahun dirumuskan untuk meramalkan penjualan pada masa yang akan datang.

1. Metode Kausal

Metode kausal mengasumsikan faktor yang diperkirakan menunjukkan adanya hubungan sebab akibat dengan variabel bebas (independen). Kegunaan dari metode kausal adalah untuk menemukan bentuk hubungan antara variable-variabel tersebut dan menggunakannya untuk meramalkan nilai dari variable tidak bebas (dependen). Pada model ini untuk meramalkan permintaan tidak hanya memperhatikan waktu, tetapi juga memperhatikan faktor lain yang mempengaruhi.

* 1. **Bentuk Kurva Permintaan (*Demand Curve)***

Kurva permintaan (*Demand Curve*) adalah kurva yang menggambarkan hubungan antara harga dengan jumlah barang yang diminta. Sesuai dengan hukum permintaan, maka bentuk kurva permintaan melereng dari kiri atas ke kanan bawah atau dari kanan bawah ke kiri atas. Hal ini menjelaskan bahwa semakin rendah harga suatu barang maka semakin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya semakin tinggi harga suatu barang maka semakin sedikit permintaan terhadap barang tersebut.

* + 1. **Daftar Permintaan (*Demand)***

 Pada dasarnya, daftar permintaan adalah suatu tabel yang berisi harga dan jumlah permintaan. Tabel ini menggambarkan besarnya jumlah permintaan dengan berbagai tingkat harga pada barang yang sama. Berikut merupakan gambaran permintaan terhadap sebuah pensil:

Tabel II.3. Gambaran Permintaan Pensil

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Keadaan** | **Harga** | **Jumlah yang Diminta** |
| P | 5000 | 200 |
| Q | 4000 | 400 |
| R | 3000 | 600 |
| S | 2000 | 900 |
| T | 1000 | 1300 |

Sumber: Kelompok 3 Dasar Ilmu Ekonomi Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Airlangga

Pada tabel di atas digambarkan bahwa ketika pensil tersebut berharga 1000, maka permintaan terhadap pensil sebanyak 1300 buah. Dan ketika harga pensil naik menjadi 2000, maka permintaan akan turun menjadi 900 buah. Demikian seterusnya hingga harga pensil menjadi 5000, permintaan terhadap barang tersebut akan menurun mencapai angka 200 buah. Jelas bahwa semakin naik harga maka permintaan terhadap barang akan turun, dan begitu pula sebaliknya ketika harga turun maka permintaan barang akan bertambah.

* + 1. **Gambar Kurva Permintaan (*Demand Curve)***

Dengan memakai data/tabel dari daftar permintaan, maka dapat diperoleh gambar kurva *demand*. Sukirno dalam Pengantar Teori Mikroekonomi mendefinisikan kurva permintaan sebagai suatu kurva yang menggambarkan sifat hubungan antara harga suatu barang tertentu dan jumlah barang tersebut yang diminta para pembeli.

Gambar 2.7. *Demand* Konsumen Terhadap Pensil

Sumber: Kelompok 3 Dasar Ilmu Ekonomi Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Airlangga

Pada gambar 2.7. terlihat sumbu tegak (y) menggambarkan berbagai tingkatan harga produk (*price*), sedangkan pada sumbu datar (x) menggambarkan jumlah permintaan terhadap produk tersebut (*quantity*). Ketika produk berharga 3000 maka permintaan sebanyak 600 buah (titik R). Pada saat harga turun menjadi 2000 maka permintaan naik menjadi 900 (titik S). Titik PQRST menunjukkan letak harga dengan jumlah permintaan ketika produk dijual dengan harga sebagaimana pada gambar 2.7. Kemudian ditarik garis sehingga membentuk sebuah kurva.

Dalam menganalisis permintaan perlu disadari perbedaan antara istilah permintaan dan barang yang diminta pada kalimat “*permintaan dan jumlah barang yang diminta*”. Apabila mengatakan “permintaan” yang di maksudkan adalah keseluruhan daripada kurva permintaan. Jadi permintaan menggambarkan keseluruhan daripada hubungan antara harga dan jumlah permintaan. Sedangkan “barang yang diminta” merupakan banyaknya permintaan pada suatu tingkat harga tertentu.

Kurva permintaan berbagai jenis barang pada umumnya menurun dari atas ke kanan-bawah. Menurut Sukirno, kurva yang bersifat demikian disebabkan oleh sifat hubungan, diantara harga dan jumlah yang diminta, yaitu mereka mempunyai sifat hubungan terbalik. Kalau yang satunya naik (misalnya harga) maka yang lainnya turun (misalnya jumlah yang diminta).

Menurut Samuelson, kurva permintaan ini memiliki hubungan kuantitas dan harga yang terbalik, dimana Q akan naik apabila P turun. Sehingga kurva ini disebut hukum permintaan yang mempunyai lereng yang menurun. Apabila harga suatu komoditi naik (dan hal-hal lain tidak berubah), pembeli cenderung membeli lebih sedikit komoditi itu. Demikian pula apabila harga turun dan hal-hal lain tetap, kuantitas yang diminta akan meningkat.

Terdapat dua alasan yang menjelaskan kuantitas permintaan turun ketika harga naik, yaitu:

1. Efek Substitusi

Bila harga suatu barang naik, maka orang-orang akan cenderung untuk membeli barang serupa lainnya. Misalnya ketika harga cabai naik, maka ada sebagian orang yang akan menggantinya dengan merica.

1. Efek Pendapatan (*Income Effect*)

 Ketika harga suatu barang naik dan tidak diimbangi dengan kenaikan pendapatan atau gaji, sedangkan orang-orang membeli suatu barang dengan jumlah yang sama seperti sebelum kenaikan, maka lama kelamaan mereka akan mengalami kekurangan dana hingga kemiskinan. Sehingga mau tidak mau mereka akan membatasi pembelian terhadap barang tersebut. Misalnya bila harga BBM naik, maka orang-orang akan membeli sesuai keperluan atau lebih sedikit dari permintaan sebelumnya. Atau dapat pula membeli BBM sebanyak sebelum kenaikan harga tetapi mengurangi pembelian untuk barang lainnya.

* + 1. **Persamaan Permintaan (*Demand)***

Grafik kurva permintaan menggunakan fungsi permintaan berbanding terbalik dengan harga yang dinyatakan sebagai fungsi kuantitas. Kurva *demand* sering digambarkan sebagai garis lurus dari bentuk:

**Q = a - bP**

Dimana Q menunjukkan jumlah barang (*quantity*), dan P merupakan harga barang (*price*). a dan b adalah konstanta, a adalah faktor-faktor selain harga yang mempengaruhi permintaan. Sedangkan b adalah kemiringan kurva permintaan.

Gambar 2.8. Persamaan *Demand*

Sumber: http://studypoints.blogspot.com/2011/05/what-is-law-of-demand-explain-it-with\_4680.html

* + 1. **Gerakan Sepanjang Kurva Permintaan (*Demand Curve*)**

Perubahan sepanjang kurva ini terjadi apabila harga barang yang diminta menjadi semakin naik atau semakin turun. Jadi sudah jelas bahwa yang menyebabkan pergerakan di sepanjang kurva adalah karena perubahan harga produk bersangkutan yang diikuti perubahan permintaan.

Jika telah ditetapkan, misal harga awal x dan permintaan barang y, lalu produsen menurunkan harga barang x, maka y pasti akan meningkat. Juga sebaliknya apabila produsen menaikkan harga x, maka y pasti akan menurun. Dalam kurva pergerakan ini terjadi ke bagian kiri atau kanan dari titik awal kurva, jadi kurva terlihat menyambung dan terjadi pergeseran titik akibat kenaikan dan penurunan harga barang dan permintaan.



Gambar 2.9. Bentuk Kurva *Demand*

* + 1. **Pergeseran Kurva Permintaan (*Demand Curve)***

Pergeseran kurva permintaan adalah kondisi perubahan jumlah barang yang diminta meskipun harga yang berlaku tetap atau tidak berubah. Perubahan tersebut akan memberikan dampak pada hubungan akan permintaan suatu barang atau jasa. Apabila terdapat perubahan permintaan yang ditimbulkan oleh faktor bukan harga seperti barang lain, pendapatan para pembeli, dan berbagai faktor bukan harga lainnya mengalami perubahan. Oleh karena itu, kurva akan bergeser ke kanan atau ke kiri.



Gambar 2.10. Pergeseran Seluruh Kurva Permintaan

Sumber: <http://www.bized.co.uk/> (2001)

Misalnya dalam hal ini pendapatan pembeli menurun, apabila tidak ada faktor lain yang mengalami perubahan, maka pendapatan ini akan dapat menurunkan jumlah permintaan terhadap barang tersebut. Sehingga kurva DD akan bergeser kearah kurva D2D2.



Gambar 2.11. Pergeseran Kurva Permintaan

Sumber: Pengantar Teori ilmu Mikro Ekonomi (2005)

Titik A menggambarkan bahwa pada harga P, jumlah yang diminta adalah Q. Sedangkan titik A1 menggambarkan bahwa pada harga P jumlah yang diminta adalah Q1. dapat dilihat bahwa Q1>Q dan berarti kenaikan pendapatan menyebabkan pada harga P permintaan bertambah sebesar QQ1. Apabila permintaan bergeser ke sebelah kanan, maka perpindahan tersebut menunjukkan pertambahan dalam permintaan. sebaliknya, apabila pergeseran kurva ke sebelah kiri, misalnya menjadi D2D2 berarti bahwa permintaan telah berkurang. Sebagai akibat dari perubahan ini pada harga P, jumlah barang yang diminta adalah Q2. Keadaan ini ditunjukkan oleh titik A2.

Perubahan harga komoditi lain yang berkaitan terhadap kuantitas barang yang diminta terlebih dahulu harus dilihat keterkaitan atau hubungan antar barang tersebut, barang itu merupakan barang komplemen atau barang substitusi. Dua barang bersifat komplemen jika kenaikan harga satu barang akan menurunkan kuantitas permintaan barang lainnya. Misalkan, harga barang Y meningkat maka kurva permintaan barang X akan bergeser ke kiri. Sebaliknya barang substitusi adalah sifat dua barang yang jika harga salah satunya meningkat maka kuantitas barang lainnya yang diminta akan meningkat, sehingga kurva permintaan barang X akan bergeser ke kanan jika harga barang Y meningkat.

Perubahan pendapatan akan menggeser seluruh kurva permintaan. Kenaikan pendapatan dengan asumsi faktor lain tetap sama, akan mengakibatkan kuantitas yang diminta juga bertambah untuk barang normal sehingga kurva permintaan akan bergeser ke kanan. Kenaikan pendapatan akan mengurangi kuantitas yang diminta untuk barang inferior, sehingga akan terlihat dari pergeseran kurva permintaan ke kiri.

* + 1. **Faktor-Faktor yang Dapat Menggeser Kurva Permintaan**

Pergeseran kurva permintaan dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya:

1. Harga Barang-Barang Lain

Hubungan antara suatu barang dengan berbagai jenis barang lainnya dapat dibedakan dalam tiga golongan, yaitu:

1. Barang Pengganti

Suatu barang dinamakan barang pengganti terhadap barang lain apabila ia dapat menggantikan fungsi barang lain tersebut. Salah satu contohnya adalah kopi dan teh yang dapat saling menggantikan fungsinya. Seseorang yang suka meminum teh dapat menerima minuman kopi apabila teh tidak ada. Sebaliknya seorang peminum kopi tidak akan menolak meminum teh apabila kopi tidak ada. Harga barang pengganti dapat mempengaruhi permintaan barang yang dapat digantikannya. Apabila harga barang pengganti bertambah murah maka barang yang digantikannya akan mengalami pengurangan dalam permintaan. Jadi apabila harga kopi turun maka permintaan terhadap teh akan berkurang, sebaliknya, apabila harga kopi naik maka permintaan terhadap teh akan meningkat.

1. Barang Pelengkap

Apabila suatu barang selalu digunakan bersama dengan barang lainnya, maka barang tersebut dinamakan barang pelengkap terhadap barang lain tersebut. Gula adalah barang pelengkap terhadap kopi atau teh karena pada umumnya kopi dan teh yang kita minum harus dibubuhi gula. Kenaikan atau penurunan permintaan terhadap barang pelengkap selalu diiringi dengan perubahan permintaan barang yang digenapinya. Jika permintaan terhadap kopi atau teh bertambah, maka permintaan terhadap gula cenderung bertambah juga. Sebaliknya, jika kopi dan teh semakin sedikit permintaannya, maka permintaan untuk gula juga cenderung mengalami penurunan.

1. Barang Netral

Salah satu contoh dari barang netral adalah antara beras dan buku tulis. Permintaan terhadap beras dan terhadap buku tulis tidak mempunyai hubungan sama sekali. Maksudnya, perubahan permintaan dan harga beras tidak akan mempengaruhi permintaan buku tulis dan begitu juga sebaliknya. Apabila dua macam barang tidak mempunyai hubungan yang erat (tidak terkait satu sama lain) maka perubahan terhadap permintaan salah satu barang tersebut tidak akan mempengaruhi permintaan barang lainnya, barang seperti itulah yang dinamakan barang netral.

1. Pendapatan para pembeli

Pendapatan para pembeli merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan corak permintaan terhadap berbagai barang. Perubahan pendapatan selalu menimbulkan perubahan terhadap permintaan berbagai jenis barang. Berdasarkan sifat perubahan permintaan yang berlaku apabila pendapatan berubah, berbagai barang dapat dibedakan menjadi empat golongan, yaitu:

1. Barang Inferior

Adalah barang yang banyak diminta oleh orang-orang yang berpendapatan rendah. Jika pendapatan bertambah tinggi maka permintaan terhadap barang-barang yang tergolong barang inferior akan berkurang. Para pembeli yang mengalami kenaikan pendapatan akan mengurangi pengeluarannya terhadap barang-barang inferior dan menggantikannya dengan barang-barang yang lebih baik mutunya. Ubi kayu adalah suatu contoh barang inferior. Pada pendapatan yang sangat rendah orang-orang mengkonsumsi ubi kayu sebagai pengganti beras atau makanan ringan. Jika pendapatan meningkat, maka konsumen mempunyai kemampuan untuk membeli barang makanan lain dan mengurangi konsumsinya terhadap ubi kayu.

1. Barang Esensial

Adalah barang yang sangat penting artinya dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Biasanya barang itu terdiri dari kebutuhan pokok masyarakat seperti makanan (beras, kopi dan gula) dan pakaian yang utama. Pembelanjaan terhadap barang-barang esensial ini tidak berubah walaupun pendapatan meningkat.

1. Barang Normal

Suatu barang dikatakan barang normal apabila ia mengalami kenaikan dalam permintaan sebagai akibat dari kenaikan pendapatan. Kebanyakan barang yang da dalam masyarakat termasuk dalam golongan ini. Beberapa contohnya adalah sepatu, berbagai jenis peralatan rumah tangga , dan berbagai jenis makanan. Ada dua faktor yang meyebabkan permintaan terhadap barang-barang normal mengalami kenaikan jika pendapatan para pembeli bertambah, yaitu:

1. Pertambahan pendapatan menambah kemampuan untuk membeli barang-barang normal lebih banyak.
2. Pertambahan pendapatan memungkinkan para pembeli menukar konsumsi mereka dari barang yang kurang baik mutunya kepada barang-barang yang lebih baik mutunya.
3. Barang Mewah

Adalah jenis-jenis barang yang dibeli orang apabila pendapatan mereka sudah relatif tinggi, contohnya seperti emas, intan, dan mobil sedan. Biasanya barang-barang tersebut baru dibeli masyarakat setelah dapat memenuhi kebutuhan yang pokok seperti makanan, pakaian dan perumahan.

1. Distribusi Pendapatan

Distribusi pendapatan juga mempengaruhi corak permintaan terhadap berbagai jenis barang. Apabila sejumlah pendapatan masyarakat tertentu, corak distribusi pendapatannya berubah maka akan menimbulkan corak permintaan masyarakat yang berbeda pula. Misalnya pemerintah menaikkan pajak terhadap orang-orang kaya lalu menggunakan hasil pajak tersebut untuk menaikkan pendapatan pekerja yang bergaji rendah, maka corak permintaan terhadap berbagai barang akan mengalami perubahan. Barang-barang yang digunakan oleh orang-orang kaya akan berkurang permintaannya, tetapi sebaliknya barang-barang yang digunakan orang yang berpendapatan rendah yang mengalami kenaikan pendapatan, akan bertambah permintaannya. Contohnya, permintaan terhadap mobil mewah akan berkurang tetapi permintaan terhadap rumah harga murah akan bertambah.

1. Cita Rasa

Cita rasa mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap keinginan masyarakat untuk membeli barang-barang. Pada tahun 1960-an sedikit sekali orang yang suka menggunakan mobil-mobil buatan jepang. Tetapi semenjak tahun 1970-an suasananya sudah sangat berubah, di berbagai negara di dunia didapati mobil buatan Jepang semakin popular dan banyak digunakan, akibatnya permintaan terhadap mobil-mobil buatan Amerika dan Eropa sangat merosot. Contoh ini menggambarkan bagaimana perubahan cita rasa masyarakat dapat mempengaruhi permintaan berbagai jenis barang.

1. Jumlah Penduduk

Pertambahan penduduk tidak secara langsung dapat menyebabkan pertambahan permintaan, tetapi biasanya pertambahan penduduk diikuti oleh perkembangan dalam kesempatan kerja. Dengan demikian lebih banyak orang yang memerima pendapatan dan hal ini dapat meningkatkan daya beli masyarakat. Peningkatan daya beli inilah yang akan menambah permintaan.

1. Ekspektasi Mengenai Keadaan Masa Depan

Perubahan-perubahan yang diramalkan mengenai keadaan pada masa yang akan datang dapat mempengaruhi permintaan. Perkiraan para konsumen bahwa harga-harga akan menjadi bertambah tinggi pada masa depan akan mendorong mereka untuk membeli lebih banyak pada masa kini, untuk menghemat pengeluaran pada masa yang akan dating. Sebaliknya, perkiraan bahwa lowongan kerja akan sulit diperoleh dan kegiatan ekonomi akan mengalami resesi, akan mendorong orang lebih berhemat dalam pengeluarannya dan mengurangi permintaan.

**BAB III**

**KESIMPULAN**

*Want, Need* dan *Demand* berhubungan erat dengan kegiatan ekonomi yang meliputi produksi, distribusi dan konsumsi. Hukum perrmintaan, Estimasi *Demand,* pengukuran *need* dan *demand*, kurva *demand* tidak lain adalah sebagai dasar bagi produsen dalam menentukan strategi produksi dan distribusi barang/jasa yang diciptakannya. Bahwa semakin rendah harga suatu barang, maka semakin tinggi permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, semakin tinggi harga suatu barang, maka semakin rendah permintaan terhadap barang tersebut,inilah yang disebut sebagai hukum permintaan.

Dalam hukum permintaan jumlah barang yang diminta akan berbanding terbalik dengan tingkat harga barang. Kenaikan harga barang akan menyebabkan berkurangnya jumlah barang yang diminta.

Beberapa faktor menjadi penyebab perubahan perrmintaan konsumen, diantaranya adalah pendapatan rata-rata, jumlah populasi, harga barang substitusi, selera, dan pengaruh spesial.

Pengukuran *need* dapat dilakukan dengan metode survei *need assessment* kepada masyarakat umum dengan menyebarkan kuisioner atau angket. Sedangkan untuk pengukuran *demand* dilakukan survei kepada populasi konsumen.

**DAFTAR PUSTAKA**

 . n.d. *Definition of ‘Law and Demand’*. [Online] Available from <http://economictimes.indiatimes.com/definition/law-of-demand>. [Accessed March, 18th 2014]

 . n.d. *Need Assessment*. [Online] Availble from <http://www.dpi.state.nd.us/grants/needs.pdf>. [Accessed March, 17th 2014]

 .2012. *Jenis – Jenis penawaran (Supply) dan Permintaan (Demand.* Library Binus. [Online] Available from: <http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab2DOC/2012-1-01342-HM%20Bab2001.doc>. [Accessed March, 15th 2014]

 . 2013. *Ekonomi Kontekstual: Pengertian dan Jenis Permintaan atau Demand*. [Online] Available from: <http://www.ekonomikontekstual.com/2013/10/pengertian-dan-jenis-permintaan-atau-demand.html>. [Accessed March, 16th 2014]

 . n.d. *Konsep Permintaan dan Penawaran*. [Online] Available from <http://elearning.upnjatim.ac.id/courses/EKONOMIMANAJERIAL/document/Ekonomi_Manajerial_%28.pdf%29/BAB_2.pdf?cidReq=EKONOMIMANAJERIAL> [Accessed March, 17th 2014]

 . n.d. *Teori Abraham Maslow*. [Online] Available from [http://wardalisa.staff.gunadarma.ac.id/Downloads/files/26402/Materi+07+-+TeoriAbrahamMaslow.pdf](http://wardalisa.staff.gunadarma.ac.id/Downloads/files/26402/Materi%2B07%2B-%2BTeoriAbrahamMaslow.pdf) . [Accessed March, 21 2014]

 . n.d. Konsep Permintaan dan Penawaran. [Online] Available from <http://elearning.upnjatim.ac.id/courses/EKONOMIMANAJERIAL/document/Ekonomi_Manajerial_%28.pdf%29/BAB_2.pdf?cidReq=EKONOMIMANAJERIAL> [Accessed March, 17 2014]

 .2012 *Peramalan. Dee-Roy*. Weblog [Online] 21th March. Available from: <http://manajemenmandiri.wordpress.com/2012/05/16/peramalan/> . [Accessed March, 21 2014]

Bized. 2001. *Movements Demand Curve*. [online] available from http://[www.bized.co.uk/](http://www.bized.co.uk/) [Accessed March,22 2014]

Kotler, Philip. 2002. *Marketing Management Millenium Edition*. Boston: Pearson Custom Publishing.

Mankiw, Gregory N. 2002. *Principles of Economics: Pengantar Ekonomi Mikro Edisi 3*. Jakarta: Salemba Empat.

Marshal, Alfred. 1890. *Principles of Economics: An Introductory Volume, 1890*.

Nuraini, Ida. 2013. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Malang: UMM Press.

Salim, sitti raha A. 2005*. Estimasi Fungsi permintaan*. [Online] Available from <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/1251/1/manajemen-sitti%20raha3.pdf>. [Accessed March, 18th 2014]

Samuelson, P.A. & Nordhaus, W.D. 1998. *Economics (16th ed.).* New York: McGraw-Hill

Sukirno, S. 2005. *Teori Pengantar Mikro Ekonomi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Rasul A.A., Wijiharjono N., dan Setyowati. 2012. Ekonomi Mikro-Dilengkapi Sistim Informasi Permintaan. Jakarta: Mitra Wacana Media.