

**ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PERMINTAAN MOBIL LCGC DI INDONESIA**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Program Studi Ekonomi Pembangunan*

Oleh:

FITRA ARI PRATAMA NASUTION

NPM. 1205180012



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2017**

ABSTRAK

Fitra Ari Pratama Nasution. 1205180012. Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Mobil LCGC Di Indonesia

Dalam skripsi ini, penulis mengambil judul penelitian yaitu “**Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Mobil LCGC Di Indonesia**”. Topik yang diambil berdasarkan fenomena yang terjadi di Indonesia bahwa akhir – akhir ini masyarakat tengah disuguhkan dengan mobil dengan harga murah dan ramah lingkungan yang dalam hal ini produsen mobil tersebut memberikan perhatian terhadap bumi yang saat ini tercemari dengan kendaraan yang menghasilkan emisi bahan bakar berlebih yang dapat merusak ekosistem di bumi.

Dengan menggunakan metode OLS (*Ordinary Least Square*) pada program aplikasi E-Views 8.0. Penelitian ini menjelaskan tentang variabel harga mobil LCGC, harga mobil competitor, pendapatan perkapita, tingkat suku bunga, dan uang muka berpengaruh terhadap permintaan mobil LCGC di Indonesia. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS), dan Gaikindo Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel harga mobil LCGC, variabel suku bunga kredit, dan variabel uang muka berpengaruh negatif dan signifikan terhadap permintaan mobil LCGC di Indonesia. Sedangkan variabel harga mobil competitor, dan variabel pendapatan perkapita berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan mobil LCGC di Indonesia.

Kata Kunci: *Mobil LCGC, Harga mobil competitor, Pendapatan perkapita, Tingkat suku bunga kredit, Down payment.*

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Batasan dan Rumusan Masalah	9
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
A. Uraian Teoritis	12
1. Konsep Dasar teori permintaan	12
2. Hukum Permintaan	16
3. Pergerakan Dan Pergeseran Kurva Permintaan	18
4. Elastisitas Permintaan	20
a. Definisi Matematis	21
b. Macam – Macam Elastisitas Permintaan	22
c. Pergerakan dan Pergeseran Kurva Permintaan	23
5. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan	33
a. Harga Barang lain	33
b. Pendapatan Konsumen	34
c. Distribusi Pendapatan	34
d. Selera	35
e. Jumlah Penduduk	35
B. Penelitian Terdahulu	37
C. Kerangka Konseptual	38
D. Hipotesis	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	40
A. Pendekatan Penelitian.....	40
B. Defenisi Operasional	40
C. Tempat dan Waktu Penelitian.....	41
D. Jenis dan Sumber Data	41
E. Teknik Analisis Data	42
F. Model Estimasi	42

G. Metode Estimasi	42
H. Prosedur Penelitian	43
1. Analisis Deskriptif	43
2. Metode Regresi Linier Berganda	44
a. Penaksiran	44
1) Koefisien Determinasi	44
2) Koefisien Korelasi	45
b. Uji T	46
c. Uji Asumsi klasik	48
1) Uji Multiolonearitas	49
2) Uji Heterokedastisitas	50
3) Uji Autokorelasi	51
BAB IV PEMBAHASAN	52
A. Deskripsi Data	52
1. Gambaran umum Indonesia	52
2. Harga Mobil LCGC	56
3. Harga Mobil <i>Comvetitor</i> Avmza	57
4. Pendapatan Perkapita	57
5. Uang Muka Pembelian Kendaraan Bermotor	58
6. Suku Bunga Kredit	59
B. Statistik Deskriptif	60
C. Hasil Analisis Regresi	61
1. Penaksiran.....	63
a. Koefisien Determinasi (R^2)	63
b. Korelasi(R).....	64
2. Pengujian Hasil	64
a. Harga Mobil LCGC (P_m)	64
b. Harga Competitor (P_v).....	65
c. Pendapatan Perkapita (GNP/Kapita)	65
d. Tingkat Suku Bunga Kredit (SBK)	65
e. Uang Muka (DP)	66
3. Uji Asumsi Klasik.....	66
a. Multikolinearitas.....	66
b. Heterokedasitas.....	66
c. Autokorelasi	67
BAB I KESIMPULAN DAN SARAN	68
E. Kesimpulan	68
F. Saran	69

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar I-2 Produksi dan Penjualan	5
Gambar II-1 Kurva Permintaan	17
Gambar II-2 Gerakan Sepanjang Kurva Permintaan	18
Gambar II-3 Pergeseran Kurva Permintaan	19
Gambar II-4 Kurva Permintaan tidak elastic sempurna	26
Gambar II -5 Kurva permintaan tidak elastis	27
Gambar II -6 Kurva permintaan <i>uniter elastic</i>	28
Gambar II -7 Kurva permintaan elastic	28
Gambar II -8 Kurva permintaan elastis sempurna.....	29
Gamnbar II -4 Krangka berfikir	38

DAFTAR TABEL

Tabel III-1 Defenisi operasional.....	41
Tabel III-2 Pembandingb durbin Watson	51
Tabel IV-1 Harga mobil LCGC.....	56
Tabel IV- 2 Harga mobil jenis Avanza.....	57
Tabel IV- 3 Pendapatan perkapita	58
Tabel IV- 4 Uang muka pembelian kendaraan bermotor.....	58
Tabel IV- 5 Perkembangan suku bunga kredit kendaran bermotor.....	59
Tabel IV- 6 Statistik deskriptif model mobil LCGC	60
Tabel IV- 7 Ringkasan hasil pengolahan data.....	61

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada awal Orde Baru, industri manufaktur relatif lambat berkembang. Misalnya, berdasarkan data BPS, nilai produksi industri manufaktur tahun 1969 tercatat hanya 1,42 miliar dollar AS. Salah satu faktor penghambat yang terpenting adalah devisa negara yang terbatas. Karena industri asli lokal masih sedikit, hampir semua jenis mesin harus diimpor. Kelangkaan devisa ini menyebabkan pemerintah harus mengadakan pengawasan ketat atas impor, dan pembatasan ini merupakan kendala serius bagi Indonesia untuk membangun industri-industri. Namun pada tahun-tahun berikutnya pertumbuhan output industri mulai membesar dan pada akhir tahun 1983, output manufaktur tercatat sekitar 7,84 miliar dollar AS.

Selama periode Orde Baru, ekonomi Indonesia telah mengalami suatu perubahan struktural yang besar dari suatu ekonomi dimana sektor pertanian memainkan suatu peran yang sangat dominan di dalam pembentukan/pertumbuhan PDB Indonesia ke suatu ekonomi dimana sumbangan PDB dari sektor tersebut menjadi sangat berkurang. Pada tahun 1965, kontribusi pertanian tercatat sekitar 56 persen dan tahun 1997 tinggal 16 persen dari PDB, atau hanya sepertiga dari pangsa tahun 1965 (Gambar 2). Sementara itu industri manufaktur tumbuh sangat pesat pada kisaran 13 persen rata-rata per tahun selama periode 1975-97. Ini membuat pangsa PDB dari industri manufaktur naik dari sekitar 8 persen tahun 1965 melewati sektor pertanian tahun 1991, dan tahun 1995 menjadi sekitar 24 persen dari PDB Indonesia, tiga kali lebih besar

dari pangsanya tahun 1965. Biasanya, sektor-sektor sekunder lainnya seperti konstruksi, transportasi, dan listrik, gas dan suplai air bersih, dan juga sektor-sektor tersier seperti keuangan dan jasa lainnya ikut berkembang mengikuti perkembangan industri, atau sektor-sektor sekunder (selain industri) dan tersier semakin penting dalam proses industrialisasi. Karena perkembangan industri dengan sendirinya menciptakan permintaan terhadap sektor-sektor non-primer tersebut. Perkembangan industri memerlukan infrastruktur seperti jalan-jalan raya, kompleks-kompleks industri dan gedung-gedung perkantoran, dan juga jasa-jasa keuangan dan penyewaan (lisensi). Sektor jasa juga menunjukkan suatu tren yang positif selama periode tersebut.

Dari tahun ke tahun, tampaknya dunia otomotif mengalami perkembangan yang baik. Walaupun Indonesia terkena krisis moneter yang luar biasa pada tahun 1998, tampaknya minat dan daya beli masyarakat dunia otomotif nusantara tidak berkurang secara signifikan. Bahkan, faktanya, masih sangat banyak produsen otomotif mancanegara yang berminat menanam modalnya di tanah air.

Masyarakat dunia otomotif Indonesia telah menyaksikan berbagai merek dan tipe mobil baru di jalan raya walaupun merek dan tipe mobil tersebut baru saja diluncurkan oleh produsennya. Baik mobil bertipe *MPV (Multi Purpose Vehicle)*, *SUV (Sport Utility Vehicle)*, *hatchback*, *sedan*, *coupe*, *crossover*, *LCGC* dan lainnya. Semua dapat dilihat merambah dunia otomotif tanah air dengan gencar-gencarnya. Bahkan mobil-mobil baru ini pun tidak hanya di jalan raya perkotaan tetapi juga di pedesaan.

Salah satu bukti pesatnya perkembangan dunia otomotif nusantara adalah masuknya mobil-mobil dengan teknologi terkini dan beberapa di antaranya

bahkan menawarkan teknologi konsep masa depan. Salah satu teknologi terkini yang menunjukkan tingkat kemajuan dunia otomotif yang positif di Indonesia adalah teknologi *CVT (Continuously Variable Transmission)*.

Berbeda dengan transmisi manual dan otomatis yang dapat dijumpai pada mobil-mobil produksi tahun yang lebih rendah, yang memanfaatkan sistem gear, *CVT* mencoba menciptakan perbandingan putar dengan memanfaatkan sabuk (belt) dan puli. Puli pada *CVT* ini sangat fleksibel dimana ia dapat mengurangi ataupun menambah diameternya dan menghasilkan perubahan rasio yang diharapkan.

Namun sayang, saking halusnnya *CVT*, ia tidak dapat terlalu diandalkan dalam menghasilkan tenaga dengan kapasitas besar. Inilah sebabnya mengapa sistem *CVT* ini biasanya hanya digunakan pada mobil-mobil berukuran compact atau kecil. Bagaimanapun, menilik merek dan tipe mobil baru yang masuk ke Indonesia beserta teknologinya yang canggih-canggih, dunia otomotif Indonesia dapat dikatakan memiliki prospek yang cukup bagus ke depannya.

Dalam hal berkaitan dengan kondisi industri otomotif baik dalam permintaan mobil maupun sepeda motor. Seiring dengan perkembangan zaman, kondisi persaingan dunia bisnis khususnya di dalam dunia otomotif telah mengalami banyak perkembangan. Perubahan ini disebabkan oleh adanya perkembangan teknologi yang terus berkembang pesat di dunia.

Industri mobil sebagai industri manufaktur tidak terlepas dari dampak dari ekonomi global. Bagi masyarakat mobil masih menjadi alat transportasi yang mudah dan aman baik di perkotaan maupun pedesaan. Industri mobil di Indonesia saat ini menunjukkan suatu perkembangan yang sangat pesat dan memiliki

fenomena yang menarik. Hal ini dapat di lihat dari mobil yang di buat untuk kalangan menengah yaitu mobil *Low Cost Green Car* atau yang biasa disingkat *LCGC* yaitu mobil yang menawarkan harga dibawah mobil – mobil terdahulu seperti mobil jenis mini bus, sedan maupun jeep.

Kehadiran mobil murah dan ramah lingkungan *low cost green car (LCGC)* di Indonesia mendapat sambutan positif dari masyarakat Indonesia. Bagi masyarakat kelas menengah di Indonesia, impian untuk memiliki mobil baru pun terwujud dengan hadirnya *LCGC* ini. Dampaknya semakin bertambahnya kendaraan di jalan raya sehingga terjadi kemacetan lalu lintas di banyak kawasan

Perkembangan pesat industri otomotif di Indonesia membuat tingkat persaingannya menjadi ketat, khususnya pada industri mobil. Para produsen mobil terus melakukan inovasi terhadap produknya. Hal ini terlihat dari semakin beraneka ragamnya merek dan jenis mobil di Indonesia. Akibatnya konsumen harus semakin selektif dalam memilih produk yang akan dibeli. Faktor yang menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam memilih produk yaitu faktor nilai atau manfaat yang akan diperoleh konsumen dari suatu produk. Selain itu, konsumen juga mempertimbangkan berapa besarnya biaya yang harus dikeluarkan untuk memperoleh produk tersebut. Faktor biaya merupakan faktor yang sering dipertimbangkan oleh konsumen, oleh sebab itu pemerintah dan perusahaan bekerja sama menciptakan mobil yang dinilai cukup ramah di kantong konsumen Indonesia yaitu jenis mobil *LCGC*. Berikut data yang diperoleh tentang produksi dan penjualan mobil *LCGC* di Indonesia :

Gambar I-1
Produksi dan Penjualan Mobil LCGC
(Dalam Ribuan)



Dari gambar diatas dapat dilihat kecenderungan peningkatan terutama mulai dari tahun 2008, meskipun pada tahun 2009 mengalami penurunan tetapi pada tahun 2010 – 2013 terus melonjak dari produksi maupun penjualan. Pada tahun 2009 - 2010 mengalami kenaikan, untuk produksi sebesar 51,18% dari 465.000 unit menjadi 703.000 unit dan penjualan sebesar 58,06% dari 484.000 unit menjadi 765.000 unit. Pada tahun 2010 - 2011 juga mengalami kenaikan, untuk produksi sebesar 19,49% dari 703.000 unit menjadi 840.000 unit dan penjualan sebesar 16,33% dari 765.000 unit menjadi 890.000 unit. Pada tahun 2011 - 2012 masih mengalami kenaikan produksi sebesar 19,05% dari 840.000 unit menjadi 1.000.000 unit dan penjualan sebesar 23,60% dari 890.000 unit menjadi 1.100.000

unit. Dan Pada tahun 2012 – 2013 mengalami kenaikan yang sangat signifikan ketimbang tahun sebelumnya produksi dan penjualan melebihi 1.000.000 unit mobil *LCGC*, untuk produksi sebesar 20% dari 1.000.000 unit menjadi 1.200.000 unit dan penjualan sebesar 18,18% dari 1.100.000 unit menjadi 1.300.000 unit. Dari data ini dapat disimpulkan bahwa mulai dari tahun 2010 permintaan mobil *LCGC* di Indonesia mengalami kenaikan yang setiap tahunnya dan hal ini disambut positif oleh perusahaan yang memproduksi mobil *LCGC* untuk meningkatkan produksi dan penjualan.

Pola pikir dan tingkat kecenderungan masyarakat yang mengarah ke pola konsumenisme membuat tingkat kebutuhan akan informasi dan konsumsi juga meningkat. Hal ini dapat dilihat dari diagram khususnya dari tahun 2009 – 2013 produksi dan penjualan selalu mengalami kenaikan setiap tahunnya.

Kehidupan masyarakat modern saat ini turut mempengaruhi pola perilaku masyarakat dalam pembelian. Kehidupan modern seringkali diidentikkan dengan gaya hidup yang selalu mengikuti trend atau perkembangan zaman. Dalam kondisi seperti ini, keputusan memilih merek turut berperan dalam gaya hidup modern, sehingga keinginan untuk membeli produk yang bermerek turut mewarnai pola konsumsi seseorang. Merek yang telah mapan biasanya dijadikan symbol sebagai suatu produk yang sukses, sehingga ekuitas merek turut berpengaruh terhadap kondisi emosional konsumen. Meskipun di pasar banyak beredar produk-produk yang sejenis terutama produk pesaing, semuanya itu akan tergantung dari ekuitas konsumen terhadap merek. Artinya jika konsumen telah memahami benar tentang merek yang diyakininya, maka kepribadian merek dibenak konsumen akan semakin kuat.

Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh perilaku konsumen. Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, serta menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini. Pengambilan keputusan oleh konsumen dalam membeli suatu barang maupun jasa tentunya berbeda, bergantung pada jenis keputusan pembelian yang diinginkannya.

Kebijakan mobil *LCGC* ini banyak mengundang pro dan kontra dari berbagai kalangan baik pemerintah maupun masyarakat. Pihak-pihak yang setuju menyatakan bahwa siapapun tidak bisa melarang masyarakat untuk membeli mobil yang murah, irit dan ramah lingkungan, karena ini program pemerintah dan payung hukumnya jelas. Sementara itu pihak yang tidak setuju, menyatakan bahwa mobil murah akan menambah kemacetan karena populasi mobil yang beroperasi di jalan akan semakin bertambah, sementara jalan dan lahan parkir terbatas jumlahnya.

Terlepas dari pro dan kontra dari berbagai pihak mengenai program mobil *LCGC*, kita perlu melihatnya dari dua sisi yang mungkin timbul yaitu dampak positif dan negatifnya. Dampak positifnya yang mungkin adalah penghasilan pajak negara dari otomotif akan bertambah, masyarakat golongan ekonomi menengah akan merasakan punya mobil baru dengan harga terjangkau, sebagian pengguna sepeda motor mungkin akan berpindah pada mobil murah, mencegah masuknya mobil murah dari luar negeri seperti dari Thailand yang sudah terlebih dahulu memproduksi mobil murah. Dampak negatifnya yang mungkin timbul adalah meningkatnya kepemilikan mobil pribadi yang tentunya juga akan meningkatkan penggunaan mobil pribadi di jalan yang berakibat pada

meningkatnya kepadatan lalu lintas, meningkatkannya konsumsi BBM, peminat angkutan umum akan semakin berkurang, dominasi angkutan pribadi pada angkutan lebaran akan semakin meningkat.

Masalah lain yang tak kalah penting adalah fasilitas angkutan umum. Angkutan umum perkotaan, yang saat ini didominasi oleh angkutan bus dan angkutan kota masih terasa kurang nyaman, kurang aman dan kurang efisien. Berdesak-desakan di dalam angkutan umum sudah merupakan pandangan sehari-hari di kota besar seperti Medan. Pemakai jasa angkutan umum masih terbatas pada kalangan bawah dan sebagian kalangan menengah. Karena kenyamanan angkutan umum masih dianggap rendah maka masyarakat kebanyakan lebih memilih untuk menggunakan kendaraan pribadi.

Menurut Tamin (2000 hal 494) Rendahnya tingkat pelayanan angkutan umum disebabkan oleh sarana dan prasarana yang kurang mendukung, waktu tempuh yang cukup lama, jumlah penumpang melebihi kapasitas angkut, tingkat kenyamanan yang rendah, kondisi angkutan yang tidak layak jalan, tariff angkutan yang mahal dan sistem jaringan yang kurang memadai.

Banyaknya permintaan kendaraan bermotor khususnya roda empat ini didukung oleh beberapa faktor antara lain :

1. Proses untuk mendapatkan kendaraan roda empat itu semakin mudah.
2. Dapat melancarkan aktifitas.
3. Memudahkan dalam bepergian jarak jauh.
4. Dapat mengangkut muatan dalam jumlah yang lebih besar dan banyak dibandingkan kendaraan roda dua.
5. Adanya karakter masyarakat yang menginginkan kemudahan dan prestise.

Berdasarkan fenomena inilah maka penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian ilmiah yang dituangkan dalam bentuk skripsi dengan judul “ **Faktor – faktor yang mempengaruhi permintaan Mobil LCGC di Indonesia tahun 2009 - 2013**” , mengingat permintaan terhadap kendaraan bermotor khususnya roda empat sudah semakin tinggi peminatnya.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Harga mobil jenis *Low Cost Green Car (LCGC)* yang lebih rendah dari jenis lainnya berdampak pada peningkatan permintaan mobil terutama pada kalangan menengah.
2. Tingkat suku bunga kredit yang dinilai masih wajar, menyebabkan peningkatan permintaan kendaraan pribadi khususnya konsumen yang membeli secara kredit.
3. Bervariasinya uang muka di berbagai *dealer* yang cenderung rendah, memikat konsumen untuk menggunakan kendaraan pribadi.

C. Batasan dan Rumusan Masalah

1. Batasan Masalah

Berdasarkan pada uraian identifikasi masalah diatas, maka peneliti melakukan batasan untuk menghindari perluasan ruang lingkup yang akan diteliti. Maka penelitian ini hanya membahas Faktor – faktor yang

mempengaruhi Permintaan mobil *Low Cost Green Car (LCGC)* di Indonesia.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di uraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

- a. Apakah ada pengaruh harga terhadap permintaan pada mobil *Low Cost Green Car (LCGC)* di Indonesia tahun 2009 -2013?
- b. Apakah ada pengaruh harga *competitor* terhadap permintaan pada mobil *Low Cost Green Car (LCGC)* di Indonesia tahun 2009 -2013?
- c. Apakah ada pengaruh pendapatan per kapita terhadap permintaan pada mobil *Low Cost Green Car (LCGC)* di Indonesia tahun 2009 -2013?
- d. Apakah ada pengaruh tingkat suku bunga kredit terhadap permintaan pada mobil *Low Cost Green Car (LCGC)* di Indonesia tahun 2009 - 2013?
- e. Apakah ada pengaruh uang muka terhadap permintaan pada mobil *Low Cost Green Car (LCGC)* di Indonesia tahun 2009 -2013?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap permintaan pada mobil *Low Cost Green Car (LCGC)* di Indonesia tahun 2009 -2013?

- b. Untuk mengetahui pengaruh harga *competitor* terhadap permintaan pada mobil *Low Cost Green Car (LCGC)* di Indonesia tahun 2009 - 2013?
- c. Untuk mengetahui pengaruh pendapatan per kapita terhadap permintaan pada mobil *Low Cost Green Car (LCGC)* di Indonesia tahun 2009 -2013?
- d. Untuk mengetahui pengaruh tingkat suku bunga kredit terhadap permintaan pada mobil *Low Cost Green Car (LCGC)* di Indonesia tahun 2009 -2013?
- f. Untuk mengetahui pengaruh uang muka terhadap permintaan pada mobil *Low Cost Green Car (LCGC)* di Indonesia tahun 2009 -2013?

2. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Akademik ;
 - 1) Bagi penulis yaitu meingkatkan pengetahuan, wawasan dan memberikan pemahaman yang semakin mendalam tentang konsep permintaan dan faktor-faktor yang mempengaruhinya.
 - 2) Bagi peneliti selanjutnya, menambah, melengkapi dan sebagai pembanding bagi hasil-hasil penelitian yang sudah ada menyangkut topik yang sama.
- b. Non Akademik ;
 - 1) Bagi pembaca, diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan pembaca dan memberikan pegertian apa saja yang

mempengaruhi penjualan mobil *LCGC* di Indonesia serta lebih bijak dalam memutuskan untuk mengkonsumsi suatu produk.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. URAIAN TEORITIS

1. Permintaan

a. Konsep Dasar Teori Permintaan

Pada dasarnya konsep dasar teori permintaan ialah keinginan yang di sertai dengan kesediaan serta kemampuan untuk membeli barang yang bersangkutan. Jika orang mengatakan permintaan, maka yang dimaksud adalah permintaan yang di sertai daya beli (*money of demand*) terhadap suatu benda. Menurut Vincent Gaspersz di dalam ekonomi manajerial permintaan (*demand*) dapat di definisikan sebagai kuantitas barang atau jasa yang rela dan mampu di beli oleh konsumen selama periode waktu tertentu berdasarkan kondisi-kondisi tertentu (Vincent Gaspersz, tahun 1996, hal 13). Sedangkan kondisi-kondisi tertentu adalah berkaitan dengan factor-factor yang mempengaruhi permintaan terhadap barang atau jasa itu. Perlu di kemukan di sini, bahwa penggunaan kata produk dapat berarti barang, jasa, atau kombinasi keduanya.

Permintaan suatau barang atau jasa pada dasarnya dapat di pengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain :

1. Harga dari barang atau jasa itu (*the price of good*).
2. Pendapatan konsumen (*the consumer's income*).
3. Harga dari barang-barang atau jasa yang berkaitan (*the price of related goods or services*).

4. Ekspektasi konsumen yang berkaitan dengan : harga barang atau jasa, tingkat pendapatan, dan ketersediaan barang atau jasa di masa mendatang.
5. Selera konsumen (*the taste of consumers*).
6. Banyaknya konsumen yang berpotensi (*the number of potential consumers*).
7. Pengeluaran Iklan (*advertising expenditure*).
8. Atribut atau features dari produk itu (*features or attributes of the product*).
9. Faktor-faktor spesifik lain yang berkaitan dengan permintaan terhadap produk (*other demand –related factors specific to product*).

Jumlah komoditi total yang ingin di beli oleh semua rumah tangga/konsumen di sebut jumlah yang di minta (*quantity demand*) untuk komoditi tersebut. Konsep dasar dari fungsi permintaan untuk suatu barang atau jasa dapat di nyatakan dalam bentuk hubungan antara kuantitas yang di minta dan sekumpulan variable spesifik yang mempengaruhi permintaan dari barang atau jasa itu. Dalam bentuk model matematik, konsep permintaan untuk suatu barang atau jasa, dinotasikan sebagai berikut :

$$QD_x = f (P_x, I, P_r, P_e, I_e, P_{Ae}, T, N, A, F, O)$$

Dimana :

QD_x = Jumlah permintaan barang atau jasa “X”

P_x = Harga dari barang atau jasa “X” itu sendiri

I = Pendapatan konsumen

- Pr = Harga dari barang lain yang berkaitan
- P = Ekspektasi konsumen terhadap harga dari barang atau jasa
"X" di masa mendatang
- Ie = Eksperktasi konsumen terhadap tingkat pendapatannya di
masa
mendatang
- PAe = Ekspektasi konsumen terhadap ketersediaan barang atau
jasa "X" itu di masa mendatang
- T = Selera konsumen
- N = Banyaknya konsumen potensial
- A = Pengeluaran iklan
- F = Features atau atribut dari barang atau jasa itu
- O = Faktor-faktor spesifik lain yang berkaitan dengan
permintaan barang atau jasa itu.

Kita tidak dapat memahami pengaruh setiap variabel di atas secara terpisah jika kita ingin mengetahui apa yang terjadi manakala segalanya berubah pada waktu yang sesuai. Maka dari itu kita hanya mempelajari pengaruh variabel-variabel tersebut satu demi satu pada saat tertentu. Untuk maksud ini kita mempertahankan semua variabel konstan kecuali satu variabel yang kita pelajari pengaruhnya. Kemudian kita biarkan satu variabel ini berubah dan mempelajari bagaimana pengaruhnya terhadap kuantitas yang di minta. Dengan cara yang sama kita dapat mempelajari semua variabel lainnya dan dengan demikian kita dapat memahami tingkat kepentingan masing-masing variabel. Sekali pekerjaan ini di lakukan, kita dapat menyatukan

kembali pengaruh variabel-variabel secara sendiri-sendiri untuk mengetahui apa yang terjadi jika beberapa hal berubah pada saat yang sama, seperti yang sering terjadi pada prakteknya.

Mempertahankan konstan semua variabel yang ada pengaruhnya sering kali di ungkapkan dengan istilah *ceteris paribus*. Kalau di katakan pengaruh harga skuter matik terhadap jumlah skuter matik yang di minta *ceteris paribus*, ini dimaksudkan bahwa perubahan harga skuter matik mempengaruhi jumlah skuter matik yang diminta jika semua faktor lain yang mempengaruhi permintaan skuter matik tidak berubah.

Secara konseptual untuk keperluan analisis permintaan produk, biasanya variabel-variabel yang mempengaruhi permintaan suatu produk di bagi dalam dua kelompok utama yaitu :

1. Variabel harga jual dari produk itu sendiri (P)
2. Semua variabel lain di luar variabel harga produk itu (I, Pr, Pe, Ie, Pae, T, N, A, F, O) yang di katagorikan sebagai variabel penentu permintaan (*demand determinants*). Perlu dikatakan di sini bahwa setiap produk barang atau jasa memiliki sekumpulan variabel penentu permintaan dan sekumpulan variabel ini mempengaruhi permintaan produk itu dengan cara yang mungkin unik untuk setiap item spesifik.

Dalam ilmu ekonomi hubungan antara variabel harga jual dari suatu produk dan kuantitas permintaan produk untuk suatu periode waktu tertentu, sementara semua variabel penentu permintaan terhadap produk di buat konstan, disebut sebagai fungsi permintaan atau sering di singkat sebagai

permintaan saja. Dengan demikian secara konseptual, fungsi permintaan dapat di definisikan sebagai tabel, grafik, atau persamaan matematik yang menunjukkan bagaimana hubungan antara kuantitas permintaan produk dan harga jual dari produk itu, sementara variabel-variabel lain yang di kategorikan sebagai variabel tertentu di buat konstan (*ceteris paribus*). Suatu fungsi permintaan yang di gunakan dalam analisis permintaan yang di nyatakan secara umum dalam model matematik berikut :

$$Q_{dx} = f (P_x, | I, Pr, Pe, Ie, Pae, T, N, A, F, O) = f (P_x)$$

Tanda garis (|) dalam fungsi di atas menunjukkan bahwa semua variabel setelah garis tegak itu di buat atau di anggap constan (*ceteris paribus*). Analisis permintaan ini dapat di tunjukkan dalam bentuk table atau grafik. Apabila di tunjukkan dalam bentttuk grafik, analisis ini di sebut sebgai kurva permintaan (demand cruve).

Dengan demikian skedul permintaan dapat di definisikan sebagai suatu table yang menunjukkan daftar berbagai kemungkinan harga produk yang bersesuaian dengan kuantitas produk itu. Sedangkan kurva permintaan dapat di definisikan sebagai suatu grafik yang menunjukkan hubungan antara kuantitas permintaan dan harga produk, apabila semua variabel lain penentu permintaan produk itu di buat konstan (*ceteris paribus*).

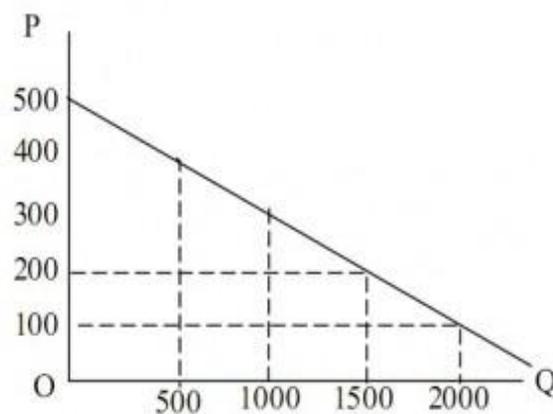
2. Hukum Permintaan (*the law of demand*)

Hukum permintaan pada hakikatnya merupakan suatu hipotesis yang menyatakan : "Hubungan antara barang yang di minta dengan harga barang tersebut di mana hubungan berbanding terbalik yaitu ketika harga meningkat

atau naik, maka jumlah barang yang di minta akan menurun dan sebaliknya jika harga turun, maka jumlah barang yang di minta akan meningkat. Dalam hukum permintaan jumlah barang yang diminta akan berbanding terbalik dengan tingkat harga barang. Kenaikan harga barang akan menyebabkan berkurangnya jumlah barang yang di minta, hal ini di karnakan :

1. Naiknya harga menyebabkan turunya daya beli konsumen dan akan berakibat berkurangnya jumlah permintaan.
2. Naiknya harga barang akan menyebabkan konsumen mencari barang pengganti yang harganya lebih murah.

Hukum permintaan di atas memberikan gambaran bahwa konsumen (pembeli) akan berlaku lebih konsumtif jika terjadi penurunan harga. Konsumen menjadi lebih konsumtif terhadap barang maka barang tersebut makin banyak diminta. Hal ini terjadi karena mereka ingin mendapatkan suatu kepuasan berupa keuntungan yang sebanyak-banyaknya. Namun jika harga mulai menaik (tinggi) konsumen tidak lagi mementingkan suatu barang tersebut untuk dikonsumsi lebih banyak. Tetapi mereka cenderung untuk mengganti produk tersebut dengan barang yang lebih murah.



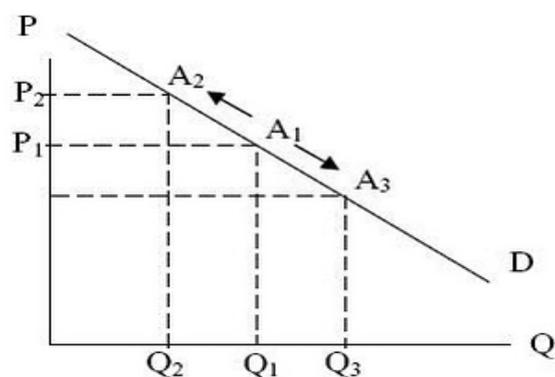
Gambar II.1 kurva permintaan

Gambar tersebut mengidentifikasi bahwa pada sumbu tegak di gambarkan berbagai tingkat harga, dan pada sumbu datar di gambarkan berbagai jumlah barang yang akan di beli. Dengan demikian kurva permintaan dapat di definisikan sebagai suatu kurva yang menggambarkan sifat hubungan antara harga suatu barang tertentu dengan jumlah barang tersebut yang diminta para pembeli (Sadono Sukirno, edisi ketiga, hal 77). Pada harga 200, jumlah barang yang di minta sebesar 1500 unit. Pada harga 100, jumlah barang yang diminta sebesar 2000 unit. bila harga (P) naik, maka permintaan (Qd) akan turun. Bila harga (P) turun, maka peemintaan (Qd) akan naik *ceteris paribus*.

3. Pergerakan dan Pergeseran Kurva Permintaan

a. Pergerakan kurva permintaan (*movement of demand curve*)

Perubahan sepanjang kurva permintaan berlaku apabila harga barang yang diminta menjadi makin tinggi atau makin menurun. Perubahan ini menggambarkan suatu pergerakan di sepanjang kurva permintaan, bukan suatu pergeseran kurva permintaan. Suatu pergerakan sepanjang kurva permintaan berarti bahwa hal-hal lain di pertahankan konstan ketika harga berubah.

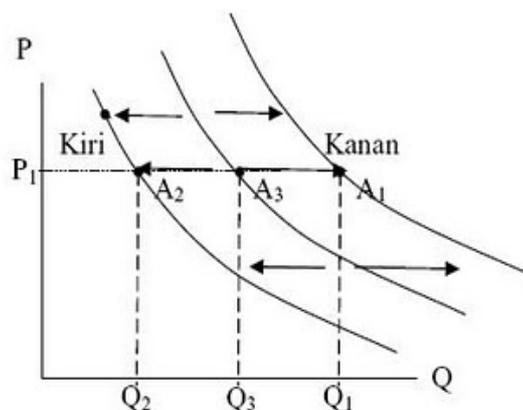


Gambar II.2 Gerakan sepanjang kurva permintaan

Gambar II.2 tersebut mengidentifikasi bahwa D adalah kurva permintaan pasar terhadap skuter matik dan pada permulaanya harga adalah P_1 dan jumlah barang yang di minta adalah Q_1 . Keadaan ini di tunjukkan oleh titik A_1 . Jika produsen skuter matik menurunkan harga penjualan skuter matic menjadi P_3 maka permintaan terhadap sukter matik berubah menjadi Q_3 yang di tunjukkan titik A_1 ke A_3 . Kenaikan harga berubah menjadi Q_3 yang di tunjukkan titik A_1 ke A_3 . Kenaikan harga akan mengurangi jumlah yang di minta. Akibat dari kenaikan harga juga dapat di ikuti sepanjang kurva permintaan. Katakanlah yang berlaku adalah kenaikan harga dari P_1 ke P_2 . Ini berarti kedudukan dalam kurva D berubah dari A_1 ke A_2 , yang menggambarkan bahwa kenaikan harga itu telah mengurangi jumlah barang yang di minta dari Q_1 ke Q_2 .

b. Pergeseran Kurva Permintaan (*shift of demand curve*)

Apabila terjadi perubahan dalam faktor-faktor lain selain harga barang itu sendiri yang mempengaruhi jumlah barang yang di beli, kita sebut perubahan-perubahan ini sebagai pergeseran dalam permintaan. Permintaan bertambah atau berkurang saat jumlah yang diminta pada setiap tingkat harga bertambah atau berkurang.



Gambar II.3 Pergeseran sepanjang kurva permintaan

Skedul permintaan di susun dan kurva permintaan di plot dengan asumsi *ceteris paribus*. Tetapi apa yang terjadi kalau factor lainnya berubah yang sebenarnya memang akan selalu terjadi : misalnya bagaimana kalau para individu / konsumen memperoleh tambahan pendapatan? Jika mereka membelanjakan tambahan pendapatannya, mereka akan membeli tambahan kuantitas untuk berbagai komoditi walaupun harga – harga komoditi itu tidak berubah.

Kurva permintaan akan bergerak ke kanan atau ke kiri apa bila terdapat perubahan-perubahan terhadap permintaan yang di timbulkan oleh faktor-faktor bukan harga, sekiranya harga barang lain, pendapatan para pembeli dan berbagai faktor bukan harga lainnya mengalami perubahan, maka perubahan itu akan menyebabkan kurva permintaan akan pindah ke kanan atau ke kiri.

Setiap satu titik pada kurva permintaan merupakan satu jumlah spesifik yang di beli pada harga tertentu. Jadi titik itu merupakan kuantitas yang di minta. Suatu perpindahan sepanjang kurva permintaan di maksud sebagai suatu perubahan dalam jumlah kuantitas yang di minta.

4. Elastisitas Permintaan (*price elasticity of demand*)

Dalam ilmu ekonomi, elastisitas permintaan atau *price elasticity of demand* (PED) adalah ukuran kepekaan perubahan jumlah permintaan barang terhadap perubahan harga. Elastisitas permintaan mengukur seberapa besar kepekaan perubahan jumlah permintaan barang terhadap perubahan harga.

Ketika harga sebuah barang turun, jumlah permintaan terhadap barang tersebut biasanya naik —semakin rendah harganya, semakin banyak benda itu dibeli. Elastisitas permintaan ditunjukkan dengan rasio persen perubahan jumlah permintaan dan persen perubahan harga. Ketika elastisitas permintaan suatu barang menunjukkan nilai lebih dari 1, maka permintaan terhadap barang tersebut dikatakan *elastis* di mana besarnya jumlah barang yang diminta sangat dipengaruhi oleh besar-kecilnya harga. Sementara itu, barang dengan nilai elastisitas kurang dari 1 disebut barang *inelastis*, yang berarti pengaruh besar-kecilnya harga terhadap jumlah-permintaan tidak terlalu besar. Sebagai contoh, jika harga sepeda motor turun 10% dan jumlah permintaan atas sepeda motor itu naik 20%, maka nilai elastisitas permintaannya adalah 2; dan barang tersebut dikelompokkan sebagai barang elastis karena nilai elastisitasnya lebih dari 1. Perhatikan bahwa penurunan harga sebesar 1% menyebabkan peningkatan jumlah permintaan sebesar 2%, dengan demikian dapat dikatakan bahwa jumlah permintaan atas sepeda motor sangat dipengaruhi oleh besarnya harga yang ditawarkan.

a. Definisi matematis

Rumus yang dapat digunakan untuk menghitung koefisien elastisitas permintaan adalah (Sadono Sukirno, tahun 2005, hal 106) :

$$E_d = \frac{\text{Persentasi perubahan jumlah barang yang diminta}}{\text{persentasi perubahan harga}}$$

Misalkan harga berubah dari P menjadi P1 dan jumlah barang yang di minta berubah dari Q menjadi Q1. Dengan pemisalan ini rumus di atas dapat di nyatakan secara berikut:

$$Ed = \frac{Q_1 - Q/Q}{P_1 - P/P}$$

Koefisien Elastisitas yang di Sempurnakan :

$$Ed = \frac{\frac{Q_1 - Q}{(Q + Q_1)/2}}{\frac{P_1 - P}{(P + P_1)/2}}$$

dimana:

P_d/P = harga barang itu sendiri

Q_d/Q = jumlah barang yang di minta

Q_d = jumlah permintaan

P_d = harga permintaan

$$\Delta Q_d = Q_t - Q_{t-1}$$

$$\Delta P_d = P_t - P_{t-1}$$

Rumus yang pasti untuk menghitung elastisitas (Samuelson, tahun 2003,hal 78)

$$Ed = \frac{\Delta Q}{(Q_1 + Q_2)/2} + \frac{\Delta p}{(P_1 + P_2)/2}$$

Dimana, P1 dan Q1 menggambarkan harga dan kuantitas awal serta P2 dan Q2 berarti harga dan kuantitas baru.

b. Macam-macam elastisitas permintaan

Macam-macam elastisitas permintaan (Sadono Sukirno, tahun 2005, hal 116)

1). *Price elasticity of demand* (elastisitas harga terhadap permintaan),

Elastisitas harga terhadap permintaan lebih kerap di nyatakan

sebagai elastisitas permintaan. Nilai perbandingan antara persentasi perubahan jumlah barang yang diminta dengan persentasi harga di sebut koefisien elastisitas perminta. Elastisitas ini di gunakan untuk mengukur perubahan jumlah barang yang diminta yang di akibatkan oleh perubahan harga barang tersebut. Besarnya elastisitas silang dapat di hitung berdasarkan kepada rumus berikut:

$$E_h = \frac{\text{Persentasi perubahan jumlah barang yang di minta}}{\text{Persentasi perubahan harga}}$$

$$E_h = \frac{\Delta Q}{Q} : \frac{\Delta P}{P} \text{ atau } E_h = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P}{Q}$$

Dimana :

Eh = elastisitas harga permintaan

Q = Jumlah barang yang diminta

P = harga barang tersebut

Δ = delta atau tanda perubahan.

Hasil akhir dari elastisitas tersebut memberikan 3 kategori :

- a) Apabila perubahan harga (ΔP) mengakibatkan perubahan yang lebih besar dari jumlah barnag yang diminta (ΔQ), sisebut dengan elastisitas yang elastis (elastic), dimana besar koefisiennya adalah besar dari satu ($E_h > 1$). Nemtuk kurva permintaannya lebih landai. [$\% \Delta P < \% \Delta Q$].
- b) Apabila persentase perubahan harga ($\% \Delta P$) sama besarnya dengan persentase perubahan jumlah barang yang diminta ($\% \Delta Q$),

disebut dengan elastisitas yang unity (unitari), dimana besar koefisiennya adalah sama dengan satu ($E_h=1$), bentuk kurva permintaannya membentuk sudut 45 derajat dari titik asal [$\% \Delta P = \% \Delta Q$].

- c) Apabila persentase perubahan harga ($\% \Delta P$) mengakibatkan perubahan kenaikan jumlah barang yang diminta ($\% \Delta Q$) yang lebih kecil, disebut dengan elastisitas yang in elastic dimana besar koefisiennya lebih kecil dari satu ($E_h < 1$). Bentuk kurva permintaannya lebih curam [$\% \Delta P > \% \Delta Q$].

2). *Income Elasticity Of Demand* (elastisitas pendapatan terhadap permintaan)

Koefisien yang menunjukkan sampai di mana besarnya perubahan permintaan terhadap sesuatu barang sebagai akibat dari pada perubahan pendapatan pembeli dinamakan elastisitas permintaan pendapatan atau secara ringkas elastisitas pendapatan. Besarnya elastisitas pendapatan dapat di tentukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$E_{m} = \frac{\text{Persentasi perubahan jumlah barang yang di minta}}{\text{Persentasi perubahan pendapatan}}$$

$$E_m = \frac{\Delta Q}{Q} : \frac{\Delta Y}{Y} \text{ atau } E_m = \frac{\Delta Q}{\Delta Y} \times \frac{Y}{Q}$$

- a) Jika $E_m = 1$ (Unity), maka 1 % kenaikan dalam pendapatan akan menaikkan 1 % jumlah barang yang diminta;
- b) Jika $E_m > 1$ (Elastis), maka orang akan membelanjakan bahagian yang lebih besar dari pendapatan terhadap barang.

- c) Jika pendapatan naik; jika $E_m < 1$ (in Elastis), maka orang akan membelanjakan bahagian pendapatan yang lebih kecil untuk suatu barang, bila pendapatannya naik.

3). *Cross Elasticity of Demand* (elastisitas silang)

koefisien yang menunjukkan sampai di mana besarnya perubahan permintaan terhadap sesuatu barang apa bila terjadi perubahan terhadap harga barang lain dinamakan elastisitas permintaan silang atau dengan ringkas elastisitas silang. Apabila perubahan harga barang Y menyebabkan permintaan barang X berubah, maka sifat perhubungan di antara keduanya di gambarkan oleh elastisitas silang. Besarnya elastisitas silang dapat di hitung berdasarkan kepada rumus berikut :

$$E_s = \frac{\text{Persentasi perubahan jumlah barang X yang di minta}}{\text{Persentasi perubahan harga barang Y}}$$

$$E_s = \frac{\Delta Q_x}{\Delta p_y} \times \frac{P_y}{Q_x} > 0 \quad \text{Substitusi}$$

$$E_s = \frac{\Delta Q_y}{\Delta p_x} \times \frac{P_x}{Q_y} < 0 \quad \text{Komplementer}$$

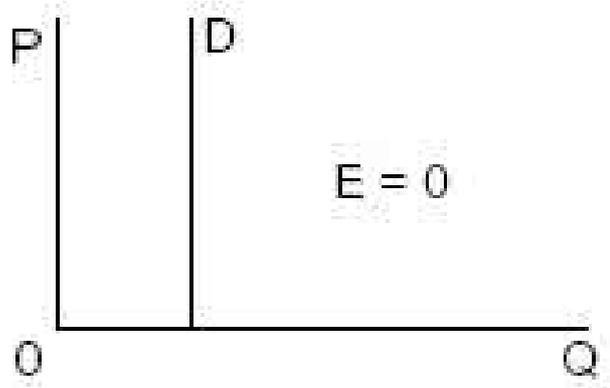
indeks/koefisien elastisitas tidak sama dengan lereng dari kurva atau slope dari kurva permintaan. Bila elastisitas tersebut no (0) berarti tidak ada hubungan antara suatu barang dengan barang lain.

- c. Ada lima jenis elastisitas permintaan

Jenis-jenis elastisitas permintaan (Sadono Sukirno, tahun 2005, hal 111):

- 1). Permintaan tidak elastis sempurna : *elastisitas* = 0. Perubahan harga tidak mempengaruhi jumlah yang diminta. Dengan demikian,

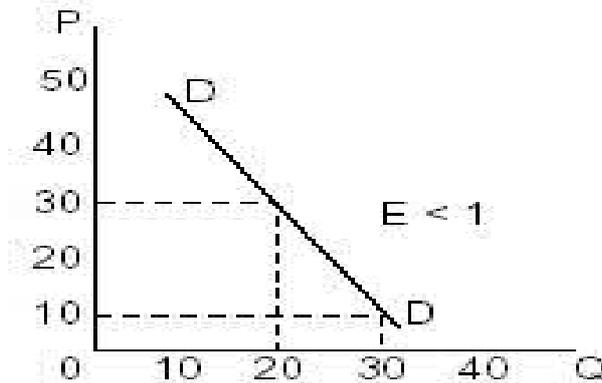
kurvanya berbentuk vertikal. Kurva berbentuk vertikal ini berarti bahwa berapapun harga yang ditawarkan, kuantitas barang/jasa tetap tidak berubah.



Gambar II.4 Kurva permintaan tidak elastis sempurna

Gambar tersebut mengidentifikasi bahwa Permintaan in elastis sempurna terjadi bilamana perubahan harga yang terjadi tidak ada pengaruhnya terhadap jumlah permintaan. $E = 0$, artinya bahwa perubahan sama sekali tidak ada pengaruhnya terhadap jumlah permintaan. Contoh: obat-obatan pada waktu sakit. Pada kurva in elastisitas sempurna, kurvanya akan sejajar dengan sumbu Y atau P.

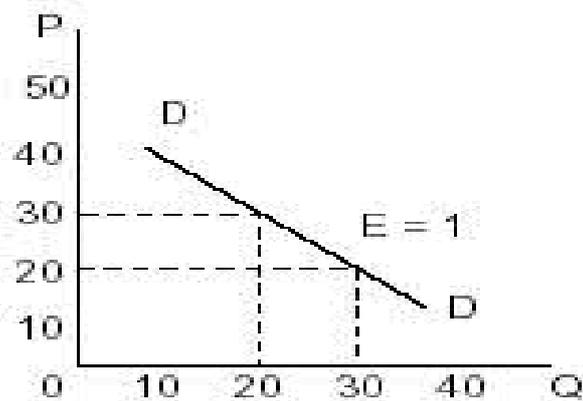
- 2). Permintaan tidak elastis : *elastisitas* < 1 . Prosentase perubahan kuantitas permintaan $<$ dari prosentase perubahan harga. Contoh permintaan tidak elastis ini dapat dilihat diantaranya pada produk kebutuhan.



Gambar II.5 Kurva permintaan tidak elastis

Gambar tersebut mengidentifikasikan bahwa Permintaan in elastis terjadi jika perubahan harga kurang berpengaruh pada perubahan permintaan. $E < 1$, artinya perubahan harga hanya diikuti perubahan jumlah yang diminta dalam jumlah yang relative lebih kecil. Contoh: permintaan terhadap beras.

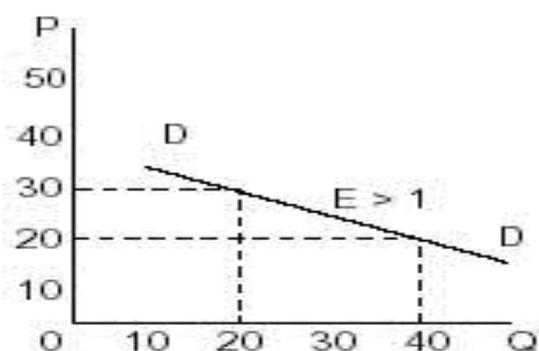
- 3). Permintaan unitary elastic : elastisitas = 1. Prosentase perubahan kuantitas permintaan = prosentase perubahan harga. Contoh produk yang elastisitasnya uniter tidak dapat disebutkan secara spesifik. Jenis permintaan ini sebenarnya lebih sebagai pembatas antara permintaan elastis dan tidak elastis, sehingga belum tentu ada produk yang dapat dikatakan memiliki permintaan uniter elastis.



Gambar II.6 Kurva permintaan *uniter elastis*

Gambar tersebut mengidentifikasi bahwa Permintaan elastis uniter terjadi jika perubahan permintaan sebanding dengan perubahan harga. $E = 1$, artinya perubahan harga diikuti oleh perubahan jumlah permintaan yang sama. Contoh: barang-barang elektronik.

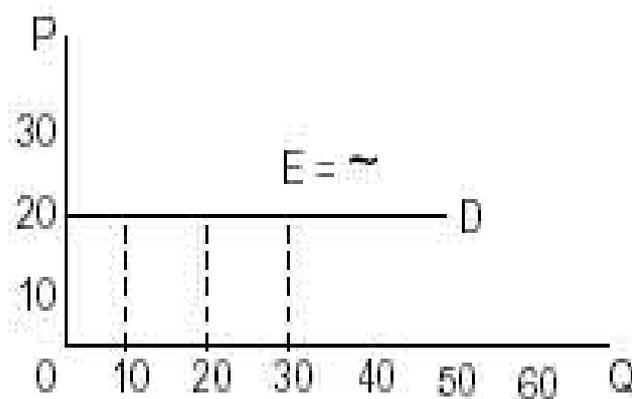
- 4). Permintaan elastis : elastisitas > 1 . Prosentase perubahan kuantitas permintaan $>$ prosentase perubahan harga. Ini sering terjadi pada produk yang mudah dicari substitusinya. Misalnya saja pakaian, makanan ringan, dan lain sebagainya. Ketika harganya naik, konsumen akan dengan mudah menemukan barang penggantinya.



Gambar II.7 Kurva permintaan elastis

Gambar tersebut mengidentifikasi bahwa Permintaan elastis terjadi jika perubahan permintaan lebih besar dari perubahan harga. $E > 1$, artinya perubahan harga diikuti jumlah permintaan dalam jumlah yang lebih besar. Contoh: barang mewah.

- 5). Permintaan elastis sempurna : elastisitas tak terhingga. Dimana pada suatu harga tertentu pasar sanggup membeli semua barang yang ada di pasar. Namun, kenaikan harga sedikit saja akan menjatuhkan permintaan menjadi 0. Dengan demikian, kurvanya berbentuk horisontal. Contoh produk yang permintaannya bersifat tidak elastis sempurna diantaranya barang/jasa yang bersifat komoditi, yaitu barang/jasa yang memiliki karakteristik dan fungsi sama meskipun dijual di tempat yang berbeda atau diproduksi oleh produsen yang berbeda. Dengan demikian, secara nalar barang/jasa tersebut seharusnya memiliki harga yang sama pula.



Gambar II.8 Kurva permintaan elastis sempurna

Gambar tersebut mengidentifikasi bahwa Permintaan elastis sempurna terjadi jika perubahan permintaan tidak berpengaruh sama

sekali terhadap perubahan harga. Kurvanya akan sejajar dengan sumbu Q atau X. $E = \sim$, artinya bahwa perubahan harga tidak diakibatkan oleh naik-turunnya jumlah permintaan. Contoh: bumbu dapur.

Secara umum hubungan antara elastisitas dengan harga dapat di sarikan sebagai berikut (lipsey, Steiner, Purvis tahun 1993 hal 9) :

- a) Jika permintaan bersifat elastis, penurunan harga meningkatkan penerimaan total dan kenaikan harga menurunkan penerimaan.
- b) Jika permintaan bersifat inelastis, penurunan harga menurunkan penerimaan total dan kenaikan harga akan meningkatkan penerimaan.
- c) Jika elastisitas permintaan adalah satu, kenaikan atau penurunan harga tidak mempengaruhi penerimaan total.

Beberapa faktor yang mempengaruhi elastisitas permintaan suatu produk (Vincent Gaspersz, tahun 2003, hal 83) :

- a) Banyaknya produk substitusi yang tersedia di pasar akan menyebabkan elastisitas permintaan untuk suatu produk tertentu menjadi semakin elastik. Dalam situasi ini apabila terjadi kenaikan harga sebesar 1% pada suatu produk tertentu, kuantitas produk yang di minta akan berkurang lebih dari 1%, karna konsumen akan mengganti penggunaan produk itu dengan produk substitusi.
- b) Penyesuaian periode waktu, di mana secara umum elastisitas permintaan untuk suatu produk tertentu cenderung menjadi lebih elastic dalam jangka panjang di bandingkan dengan

dalam jangka pendek. Apabila periode waktu bertambah panjang akan memberikan kesempatan lebih besar kepada produk-produk substitusi untuk memasuki pasar dan ketertinggalan waktu dari konsumen dalam menanggapi perubahan harga produk itu. Dalam situasi ini sering tampak bahwa dampak kenaikan harga suatu produk tertentu tidak langsung terlihat dalam jangka pendek, tetapi baru akan terlihat setelah suatu periode waktu tertentu yang lebih panjang, katakanlah setelah enam bulan, satu tahun, dan lain-lain, sementara pada saat pengaruh kenaikan harga dari produk itu terlihat, telah bermunculan produk-produk substitusi baru di pasar.

- c) Masa pakai dari produk, dimana semakin lama masa pakai suatu produk tertentu akan memberikan kemungkinan penundaan pembelian produk itu oleh konsumen untuk keperluan penggantian, hal ini menyebabkan elastisitas permintaan untuk produk yang bermasa pakai lama akan menjadi semakin elastic.
- d) Derajat kepentingan atau kebutuhan konsumen terhadap produk, dimana semakin tinggi derajat kepentingan atau kebutuhan konsumen terhadap produk tertentu, elastisitas permintaan dari produk itu menjadi semakin inelastic. Dalam situasi ini sering tampak bahwa elastisitas permintaan untuk produk-produk yang memenuhi kebutuhan primer (seperti :

pasta gigi, beras, sabun, daging, dan lain-lain). Pada umumnya inelastic, di bandingkan dengan produk-produk kebutuhan sekunder (seperti : mobil, telepon genggam, computer, dan lain-lain) yang pada umumnya lebih elastic.

- e) Derajat kejenuhan pasar dari produk, dimana semakin tinggi derajat kejenuhan pasar bagi suatu produk tertentu, elastisitas permintaan terhadap produk itu menjadi semakin inelastic. Dalam situasi ini, meskipun harga di turunkan, tetapi karna pasar dari produk itu telah jenuh, maka tidak akan mempengaruhi permintaan terhadap produk itu.
- f) Range penggunaan dari produk, dimana semakin lebar atau semakin luas range penggunaan dari suatu produk tertentu akan menyebabkan elastisitas permintaan untuk produk itu menjadi semakin elastic. Penggunaan yang semakin luas dari suatu peroduk tertentu (seperti : kertas, pelastik, almunium, kaca, dan lain-lain.), akan memberikan peluang munculnya beragam produk sejenis yang di jual di pasar, sehingga kenaikan harga pada produk tertentu dapat disubstitusi oleh konsumen dengan produk-produk alternatif.
- g) Persentase anggaran konsumen yang di belanjakan untuk produk, dimana semakin tinggi persentase dari anggaran konsumen yang di belanjakan untuk suatu produk tertentu akan menyebabkan elastisitas permintaan untuk produk itu semakin elastic. Produk-produk yang mahal (seperti : berlian, pakaian

mahal, mobil, dan lain-lain.) yang pembelianya menuntut pengeluaran anggaran besar dari konsumen, pada umumnya memiliki elastisitas permintaan yang bersifat elastic.

5. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan

Permintaan akan suatu barang mengalami perubahan karena disebabkan oleh faktor-faktor selain harga barang tersebut yakni, hal ini yang menyebabkan pergeseran dalam kurva permintaan antara lain :

a. Harga barang lain

Kurva permintaan terhadap suatu komoditi mempunyai kecuraman (slope) yang menurun (dari kiri atas ke kanan bawah), karena semakin rendah harga komoditi, makin murah komoditi itu di bandingkan dengan (secara relative dari pada) komoditi lain yang dapat memuaskan keperluan atau keinginan yang sama. Komoditi-komoditi yang lain di sebut substitusi. Perubahan yang sama dapat terjadi karna harga komoditi substitusi naik. Misalkan barang A dan barang B adalah substitusi. Karena barang B naik, maka harga barang A relatif lebih murah. Kenaikan harga dalam substitusi suatu komoditi menyebabkan pergeseran kurva permintaan untuk komoditi ke kanan ; pada setiap harga akan di beli jumlah yang lebih banyak.

Komplemen adalah komoditi-komoditi yang cenderung untuk di pakai secara bersama, misalnya sepeda motor, bensin, kompor, dan listrik. Karna komoditi-komoditi tersebut cenderung untuk di konsumsi bersama, maka jika harga salah satu komoditi itu turun, maka permintaan terhadap

keduanya akan naik. Jadi penurunan dalam harga suatu komoditi komplementer akan menyebabkan pergeseran kurva permintaan terhadap suatu komoditi ke kanan. Pada setiap harga akan di beli jumlah yang banyak. Kalau harga sepeda motor turun, maka jumlah bensin yang di beli akan naik pada setiap tingkat harga.

b. Pendapatan konsumen

Pendapatan seseorang merupakan faktor yang sangat penting di dalam menentukan corak permintaan atas berbagai macam barang, berdasarkan pada sifat perubahan permintaan yang berlaku. Besar kecilnya pendapatan yang diperoleh seseorang turut menentukan besarnya permintaan akan barang dan jasa. Apabila pendapatan yang diperoleh tinggi maka permintaan akan barang dan jasa juga semakin tinggi. Sebaliknya jika pendapatannya turun, maka kemampuan untuk membeli barang juga akan turun. Akibatnya jumlah barang akan semakin turun. Misalnya pendapatan Ibu Tia dari hasil dagang minggu pertama Rp200.000,00 hanya dapat untuk membeli kopi 20 kg. Tetapi ketika hasil dagang minggu kedua Rp400.000,00, Ibu Tia dapat membeli kopi sebanyak 40 kg.

c. Distribusi pendapatan

Sejumlah pendapatan masyarakat tertentu besarnya akan dapat menimbulkan corak permintaan masyarakat yang berbeda apabila pendapatan tersebut berubah distribusinya. Sebagai contoh, apabila ada kenaikan pajak atas orang-orang kaya dan hasil pajak tersebut digunakan

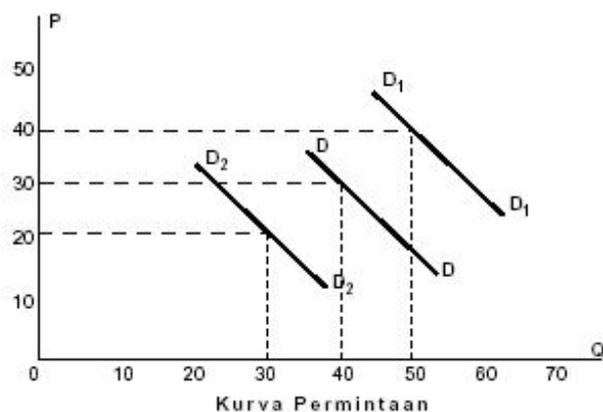
untuk menaikkan pendapatan pekerja yang bergaji rendah, maka corak permintaan atas berbagai barang mengalami perubahan. Barang-barang yang digunakan oleh orang kaya permintaannya berkurang, sedangkan permintaan atas barang-barang yang digunakan oleh orang yang baru meningkat pendapatannya akan bertambah.

d. Selera

Perubahan selera yang lebih menyenangkan suatu barang yang akan mendorong peningkatan permintaan atas barang tersebut.

e. Jumlah penduduk

Kenaikan dalam penduduk akan menggeser kurva permintaan terhadap komoditi ke kanan menunjukkan bahwa pada tiap harga akan akan di beli jumlah lebih banyak.



Gambar II.9 Pergeseran dalam kurva permintaan

Pergeseran kurva permintaan ke kanan dari D ke D₁ Menunjukkan dalam permintaan; pergeseran kurva ke kiri dari D ke D₂ menunjukkan penurunan dalam permintaan. Kenaikan dalam permintaan berarti bahwa

tiap harga lebih banyak jumlah yang di minta. Pergeseran ke kanan semacam ini dapat di sebabkan :

- 1). Kenaikan pendapatan
- 2). Kenaikan dalam harga substitusi
- 3). Peurunan dalam harga komplemen
- 4). Kenaikan dalam selera yang menguntungkan komoditi tersebut
- 5). Kenaikan jumlah penduduk
- 6). Rendahnya distribusi pendapatan yang menguntungkan kelompok yang menyenangi komoditi tersebut.

Penurunan dalam permintaan berarti bahwa jumlah yang di minta pada tiap harga berkurang. Pergeseran ke kiri semacam ini dapat di sebabkan oleh :

- 1). Penurunan pendapatan
- 2). Penurunan harga substitusi
- 3). Kenaikkan harga komplemen
- 4). Perubahan selera yang merupakan komoditi tersebut
- 5). Penurunan jumlah penduduk
- 6). Redistribusi pendapatan yang merugikan kelompok yang menyenangi komoditi tersebut

Jika orang mengatakan permintaan maka yang di maksud adalah seluruh kurva permintaan . Jadi suatu perubahan dalam permintaan (a change of demand) menggambarkan pergeseran seluruh kurva permintaan

(a shift in the whole demand curve); artinya perubahan dalam jumlah yang di beli pada tingkat harga. Kenaikan dalam permintaan berarti bahwa seluruh kurva permintaan bergeser ke kanan. Penurunan dalam permintaan berarti bahwa seluruh kurva permintaan bergeser ke kiri.

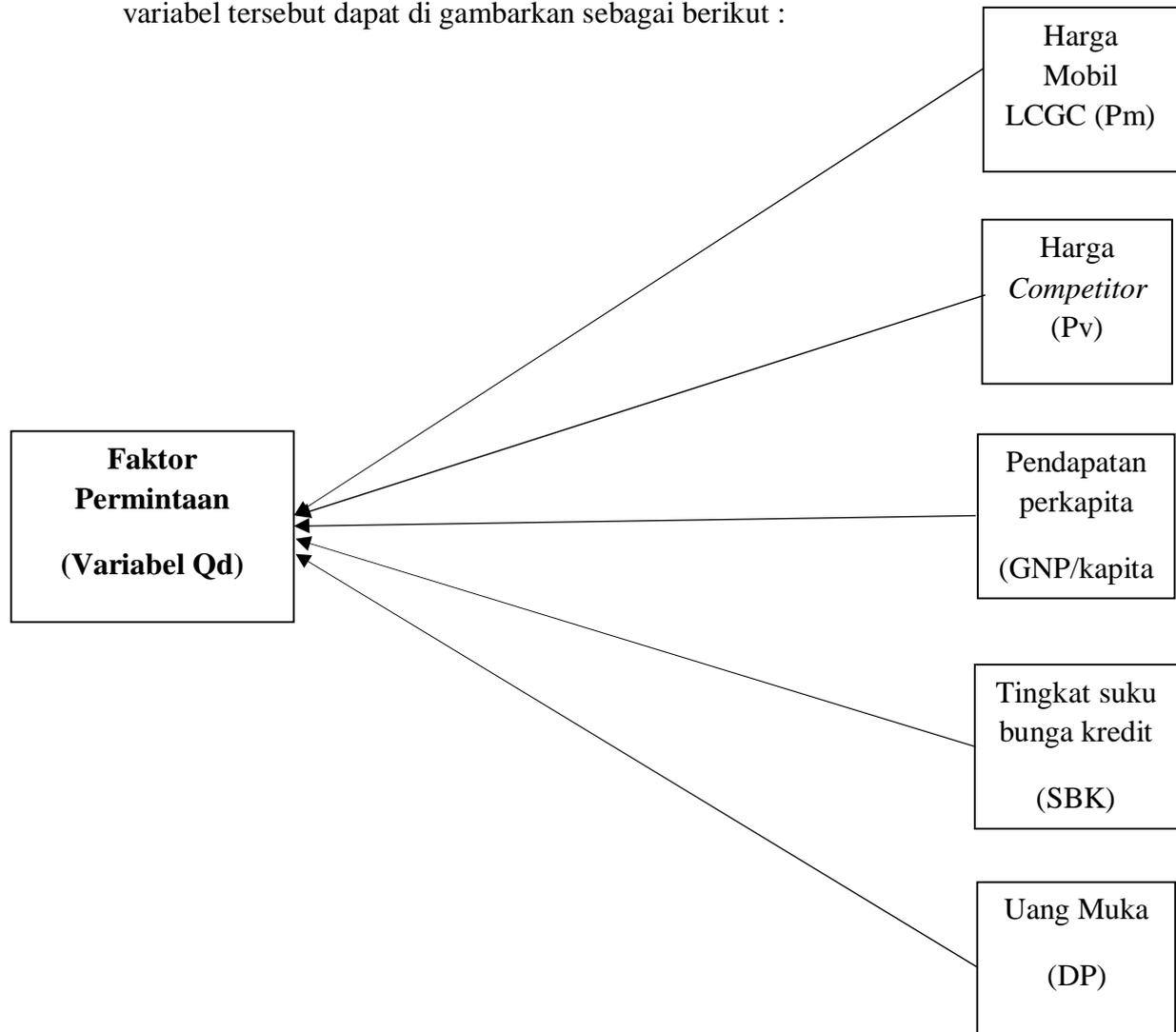
B. Penelitian Terdahulu

Untuk menunjang analisis dan landasan teori maka diperlukan penelitian terdahulu sebagai pendukung penelitian ini, antara lain ;

Peneliti dan Tahun	Judul	Variabel	Hasil Kesimpulan
Benny (2011)	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Skuter Matik di Indonesia tahun 2011 (studi kasus Yamaha Mio)	Variabel dependen : 1. Harga 2. Pendapatan konsumen 3. Populasi 4. tingkat suku bunga kredit 5. uang muka. Variabel independen; 1. Permintaan	Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan skuter matik mio adalah populasi (Pop), harga skuter matik mio (Pm), harga skuter matik vario (Pv), pendapatan perkapita (GNP), suku bunga kredit (SBK), Uang muka (Um).
Chaeranissah (2014)	Analisis Faktor – faktor yang mempengaruhi permintaan mobil di Kota Makassar	Variabel dependen : 1. Harga 2. Pendapatan konsumen 3. Harga Barang Substitusi 4. Jumlah Anggota Keluarga 5. Pendidikan 6. Jarak 7. Pekerjaan Variabel independen; Permintaan	Variabel Harga dan mobil dan Pendapatan berpengaruh signifikan terhadap permintaan mobil di Kota Makassar untuk variabel lainnya berpengaruh tidak signifikan terhadap permintaan mobil di Kota Makassar

C. Kerangka Konseptual

Sesuai uraian dan teori di atas Produksi dan Penjualan (variabel bebas) yang memberi pengaruh terhadap tingkat permintaan mobil LCGC di Indonesia (variabel terikat) sebagai variabel yang di pengaruhi. Hubungan dari ke dua variabel tersebut dapat di gambarkan sebagai berikut :



Gambar II-4
Kerangka Berpikir

C. Hipotesis

Hipotesis merupakan kesimpulan sementara mengenai suatu permasalahan penelitian yang masih perlu diuji kebenarannya.

Berdasarkan permasalahan di atas maka untuk keperluan penelitian

dibuat hipotesis yaitu :

1. $\beta < 0$ Artinya ; Variabel harga mobil *LCGC*, dengan permintaan mobil *LCGC* memiliki hubungan berbanding terbalik (-)
2. $\beta > 0$ Artinya ; Variabel harga mobil Avanza, dengan permintaan mobil Avanza memiliki hubungan berbanding lurus (+)
3. $\frac{\beta}{K} > 0$ Artinya ; Variabel pendapatan perkapita, dengan permintaan mobil *LCGC* memiliki hubungan berbanding lurus (+)
4. $\beta < 0$ Artinya ; Variabel tingkat suku bunga kredit, dengan permintaan mobil *LCGC* memiliki hubungan berbanding terbalik (-)
5. $\beta < 0$ Artinya ; Variabel uang muka, dengan permintaan mobil *LCGC* memiliki hubungan berbanding terbalik (-)

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk menganalisis dan mengestimasi hubungan antar variabel yang telah ditentukan untuk menjawab rumusan masalah. Data yang disajikan adalah data *time series*. Adapun variabel – variabel yang akan diamati adalah Produksi dan Penjualan mobil *LCGC* di Indonesia. Variabel yang juga nantinya di analisis adalah harga mobil *LCGC*, harga mobil *competitor*, pendapatan perkapita, populasi, tingkat suku bunga kredit dan uang muka.

B. Defenisi Operasional

Defenisi operasional merupakan acuan dari landasan teori yang digunakan untuk melakukan penelitian dimana variabel yang satu dengan yang lain dapat dihubungkan sehingga dapat disesuaikan dengan data yang diinginkan.

Tabel III-1
Definisi Operasional

Variabel	Defenisi Operasional	Sumber Data
Permintaan (Qm)	Total Penjualan mobil <i>LCGC</i> di Indonesia (unit)	www.gaikindo.com
Harga Mobil <i>LCGC</i> (Pm)	Harga mobil <i>LCGC</i> di Indonesia (jutaan rupiah)	www.bps.go.id
Harga <i>Competitoe</i> (Pv)	Harga mobil Avanza di Indonesia (jutaan rupiah)	www.bps.go.id
Pendapatan perkapita (GNP/kapita)	Pendapatan perkapita penduduk di Indonesia (jutaan rupiah)	www.bps.go.id
Tingkat suku bunga kredit (SBK)	Tingkat suku bunga kredit di Indonesia (persentase)	www.bps.go.id
Uang Muka (DP)	Uang muka mobil <i>LCGC</i> di Indonesia (jutaan rupiah)	www.gaikindo.com

C. Tempat Penelitian dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penulis melakukan penelitian ini yaitu di Provinsi Sumatera Utara.

2. Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian dilakukan mulai dari Desember 2016 sampai dengan januari 2017.

D. Jenis dan Sumber Data

Adapun jenis data dalam penelitian ini adalah jenis data kuantitatif.

Data diperoleh dari sumber sekunder dan Data yang disajikan berdasarkan waktu adalah data *time series*. Data diperoleh langsung dari publikasi resmi yaitu dari Badan Pusat Statistik (BPS) dan Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo), jurnal maupun website yang ada kaitannya dengan penelitian ini.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah mengumpulkan dan mencatat data – data sekunder berupa dokumen – dokumen yang tersedia dari berbagai sumber yaitu dari Badan Pusat Statistik dan Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo).

F. Model Estimasi

Model analisa yang digunakan oleh penulis adalah dengan menggunakan analisis Regresi Linier dengan Rumus :

$$Q_{dm} = \beta_0 + \beta_1 P_m + \beta_2 P_v + \beta_3 \text{GNP/K} + \beta_4 \text{SBK} + \beta_5 \text{DP} + \varepsilon_t$$

Dimana :

Q_{dm} = Permintaan Mobil *LCGC* (unit)

β_0 = *Intercept*

β_{1-5} = *Parameter*

ε_t = *Term Error*

P_m = Harga Mobil *LCGC* (Jutaan Rupiah)

P_{av} = Harga Mobil Avanza / *Competitor* (Jutaan Rupiah)

GNP/K = *Gross National Product* / Pendapatan perkapita (Jutaan Rupiah)

SBK = Suku Bunga Kredit

DP = *Down Payment* / Uang muka

G. Metode Estimasi

Dalam penelitian mengenai analisis pengaruh produksi terhadap permintaan mobil *LCGC* di Indonesia dengan menggunakan data *time series* (runtun waktu) selama 5 tahun periode 2009 – 2013 di Indonesia. Dalam menganalisis trend dalam kurun waktu tersebut dapat dianalisis dengan menggunakan model regresi trend dalam kurun waktu tersebut dapat dianalisis dengan menggunakan model regresi linier untuk metode kuadrat terkecil biasa atau *OLS (Ordinary Least Square Methode)* dalam bentuk model regresi berganda yang disajikan lebih sederhana dan mudah dimengerti.

Asumsi – asumsi utama dalam metode *OLS-BLUE (Best Linier Unbiased Estimator)* yang harus dipenuhi antara lain:

1. Nilai rata – rata : *disturbance term* = 0.
2. Tidak terdapat korelasi serial (*serial auto correlation*) diantara *disturbance terms* $COV(\epsilon_i, \epsilon_j) = 0 ; i = j$
3. Sifat *homocedasticity* dari *disturbance term* $Var(\epsilon_i) = \sigma^2$.
4. *Covariance* antara ϵ dari setiap variabel bebas (x) = 0.
5. Tidak terdapat bias dalam spesifikasi model regresi. Artinya, model regresi yang diuji secara tepat telah dispesifikasikan atau diformulasikan.
6. Tidak terdapat *collinerity* antara variabel – variabel bebas. Artinya, variabel – variabel bebas tidak mengandung hubungan linier tertentu antara sesamanya.

H. Prosedur Penelitian

Karena penelitian ini ingin menjawab dari rumusan masalah yang telah ditentukan sebelumnya, maka prosedur penelitian sebagai berikut :

1. Analisis Deskriptif Pola Permintaan Mobil *LCGC* di Indonesia

Untuk melihat pola produksi mobil *LCGC* di Indonesia dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif. Data yang di analisis adalah produksi mobil *LCGC* di Indonesia, harga mobil *LCGC* di Indonesia, harga mobil Avanza di Indonesia, populasi penduduk di Indonesia, pendapatan perkapita penduduk di Indonesia, Suku bunga kredit di Indonesia dan uang muka mobil *LCGC* di Indonesia.

2. Metode Regresi Linier Berganda pada faktor faktor yang mempengaruhi Permintaan Mobil *LCGC* di Indonesia

Karena penelitian ini bersifat *time series* menggunakan data selama 5 tahun (2009-2013) dan penelitian ini akan di analisis menggunakan analisis regresi linier berganda (*Ordinary Least Square*).

a. Penaksiran

1) Koefisien Determinasi (R^2)

Ukuran *Goodness of Fit* ini mencerminkan seberapa besar variabel dari *regressan* (Y) dapat diterangkan oleh *regressor* (X). Nilai dari *Goodness of Fit* adalah 0 dan 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel – variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel – variabel dependen.

$$R^2 = \frac{ESS}{TSS}$$

Dimana :

R^2 = Koefisien *Goodness of Fit*

ESS = *Explained of Sum Explained*

TSS = *Total Sum of Squares*

(Nachrowi dan Usman, 2008 hal 21-22)

2) Korelasi (R)

Koefisien korelasi adalah nilai yang menunjukkan kuat atau tidaknya hubungan linier antar dua variabel. Koefisien korelasi biasa dilambangkan dengan huruf r dimana nilai r dapat bervariasi dari -1 sampai +1. Nilai r yang mendekati -1 atau +1 menunjukkan hubungan yang kuat antara dua variabel tersebut dan nilai r yang mendekati 0 mengindikasikan lemahnya hubungan antara dua variabel tersebut. Sedangkan tanda + (positif) dan – (negatif) memberikan informasi mengenai arah hubungan antara dua variabel tersebut. Jika bernilai + (positif) maka kedua variabel tersebut memiliki hubungan yang searah. Dalam arti lain peningkatan X akan bersamaan dengan peningkatan Y dan begitu juga sebaliknya. Jika bernilai – (negatif) artinya korelasi antara kedua variabel tersebut bersifat berlawanan. Peningkatan X akan dibarengi dengan penurunan Y.

Koefisien korelasi pearson atau *Product Moment Coefficient of Correlation* adalah nilai yang menunjukkan keeratan hubungan linier dua variabel dengan skala data interval atau ratio. Rumus yang digunakan adalah :

$$r = \frac{n \sum_{i=1}^n X_i Y_i - \sum_{i=1}^n X_i \sum_{i=1}^n Y_i}{\sqrt{n \sum_{i=1}^n X_i^2 - (\sum_{i=1}^n X_i)^2} \sqrt{n \sum_{i=1}^n Y_i^2 - (\sum_{i=1}^n Y_i)^2}}$$

Koefesien korelasi ranking *Spearman* atau *Spearman rank correlation coefficient* merupakan nilai yang menunjukkan keeratan hubungan linier antara dua variabel dengan skala data ordinal koefisien *Spearman* biasa dilambangkan dengan rumus r_s . Rumus yang digunakan adalah :

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum d_i^2}{n(n^2 - 1)}$$

Dimana :

d_i = selisih dari pasangan ke-i atau $X_i - Y_i$

n = banyaknya pasangan rank

Jika variabel X dan Y independen maka nilai $r = 0$, akan tetapi jika nilai $r = 0$, X dan Y tidak selalu independen. Variabel X dan Y hanya tidak berasosiasi.

b. Pengujian (*Test Diagnostic*)

1) Uji t Statistik / Uji Parsial

Uji t statistik merupakan pengujian secara individual untuk membuktikan bahwa koefesien regresi tersebut secara statistik signifikan. Dalam hal ini pengujian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

a) Perumusan Hipotesis

$H_0 : \beta_1 = 0$ (Harga *LCGC* tidak berpengaruh terhadap permintaan mobil *LCGC* di Indonesia).

$H_a : \beta_1 \neq 0$ (Harga *LCGC* berpengaruh terhadap permintaan mobil *LCGC* di Indonesia).

b) Pembentukan nilai kritis

Nilai kritis dalam pengujian hipotesis terhadap koefisien regresi dapat ditentukan dengan menggunakan tabel distribusi normal dengan melihat tingkat signifikan (α) 5% dan banyaknya sampel yang digunakan. Pengujian dilakukan dua sisi menggunakan t-tabel (Mahyudin, 2013 hal 46).

c) Nilai t-hitung

Masing – masing koefisien regresi diketahui dengan cara menghitung nilai t dengan rumus :

$$t = \frac{\beta_1}{se(\beta_i)}$$

Dimana :

β_1 = Koefisien Regresi

se = *Standart Error*

(Nachrowi dan Usman, 2008 hal 25)

d) Keputusan

Dilakukan dengan cara membandingkan nilai t-hitung dari setiap koefisien regresi dengan nilai t-tabel (nilai kritis) sesuai dengan tingkat signifikan yang digunakan.

(1) Jika ; $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$, maka keputusannya akan menerima hipotesis nol (H_0). Artinya variabel bebas tersebut tidak berpengaruh terhadap nilai variabel terikat.

(2) Jika ; $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, maka keputusannya akan menolak hipotesis nol (H_0) dan menerima (H_a). Artinya variabel bebas tersebut berpengaruh terhadap nilai variabel terikat.

e) Kesimpulan

Memberikan kesimpulan apakah variabel bebas mempengaruhi variabel terikat dan seberapa jauh pengaruh tersebut dengan cara yang sama dilakukan pengujian hipotesis pada variabel – variabel yang lainnya (Mahyudin, 2013 hal 45-46).

c. Pengujian Asumsi Klasik

Metode *OLS* mendapatkan nilai estimator yang diharapkan memenuhi sifat estimator *OLS* yang *BLUE* (*Best Linier Unbiased Estimator*) dengan cara meminimumkan kuadrat simpangan setiap observasi dalam sampel. Secara singkat dapat disimpulkan bahwa terdapat 3 (tiga) asumsi dalam metode estimasi *OLS* yang harus dipenuhi dalam pengujian berdasarkan kriteria ekonometrika, yaitu ;

- 1) Tidak ada masalah hubungan antara variabel independen dalam regresi berganda yang digunakan (tidak multikolinearitas).
- 2) Varian variabel yang konstan (tidak heterokedastisitas).
- 3) Tidak ada hubungan variabel gangguan antara satu observasi dengan observasi berikutnya (tidak ada autokorelasi).

Berikut akan dijelaskan lebih rinci tentang asumsi diatas.

1) Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas untuk menguji ada tidaknya variabel independen yang memiliki kesamaan dengan variabel independen lain dalam satu model. Kesamaan antar variabel independen dalam satu model akan menyebabkan terjadinya korelasi (hubungan) antara suatu variabel independen dengan variabel independen yang lainnya. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dalam model regresi sebagai berikut :

a) Multikolinearitas

Dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *VIF* (*Variance Inflation Factor*). Jika nilai *tolerance* $< 0,10$ dan *VIF* > 10 , maka terdapat korelasi diantara salah satu variabel independen dengan variabel – variabel independen lainnya atau terjadi multikolinearitas. Jika nilai *tolerance* $> 0,10$ dan *VIF* < 10 , maka tidak terdapat korelasi diantara salah satu variabel independen dengan variabel – variabel independen lainnya atau tidak terjadi multikolinearitas.

b) Uji Multikolinearitas

Juga dapat dilihat dengan menganalisis matrik korelasi variabel – variabel independen. Jika antar variabel independen nilai korelasi antar variabel independen di bawah 95%, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas. Sebuah

model regresi dikatakan terkena multikolinearitas apabila terjadi hubungan linear yang sempurna diantara beberapa atau semua variabel bebas dari suatu model regresi (Gujarati, 2006 hal 62).

2) Heterokedastisitas

Asumsi heterokedastisitas dari *disturbance term error* adalah selisih atau *spread (scedacity)* sama atau varians variabelnya (σ^2), atau disimbolkan dengan ;

$$E(\epsilon_i) = \sigma^2 \quad t = 1, 2, \dots, t.$$

Heterokedastisitas disimbolkan dengan ;

$$E(\epsilon_i) = \sigma^2 \quad t = 1, 2, \dots, t.$$

Heterokedastisitas terjadi apabila varians dari setiap kesalahan pengganggu tidak bersifat konstan. Heterokedastisitas berarti suatu situasi di mana varians dari variabel dependen bervariasi di seluruh data. Heterokedastisitas lebih sering muncul pada data *cross-sectional* dari pada *time series* (Manurung et al, 2005), walaupun bukan berarti data *time series* bebas masalah heterokedastisitas. Untuk mendeteksi gejala heterokedastisitas dapat ditempuh lewat metode formal dan informal. Metode informal biasanya dilakukan dengan grafik dimana sumbu vertikal (X) menjelaskan nilai prediksi *disturbance term error* dan sumbu horizontal (Y) merupakan nilai prediksi variabel *regressor*. Variabel dinyatakan bebas heterokedastisitas jika tidak terdapat pola yang jelas dan titik – titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y. Varians variabel dalam metode tidak sama (konstan).

Konsekuensi adanya heterokedastisitas dalam model regresi adalah penaksiran (*estimator*) yang diperoleh tidak efisien (Gujarati, 2006 hal 82).

3) Autokorelasi

Autokorelasi adalah analisis yang digunakan untuk menguji apakah hasil estimasi suatu model regresi linier mengandung korelasi serial antara *disturbance error term*.

Tabel III-2
Pembanding Durbin Watson

Tolak H_0	Tidak dapat diputuskan	Terima H_0	Tidak dapat diputuskan	Tolak H_0
0	d_L	d_u	$4 - d_u$	$4 - d_L$
	1,10	1,54	2,46	2,90

Jika d terletak antara d_L dan d_u atau diantara $(2d_u)$ dan $(4-d_L)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti. Masalah autokorelasi akan dideteksi dengan uji *Durbin Watson Test*. Uji ini memiliki nilai $0 \leq d \leq 2,46$. Nilai statistik menunjukkan Durbin Watson sebesar 2, dapat diartikan tidak terjadi autokorelasi.

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Gambaran Umum Indonesia

Indonesia terletak di antara 6° LU – 11° LS dan 95° BT - 141° BT, antara Lautan Pasifik dan Lautan Hindi, antara benua Asia dan benua Australia, dan pada pertemuan dua rangkaian pegunungan, yaitu Sirkum Pasifik dan Sirkum Mediteran.

Indonesia yang terletak diantara dua benua dan dua samudera memungkinkan menjadi persimpangan lalu lintas dunia, baik lalu lintas udara maupun laut. Indonesia sebagai titik persilangan kegiatan perekonomian dunia, antara perdagangan. Negara-negara industri dan Negara-negara yang sedang berkembang. Misalnya antara Jepang, Korea, dan RRC dengan Negara-negara di Asia, Afrika, dan Eropa.

Karena letak geografisnya pula Indonesia mendapat pengaruh berbagai kebudayaan dan peradaban dunia, serta secara alami dipengaruhi oleh angin musim. Pengaruh musim tersebut menyebabkan Indonesia menjadi Negara agraris terkemuka. Pertanian di Indonesia maju pesat dan banyak menghasilkan beras, jagung, sayur-sayuran, buah-buahan, karet, kopi, gula, tembakau dan lain-lain yang sangat berguna bagi kemakmuran dan keberlangsungan penduduk Indonesia, dan secara ekonomi menjadi peluang untuk berperan serta dalam perdagangan internasional. Sebagai bangsa yang hidup di Wilayah persimpangan kegiatan perekonomian dunia, Indonesia akan tentu terlibat dalam kegiatan tersebut. Keikutsertaannya akan memberi dampak positif bagi Negara dalam rangka

meningkatkan produktivitas ekonomi dan menambah sumber-sumber pembiayaan bagi pembangunan nasional.

Gugusan kepulauan Indonesia terdiri dari kurang lebih 17.504 pulau, sekitar 6.000 pulau di antaranya tidak berpenghuni. 5 pulau terbesar yaitu Pulau Kalimantan (539.460 km²), Pulau Papua (421.981 km²), Sumatera (473.606 km²), Sulawesi (189.216 km²), dan Pulau Jawa (132.107 km²). Pulau Papua dan Kalimantan merupakan pulau terbesar kedua dan ketiga di dunia setelah Pulau Greenland di Kerajaan Denmark. Pulau Jawa, meskipun memiliki luas terkecil di antara kelima pulau di atas, merupakan pulau dengan populasi terpadat. Sekitar 2/3 penduduk Indonesia bermukim di pulau ini. Sebagai negara kepulauan, wilayah Indonesia didominasi oleh perairan/laut (3.257.483 km²). Luas daratannya tidak lebih dari 40% dari luas total wilayah, yaitu hanya 1.922.570 km². Panjang wilayah Indonesia dari timur hingga ke barat kurang lebih 3.977 mil. Batas wilayah Indonesia diukur dari garis pantai pulau terluar dengan menggunakan batas territorial laut sejauh 12 Mil laut serta batas zona ekonomi eksklusif sejauh 200 Mil laut searah penjuru mata angin, yaitu:

- a. Sebelah Utara, Negara Malaysia, Negara Singapura, Negara Filipina, dan laut Cina Selatan.
- b. Sebelah Selatan, Negara Australia, Negara Timor Laste, dan Samudera Indonesia.
- c. Sebelah Barat, Samudera Hindia
- d. Sebelah Timur, Negara Papua Nugini, Negara Timor Laste, dan Samudera Pasifik.

Dari tahun ke tahun, tampaknya dunia otomotif mengalami perkembangan yang baik. Walaupun Indonesia terkena krisis moneter yang luar biasa pada tahun 1998, tampaknya minat dan daya beli masyarakat dunia otomotif nusantara tidak berkurang secara signifikan. Bahkan, faktanya, masih sangat banyak produsen otomotif mancanegara yang berminat menanam modalnya di tanah air.

Masyarakat dunia otomotif Indonesia telah menyaksikan berbagai merek dan tipe mobil baru di jalan raya walaupun merek dan tipe mobil tersebut baru saja diluncurkan oleh produsennya. Baik mobil bertipe *MPV (Multi Purpose Vehicle)*, *SUV (Sport Utility Vehicle)*, *hatchback*, *sedan*, *coupe*, *crossover*, *LCGC* dan lainnya. Semua dapat dilihat merambah dunia otomotif tanah air dengan gencar-gencarnya. Bahkan mobil-mobil baru ini pun tidak hanya di jalan raya perkotaan tetapi juga di pedesaan.

Salah satu bukti pesatnya perkembangan dunia otomotif nusantara adalah masuknya mobil-mobil dengan teknologi terkini dan beberapa di antaranya bahkan menawarkan teknologi konsep masa depan. Salah satu teknologi terkini yang menunjukkan tingkat kemajuan dunia otomotif yang positif di Indonesia adalah teknologi *CVT (Continuously Variable Transmission)*.

Berbeda dengan transmisi manual dan otomatis yang dapat dijumpai pada mobil-mobil produksi tahun yang lebih rendah, yang memanfaatkan sistem gear, *CVT* mencoba menciptakan perbandingan putar dengan memanfaatkan sabuk (belt) dan puli. Puli pada *CVT* ini sangat fleksibel dimana ia dapat mengurangi ataupun menambah diameternya dan menghasilkan perubahan rasio yang diharapkan.

Namun sayang, saking halusnya *CVT*, ia tidak dapat terlalu diandalkan dalam menghasilkan tenaga dengan kapasitas besar. Inilah sebabnya mengapa sistem *CVT* ini biasanya hanya digunakan pada mobil-mobil berukuran compact atau kecil. Bagaimanapun, menilik merek dan tipe mobil baru yang masuk ke Indonesia beserta teknologinya yang canggih-canggih, dunia otomotif Indonesia dapat dikatakan memiliki prospek yang cukup bagus ke depannya.

Dalam hal berkaitan dengan kondisi industri otomotif baik dalam permintaan mobil maupun sepeda motor. Seiring dengan perkembangan zaman, kondisi persaingan dunia bisnis khususnya di dalam dunia otomotif telah mengalami banyak perkembangan. Perubahan ini disebabkan oleh adanya perkembangan teknologi yang terus berkembang pesat di dunia.

Industri mobil sebagai industri manufaktur tidak terlepas dari dampak dari ekonomi global. Bagi masyarakat mobil masih menjadi alat transportasi yang mudah dan aman baik di perkotaan maupun pedesaan. Industri mobil di Indonesia saat ini menunjukkan suatu perkembangan yang sangat pesat dan memiliki fenomena yang menarik. Hal ini dapat di lihat dari mobil yang di buat untuk kalangan menengah yaitu mobil *Low Cost Green Car* atau yang biasa disingkat *LCGC* yaitu mobil yang menawarkan harga dibawah mobil – mobil terdahulu seperti mobil jenis mini bus, sedan maupun jeep.

Kehadiran mobil murah dan ramah lingkungan *low cost green car (LCGC)* di Indonesia mendapat sambutan positif dari masyarakat Indonesia. Bagi masyarakat kelas menengah di Indonesia, impian untuk memiliki mobil baru pun terwujud dengan hadirnya *LCGC* ini. Dampaknya semakin bertambahnya kendaraan di jalan raya sehingga terjadi kemacetan lalu lintas di banyak kawasan

Perkembangan pesat industri otomotif di Indonesia membuat tingkat persaingannya menjadi ketat, khususnya pada industri mobil. Para produsen mobil terus melakukan inovasi terhadap produknya. Hal ini terlihat dari semakin beraneka ragamnya merek dan jenis mobil di Indonesia. Akibatnya konsumen harus semakin selektif dalam memilih produk yang akan dibeli. Faktor yang menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam memilih produk yaitu faktor nilai atau manfaat yang akan diperoleh konsumen dari suatu produk. Selain itu, konsumen juga mempertimbangkan berapa besarnya biaya yang harus dikeluarkan untuk memperoleh produk tersebut. Faktor biaya merupakan faktor yang sering dipertimbangkan oleh konsumen, oleh sebab itu pemerintah dan perusahaan bekerja sama menciptakan mobil yang dinilai cukup ramah di kantong konsumen Indonesia yaitu jenis mobil *LCGC*. Berikut data yang diperoleh tentang produksi dan penjualan mobil *LCGC* di Indonesia :

2. Harga Mobil *LCGC*

Berikut ini adalah data harga mobil jenis *LCGC* yang diperoleh tahun 2009 – 2013 adalah sebagai berikut :

Tabel IV-1
Harga Mobil Jenis *LCGC*

Harga Mobil Jenis <i>LCGC</i>					
No.	2009	2010	2011	2012	2013
1	Rp.83.200.000	Rp.87.000.000	Rp.84.500.000	Rp.76.400.000	Rp.100.350.000
2	Rp.96.500.000	Rp.100.000.000	Rp.99.700.000	Rp.85.900.000	Rp.110.750.000
3	Rp.103.500.000	Rp.107.000.000	Rp.106.900.000	Rp.90.950.000	Rp.107.150.000
4	Rp.105.700.000	Rp.110.000.000	Rp.111.800.000	Rp.104.250.000	Rp.111.650.000
Rata	Rp.97.225.000	Rp.101.000.000	Rp.100.725.000	Rp.89.375.000	Rp.107.475.000

Sumber : Gaikindo

Dilihat dari tabel diatas dapat diketahui bahwa rata harga mobil *LCGC* mengalami fluktuatif. Pada tahun 2009 – 2010 mengalami kenaikan sebesar

Rp.3.775.000. Pada tahun 2010 - 2011 mengalami penurunan sebesar Rp.275.000. pada tahun 2011 – 2012 mengalami penurunan sebesar Rp.11.350.000 dan pada tahun 2012 – 2013 mengalami kenaikan sebesar Rp.18.100.000.

3. Harga Mobil *Competitor* (Avanza)

Berikut ini adalah data harga mobil jenis avanza yang diperoleh tahun 2009 – 2013 adalah sebagai berikut :

Tabel IV-2
Harga Mobil Jenis Avanza

Harga Mobil Jenis Avanza					
No.	2009	2010	2011	2012	2013
1	Rp.126.100.000	Rp.133.600.000	Rp.136.100.000	Rp.147.750.000	Rp.190.300.000
2	Rp.139.450.000	Rp.138.600.000	Rp.141.100.000	Rp.155.950.000	Rp.201.400.000
3	Rp.152.400.000	Rp.143.600.000	Rp.146.100.000	Rp.173.400.000	Rp.192.800.000
4	Rp.162.400.000	Rp.146.050.000	Rp.149.050.000	Rp.160.000.000	Rp.203.900.000
Rata	Rp 97.225.000	Rp.78.500.000	Rp.100.725.000	Rp.89.375.000	Rp.107.475.000

Sumber : Gaikindo

Dilihat dari tabel diatas dapat diketahui bahwa rata harga mobil Avanza mengalami fluktuatif. Pada tahun 2009 – 2010 mengalami penurunan sebesar Rp.4.625.000. Pada tahun 2010 - 2011 mengalmi kenaikan sebesar Rp6.625.000. pada tahun 2011 – 2012 mengalami penurunan sebesar Rp.16.187.000 dan pada tahun 2012 – 2013 mengalami kenaikan sebesar Rp.37.825.000.

4. Pendapatan Perkapita

Berikut ini adalah data pendapatan perkapita yang diperoleh tahun 2009 – 2013 adalah sebagai berikut :

**Tabel IV-3
Pendapatan Perkapita**

TAHUN	Pendapatan Perkapita
2009	Rp.20.935.863
2010	Rp.23.974.407
2011	Rp.27.487.046
2012	Rp.30.674.674
2013	Rp.32.463.736

Sumber : BPS

Dilihat dari tabel diatas dapat diketahui pendapatan perkapita mengalami kenaikan. Pada tahun 2009 – 2010 mengalami kenaikan sebesar Rp.3.038.544. Pada tahun 2010 - 2011 mengalmi kenaikan sebesar Rp.3.512.640. pada tahun 2011 -2012 mengalami kenaikan sbesar Rp.3.187.627 dan pada tahun 2012 – 2013 mengalami kenaikan sebesar Rp.1.789.062

5. Uang muka *down payment*

Berikut ini adalah data uang muka *down payment* yang diperoleh tahun 2009 – 2013 adalah sebagai berikut :

**Tabel IV-4
Uang muka pembelian kendaraan bermotor**

Harga DP Mobil LCGC					
No.	2009	2010	2011	2012	2013
1	Rp.22.300.000	Rp.25.966.000	Rp.25.487.500	Rp.21.875.000	Rp.20.450.000
2	Rp.25.625.000	Rp.29.812.000	Rp.27.737.500	Rp.24.225.000	Rp.22.800.000
3	Rp.27.375.000	Rp.31.475.000	Rp.28.812.500	Rp.25.487.500	Rp.24.062.500
4	Rp.27.925.000	Rp.32.301.000	Rp.29.812.000	Rp.27.737.500	Rp.27.387.500
Rata	Rp.25.806.250	Rp.29.888.500	Rp.27.962.375	Rp.24.831.250	Rp.23.675.000

Sumber : Gaikindo

mengalami fluktuatif yang cenderung Dilihat dari tabel diatas dapat diketahui bahwa rata harga DP mobil LCGC penurunan. Pada tahun 2009 – 2010

mengalami kenaikan sebesar Rp.4.082.250 Pada tahun 2010 - 2011 mengalami penurunan sebesar Rp.1.926.125 pada tahun 2011 – 2012 mengalami penurunan sebesar Rp.3.131.125 dan pada tahun 2012 – 2013 mengalami penurunan sebesar Rp.1.156.250.

6. Suku Bunga Kredit

Berikut ini adalah data tingkat suku bunga kredit yang diperoleh tahun 2009 – 2013 adalah sebagai berikut :

Tabel IV-5
Perkembangan suku bunga kredit kendaraan bermotor

TAHUN	SBK (%)
2009	7.15%
2010	6.5%
2011	6.58%
2012	5.77%
2013	6.48%

Sumber : BI

Dilihat dari tabel diatas dapat diketahui bahwa suku bunga kredit mengalami penurunan. Pada tahun 2009 – 2010 mengalami penurunan sebesar 0,65% Pada tahun 2010 - 2011 mengalami kenaikan sebesar 0,08% pada tahun 2011 – 2012 mengalami penurunan sebesar 0,81% dan pada tahun 2012 – 2013 mengalami kenaikan sebesar 0,71%.

B. Statistik Deskriptif

Statistik Deskriptif bertujuan untuk melihat frekuensi data independen dan data dependen variabel data, serta sebaran data dan peningkatan maksimum dan minimum dari data. Adapun hasil dari pengujian berikut :

Tabel IV-6

Statistik Deskriptif Model Mobil LCGC

	PERMINTAAN	LCGC	AVANZA	PDBKAP	SBK	UANGMUKA
Mean	907800.0	-9.916000	1.57E+08	2.7147146	- 6.496000	- 2.642675
Median	890000.0	1.02E+08	1.48E+08	27487047	6.500000	26670500
Maximum	1300000.	1.12E+08	2.04E+08	32463736	7.150000	32301000
Minimum	484000.0	76400000	1.26E+08	20935863	5.770000	20450000
Std. Dev.	286935.5	10830204	23279167	4339862.	0.450057	3210065.
Skewness	0.106117	-0.635834	0.875381	0.176043	-0.242491	-0.038028
Kurtosis	1.886344	2.145565	2.530943	1.581804	2.488994	2.281868
Jarque-Bera	1.071061	1.955998	2.737650	1.779372	0.413612	0.434582
Probability	0.585359	0.376063	0.254406	0.410785	0.813177	0.804696
Sum	18156000	1.98E+09	3.14E+09	5.42E+08	129.9200	5.29E+08
Sum Sq. Dev.	1.56E+12	2.23E+15	1.03E+16	3.58E+14	3.848480	1.96E+14
Observations	20	20	20	20	20	20

Sumber : E-views 8 diolah

Dari hasil statistic deksriptif di atas, menunjukkan bahwasanya dalam rentang tahun 2009-2013, nilai mean LCGC di Indonesia sebesar 907800.0 artinya rata-rata dalam setiap tahun meningkat dengan nilai 907800.0, sementara nilai mean dari variabel harga mobil LCGC (LCGC) bernilai -9.916000 hal ini menunjukkan harga yang di tentukan oleh perusahaan sebesar -9.916000. dari variabel harga competitor (Avanza) sebesar 1.57E+08 artinya rata-rata perubahannya setiap tahun sebesar 1.57E+08. variabel pendapatan perkapita (PDBKAP) sebesar 2.7147146 artinya rata-rata perubahan setiap tahun sebesar

2.7147146. suku bunga kredit (SBK) nilai meannya adalah - 6.496000 rata-rata setiap tahun perubahannya - 6.496000. dan variabel uang muka sebesar - 2.642675 artinya rata-rata perubahan setiap tahun sebesar - 2.642675.

C. Hasil Analisa Regresi

Tabel IV-7

Ringkasan Hasil Pengolahan Data

Model : Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Mobil LCGC Di

Indonesia

Variabel	OLS (Ordinary Least Square)	
	Model-1	Model-2
Harga Mobil LCGC (Pm)	-0.000121 (0.002899)	-0.365673** (0.365453)
Harga Competitor (Pv)	0.001249 (0.001132)	0.667241** (0.248744)
Pendapatan perkapita (GNP/kapita)	0.061261 (0.007162)	0.844280** (0.227021)
Tingkat Suku Bunga Kredit (SBK)	-3392.182 (58617.98)	-0.785892** (0.486975)
Uang Muka (DP)	-0.003239 (0.008822)	-0.692669** (0.290538)
Konstanta	-1000363. (556249.1)	-26.07918** (5.289717)
N-Timeseries-Mont	20	20
Adj R Square	0.973863	0.965163
R	98,68	98,24
Uji-F	142.5854 (0.000000)	106.2803** (0.000000)

Keterangan : **) standar error 5%

Dari tabel di atas dengan menggunakan 2 simulasi dari model analisis faktor yang mempengaruhi permintaan mobil LCGC di indonesia, dapat di

jelaskan bahwa pada model simulasi 1-2 variabel dari harga mobil LCGC, harga competitor, pendapatan perkapita, tingkat suku bunga kredit, uang muka maka kita bisa melihat dari level signifikansi yang berdasar tabel yang memiliki maka akan terlihat R yakni koefisien korelasi bernilai 98,68% yang artinya mempunyai hubungan yang sangat kuat antara variabel bebas dengan variabel terikat dengan kata lain naik turunnya nilai indeksnya satu saham akan sangat bergantung pada semua variabel bebas yaitu harga mobil LCGC, harga competitor, pendapatan perkapita, tingkat suku bunga kredit, uang muka. Adapun sisanya yakni 1,32% adalah hubungan dengan variabel terikat diluar variabel bebas yang digunakan dalam model ini Adjusted R^2 pada model 1 dengan 97,38% di simpulkan bahwa variabel bebas harga mobil LCGC, harga competitor, pendapatan perkapita, tingkat suku bunga, uang muka sedangkan sisanya sebesar 2,62% dapat dijelaskan melalui variabel lain. Dilihat pada variabel bebas diatas bahwa variabel harga mobil competitor dan variabel pendapatan perkapita dengan tanda positif sesuai dengan hipotesa yang ada dan signifikan pada 5%. Sementara variabel harga mobil LCGC, tingkat suku bunga kredit dan uang muka bertanda negative yang dimana tidak sesuai dengan hipotesa, serta signifikan pada 5%. Dalam hal ini artinya semua variabel tersebut turut mempengaruhi nilai Permintaan Mobil LCGC, namun tidak serta merta menjadi tolak ukur dalam mempengaruhi nilai Permintaan Mobil LCGC di Indonesia.

Kemudian pada model kedua (setelah di log), terlihat R (koefisien korelasi) bernilai 98,24% yang artinya mempunyai hubungan yang sangat kuat antara variabel bebas dengan variabel terikat dengan kata lain naik turunnya Permintaan Mobil LCGC akan sangat bergantung pada semua variabel bebas yaitu, harga

mobil LCGC, harga kompetitor, pendapatan perkapita, tingkat suku bunga, dan uang muka. Adapun sisanya yaitu 1,76% adalah hubungan dengan variabel terikat diluar variabel bebas yang digunakan dalam model ini. Adjusted R^2 dengan 96,51% disimpulkan bahwa variabel bebas (harga mobil LCGC, harga kompetitor, pendapatan perkapita, tingkat suku bunga kredit, dan uang muka) mampu menjelaskan variabel terikat (permintaan mobil LCGC). Sedangkan sisanya 3,49% dapat dijelaskan melalui variabel lain. Dilihat pada variabel bebas diatas bahwa variabel harga mobil kompetitor dan variabel pendapatan perkapita dengan tanda positif sesuai dengan hipotesa yang ada dan signifikan pada 5%. Sementara variabel harga mobil LCGC, tingkat suku bunga kredit dan uang muka bertanda negative yang dimana tidak sesuai dengan hipotesa, serta signifikan pada 5%. Dalam hal ini artinya semua variabel tersebut turut mempengaruhi nilai Permintaan Mobil LCGC, namun tidak serta merta menjadi tolak ukur dalam mempengaruhi nilai Permintaan Mobil LCGC di Indonesia.

1. Penaksiran

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (Adjusted R Square) berarti proporsi persentase variabel total dalam menjelaskan variabel terikat (dependen) yang dijelaskan oleh variabel bebas (independen) secara bersama – sama. Berdasarkan dari model estimasi pertama yaitu variabel – variabel yang mempengaruhi Permintaan Mobil LCGC di Indonesia dapat dilihat bahwa R^2 adalah sebesar 96,51%, artinya secara bersama – sama variabel P_m , P_v , GNP/kapita, SBK, DP, dan Qm_t memberikan variasi penjelasan terhadap Permintaan Mobil LCGC dari hasil R^2 96,51% maka,

memiliki sisa ε_t sebesar 3,49% yang mana dari hasil ini ada kemungkinan beberapa variabel lainnya memiliki pengaruh terhadap peningkatan Permintaan Mobil LCGC di Indonesia.

b. Korelasi (R)

Dari hasil regresi derajat hubungan (variabel – variabel yang mempengaruhi Permintaan Mobil LCGC di Indonesia) 98,24% artinya variabel P_m (harga mobil LCGC), P_v (harga kompetitor), GNP/kapita (pendapatan perkapita), SBK(suku bunga kredit), dan DP (uang muka), dan Qm_t (Permintaan Mobil LCGC tahun sebelumnya) dapat menjelaskan variabel terikat (Q_m) secara signifikan dan sesuai dengan empiris, dikarenakan derajat korelasi yang bernilai 98,24%.

2. Pengujian Hasil

Dari data yang telah diperoleh maka persamaan regresi berikut dan kemudian akan di analisa dengan menggunakan hasil Autokoregresi Model sebagai berikut:

$$Qm_t = -26,080 - 0,365PM_t + 0,667Pv_t + 0,844GNP/kapita_t \\ + 0,786SSBK_t - 0,693DP_t$$

Dari hasil estimasi yang diperoleh dapat dibuat pengujian hasil model atau hipotesa yang diambil melalui hasil regresi ini, yaitu :

1. Harga Mobil LCGC (P_m)

Dari hasil regresi, nilai koefisien untuk variabel (P_m) adalah -0.365673 dimana variabel tersebut, berpengaruh tidak signifikan terhadap Permintaan Mobil LCGC di Indonesia. Hal ini ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} = -5.179$ dan nilai

probability 0.036 (diatas α 5%). Hal ini menunjukkan bahwa hubungan Pm dengan Permintaan Mobil LCGC di Indonesia adalah negative dan signifikan. Sehingga dapat dikatakan bahwa nilai harga mobil LCGC naik sebesar 1%, maka permintaan mobil LCGC mengalami penurunan sebesar 0.366%.

2. Harga *Competitor* (Pv)

Dari hasil regresi, nilai koefisien untuk variabel (Pv) adalah 0.667241 dimana variabel tersebut, berpengaruh signifikan terhadap Permintaan Mobil LCGC di Indonesia. Hal ini ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} = 7.270$ dan nilai *probability* 0.0009% (dibawah α 5%). Hal ini menunjukkan bahwa hubungan Pv dengan Permintaan Mobil LCGC di Indonesia adalah positif dan signifikan. Sehingga dapat dikatakan bahwa nilai harga mobil LCGC naik sebesar 1%, maka permintaan mobil LCGC mengalami kenaikan sebesar 0.667%

3. Pendapatan Perkapita (GNP/kapita)

Dari hasil regresi, nilai koefisien untuk variabel (GNP/kapita) adalah 0.844280 dimana variabel tersebut, berpengaruh signifikan terhadap Permintaan Mobil LCGC di Indonesia. Hal ini ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} = 9.445$ dan nilai *probability* 0.0000 (dibawah α 5%). Hal ini menunjukkan bahwa hubungan GNP/kapita dengan Permintaan Mobil LCGC di Indonesia adalah positif dan signifikan. Sehingga dapat dikatakan bahwa nilai harga mobil LCGC naik sebesar 1%, maka permintaan mobil LCGC mengalami kenaikan sebesar 0.844%.

4. Tingkat Suku Bunga Kredit (SBK)

Dari hasil regresi, nilai koefisien untuk variabel (SBK) adalah -0.785892 dimana variabel tersebut, berpengaruh tidak signifikan terhadap Permintaan Mobil

LCGC di Indonesia. Hal ini ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} = -10.176$ dan nilai *probability* 0.0000 (diatas α 5%). Hal ini menunjukkan bahwa hubungan SBK dengan Permintaan Mobil LCGC di Indonesia adalah negatif dan signifikan. Sehingga dapat dikatakan bahwa nilai harga mobil LCGC naik sebesar 1%, maka permintaan mobil LCGC mengalami penurunan sebesar 0.786%.

5. Uang Muka (DP)

Dari hasil regresi, nilai koefisien untuk variabel (DP) adalah -0.692669 dimana variabel tersebut, berpengaruh tidak signifikan terhadap Permintaan Mobil LCGC di Indonesia. Hal ini ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} = -8.663$ dan nilai *probability* 0.0001 (diatas α 5%). Hal ini menunjukkan bahwa hubungan DP dengan Permintaan Mobil LCGC di Indonesia adalah negatif dan signifikan. Sehingga dapat dikatakan bahwa nilai harga mobil LCGC naik sebesar 1%, maka permintaan mobil LCGC mengalami penurunan sebesar 0.693%.

3. Uji Asumsi Klasik

1. Multikolinearitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi terdapat adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Syarat model regresi yang baik adalah seharusnya terbebas dari multikolinearitas, dan dapat dilihat dari hasil analisa model masih di temukan adanya multikolinearitas.

2. Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model terjadi ketidaksamaan varian dari residual sama pengamatan ke pengamatan lain. Jika

varian dari residual suatu pengamatan yang lain tetap, maka disebut terjadi heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang terbebas dari heterokedastisitas. Untuk melihat ada atau tidaknya heterokedastisitas, dapat dilakukan dengan melihat tabel berikut.

Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey

F-statistic	0.925023	Prob. F(5,14)	0.4936
Obs*R-squared	4.966534	Prob. Chi-Square(5)	0.4200
Scaled explained SS	1.447203	Prob. Chi-Square(5)	0.9191

Sumber: E-views 8 diolah

Uji Heterokedastisitas dengan uji Breusch-Pagan-Godfrey menunjukkan bahwasanya nilai Prob. Chi-Square (5) pada Obs R-Squared sebesar 0.4200 atau lebih besar dari 5% (0,05), maka dapat disimpulkan bahwasanya data penelitian ini bersifat homokedastisitas atau terbebas dari heterokedastisitas.

3. Autokorelasi

Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan penggunaan pada periode t dengan kesalahan pada periode t_{-1} (sebelumnya). Untuk menguji apakah suatu model terdapat autokorelasi dalam penelitian ini maka digunakan uji statistik *Durbin Watson* yaitu dengan cara melihat (D-W) yang diperoleh. Pada model selesai di regresi diperoleh *Durbin Watson* sebesar 1.83747, artinya pada model yang digunakan sudah terbebas dari autokorelasi.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Dari penelitian mengenai Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Mobil LCGC Di Indonesia dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan Regresi/Estimasi model P_m , P_v , GNP/kapita, SBK, dan DP menghasilkan R^2 sebesar 98,68% yang artinya mempunyai hubungan sangat kuat antara variabel bebas dengan variabel terikat, dengan kata lain naik turunnya Permintaan Mobil LCGC di Indonesia akan sangat bergantung pada semua variabel bebas. Adapun sisanya yakni sebesar 1,32% adalah berhubungan dengan variabel lain.
2. Faktor – faktor yang mempengaruhi Permintaan Mobil LCGC di Indonesia adalah harga mobil LCGC, harga mobil competitor, pendapatan perkapita, suku bunga kredit, dan uang muka berpengaruh secara signifikan pada tahun 2011 -2015.
3. Secara bersama – sama P_m , P_v , GNP/kapita, SBK, dan DP berpengaruh besar terhadap Permintaan Mobil LCGC di Indonesia.
4. Secara parsial variable harga mobil competitor, dan variabel pendapatan perkapita berpengaruh positif dan signifikan terhadap Permintaan Mobil di Indonesia, sedangkan variabel harga mobil LCGC, suku bunga kredit dan uang muka berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Permintaan Mobil LCGC di Indonesia.

B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka saran – saran yang dapat diberikan melalui hasil penelitian ini baik kepada produsen mobil, maupun untuk pengembangan penelitian yang lebih lanjut adalah sebagai berikut:

1. Produsen mobil LCGC sebaiknya mengetahui dan memanfaatkan informasi – informasi tentang harga mobil LCGC (P_m), harga mobil competitor (P_v), pendapatan perkapita (GNP/kapita), suku bunga kredit (SBK), dan uang muka (DP) agar dapat membuat suatu keputusan yang tepat sehubungan dengan produksi dan penjualannya.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk menambah variabel – variabel lainnya yang diperkirakan berpengaruh terhadap Permintaan Mobil LCGC di Indonesia.