

ANALISIS ELASTISITAS PERMINTAAN TERHADAP PERUBAHAN HARGA SEPEDA MOTOR SCOOPY DI PT. ASTRA MOTOR SUMBAWA BESAR

Nia Kurniasih¹, I Nyoman Sutama², Usman^{3*}

¹²³Universitas Samawa, Sumbawa Besar, Indonesia

Penulis Korespondensi: uts.mhthamrinjakarta@gmail.com

Article Info

Article History

Received: 28 Desember 2023

Revised: 29 Desember 2023

Published: 31 Desember 2023

Keywords

Elasticity of Demand;

Change in Price;

Change in Demand.

Abstrak

This study aims to analyze the level of demand elasticity regarding changes in the price of Honda Scoopy motorbikes at PT. Astra Motor Sumbawa Besar 2017-2021. Type of this study was a descriptive with a quantitative approach, namely the study that aims to describe the elasticity of demand for changes in the price of Honda Scoopy motorbikes at PT. Astra Motor Sumbawa Besar that occur as they are, supported by data in the form of numbers generated from actual conditions. In this study, the data used was obtained from sales reports documents for Honda Scoopy motorbikes at PT. Astra Motor Sumbawa Besar 2017-2021. The data collected was analyzed using the concept of elasticity of demand which was calculated based on the value of the demand elasticity coefficient to determine the impact of price increases on demand for Honda Scoopy motorbikes at PT. Astra Motor Sumbawa Besar 2017-2021. The results of this study showed that the level of elasticity of demand for Honda Scoopy motorbikes at PT. Astra Motor Sumbawa Besar 2017-2021 was in the elastic category. This can be known based on the value of the demand elasticity coefficient for Honda Scoopy motorbike at PT. Astra Motor Sumbawa Besar in 2017-2021 is greater than 1 ($e > 1$). This result means that every 1 percent change in price, it will cause a change in quantity demanded of more than 1 percent.

PENDAHULUAN

Alat transportasi merupakan kebutuhan yang penting bagi masyarakat pada saat ini. Hal ini disebabkan zaman yang semakin canggih, meningkatnya taraf hidup dan kebutuhan yang semakin berkembang di masyarakat. Selain itu, berada dalam persaingan yang ketat, memaksa orang untuk berjuang untuk bertahan hidup. Kebutuhan sekunder pada zaman sekarang berkembang menjadi kebutuhan primer. Kebutuhan primer yang kita kenal dahulu mungkin hanya sandang (pakaian), pangan (makan) dan papan (tempat tinggal) sedangkan kebutuhan sekunder yang berperan sebagai penunjang dalam kehidupan sehari-hari antara lain sarana dan prasarana pendidikan, sarana dan prasarana kesehatan, alat komunikasi, dan alat transportasi.

Untuk mendukung mobilitas manusia zaman sekarang yang tinggi, maka di perlukan sarana transportasi yang efisien dan memadai. Hal ini merupakan peluang besar bagi pelaku bisnis otomotif, terutama dibidang kendaraan bermotor roda dua untuk terus menggenjot penjualannya dengan penerapan strategi pemasaran yang tepat. Inovasi yang dapat memenuhi kebutuhan dan selera konsumen mutlak diperlukan jika pelaku bisnis tidak ingin kehilangan konsumennya serta menumbuhkan permintaan akan produknya.

Sepeda motor adalah sebagai alat transportasi yang paling banyak digunakan oleh masyarakat dunia. Penggunaan sepeda motor setiap tahun mengalami peningkatan, maka dari itu sepeda motor diproduksi dengan jumlah yang semakin banyak. Kebutuhan sepeda motor sangatlah penting baik untuk produsen maupun pengguna. Kondisi pada saat ini jumlah transportasi publik sangat tidak mencukupi kebutuhan masyarakat dan beberapa faktor lainnya seperti minimnya keamanan, tidak tepat waktu, tidak layak pakai serta kurangnya kenyamanan angkutan publik tersebut.

Hal ini mendorong masyarakat untuk membeli dan menggunakan alat transportasi pribadi ketimbang menggunakan jasa angkutan umum. Permintaan pasar akan kendaraan bermotor yang sedemikian tingginya, dihadapi para produsen otomotif baik sepeda motor maupun mobil untuk saling berpacu mendapatkan produk yang mampu memenuhi seluruh permintaan calon pembeli. Secara umum antara lain adalah faktor keamanan, kualitas produk, hemat bahan bakar, praktis penggunaannya, kenyamanan berkendara, kelanggengan produk dan yang terpenting adalah harganya harus terjangkau masyarakat.

Namun seiring perkembangan zaman, permintaan tersebut melebar hingga menciptakan segmen baru dalam masyarakat, sebagai contoh produk utama harus dilengkapi dengan teknologi mesin lebih besar, model gagah, ruang lebih besar dan nyaman, mengedepankan kemewahan walaupun harganya lebih mahal. Semua tantangan ini harus dijawab cepat, baik dan tepat bagi produsen otomotif di Indonesia jika ingin tetap eksis dalam menjual produk dan selalu menguntungkan.

Setiap perusahaan pada umumnya ingin berhasil dalam menjalankan usaha-usahanya. Usaha-usaha untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan salah satunya melalui kegiatan pemasaran, yaitu suatu proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan penawaran, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Kotler, 2019).

Seiring meningkatnya kebutuhan alat transportasi terutama sepeda motor di Indonesia menjadi peluang bagi para pelaku bisnis sepeda motor Indonesia untuk meningkatkan profit perusahaan melalui berbagai cara strategi untuk dapat meraih penjualan yang maksimal dari tiap perusahaan sepeda motor karena kebutuhan konsumsi dari sepeda motor yang terus meningkat. Hal itu dapat dibuktikan berdasarkan data penjualan sepeda motor di Indonesia selama periode 2017-2021 yang dirilis oleh Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI).

Tabel 1. Data Penjualan Sepeda Motor di Indonesia Tahun 2017-2021

Tahun	Jumlah Sepeda Motor (Dalam Juta Unit)	Presentasi (%)
2017	5.886.103	21,42
2018	6.383.108	23,23
2019	6.487.460	23,61
2020	3.660.616	13,32
2021	5.057.516	18,40
Total	27.474.803	100,00

Sumber: Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI), 2022.

Tabel diatas menunjukkan bahwa terjadi peningkatan penjualan sepeda motor pada tahun 2017 sampai tahun 2019. Penurunan penjualan terjadi pada tahun 2020 setelah pemerintah menetapkan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) untuk meminimalisir dan menghambat dampak penyebaran pandemi Covid-19. Data ini dikumpulkan dari 5 merek yang tergabung dalam AISI, yaitu Honda, Yamaha, Kawasaki, Suzuki, dan TVS.

Kabupaten Sumbawa merupakan salah satu daerah di Indonesia yang terdampak Covid-19. Meningkatnya pasien positif Covid-19, kebijakan pemerintah daerah Kabupaten Sumbawa semakin dipertegas dengan pemberlakuan PSBB atau Pembatasan Sosial Berskala Besar. Kondisi ini menyebabkan terjadinya penurunan aktivitas kegiatan masyarakat dari sebelum Covid-19 yang selanjutnya menyebabkan penurunan

pendapatan dan daya beli yang dialami oleh hampir semua masyarakat. Pandemi Covid-19 juga berdampak terhadap kinerja penjualan sepeda motor di sejumlah dealer yang ada di Kabupaten Sumbawa, salah satunya PT. Astra Motor Sumbawa Besar. Berikut ini merupakan data penjualan sepeda motor di PT. Astra Motor Sumbawa Besar tahun 2017-2021.

Tabel 2. Data Penjualan Sepeda Motor di PT. Astra Motor Sumbawa Besar Tahun 2017-2021

Tahun	Tingkat Penjualan Sepeda Motor (Unit)
2017	1.971
2018	2.543
2019	2.827
2020	2.400
2021	1.678
Total	11.419

Sumber: PT. Astra Motor Sumbawa Besar, 2023.

Tabel diatas menunjukkan bahwa terjadi peningkatan yang signifikan pada penjualan sepeda motor Honda di PT. Astra Motor Sumbawa Besar tahun 2017-2019, namun tingkat penjualan mengalami penurunan yang drastis di tahun 2020-2021 yang disebabkan oleh menurunnya pendapatan dan daya beli yang dialami oleh hampir semua masyarakat sebagai akibat dari diberlakukannya kebijakan pemerintah tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) untuk meminimalisir dan menghambat dampak penyebaran pandemi Covid-19.

Namun selain pandemi Covid-19, perubahan tingkat penjualan sepeda motor Honda di PT. Astra Motor Sumbawa Besar juga dipengaruhi oleh perubahan harga. Naik atau turunnya harga barang/jasa akan mempengaruhi banyak/sedikitnya kuantitas barang yang dibutuhkan. Ketika harga naik, kuantitas menurun, dan ketika harga turun, permintaan meningkat. Perubahan harga maupun faktor-faktor lainnya terhadap perubahan permintaan atau penawaran dari suatu komoditas tertentu disebut sebagai elastisitas. Elastisitas dapat diartikan sebagai ukuran seberapa jauh para pembeli maupun penjual bereaksi terhadap kondisi yang terjadi di pasar (Astuti, *et al.*, 2021). Secara spesifik, elastisitas adalah suatu bilangan yang menginformasikan kepada kita persentase perubahan terjadi pada satu variabel sebagai reaksi suatu perubahan satu persen pada satu variabel lain apakah ini bereaksi cukup signifikan atau tidak (Heriswanto dan Membaka, 2022).

Salah satu jenis elastisitas permintaan adalah elastisitas harga, dimana elastisitas harga digunakan untuk mengukur banyaknya kuantitas permintaan suatu barang yang terjadi karena adanya perubahan harga suatu barang. Ukuran yang melihat besarnya perubahan kuantitas barang yang diminta terhadap perubahan harga barang dinamakan sebagai elastisitas permintaan atau *price elasticity of demand*. Elastisitas permintaan adalah sebuah konsep ekonomi yang digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh jumlah barang yang digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh jumlah barang yang diminta terhadap harga suatu barang (Hidayati, 2019).

Elastisitas permintaan menurut Murandawi, *et al.* (2018), merupakan suatu ukuran kuantitatif yang menunjukkan besarnya pengaruh perubahan harga atau faktor-faktor lainnya terhadap perubahan permintaan suatu komoditas. Jadi, secara singkat elastisitas diartikan sebagai suatu koefisien yang menyatakan besarnya perubahan jumlah barang yang diminta akibat adanya perubahan harga.

Dalam elastisitas permintaan terdapat hubungan antara konsumen dan juga penyedia barang. Hubungan ini di pengaruhi oleh beberapa faktor antara lain ketersediaan barang, pendapatan konsumen, tingginya minat, dan kebutuhan terhadap barang tersebut. Hukum elastisitas permintaan menyatakan bahwa ketika suatu barang tertentu mengalami penurunan harga, maka jumlah barang yang diminta mengalami kenaikan. Begitu pun sebaliknya, apabila terjadi kenaikan harga dari suatu barang, maka jumlah barang yang diminta oleh konsumen justru akan mengalami penurunan (Kustiawati, *et al.*, 2022).

Elastisitas permintaan dihitung dengan persentase besar kecilnya suatu permintaan dan perubahan harga terhadap barang yang diminta. Dengan menggunakan sistem elastisitas permintaan, maka produsen dapat mengetahui seberapa besar pengaruh harga suatu barang yang dipasarkan kepada konsumen sehingga dapat memperkirakan jumlah produksi maupun harga yang akan ditentukan terhadap suatu barang yang akan dijual. Sedangkan bagi konsumen, menggunakan perhitungan elastisitas permintaan, konsumen dapat mengetahui, seberapa besar pengaruh ketersediaan, barang dan harga yang dipasarkan terhadap kebutuhan mereka, sehingga mereka dapat mengatur kebutuhan dengan baik (Sukirno, 2019).

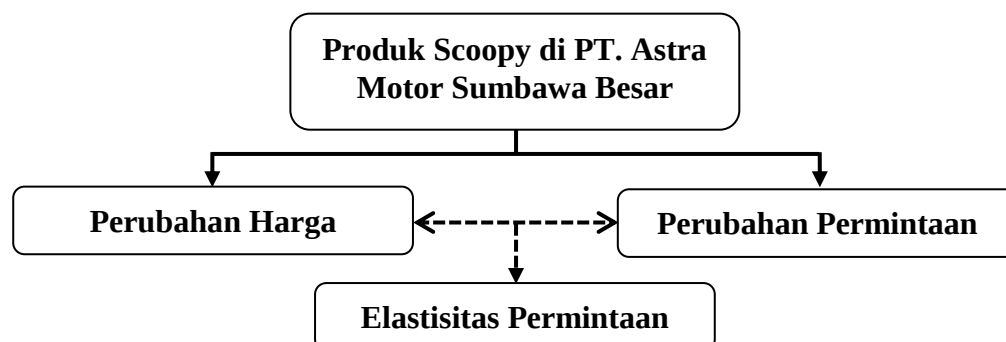
Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian secara lebih mendalam untuk mengetahui hubungan antara perubahan harga dengan perubahan permintaan sepeda motor Honda Scoopy di PT. Astra Motor Sumbawa Besar. Melalui penelitian ini dapat diperoleh informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi elastisitas permintaan sepeda motor sehingga memberikan peluang bagi para pelaku bisnis sepeda motor untuk meningkatkan profit perusahaan melalui berbagai strategi untuk tetap eksis dalam menjual produk dan dapat meraih penjualan yang maksimal.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Sugiyono (2021) menjelaskan bahwa penelitian deskriptif adalah metode penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik itu satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan antara satu variabel dengan variabel yang lain. Sedangkan penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menyajikan data berupa angka-angka sebagai hasil penelitiannya.

Penggunaan jenis penelitian deskriptif kuantitatif pada penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai elastisitas permintaan terhadap perubahan harga sepeda motor Honda Scoopy di PT. Astra Motor Sumbawa Besar secara apa adanya yang didukung dengan data-data berupa angka yang dihasilkan dari keadaan sebenarnya. Untuk mempermudah pemahaman mengenai kerangka pemikiran penelitian ini, berikut akan disajikan gambar alur penelitian.



Gambar 1. Alur Kerangka Pemikiran Penelitian.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Menurut Suharsimi Arikunto (2019), data kuantitatif adalah data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Pada penelitian ini, data kuantitatif yang digunakan berupa data harga dan penjualan sepeda motor scoopy di PT. Astra Motor Sumbawa Besar Tahun 2017-2021.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Menurut Sugiarto (2017), data sekunder merupakan informasi yang diperoleh tidak secara langsung dari narasumber melainkan dari pihak ketiga. Data sekunder didapatkan dari sumber yang sudah ada, antara lain dari dokumentasi dan literatur. Dalam penelitian ini, data sekunder didapatkan dari laporan penjualan sepeda motor Honda Scoopy di PT. Astra Motor Sumbawa Besar Tahun 2017-2021.

Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik dokumentasi untuk pengumpulan data sekunder. Menurut Nawawi (2019), teknik dokumentasi adalah cara mengumpulkan data yang dilakukan dengan kategorisasi dan klasifikasi bahan-bahan tertulis yang berhubungan dengan masalah penelitian, baik sumber dari dokumen maupun buku-buku, koran, majalah dan lain-lain. Berdasarkan pengertian tersebut, maka dapat dikatakan bahwa teknik dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang membutuhkan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan objek penelitian untuk dianalisis. Adapun dokumen-dokumen yang dikumpulkan pada penelitian ini merupakan data *time series*, yaitu tipe data yang tersusun secara serial berdasarkan deret waktu yang teratur secara berurutan mengenai harga dan jumlah penjualan sepeda motor scoopy di PT. Astra Motor Sumbawa Besar. Periode waktu yang diukur dalam penelitian ini adalah tahun 2017-2021.

Teknik Analisis Data

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk analisis elastisitas permintaan terhadap perubahan harga sepeda motor scoopy di PT. Astra Motor Sumbawa Besar. Dalam menganalisis akibat perubahan harga terhadap perubahan jumlah barang yang diminta dihitung berdasarkan nilai koefisien elastisitas permintaan. Menurut Samuelson dan Nordhaus (dalam Naya, *et al.*, 2023), koefisien elastisitas permintaan adalah suatu angka penunjuk yang menggambarkan sampai berapa besarkah perubahan jumlah barang yang diminta apabila dibandingkan dengan perubahan harga. Secara matematis, elastisitas permintaan terhadap harga dihitung dengan menggunakan rumus berikut ini.

$$E_d = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P}{Q} \quad \text{atau} \quad E_d = \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta P}$$

Keterangan:

E_d = Elastisitas permintaan

ΔQ = Perubahan pada kuantitas yang diminta

ΔP = Perubahan pada harga

P = Harga awal

Q = Jumlah permintaan awal.

Adapun pengukuran elastisitas permintaan dinyatakan sebagai berikut (Samuelson dan Nordhaus dalam Naya, *et al.*, 2023):

1. $e = 0$, Permintaan yang bersifat inelastis sempurna, atau permintaan dengan elastisitas nol, adalah keadaan dimana kuantitas yang diminta sama sekali tidak tanggap terhadap perubahan-perubahan harga.
2. $e < 1$, Apabila perubahan satu persen dalam harga menghasilkan kurang daripada satu persen perubahan dalam kuantitas yang diminta, maka barang itu memiliki elastisitas harga yang bersifat inelastis (permintaannya bersifat inelastis).
3. $e = 1$, Permintaan yang bersifat elastis unit (*unitary*), yang terjadi apabila perubahan satu persen dalam harga menghasilkan perubahan satu persen dalam kuantitas yang diminta.
4. $e > 1$, Apabila perubahan harga satu persen menimbulkan lebih daripada satu persen perubahan kuantitas yang diminta, maka barang itu memiliki elastisitas harga yang bersifat elastis (permintaannya bersifat elastis).
5. $e = \infty$, Permintaan bersifat elastis sempurna, sebuah perubahan kecil dalam harga akan menyebabkan suatu perubahan sangat besar dalam kuantitas yang diminta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penyajian Data

Sepeda motor merupakan salah satu moda transportasi darat yang menjadi pilihan konsumen karena harganya yang relatif terjangkau. Sepeda motor memiliki fungsi untuk menambah jaringan transportasi dan dapat mengisi kebutuhan akan sarana transportasi tersebut secara efisien, murah dan cepat. Salah satu sepeda motor yang digemari dan dipilih oleh banyak konsumen di Kabupaten Sumbawa adalah Honda Scoopy. Hal ini bisa kita lihat dari tingkat permintaan sepeda motor Honda Scoopy di PT. Astra Motor Sumbawa Besar yang semakin meningkat dari tahun 2017-2021.

Tabel 1. Tingkat Permintaan Sepeda Motor Honda Scoopy di PT. Astra Motor Sumbawa Besar Tahun 2017-2021

Tahun	Permintaan Sepeda Motor Honda Scoopy (Unit)
2017	453
2018	663
2019	730
2020	656
2021	370
Total	2.872

Sumber: PT. Astra Motor Sumbawa Besar, 2022.

Berdasarkan tabel 1 diatas, dapat diketahui bahwa tingkat permintaan sepeda motor Honda Scoopy di PT. Astra Motor Sumbawa Besar mengalami pertumbuhan yang fluktuatif dari tahun 2017-2021. Tingkat permintaan sepeda motor Honda Scoopy di PT. Astra Motor Sumbawa Besar mengalami peningkatan yang positif dari tahun 2017-2019, namun terjadi penurunan permintaan di tahun 2020-2021. Hal itu tidak terlepas dari mewabahnya virus Covid-19 yang berdampak pada seluruh aspek kehidupan. Masyarakat dianjurkan untuk mengurangi aktivitas di luar rumah sehingga kebutuhan dan permintaan masyarakat terhadap kendaraan bermotor berkurang.

Seiring minat konsumen terhadap Honda Scoopy yang terus meningkat, PT. Astra Motor Sumbawa Besar selaku dealer resmi Honda di Kabupaten Sumbawa menawarkannya dengan harga yang terus meningkat pada setiap tahun. Berikut disajikan tingkat harga sepeda motor Honda Scoopy di Kabupaten Sumbawa Tahun 2016-2021.

Tabel 2. Tingkat Harga Sepeda Motor Honda Scoopy di PT. Astra Motor Sumbawa Besar Tahun 2016-2021

Tahun	Harga Sepeda Motor Honda Scoopy (Unit)
2017	19.200.000
2018	19.650.000
2019	20.860.000
2020	20.350.000
2021	21.765.000

Sumber: PT. Astra Motor Sumbawa Besar, 2022.

Berdasarkan tabel 2 tersebut, dapat diketahui bahwa harga sepeda motor Honda Scoopy yang ditawarkan PT. Astra Motor Sumbawa Besar mengalami peningkatan secara konsisten dari tahun 2016-2021. Meskipun demikian, antusiasme dan minat konsumen terhadap sepeda motor Honda Scoopy masih sangat tinggi. Hal ini dapat dilihat dari tingkat penjualan sepeda motor Honda Scoopy di PT. Astra Motor Sumbawa Besar yang semakin meningkat dari tahun 2017-2021.

Tabel 3. Tingkat Penjualan Sepeda Motor Honda Scoopy di PT. Astra Motor Sumbawa Besar Tahun 2016-2021

Tahun	Tingkat Penjualan Sepeda Motor Honda Scoopy (Unit)
2017	390
2018	585
2019	632
2020	574
2021	316
Total	2.497

Sumber: PT. Astra Motor Sumbawa Besar, 2022.

Tabel 3 di atas menunjukkan bahwa tingkat penjualan sepeda motor Honda Scoopy di PT. Astra Motor Sumbawa Besar mengalami peningkatan yang fluktuatif dari tahun 2016-2021. Tingkat penjualan sepeda motor Honda Scoopy di PT. Astra Motor Sumbawa Besar mengalami peningkatan yang positif dari tahun 2017-2019, namun penjualan mengalami penurunan di tahun 2020-2021. Penurunan tingkat penjualan itu disebabkan karena berubahnya pola rutinitas masyarakat di Kabupaten Sumbawa yang sebagai akibat dari mewabahnya virus Covid-19. Pemberlakuan kebijakan pemerintah tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) sehingga segala aktivitas diluar rumah harus dikurangi seperti belajar bahkan bekerja, hal ini berdampak pada tingkat penjualan Honda Scoopy di PT. Astra Motor Sumbawa Besar mengalami penurunan yang sangat drastis.

Hasil Analisis Data

Elastisitas harga permintaan sering kali dinyatakan sebagai elastisitas permintaan. Nilai perbandingan antara persentase perubahan jumlah diminta dengan persentase perubahan harga disebut koefisien elastisitas permintaan. Secara matematis, elastisitas permintaan dapat ditulis sebagai berikut:

$$E_d = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P}{Q} \quad \text{atau} \quad E_d = \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta P}$$

Keterangan:

Ed = Elastisitas permintaan

 ΔQ = Perubahan pada kuantitas yang diminta

 ΔP = Perubahan pada harga

P = Harga awal

Q = Jumlah permintaan awal.

Dengan menggunakan rumus elastisitas permintaan tersebut, maka dapat dihitung nilai elastisitas permintaan produk Honda Scoopy di PT. Astra Motor Sumbawa Besar tahun 2017-2021. Pada penelitian ini, elastisitas permintaan yang akan dihitung adalah elastisitas permintaan harga. Berikut disajikan perhitungannya.

$$E_{d2017} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P}{Q} = \frac{63}{1.010.000} \times \frac{18.190.000}{453} = 2,50$$

$$E_{d2018} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P}{Q} = \frac{78}{450.000} \times \frac{19.200.000}{663} = 5,01$$

$$E_{d2019} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P}{Q} = \frac{100}{1.200.000} \times \frac{19.650.000}{730} = 2,22$$

$$E_{d2020} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P}{Q} = \frac{82}{490.000} \times \frac{20.860.000}{656} = 5,32$$

$$E_{d2021} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P}{Q} = \frac{54}{415.000} \times \frac{21.350.000}{370} = 7,50$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, maka dapat diketahui tingkat elastisitas permintaan terhadap perubahan harga produk Honda Scoopy pada masyarakat di Kabupaten Sumbawa. Berikut disajikan perhitungan tingkat elastisitas permintaan terhadap perubahan harga produk sepeda motor Honda Scoopy pada PT. Astra Motor Sumbawa Besar tahun 2017-2021.

Tabel 4. Tingkat Elastisitas Permintaan Terhadap Perubahan Harga Produk Honda Scoopy di PT. Astra Motor Sumbawa Besar Tahun 2017-2021

Tahun	P1	P2	Q1	Q2	Tingkat Elastisitas (%)	Kategori
2017	18.190.000	19.200.000	453	390	2,50	Elastis
2018	19.200.000	19.650.000	663	585	5,01	Elastis
2019	19.650.000	20.860.000	730	632	2,22	Elastis
2020	20.860.000	21.350.000	66	574	5,32	Elastis
2021	21.350.000	21.765.000	370	316	7,50	Elastis

Sumber: Hasil olah data, 2023.

Berdasarkan hasil perhitungan yang disajikan pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien elastisitas permintaan produk sepeda motor Honda Scoopy pada PT. Astra Motor Sumbawa Besar tahun 2017-2021 lebih besar dari pada 1 ($e > 1$). Hasil ini mengandung arti bahwa setiap perubahan harga sebesar 1 persen menimbulkan lebih dari pada satu persen perubahan kuantitas yang diminta. Dengan demikian, maka dapat

disimpulkan bahwa tingkat elastisitas permintaan produk Honda Scoopy pada PT. Astra Motor Sumbawa Besar tahun 2017-2021 berada pada kategori elastis.

Pembahasan

Kondisi ekonomi dan bisnis selalu mengalami perubahan misalnya perubahan pendapatan, perubahan harga, perubahan pengeluaran, dan lain sebagainya. Perubahan harga maupun faktor-faktor lainnya terhadap perubahan permintaan atau penawaran dari suatu komoditas tertentu disebut sebagai elastisitas. Pada dasarnya elastisitas dapat diartikan sebagai ukuran seberapa jauh para pembeli maupun penjual bereaksi terhadap kondisi yang terjadi di pasar. Konsep elastisitas ini akan memungkinkan kita menganalisis penawaran dan permintaan secara lebih mendalam (Mauliddah, *et al.*, 2021).

Untuk mendukung mobilitas masyarakat yang tinggi di zaman sekarang ini, maka di perlukan sarana transportasi yang efisien dan memadai. Sepeda motor merupakan salah satu sarana transportasi yang paling banyak digunakan di masyarakat dunia, hal itu dikarenakan harganya yang relatif terjangkau. Hal ini merupakan peluang besar bagi pelaku bisnis otomotif, terutama dibidang kendaraan bermotor roda dua untuk terus menggenjot penjualannya dengan penerapan strategi pemasaran yang tepat. Inovasi yang dapat memenuhi kebutuhan dan selera konsumen mutlak diperlukan jika pelaku bisnis tidak ingin kehilangan konsumennya serta menumbuhkan permintaan akan produknya.

Teori permintaan dalam analisis ekonomi, baik secara teori maupun dalam praktek sehari-hari sangat berguna untuk menentukan daya tanggap permintaan terhadap perubahan harga. Oleh karena itu, perlu dikembangkan metode pengukuran kuantitatif untuk menunjukkan bagaimana perubahan harga mempengaruhi perubahan permintaan. Ukuran ini disebut elastisitas permintaan. Hukum elastisitas permintaan menyatakan bahwa ketika suatu barang tertentu mengalami penurunan harga, maka jumlah barang yang diminta mengalami kenaikan. Begitu pun sebaliknya, apabila terjadi kenaikan harga dari suatu barang, maka jumlah barang yang diminta oleh konsumen justru akan mengalami penurunan

Pengukuran elastisitas permintaan sangat penting dalam riset pasar. Dengan menggunakan sistem elastisitas permintaan, maka produsen dapat mengetahui seberapa besar pengaruh harga suatu barang yang dipasarkan kepada konsumen sehingga dapat memperkirakan jumlah produksi maupun harga yang akan ditentukan terhadap suatu barang yang akan dijual. Sedangkan bagi konsumen, menggunakan perhitungan elastisitas permintaan, konsumen dapat mengetahui, seberapa besar pengaruh ketersediaan, barang dan harga yang dipasarkan terhadap kebutuhan mereka, sehingga mereka dapat mengatur kebutuhan dengan baik.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai tingkat elastisitas permintaan terhadap perubahan harga sepeda motor Honda Scoopy di PT. Astra Motor Sumbawa Besar tahun 2017-2021. Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa bahwa tingkat elastisitas permintaan produk Honda Scoopy pada PT. Astra Motor Sumbawa Besar tahun 2017-2021 berada pada kategori elastis. Hal itu dapat diketahui berdasarkan nilai koefisien elastisitas permintaan produk sepeda motor Honda Scoopy pada PT. Astra Motor Sumbawa Besar tahun 2017-2021 lebih besar dari pada 1 ($e > 1$), yang mengandung arti bahwa setiap terjadinya perubahan harga sebesar 1 persen, maka akan menimbulkan lebih dari pada satu persen perubahan kuantitas yang diminta.

Secara sederhana, hasil temuan penelitian ini menunjukkan bahwa perubahan tingkat permintaan konsumen terhadap produk Honda Scoopy pada PT. Astra Motor

Sumbawa Besar sangat berkaitan dengan harga yang ditawarkan oleh perusahaan. Naik atau turunnya harga barang produk Honda Scoopy pada PT. Astra Motor Sumbawa Besar akan mempengaruhi banyak/sedikitnya kuantitas barang yang dibutuhkan. Ketika harga produk Honda Scoopy yang ditawarkan oleh PT. Astra Motor Sumbawa Besar mengalami kenaikan, maka kuantitas yang diminta akan mengalami penurunan. Namun sebaliknya, ketika harga produk Honda Scoopy yang ditawarkan oleh PT. Astra Motor Sumbawa Besar mengalami penurunan, maka kuantitas yang diminta akan mengalami peningkatan.

Hal ini sesuai dengan pandangan Siregar, *et al.* (2023) yang menyatakan bahwa elastisitas permintaan adalah salah satu konsep penting dalam ilmu ekonomi, yang digunakan untuk mengukur seberapa sensitif suatu barang atau layanan terhadap perubahan harga. Pemahaman tentang elastisitas permintaan sangat penting bagi pelaku ekonomi, karena konsep ini sangat berpengaruh dalam pengambilan keputusan dalam bisnis dan kebijakan ekonomi. Melalui analisis elastisitas permintaan, produsen dapat mengetahui seberapa besar pengaruh harga suatu barang yang dipasarkan kepada konsumen sehingga dapat memperkirakan harga atas suatu barang yang akan dijual.

Hasil penelitian ini juga selaras dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Maulana, *et al.*, (2021) tentang Analisis Tingkat Elastisitas Permintaan dan Penawaran Ayam Potong Di Pasar Kota Langsa. Hasil temuan penelitian ini menunjukkan bahwa permintaan dan penawaran harga ayam potong di pasar kota Langsa termasuk ke dalam elastis. Hal ini sesuai dengan hukum permintaan yang menjelaskan tentang adanya hubungan yang bersifat negatif antara tingkat harga dengan jumlah barang yang diminta. Semakin turun tingkat harga, maka semakin banyak jumlah barang yang diminta, dan sebaliknya semakin naik tingkat harga semakin sedikit jumlah barang yang diminta.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bagian sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa tingkat elastisitas permintaan produk Honda Scoopy pada PT. Astra Motor Sumbawa Besar tahun 2017-2021 berada pada kategori elastis. Hal itu dapat diketahui berdasarkan nilai koefisien elastisitas permintaan produk sepeda motor Honda Scoopy pada PT. Astra Motor Sumbawa Besar tahun 2017-2021 lebih besar dari pada 1 ($e > 1$), yang mengandung arti bahwa setiap terjadinya perubahan harga sebesar 1 persen, maka akan menimbulkan lebih dari pada satu persen perubahan kuantitas yang diminta.

SARAN

Mengingat sepeda motor merupakan salah satu moda transportasi yang paling banyak digunakan oleh masyarakat di Kabupaten Sumbawa, maka saran yang dapat penulis berikan berdasarkan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

PT. Astra Motor Sumbawa Besar selaku dealer resmi sepeda motor Honda di Kabupaten Sumbawa diharapkan untuk lebih mengutamakan permintaan pasar, salah satunya dengan melakukan riset pasar. Melalui riset pasar, perusahaan dapat memperoleh informasi pasar sehingga produk yang ditawarkan dapat sesuai dengan kebutuhan dan daya beli konsumen.

2. Bagi Konsumen

Kepada konsumen yang ingin membeli sepeda motor diharapkan agar lebih selektif dalam memilih produk yang akan dibeli dan digunakan. Oleh karena itu, sebelum memutuskan membeli dan menggunakan suatu produk, konsumen dituntut

untuk memiliki pengetahuan tentang produk tersebut serta beberapa alternatif produk lainnya agar produk yang dibeli dan digunakan dapat sesuai dengan kebutuhan sehingga tidak menimbulkan penyesalan di kemudian hari.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia. (2022). Data Penjualan Sepeda Motor di Indonesia. Diunduh dari: <https://dataindonesia.id/>
- Astuti, F.S., Sastryawanto, H., & Koesriwulandari. (2021). Elastisitas Permintaan Cabai Merah (*Capsicum Annuum L.*) di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Sosio Agribis*, Vol. 21(1): 76-93.
- Heriswanto, & Membaka, R.A.K. (2022). Analisis Elastisitas Permintaan Produk Tempe di Kelurahan Sendang Mulyasari Kecamatan Tongauna Kabupaten Konawe. *Jurnal GeoEkonomi*, Vol. 13(1): 27-39.
- Hidayati, S. (2019). *Teori Ekonomi Mikro*. Banten: UNPAM Press.
- Kotler, P. (2019). *Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium*. Jakarta: Prenhalindo.
- Kustiawati, D., Irsyadah, L., Gayatri, M.A., Arni, M.W., & Millati, S. (2022). Analisis Elastisitas Permintaan Terhadap Masalah Kenaikan Harga Bahan Bakar Minyak (BBM) di Indonesia. *Sibatik Journal*, Vol. 2(1): 79-86.
- Maulana, A., Fahriansah, & Safarida, N. (2021). Analisis Tingkat Elastisitas Permintaan dan Penawaran Ayam Potong Di Pasar Kota Langsa. *JIM (Jurnal Ilmiah Mahasiswa)*, Vol. 3(2): 173-198.
- Mauliddah, N., Fatihudin, D., & Roosmawarni, A. (2021). *Pengantar Ekonomi Mikro*. Purbalingga: CV. Eureka Media Aksara.
- Murandawi, M.L.S., Fajri, & Mustafa. (2018). Analisis Elastisitas Permintaan Konsumen Rumah Tangga Terhadap Telur Ayam Ras di Kota Banda Aceh. *JIM Pertanian Unsyiah (AGB)*, Vol. 3(3): 54-65.
- Nawawi, H. (2019). *Metode Penelitian Bidang Sosial (Cetakan Kelima Belas)*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Naya, L., Saidi, L.O., & Budiman, H. (2023). Analisis Elastisitas Permintaan dan Penawaran Jambu Mete di Kelurahan Watulea Kecamatan Gu Kabupaten Tengah. *Jurnal Matematika, Komputasi dan Statistika*, Vol. 3(1): 313-323.
- Siregar, T.M., Panjaitan, A.M., Mawarni, D., Pratisia, G., Siregar, S.S.D. (2023). Analisis Pemahaman Persoalan Matematika Ekonomi Mengenai Elastisitas Permintaan Mahasiswa-Mahasiswi Unand International Accounting Class 2022. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, Vol. 3(2): 6060-6067.
- Sugianto. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukirno, S. (2019). *Makro ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: PT. Rajawali Pers.