

ANALISIS PERILAKU KONSUMEN MIE INSTAN INDOMIE PADA TIGA KOTA KECAMATAN DI KABUPATEN SUKOHARJO

ANALYSIS CONSUMER BEHAVIOUR INDOMIE INSTANT NOODLES ON THREE CITIES OF SUBDISTRICT IN REGENCY OF SUKOHARJO

Agus M¹ dan Moech. Nasir²

*Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta, Jl. A. Yani Tromol Pos 1, Telp (0271) 717417
Pes. 211, 229 Fax. 715448, Surakarta 57102)*

E-mail : agus_muq@yahoo.co.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi permintaan dari mie instan Indomie di tiga kota kecamatan yaitu Kecamatan Kartasura, Grogol dan Sukoharjo di Kabupaten Sukoharjo. Hasil studi ini dapat menunjukkan bahwa mie instan Indomie adalah jenis mewah, normal, atau barang inferior. Hasil analisis menunjukkan permintaan mie instan Indomie di Kecamatan Kartasura dipengaruhi oleh harga mie ABC, harga kecap dan pendapatan. Dengan melihat nilai mutlak dari koefisien elastisitas harga sendiri, maka permintaan mie instan Indomie adalah inelastis. Elastisitas harga silang mie ABC dan harga kecap menunjukkan mie ABC merupakan barang substitusi dan kecap merupakan barang komplementer. Permintaan mie instan Indomie di Kecamatan Grogol dipengaruhi oleh harga Sarimie, harga saos sambal, harga kecap dan pendapatan. Melihat nilai mutlak dari koefisien elastisitas harga sendiri, maka permintaan mie instan Indomie adalah inelastis. Elastisitas silang harga mie instan Sarimie, harga kecap dan harga saos sambal menunjukkan mie instan Sarimie dan kecap merupakan barang substitusi dan saos sambal merupakan barang komplementer. Permintaan mie instan Indomie di Kecamatan Sukoharjo dipengaruhi oleh harga mie Presiden dan pendapatan. Melihat nilai mutlak dari koefisien elastisitas harga sendiri, maka permintaan mie instan Indomie adalah inelastis. Elastisitas silang harga mie instan Presiden menunjukkan mie instan Presiden merupakan barang substitusi. Hasil analisis pada Kecamatan Kartasura, Grogol dan Sukoharjo, menunjukkan permintaan mie instan Indomie adalah inelastis. Hal ini menunjukkan bahwa pada tiga kota kecamatan tersebut diatas kepekaan konsumen terhadap perubahan harga mie instan Indomie adalah rendah, artinya bila terjadi perubahan harga mie instan Indomie, maka akan berakibat pada perubahan jumlah mie instan Indomie yang diminta dengan persentase yang lebih kecil dari persentase perubahan harga.

Kata kunci: *permintaan mie indomie instan, elastisitas harga sendiri, elastisitas pendapatan dan elastisitas harga silang.*

Abstract

This study aimed to analyze the factors that affect the demand of Indomie instant noodles in three sub-districts Kartasura city, Grogol and Sukoharjo in in Sukoharjo Regency. The results of this study may indicate that the Indomie instant noodles is a kind of luxury, normal or inferior goods. The analysis showed demand Indomie instant noodles in the District Kartasura influenced by the price of ABC noodles, soy prices and incomes. By looking at the absolute value of the coefficient of price elasticity of its own, then the demand is inelastic Indomie instant noodles. Cross-price

elasticity and the price of soy sauce noodles ABC shows ABC noodles are substitutes and soy sauce are complements. Demand of Indomie instant noodles in Grogol Sarimie influenced by the price, the price of chili sauce, soy prices and incomes. Seeing the absolute value of the coefficient of price elasticity of its own, then the demand is inelastic Indomie instant noodles. Cross-price elasticity Sarimie instant noodles, the price of soy sauce and chili sauce showed prices Sarimie instant noodles and soy sauce are substitutes and chili sauce are complements. Demand of Indomie instant noodles in the district of Sukoharjo influenced by the price of noodles President and revenue. Seeing the absolute value of the coefficient of price elasticity of its own, then the demand is inelastic Indomie instant noodles. Cross-price elasticity of instant noodles instant noodles President President shows are substitutes. The analysis of the District Kartasura, Grogol and Sukoharjo, indicating demand is inelastic Indomie instant noodles. This shows that in the three city districts are above the sensitivity of consumers to changes in the price of instant noodles Indomie is low, meaning that in case of changing the price of instant noodles Indomie, it will result in changes in the number of instant noodles Indomie requested by a smaller percentage than the percentage change in price,

Keywords: *the demand of indomie instant noodle, own price elasticity, income elasticity and cross price elasticity.*

Pendahuluan

Pemahaman atas perilaku konsumen terhadap pasar sasaran adalah merupakan elemen essential bagi pihak perusahaan untuk dapat digunakan sebagai dasar dalam proses pengambilan keputusan operasional dan dengan pemahaman tersebut perusahaan akan dapat mengenal dan mengetahui atas beberapa hal yaitu apa yang dibutuhkan konsumen? mengapa konsumen menginginkan dan selanjutnya membeli produk itu? kapan mereka membeli produk yang diinginkan itu? bagaimana mereka membeli produk yang diinginkan itu? dimana mereka membelinya? (Kotler, 2000)

Akselerasi perkembangan teknologi dan perekonomian yang merupakan manifestasi perubahan elemen eksternal tidak langsung dari pengaruh lingkungan mendorong pula terjadinya perubahan pola konsumsi masyarakat atas berbagai produk dipasaran dan diantaranya adalah yang berhubungan dengan upaya mengkonsumsi makanan siap saji. Perubahan pola konsumsi ini menjadi sumber inspirasi produsen makanan untuk menghasilkan makanan yang relatif lebih mudah, cepat serta praktis dalam penyajiannya.

Mie instan merupakan komoditas makanan siap saji telah menjadi topik yang sangat menarik dan menjadi fokus pembicaraan masyarakat dimana mie instan menjadi sangat akrab dalam menu hidangan keluarga maupun pada berbagai aktivitas sosial masyarakat. Eksistensi produk-produk mie instan dipasaran merupakan suatu

manifestasi semakin pesatnya perkembangan industri mie instan di Indonesia dewasa ini, hal ini ditunjukkan dari semakin beraneka ragamnya jenis produk mie instan yang tersedia dipasar. Keanekaragaman produk-produk mie instan berasal dari berbagai produsen yang ikut dalam penyediaan komoditas ini. Oleh karena itu produsen mie instan harus terus melakukan “*product improvement*” secara terus menerus guna mendapatkan konsumen sebanyak mungkin yang meliputi berbagai aspek yaitu harga, rasa, kemasan, ukuran, volume, saluran distribusi, promosi, dan sebagainya yang terkait dengan produk untuk kemudian diselaraskan dengan nilai yang diinginkan konsumen terhadap produknya.

Kabupaten Sukoharjo terdiri dari 12 kecamatan yang masing-masing memiliki kondisi geografis dan jumlah penduduk yang berbeda. Berdasarkan kecamatan yang tersebar terdapat tiga kecamatan yang termasuk kota kecamatan yaitu Kecamatan Kartasura, Grogol, dan Sukoharjo dimana kota kecamatan tersebut menjadi pusat kegiatan masyarakat yang berasal dari berbagai kecamatan lainnya di tiga kota kecamatan tersebut terdapat banyak pertokoan dan warung-warung yang menyediakan mie instan Indomie daripada merek yang lainnya, dimana ini menunjukkan bahwa masyarakat di tiga kota kecamatan tersebut dalam memenuhi kebutuhan akan mie instan lebih banyak pilihannya pada mie instan Indomie sehingga konsumen telah menjadikan indomie sebagai alternatif pertama untuk pemenuhan kebutuhannya dan kemudian pilihan selanjutnya pada mie instan merek lain. Secara umum penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang secara empiris dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengkonsumsi mie instan Indomie.

Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan tersebut diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

Apakah harga mie instan – Indomie mempunyai pengaruh terhadap kuantitas pembelian Indomie ?, Apakah harga mie instan merek lain mempunyai pengaruh terhadap kuantitas pembelian Indomie ?, Apakah harga produk komplementer (kecap, saos tomat, saos sambal dan telur) mempunyai pengaruh terhadap kuantitas pembelian Indomie ?, Apakah pendapatan konsumen mempunyai pengaruh terhadap kuantitas pembelian Indomie ?, Apakah usia konsumen mempunyai pengaruh terhadap kuantitas pembelian Indomie ?

Tujuan Penelitian Dan Manfaat Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memperoleh gambaran yang jelas serta menyeluruh tentang permintaan mie instan Indomie pada tiga kota kecamatan di Kabupaten Sukoharjo, untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan rumah tangga terhadap mie instan Indomie pada tiga kota kecamatan di Kabupaten Sukoharjo, untuk mengetahui sejauh mana pengaruh dari masing-masing faktor kecuali variabel usia yang mempengaruhi permintaan mie instan Indomie pada tiga kota kecamatan di Kabupaten Sukoharjo dan untuk mengetahui apakah mie instan Indomie merupakan barang mewah, barang normal atau barang inferior pada tiga kota kecamatan di Kabupaten Sukoharjo.

Adapun Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini yaitu dapat dipergunakan sebagai informasi bagi perusahaan didalam menentukan kebijakan mengenai cara-cara menarik masyarakat untuk menjadi konsumen Indomie, dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam mempertimbangkan keputusan-keputusan yang diambil perusahaan dalam upaya meningkatkan total revenue perusahaan melalui kepuasan konsumen dan dapat dipergunakan sebagai dasar atau referensi bagi peneliti yang lain untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai permasalahan yang sama.

Metode Penelitian

Teori Permintaan

Permintaan pasar adalah beberapa kemungkinan jumlah barang yang semua konsumen mau dan mampu membeli dengan berbagai tingkat harga dimana semua faktor lain tetap (*Robert H. Frank, 2000*), sedangkan permintaan konsumen adalah beberapa kemungkinan jumlah komoditi yang konsumen mau dan dapat membeli pada berbagai tingkat harga dimana semua faktor lain tetap (*Tomek & Robinson, 1981*). Permintaan dapat ditelaah dengan daftar yang menunjukkan antara jumlah barang dengan berbagai tingkat harga yang disebut dengan jadwal permintaan atau dengan kurva permintaan yaitu dalam bentuk grafik, atau pula dengan bentuk persamaan fungsi matematik hubungan harga dengan jumlah barang. Menurut Billas (1972), Kurva permintaan dapat didefinisikan sebagai tempat titik-titik yang masing-masing menggambarkan tingkat maksimum pembelian pada harga tertentu.

Ada beberapa faktor penentu yang mempengaruhi fungsi permintaan konsumen terhadap barang tertentu, yaitu (*Karl E. Case And Ray C. Fair, 1999*) :

1. Harga barang itu sendiri.

Sesuai dengan Hukum Permintaan, bahwa perubahan harga suatu barang akan menyebabkan perubahan jumlah barang yang diminta. Hal ini dapat diilustrasikan yaitu apabila harga turun maka jumlah barang yang diminta akan naik.

2. Pendapatan Konsumen.

Faktor ini merupakan faktor penentu yang paling penting dalam permintaan suatu barang. Pada umumnya semakin besar pendapatan semakin besar pula permintaan.

3. Selera (*taste*)

Selera atau pola preferensi konsumen pada umumnya dari waktu ke waktu mengalami perubahan. Naiknya intensitas keinginan seseorang terhadap suatu barang tertentu pada umumnya berakibat naiknya jumlah permintaan terhadap barang tersebut.

4. Harga barang-barang lain yang ada kaitannya.

Barang-barang konsumsi pada umumnya mempunyai kaitan penggunaan antara yang satu dengan yang lain. Kaitan penggunaan antara kedua barang konsumsi pada dasarnya dibedakan menjadi dua, yaitu saling mengganti (*substituted relation*) dan saling melengkapi (*complementarity relation*). Dua barang dikatakan mempunyai hubungan yang saling mengganti apabila naiknya salah satu harga barang mengakibatkan naiknya permintaan terhadap barang yang lain. Misalnya naiknya harga mie instan Indomie diikuti dengan naiknya permintaan akan mie instan merek lain yang dijadikan alternatif pengganti oleh konsumen (Supermie, Sarimie, Salamie, mie ABC dan mie instan lainnya). Sedangkan dua macam barang yang mempunyai hubungan saling melengkapi, apabila naiknya harga satu barang mengakibatkan turunnya permintaan terhadap barang lain, misalnya : naiknya harga mie instan Indomie diikuti dengan menurunnya permintaan akan barang lain yang dijadikan pelengkap oleh konsumen (saos tomat, saos sambal, kecap, telur dan lainnya).

Dalam menaksir kurva permintaan, masalah penting yang dihadapi dalam setiap penelitian empiris adalah bagaimana melaksanakan asumsi *Ceteris Paribus*, dimana dalam meneliti hubungan antara harga barang dan jumlah yang diminta maka teori

mengharuskan agar kita menganggap pendapatan, harga-harga barang lain dan faktor yang lainnya tetap. Jika semua faktor ini tidak dianggap tetap maka kombinasi-kombinasi harga dan jumlah yang diminta akan terletak pada banyak kurva permintaan yang berbeda (Nicholson, 1978).

Menurut Sudarsono (1988) penyusunan fungsi permintaan yang riil biasanya menggunakan data pasar yang sesungguhnya. Dengan berkembangnya metode ekonometrik biasanya permintaan dalam bentuk fungsi yang sekaligus menggunakan banyak variabel determinan yang menurut Ananta (1987) disebutkan variabel bebasnya lebih dari satu, sebab pada kenyataannya yang mempengaruhi belanja konsumsi suatu barang tidak hanya tergantung pada harga barang itu sendiri tetapi juga oleh harga barang lain baik barang substitusi ataupun barang komplementernya, pendapatan dan selera konsumen (Robert H. Frank, 2000).

Dalam banyak studi empiris atau penelitian tentang permintaan biasanya digunakan fungsi permintaan yang mempunyai elastisitas konstan. Metoda ini mendasarkan diri pada anggapan bahwa elastisitas permintaan terhadap perubahan variabel yang menjadi determinannya selalu tetap. Bentuk fungsi permintaan dengan tipe elastisitas konstan yang digunakan dalam banyak penelitian adalah :

$$Q_x = b_0 P_x^{b_1} P_o^{b_2} I^{b_3} e^{b_4 t}$$

Untuk mempermudah proses penafsiran, fungsi tersebut ditransformasikan ke dalam bentuk logaritma sehingga menghasilkan persamaan berikut :

$$\ln Q_x = \ln b_0 + b_1 \ln P_x + b_2 \ln P_o + b_3 \ln I + b_4 t$$

Selanjutnya persamaan tersebut dapat ditafsir dengan metode jumlah kuadrat terkecil atau dikenal dengan *Ordinary Least Square*.

Elastisitas

Dalam kaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi maka pertanyaan praktis yang penting adalah bagaimana kepekaan permintaan terhadap perubahan faktor tersebut. Untuk itu maka perlu diketahui ukuran kepekaan dari jumlah yang diminta terhadap perubahan yang terjadi pada harga barang itu, harga barang lain dan pendapatan yang dalam konsep ekonomi dikenal dengan elastisitas. Elastisitas dapat dibedakan menjadi elastisitas harga sendiri, elastisitas harga silang dan elastisitas pendapatan (Robert H. Frank, 2000).

1. Elastisitas Harga Sendiri (Own Price Elasticity)

Elastisitas harga sendiri (*Own Price Elasticity*) adalah persentase perubahan jumlah barang yang diminta sebagai respon terhadap tiap persen perubahan harga barang itu sendiri dengan asumsi harga barang lain dan pendapatan konstan .

$$\eta = \frac{\Delta Q / Q}{\Delta P / P}$$

Jika nilai absolut dari koefisien elastisitas $\eta > 1$ permintaan disebut elastis, artinya persentase perubahan jumlah yang diminta lebih besar dari persentase perubahan harga. Jika nilai absolut koefisien elastisitas $\eta < 1$ maka permintaan inelastis artinya persentase perubahan jumlah yang diminta lebih kecil dibanding persentase perubahan harga. Jika nilai koefisien elastisitas = 1 permintaan adalah *unitary elasticity* artinya persentase perubahan jumlah yang diminta sama dengan persentase perubahan harga.

2. Elastisitas Harga Silang dari Permintaan

Elastisitas harga silang (*Cross Price Elasticity*) adalah persentase perubahan jumlah suatu barang yang diminta sebagai respon terhadap tiap persen perubahan harga barang lain .

$$\eta_{xz} = \frac{\Delta Q_x / Q_x}{\Delta P_z / P_z}$$

Nilai elastisitas harga silang bisa positif atau negatif. Komoditi substitusi mempunyai nilai elastisitas harga saling positif ($\eta_{xz} > 0$) sedangkan komoditi komplementer mempunyai nilai elastisitas harga silang negatif $\eta_{xz} < 0$ dan komoditi independen jika elastisitas harga silang nol ($\eta_{xz} = 0$).

3. Elastisitas Pendapatan

Elastisitas pendapatan (*Income Elasticity*) adalah persentase perubahan jumlah barang yang dibeli sebagai respon terhadap tiap persen perubahan pendapatan dimana harga konstan .

$$\varepsilon = \frac{\Delta Q / Q}{\Delta Y / Y}$$

Nilai elastisitas pendapatan dapat positif, negatif, atau nol. Jika negatif, maka barang tersebut merupakan barang inferior, Jika elastisitas pendapatan = 1, maka berarti proporsi kenaikan pendapatan sama dengan proporsi kenaikan permintaan. Oleh karena itu barang tersebut masih termasuk kelas barang kebutuhan pokok

(*necessity*). Demikian juga jika nilai koefisien elastisitas pendapatan antara nol dan satu maka barang tersebut termasuk barang kebutuhan pokok. Tetapi jika nilai elastisitas pendapatan > 1 barang tersebut merupakan barang mewah.

Rujukan Penelitian Terdahulu

Penelitian oleh Suharto (1989) tentang studi permintaan teh di Indonesia dengan menggunakan dasar estimasi pada data "*time series*". Dari penelitian ini kesimpulan yang didapatkan elastisitas harga teh sebesar $-1,6156$ pada tingkat signifikan 95%. Hal ini menunjukkan teh merupakan barang normal, elastisitas harga silang untuk kopi sebesar $0,3528$ yang merupakan barang substitusi sedangkan elastisitas harga silang untuk gula sebesar $0,7434$ yang diduga merupakan barang komplementer dari teh, ternyata bertanda positif dan tidak signifikan, sehingga dugaan tersebut ditolak. Variabel pendapatan menunjukkan koefisien yang positif sebesar $3,2140$ dan signifikan pada tingkat kepercayaan 99%. Selanjutnya variabel-variabel yang lain tidak begitu berpengaruh terhadap permintaan teh.

Penelitian oleh Wahyudin (1994) tentang analisis permintaan kopi di Jawa Tengah dengan berbagai komoditas terkait sebagai variabel penjelasnya. Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa permintaan kopi di daerah perkotaan di Jawa Tengah pada strata pendapatan rendah, dipengaruhi oleh harga kopi, pendapatan rumah tangga dan umur kepala rumah tangga. Pada strata pendapatan menengah, permintaan kopi dipengaruhi oleh harga kopi, harga teh dan pendapatan rumah tangga. Kemudian untuk strata pendapatan tinggi permintaan kopi dipengaruhi oleh harga kopi dan pendidikan kepala rumah tangga. Sedangkan permintaan kopi diseluruh daerah perkotaan dipengaruhi oleh harga kopi, harga teh, pendapatan rumah tangga, umur kepala rumah tangga dan pendidikan kepala rumah tangga.

Penelitian yang dilakukan Kusdiyanto (1997) tentang analisis beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan konsumsi daging ayam di Kodya Dati II Surakarta. Dari penelitian ini disimpulkan bahwa variabel harga daging ayam, harga telur dan pendapatan keluarga mempunyai pengaruh sangat signifikan terhadap besarnya konsumsi daging ayam. Sedangkan secara bersamaan variabel harga daging ayam, harga telur, harga tahu, harga tempe dan pendapatan keluarga mempunyai

pengaruh yang sangat signifikan sebesar = 78,37% terhadap besarnya konsumsi daging ayam.

Beberapa hasil penelitian-penelitian tersebut diatas menjadi kajian lebih lanjut dalam analisis perilaku konsumen sehubungan dengan upaya mengkonsumsi mie instan Indomie di kabupaten Sukoharjo. Dalam penelitian ini jumlah komoditas mie instan Indomie yang diminta merupakan variabel dependen yang banyak dipengaruhi oleh beberapa variabel predictor yang meliputi harga mie instan Indomie, harga barang mie instan merek lain sebagai barang substitusi, harga barang lain sebagai barang komplementernya, pendapatan keluarga yang merupakan proxy dari total pengeluaran sebulan dan selera yang merupakan proxy dari usia kepala rumah tangga.

Hipotesis

1. Fungsi permintaan mie instan Indomie di Kecamatan Kartasura, Kecamatan Sukoharjo dan Kecamatan Grogol mempunyai variabel-variabel penjelas yaitu harga mie instan Indomie, harga Supermie, harga Sarimie, harga Salammie, harga Nissinmie, harga mie ABC, harga mie Presiden, harga saos tomat, harga saos sambal, harga kecap, harga telur, pendapatan kepala rumah tangga dan usia kepala rumah tangga.
2. Permintaan mie instan Indomie di Kecamatan Kartasura, Kecamatan Sukoharjo dan Kecamatan Grogol diduga dipengaruhi oleh harga Indomie, harga Supermie, harga Sarimie, harga Salammie, harga Nissinmie, harga mie ABC, harga mie Presiden, harga saos tomat, harga saos sambal, harga kecap, harga telur, pendapatan kepala rumah tangga dan usia kepala rumah tangga.
3. Komoditas mie instan merek lain yang meliputi Supermie, Sarimie, Salammie, Nissinmie, mie ABC, mie Presiden diduga merupakan substitusi dari mie instan Indomie. Sedangkan saos tomat, saos sambal, kecap, telur diduga merupakan komplemen dari mie instan Indomie.
4. Diduga mie instan Indomie merupakan barang normal.

Obyek Penelitian dan Sampel

Obyek dalam penelitian ini yaitu seluruh masyarakat pada tiga kota kecamatan di Kabupaten Sukoharjo yang mengkonsumsi mie instan Indomie. Disebabkan populasi terlalu besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semuanya karena keterbatasan

dana, waktu, tenaga dan lain-lainnya, maka peneliti mengambil sampel dari anggota populasi.

Penelitian ini menggunakan 150 responden sebagai sampel yang tersebar pada tiga kota kecamatan di Kabupaten Sukoharjo dan proporsi sampel untuk masing-masing kecamatan adalah 50 responden.

Metode Pengumpulan Data.

Penelitian ini menggunakan sumber data primer dengan teknik pengumpulan datanya melalui interview dan quuestioner secara proporsional kepada para responden yang tersebar pada tiga kota kecamatan di Kabupaten Sukoharjo. Teknik penyebaran angket yang digunakan oleh peneliti melalui cara menggunakan tenaga remaja masjid yang ada pada tiga kota kecamatan dengan memberikan batas waktu pengisian dan pengumpulan angket selama dua minggu.

Pengukuran Variabel.

Kuantitas komiditas mie instan Indomie yang diminta dinyatakan dalam satuan 0,000 gram per rumah tangga, harga mie instan Indomie dan harga mie instan merek lain dinyatakan dalam satuan Rp / gram, harga saos tomat, saos sambal dan kecap dinyatakan dalam satuan Rp / ml, harga telur dinyatakan dalam satuan Rp / kg, pendapatan dinyatakan dalam rupiah dan usia diwakili oleh usia kepala rumah tangga dimana referensi waktu survei adalah sebulan yang lalu,

Model Analisis.

Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan model permintaan statik dimana fungsi permintaan semacam ini, dinamakan fungsi permintaan dengan elastisitas konstan. Meskipun fungsi permintaan ini mempunyai keterbatasan, namun banyak yang mempergunakannya. Karena fungsi permintaan ini mempunyai sifat "*Superior fit*", estimasinya mudah dan parameter estimasinya siap untuk diinterpretasikan. Dengan demikian model yang digunakan dalam analisis permintaan mie instan Indomie dan variabel penjelasnya, secara matematis dan ditransformasikan kedalam bentuk double logaritma adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} L Q_{ind} = & L \beta_0 + \beta_1 LH_{ind} + \beta_2 LH_{spr} + \beta_3 LH_{sr} \\ & + \beta_4 LH_{slm} + \beta_5 LH_{abc} + \beta_6 LH_{pres} + \beta_7 LH_{nss} \\ & + \beta_8 LH_{st} + \beta_9 LH_{ss} + \beta_{10} LH_{kcp} + \beta_{11} LH_{tlr} + \beta_{12} Linc \\ & + \beta_{13} usia-Krt + \mu. \end{aligned}$$

Keterangan :

L	= Ln (log e)
Qind	= kuantitas mie instan Indomie yang dikonsumsi oleh rumah tangga
LH	= Ln Harga
inc	= Pendapatan yang merupakan proxy dari total pengeluaran sebulan
Usia-Krt	= Umur kepala rumah tangga
μ	= Error disturbance
β_0	= Parameter konstanta
$\beta_1, \beta_2 \dots \beta_{13}$	= Parameter estimasi

Hasil Analisis dan Pembahasan

Penelitian ini menguji secara empiris tentang faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan mie instan Indomie yang proses pengolahannya menggunakan bantuan Statistical Programme for Social Science (SPSS). Adapun proses penganalisaan meliputi pengujian :

1. Pengujian Ketepatan Model Mie instan Indomie

Hasil estimasi fungsi permintaan mie instan Indomie diperoleh dari n observasi sebesar 150 rumah tangga konsumen pada tiga kota kecamatan di Kabupaten Sukoharjo dengan responden 50 rumah tangga untuk masing-masing kecamatan; menunjukkan hasil pengujian ketepatan model persamaan penduga melalui F test, dengan tingkat kepercayaan atau tingkat kesalahan (α) tertentu. Apabila F hitung lebih besar dari F tabel pada tingkat kesalahan (α) tertentu, berarti model diterima dan ini menunjukkan hipotesis nol ditolak sedang hipotesis alternatif diterima karena salah satu parameter penduganya $\neq 0$, sehingga variabel independen secara bersama-sama dapat menerangkan variabel dependennya. Dari hasil analisis diperoleh nilai F yang dapat dilihat pada **tabel I**. Nilai signifikansi F untuk Kecamatan Kartasura nilai F = 5,019, untuk Kecamatan Grogol nilai F = 4,548, untuk Kecamatan Sukoharjo nilai F = 5,275. Dengan demikian nilai uji F untuk masing-masing kecamatan menunjukkan nilai F hitung yang tinggi dan signifikan pada tingkat kepercayaan 99%, berarti model persamaan sudah tepat digunakan untuk menerangkan pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap permintaan mie instan Indomie pada tiga kota kecamatan di Kabupaten Sukoharjo. Variabel-variabel bebas tersebut antara lain terdiri dari harga Indomie sendiri,

harga mie instan merek lain yaitu harga Supermie, harga Sarimie, harga Salammie, harga Nissinmie, harga mie ABC, harga mie Presiden, harga Saos tomat, Saos sambal, Kecap, Telur dan pendapatan serta umur kepala rumah tangga.

Untuk mengetahui “*goodness of fit*” persamaan penduga dapat dilihat melalui nilai koefisien determinasi R^2 , hal ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas dalam menerangkan variabel tidak bebasnya. Hasil perhitungan R^2 untuk tiga kota kecamatan dapat dilihat pada **tabel I**. Nilai R^2 untuk Kecamatan Kartasura sebesar 0,644, untuk Kecamatan Grogol sebesar 0,622, untuk Kecamatan Sukoharjo sebesar 0,656.

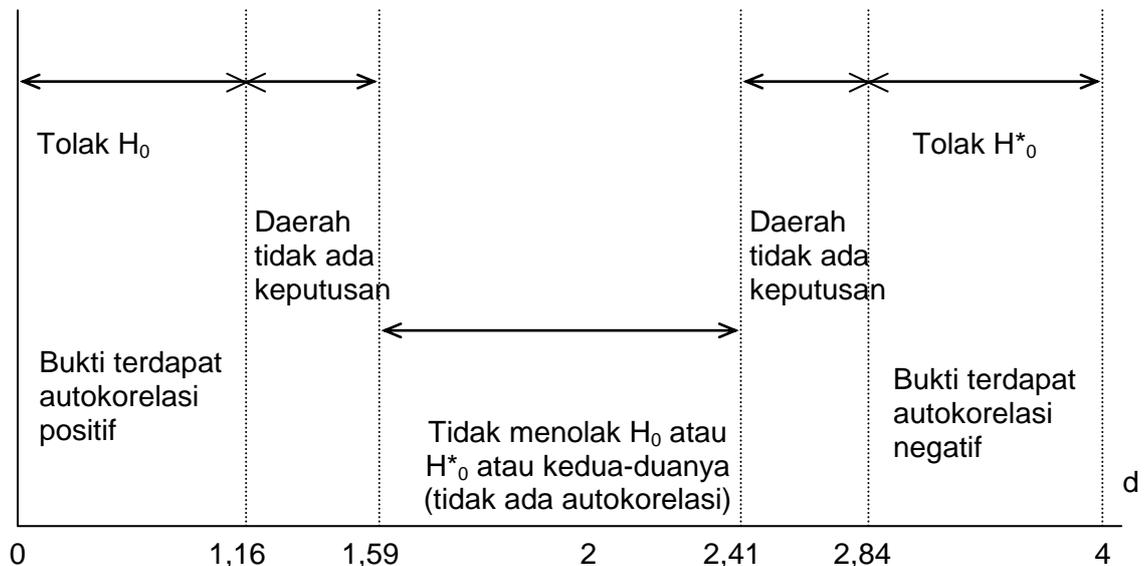
Pada analisis data cross section R^2 dianggap baik jika mendekati 0,5 (*Intrilligator, 1978*). Sedangkan menurut pendapat lain nilai R^2 menunjukkan ketepatan sempurna jika $R^2 = 1$ dan menunjukkan ketepatan baik jika $0 \leq R^2 \leq 1$ (*Sumodiningrat G, 1996*). Jika uji F menunjukkan hasil yang signifikan dan berdasarkan keterkaitan uji F dengan R^2 , maka masing-masing nilai R^2 tersebut diatas juga berarti . Dengan demikian model persamaan yang digunakan dalam penelitian ini merupakan persamaan yang bebas dari multikolinieritas dan memenuhi salah satu asumsi klasik.

Berdasarkan hasil analisis nilai R^2 untuk Kecamatan Kartasura sebesar 0,644, hal ini berarti bahwa jumlah mie instan Indomie yang diminta sebesar 64,4% dapat dijelaskan oleh variabel bebasnya yang terdiri dari harga Indomie, harga Supermie, harga Sarimie, harga Salammie, harga mie ABC, harga mie Presiden, harga Nissinmie, harga saos tomat, harga saos sambal, harga kecap, harga telur, pendapatan dan usia kepala rumah tangga, sedangkan sisanya $100\% - 64,4\% = 35,6\%$ tidak dapat dijelaskan oleh variabel-variabel tersebut atau dijelaskan oleh faktor lain selain dari variabel-variabel yang ada dalam model. Nilai R^2 untuk dua kecamatan yang lain dengan cara yang sama berdasarkan pada besarnya nilai R^2 dapat diberikan arti seperti diatas.

Dalam upaya mengetahui ada tidaknya pelanggaran asumsi klasik untuk autokorelasi dari persamaan penduga pada tiga kota kecamatan di Kabupaten Sukoharjo, dapat dilihat melalui nilai uji Durbin-Watson. Dalam penelitian ini nilai Durbin-Watson d statistik pada tabel untuk $k = 13$ dan $n = 50$ pada $\alpha = 1\%$

berkisar pada $dL = 1,16$ dan $dU = 1,59$; sedangkan nilai $4 - dU = 2,41$ dan $4 - dL = 2,84$. Dengan demikian uji DW ini dapat dilihat pada gambar 1 berikut ini :

Gambar 1 :
Uji Durbin-Watson



Keterangan :

H_0 : Tidak ada autokorelasi positif.

H^*_0 : Tidak ada autokorelasi negatif.

Dari hasil analisis regresi permintaan mie instan Indomie pada tiga kota kecamatan di Kabupaten Sukoharjo seperti yang disajikan pada **tabel I**, maka dapat dilihat adanya nilai DW untuk masing-masing kecamatan di Kabupaten Sukoharjo. Hasil uji DW tidak menunjukkan adanya korelasi serial positif maupun negatif (*Thomas,1997*). Dengan demikian dapat disimpulkan tidak ada pelanggaran asumsi klasik untuk autokorelasi dari persamaan penduga pada tiga kota kecamatan di Kabupaten Sukoharjo.

Kemudian berdasarkan perhitungan korelasi Pearson dan Rank Spearman akan dapat dilihat ada tidaknya permasalahan multikolinieritas dan heteroskedastisitas. Masalah Multikolinieritas ini terindikasi apabila nilai koefisien Korelasi Pearson antara dua atau beberapa variabel bebas menunjukkan nilai yang tinggi. Sedangkan masalah heteroskedastisitas muncul bila salah satu atau lebih variabel bebas memiliki korelasi Rank Spearman yang tinggi dengan mutlak nilai residual yang dihitung sesuai dengan model yang dipakai (*Gujarati,1988*).

Menurut Young, nilai koefisien korelasi antara 0,7 sampai 1,0 (plus dan minus) menunjukkan adanya derajat asosiasi yang tinggi, nilai koefisien korelasi antara 0,4 sampai 0,7 menunjukkan hubungan substantial, namun apabila nilai koefisien korelasi antara 0,2 sampai 0,4 menunjukkan korelasi rendah dan bila nilai koefisien korelasi kurang dari 0,2 maka hubungan dapat diabaikan. Dengan demikian mengacu pada kriteria Young untuk masalah multikolinieritas dan heteroskedastisitas dianggap muncul apabila terdapat nilai koefisien korelasi lebih dari 0,7.

Dari perhitungan korelasi Pearson dan Rank Spearman yang terdapat pada lampiran ternyata tidak ada yang mencapai nilai lebih dari 0,7 dengan demikian berarti hasil perhitungan menunjukkan tidak adanya gangguan multikolinieritas dan heteroskedastisitas yang serius dalam proses estimasi parameter model penduga, artinya parameter model penduga yang diperoleh dengan metode regresi model *log-linier* sah atau dapat menggambarkan keadaan sebenarnya pada tiga kota kecamatan di Kabupaten Sukoharjo.

2. Pengujian Parameter Penduga

Hasil analisis regresi permintaan mie instan Indomie pada masing-masing kecamatan di Kabupaten Sukoharjo untuk pengujian parameter penduga dapat dilihat pada hasil uji t yang disajikan pada **tabel I**. Dari tabel tersebut dapat dilihat sejauhmana variabel dependen dipengaruhi oleh variabel-variabel independennya untuk tiga kota kecamatan di Kabupaten Sukoharjo dan hasil pengujian menunjukkan permintaan mie instan Indomie di Kecamatan Kartasura dipengaruhi oleh harga mie ABC, harga kecap dan pendapatan. Dengan melihat nilai mutlak dari koefisien elastisitas harga sendiri, maka permintaan mie instan Indomie adalah inelastis. Elastisitas silang harga mie ABC dan harga kecap menunjukkan mie ABC merupakan barang substitusi dan kecap merupakan barang komplementer. Variabel pendapatan mempunyai pengaruh nyata dan bertanda positif. Dengan melihat tanda parameter dari variabel pendapatan, maka dapat disimpulkan mie instan Indomie merupakan barang normal. Variabel lain yang meliputi harga Indomie (Lp.Indo), harga Nissinmie (Lp.Nss), harga mie Presiden (Lp.Pres), harga Sarimie (Lp.Sari), harga Salamie (Lp.Slm), harga Supermie (Lp.Spr), harga saos sambal (Lp.Ssbl), harga saos tomat (Lp.Stmt), harga telur

(Lp.Tlr) dan usia kepala rumah tangga tidak signifikan. Sedangkan permintaan mie instan Indomie di Kecamatan Grogol dipengaruhi oleh harga Sarimie, harga saos sambal, harga kecap dan pendapatan. Melihat nilai mutlak dari koefisien elastisitas harga sendiri, maka permintaan mie instan Indomie adalah inelastis. Elastisitas silang harga mie instan Sarimie, harga kecap dan harga saos sambal menunjukkan mie instan Sarimie dan kecap merupakan barang substitusi dan saos sambal merupakan barang komplemen. Variabel pendapatan mempunyai pengaruh nyata dan bertanda positif. Dengan melihat tanda parameter dari variabel pendapatan, maka dapat disimpulkan mie instan Indomie merupakan barang normal. Variabel lain yang meliputi harga Indomie (Lp.Indo), harga mie ABC (Lp.ABC), harga mie Nissinmie (Lp.Nss), harga Salamie (Lp.Slm), harga Supermie (Lp.Spr), harga mie Presiden (Lp.Pres), harga saos tomat (Lp.Stmt), harga telur (Lp.Tlr) dan usia kepala rumah tangga tidak signifikan. Kemudian permintaan mie instan Indomie di Kecamatan Sukoharjo dipengaruhi oleh harga mie Presiden dan pendapatan. Melihat nilai mutlak dari koefisien elastisitas harga sendiri, maka permintaan mie instan Indomie adalah inelastis. Elastisitas silang harga mie instan Presiden menunjukkan mie instan Presiden merupakan barang substitusi. Variabel pendapatan mempunyai pengaruh nyata dan bertanda positif. Dengan melihat tanda parameter dari variabel pendapatan, maka dapat disimpulkan mie instan Indomie merupakan barang normal. Variabel lain yang meliputi harga Indomie (Lp.Indo), harga mie ABC (Lp.ABC), harga Sarimie (Lp.Sari), harga Salamie (Lp.Slm), harga Supermie (Lp.Spr), harga Nissinmie (Lp.Nss), harga kecap (Lp.Kcp), harga saos sambal (Lp.Ssbl), harga saos tomat (Lp.Stmt), harga telur (Lp.Tlr) dan usia kepala rumah tangga tidak signifikan.

Simpulan

Dari analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Permintaan mie instan Indomie di Kecamatan Kartasura dipengaruhi oleh harga mie ABC, harga kecap dan pendapatan. Dengan melihat nilai mutlak dari koefisien elastisitas harga sendiri, maka permintaan mie instan Indomie adalah inelastis. Elastisitas silang harga mie ABC dan harga kecap menunjukkan mie ABC merupakan barang substitusi dan kecap merupakan barang komplementer. Variabel pendapatan mempunyai pengaruh nyata dan bertanda positif. Dengan melihat tanda

parameter dari variabel pendapatan, maka dapat disimpulkan mie instan Indomie merupakan barang normal. Variabel lain yang meliputi harga Indomie (Lp.Indo), harga Nissinmie (Lp.Nss), harga mie Presiden (Lp.Pres), harga Sarimie (Lp.Sari), harga Salammie (Lp.Slm), harga Supermie (Lp.Spr), harga saos sambal (Lp.Ssbl), harga saos tomat (Lp.Stmt), harga telur (Lp.Tlr) dan usia kepala rumah tangga tidak signifikan.

2. Permintaan mie instan Indomie di Kecamatan Grogol dipengaruhi oleh harga Sarimie, harga saos sambal, harga kecap dan pendapatan. Melihat nilai mutlak dari koefisien elastisitas harga sendiri, maka permintaan mie instan Indomie adalah inelastis. Elastisitas silang harga mie instan Sarimie, harga kecap dan harga saos sambal menunjukkan mie instan Sarimie dan kecap merupakan barang substitusi dan saos sambal merupakan barang komplemen. Variabel pendapatan mempunyai pengaruh nyata dan bertanda positif. Dengan melihat tanda parameter dari variabel pendapatan, maka dapat disimpulkan mie instan Indomie merupakan barang normal. Variabel lain yang meliputi harga Indomie (Lp.Indo), harga mie ABC (Lp.ABC), harga mie Nissinmie (Lp.Nss), harga Salammie (Lp.Slm), harga Supermie (Lp.Spr), harga mie Presiden (Lp.Pres), harga saos tomat (Lp.Stmt), harga telur (Lp.Tlr) dan usia kepala rumah tangga tidak signifikan.
3. Permintaan mie instan Indomie di Kecamatan Sukoharjo dipengaruhi oleh harga mie Presiden dan pendapatan. Melihat nilai mutlak dari koefisien elastisitas harga sendiri, maka permintaan mie instan Indomie adalah inelastis. Elastisitas silang harga mie instan Presiden menunjukkan mie instan Presiden merupakan barang substitusi. Variabel pendapatan mempunyai pengaruh nyata dan bertanda positif. Dengan melihat tanda parameter dari variabel pendapatan, maka dapat disimpulkan mie instan Indomie merupakan barang normal. Variabel lain yang meliputi harga Indomie (Lp.Indo), harga mie ABC (Lp.ABC), harga Sarimie (Lp.Sari), harga Salammie (Lp.Slm), harga Supermie (Lp.Spr), harga Nissinmie (Lp.Nss), harga kecap (Lp.Kcp), harga saos sambal (Lp.Ssbl), harga saos tomat (Lp.Stmt), harga telur (Lp.Tlr) dan usia kepala rumah tangga tidak signifikan.
4. Hasil analisis pada Kecamatan Kartasura, Grogol dan Sukoharjo, menunjukkan permintaan mie instan Indomie adalah inelastis. Hal ini menunjukkan bahwa pada tiga kota kecamatan tersebut diatas kepekaan konsumen terhadap perubahan harga

mie instan Indomie adalah rendah, artinya bila terjadi perubahan harga mie instan Indomie, maka akan berakibat pada perubahan jumlah mie instan Indomie yang diminta dengan persentase yang lebih kecil dari persentase perubahan harga.

5. Dari hasil analisis permintaan mie instan Indomie pada Kecamatan Kartasura, Grogol dan Sukoharjo, menunjukkan hasil variabel usia tidak mempunyai pengaruh terhadap jumlah mie instan Indomie yang diminta, artinya mie instan Indomie dikonsumsi oleh semua golongan usia pada tiga kota kecamatan tersebut.
6. Variabel pendapatan mempunyai pengaruh nyata dan bertanda positif dengan hasil analisis menunjukkan nilai lebih besar nol namun kurang dari satu pada Kecamatan Kartasura, Grogol dan Sukoharjo. Dengan demikian mie instan Indomie merupakan barang normal pada tiga kota kecamatan tersebut diatas dan ini berarti kenaikan pendapatan rumah tangga dimasing-masing kecamatan tersebut diatas akan meningkatkan jumlah mie instan Indomie yang diminta.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini mempunyai beberapa keterbatasan yang akan dapat menjadi implikasi pada penelitian selanjutnya. Akan keterbatasan dalam penelitian ini yaitu :

- Pertama : Kota Kecamatan yang diamati meliputi Kecamatan Kartasura, Grogol, dan Sukoharjo dimana memiliki jumlah penduduk dan letak geografis yang berbeda sehingga dengan perbedaan tersebut menimbulkan perbedaan karakteristik pada masing-masing kecamatan.
- Kedua : Responden yang dijadikan sebagai sampel dipilih secara acak untuk masing-masing kecamatan sebesar 50 responden dengan tidak mengklasifikasikan aspek pendapatan, aspek lokasi dan kondisi masing-masing kecamatan.
- Ketiga : Sehubungan dengan responden tidak mengkonsumsi mie instan merek lain dan barang komplemen maka harga barang-barang tersebut didapatkan dari harga yang diinformasikan oleh responden.
- Keempat : Penelitian ini dilakukan pada dua bulan terakhir tahun 2001 yang berhadapan dengan beberapa hari besar dari umat beragama, oleh karena itu harga barang-barang cenderung mengalami kenaikan.

Kelima : Penelitian ini terfokus pada faktor harga yang mempengaruhi konsumsi mie instan Indomie dan tidak memasukkan variabel lain diluar harga yang juga mempengaruhi pola konsumsi konsumen.

Keenam : Penyebab ketidakkonsistenan suatu variabel dalam penelitian ini karena adanya perbedaan karakteristik variabel yang dipakai oleh peneliti sebelumnya (yang menjadi acuan dalam penelitian ini).

Implikasi Kebijakan

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari lapangan tahun 2001 dan merupakan analisis yang menggunakan data cross section. Dari besarnya elastisitas harga sendiri menunjukkan hasil permintaan mie instan Indomie adalah inelastis di Kecamatan Kartasura, Grogol dan Sukoharjo, maka kebijaksanaan menaikkan harga dapat dipastikan menurunkan total revenue perusahaan. Dengan demikian kebijaksanaan yang dapat diambil oleh perusahaan untuk meningkatkan pemasaran mie instan Indomie pada masing-masing kecamatan tersebut diatas adalah dengan menurunkan harga karena penurunan harga cenderung mendorong konsumen untuk membeli mie instan Indomie dengan kuantitas yang lebih banyak

Elastisitas harga silang permintaan menunjukkan hasil variabel-variabel penjelas yang mempengaruhi jumlah mie instan Indomie yang diminta dapat menjadi barang substitusi dan atau barang komplementer pada tiga kota kecamatan tersebut. Untuk produk yang menjadi barang substitusi berarti menjadi pesaing dari mie instan Indomie, oleh karena itu produsen Indomie harus meninjau kembali apakah segala atribut yang melekat pada produk yang meliputi kualitas, harga, volume, rasa dan lain-lainnya sudah kompetitif atau belum terhadap produk pesaing. Dengan demikian kebijakan yang dapat ditempuh oleh produsen adalah menjadikan segala atribut yang melekat pada produk menjadi lebih kompetitif terhadap produk pesaing. Sedangkan untuk produk yang menjadi barang komplementer maka produk-produk tersebut dapat dijadikan mitra oleh produsen sehubungan dengan program pemasaran produk perusahaan baik yang meliputi kegiatan mempromosikan barang, mendistribusikan barang dan lain sebagainya.

Pendapatan berpengaruh terhadap jumlah mie instan Indomie yang diminta. Oleh karena itu perusahaan harus terus mencermati perubahan pendapatan di tiga kota kecamatan tersebut diatas. Dengan demikian dalam memasarkan Indomie

operasionalisasi perusahaan harus lebih memahami perilaku konsumen berdasarkan aspek pendapatan untuk dapat melayani kekuatan daya beli konsumen.

Variabel umur tidak mempengaruhi konsumen dalam mengkonsumsi mie instan Indomie pada Kecamatan Kartasura, Grogol dan Sukoharjo, hal ini berarti mie instan Indomie dikonsumsi oleh semua kelompok umur. Dengan demikian kebijakan yang dapat ditempuh oleh produsen adalah dengan melaksanakan strategi differensiasi produk, melayani seluruh segmen dan atau hanya melayani segmen-segmen yang paling menguntungkan dengan berorientasi pada perluasan pasar atau peningkatan jumlah konsumen.

Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Sukoharjo. 1999. *Sukoharjo Dalam Angka*.
Company Summary PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. 2000. Sales Analysis. (Diakses bulan November 2000) [[WWW// Indoexchange.com](http://WWW//Indoexchange.com)].
- Del I. Hawkins, Roger J. Best & Kenneth A. Coney. 1998. *Consumer Behavior*. New York : Mc Graw Hill.
- Emory, C. William; Cooper, Donald R. 1995. *Business Research Methods*, 5th ED, alih bahasa Ellen Gunawan dan Imam Nurmawan, *Metode Penelitian Bisnis*. Edisi 5. Jilid 1. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Gujarati, D. 1979. *Basic Econometric International Student Edition*, New York : Mc. Graw Hill Book Company.
- H. Frank Robert. 2000. *Microeconomics and Behavior*. 4th ed. Irwin Mc Graw-Hill.
- Institute For Economic and Financial Research. 1997. 1998. 1999. *Indonesian Capital Market Directory*, Bursa Efek Jakarta.
- Intrilligator, D. Michael. 1978. *Econometrics, Models, Techniques and Applications*. New Jersey : Prentice Hall.
- Karl E. Case and Ray C. Fair. 1999. *Principles of Microeconomics*, Fifth Edition. New Jersey : Printice Hall, Upper Saddle River
- Kotler, Phillip. 2000. *Marketing Management The Millenium Edition*. Prentice Hall International, Inc.
- Peppers, Don, Rogers and Martha. 1999. The Price of Customer Service. *Journal of Sales and Marketing Management*. 151 (April) 20-21.
- Sudarsono. 1988. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Jakarta : LP3ES.
- Sumodiningrat G. 1996. *Pengantar Ekonometrika*. Ed. Ketiga. Yogyakarta : BPFE.
- Suparmoko M. 1991. *Metode Penelitian Praktis*. Ed. Ketiga. Yogyakarta : BPFE.
- Thomas R.L. 1997. *Modern Econometrics: An Introduction*. First Printed, New York : Addison Wesley.
- Timer, P. C., & Alderman H. 1979. Estimating Consumption Parameter for Food Policy Analysis. *Journal of Agricultural Economic Vol. 61. No. 5*, Terjemahan Jakarta : Gramedia.
- Tomek, WG and Robinson KL. 1972. *Agricultural Product Prices*. First Edition. Ithaca and London : Cornel University Press.

Wahyudin M. 1991. Analisis Segmentasi Pasar Kopi di Jawa Tengah. *Journal Empirika*. Vol. 6, hal. 49-56.