

# **ANALISIS PERILAKU KONSUMEN**

# TEORI TINGKAH LAKU KONSUMEN

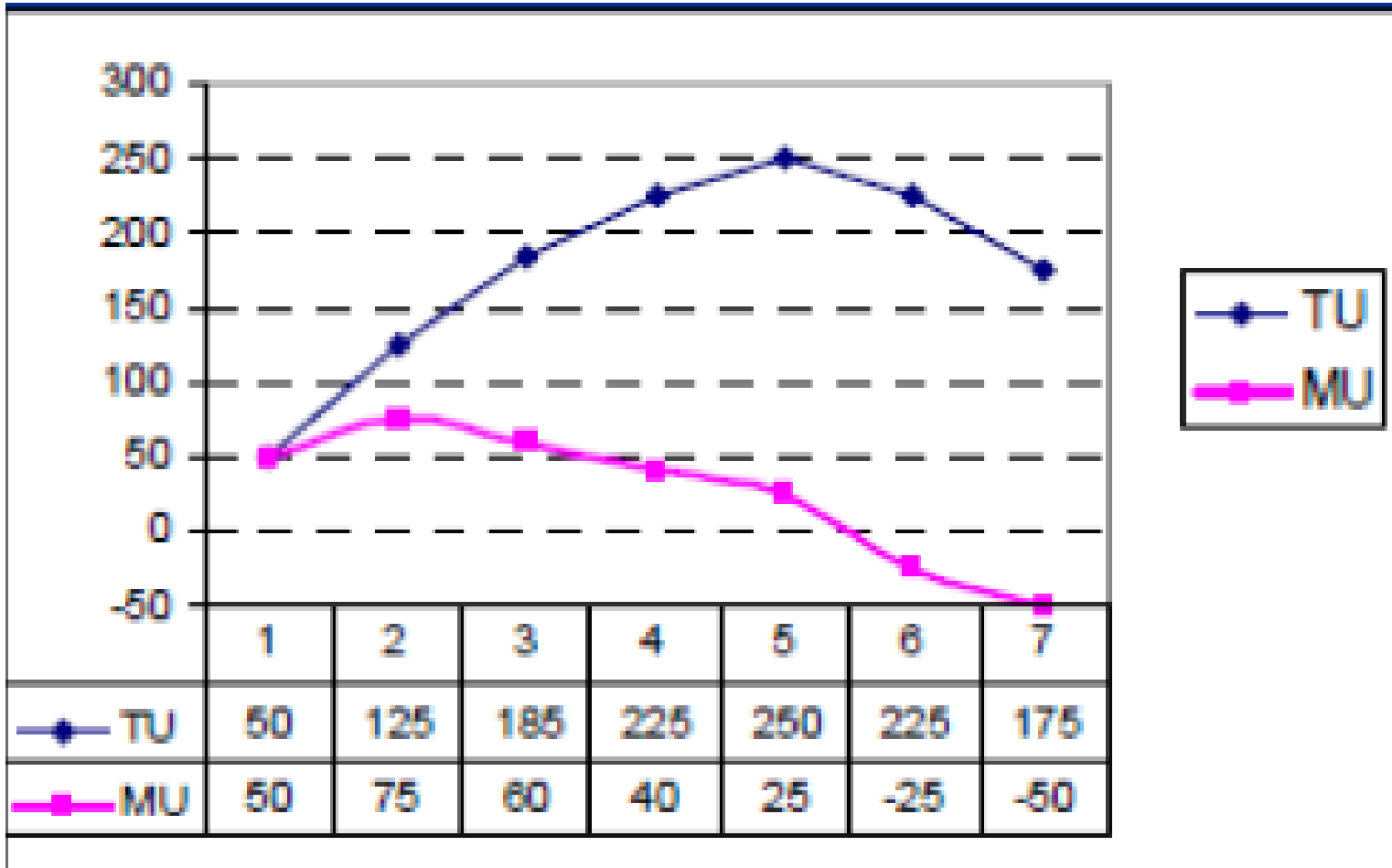
- Teori tingkah laku konsumen dapat dibedakan dalam dua macam pendekatan :
- Pendekatan nilai guna (utility) kardinal dan pendekatan nilai guna ordinal.
- Pendekatan nilai guna kardinal dianggap manfaat atau kenikmatan yang diperoleh seorang konsumen dapat dinyatakan secara kuantitatif.
- Pendekatan nilai guna ordinal, manfaat atau kenikmatan masyarakat dari mengkonsumsi barang-barang tidak dikuantifikasi.

# PENDEKATAN NILAI GUNA KARDINAL

- Utilitas adalah manfaat yang diperoleh karena mengkonsumsi barang
- Utilitas total adalah (Total Utility/TU) adalah manfaat total yang diperoleh dari seluruh barang yang dikonsumsi
- Utilitas Marginal (Marginal Utility/MU) adalah tambahan manfaat yang diperoleh karena menambah konsumsi sebanyak satu unit barang
- Hukum pertambahan manfaat yang makin menurun (The Law of Diminishing Return) menyatakan bahwa tambahan nilai guna yang akan diperoleh seseorang dari mengkonsumsi suatu barang akan menjadi semakin sedikit apabila orang tersebut terus menerus menambah konsumsinya ke atas barang tersebut.

- Konsistensi Preferensi (Transitivity)
- Berkaitan dengan kemampuan konsumen menyusun prioritas pilihan agar dapat mengambil keputusan
- Pengetahuan Sempurna (Perfect Knowledge)
- Konsumen harus mempunyai pengetahuan yang sempurna mengenai barang yang akan dikonsumsi.

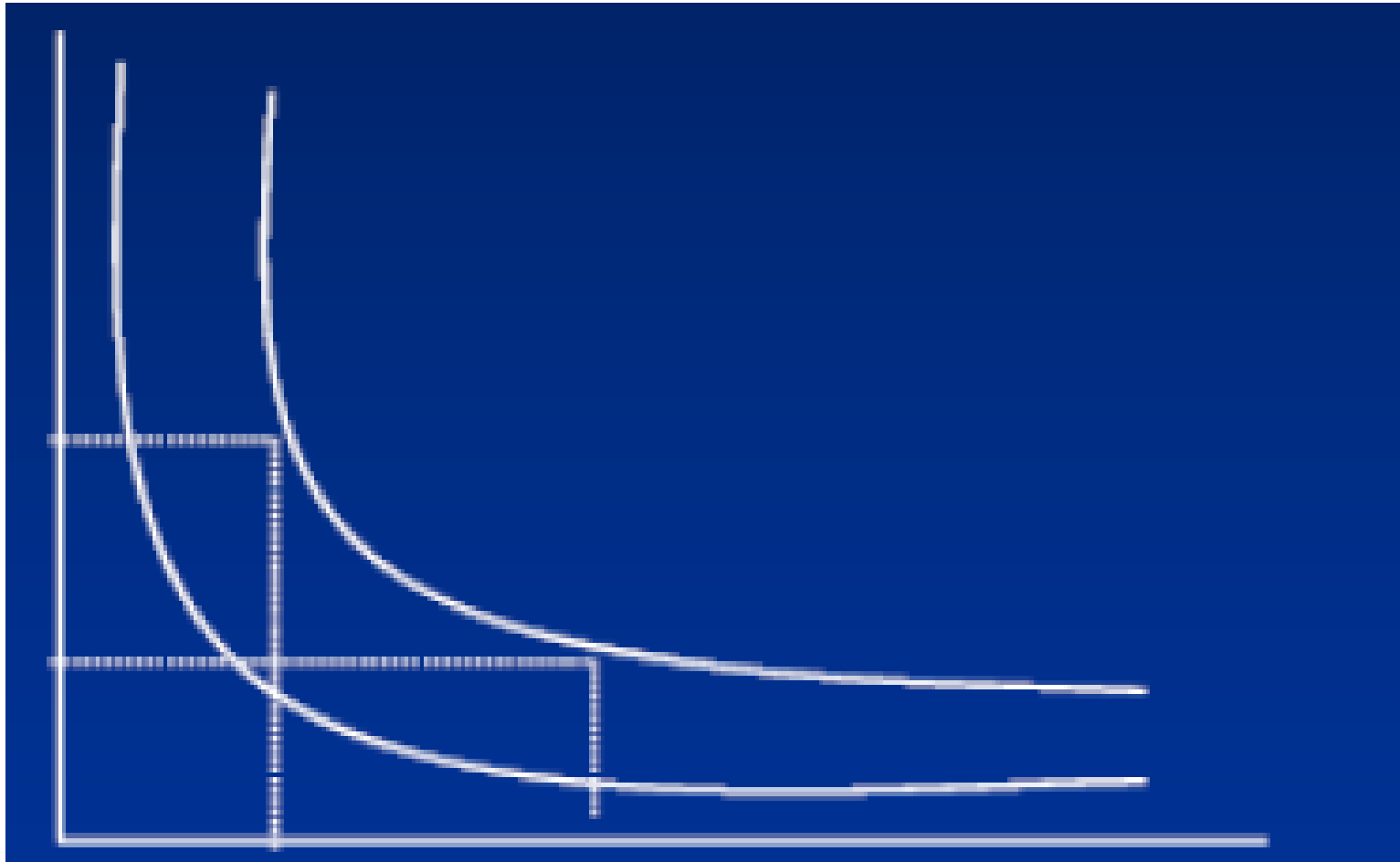
# CONTOH KASUS DENGAN PENDEKATAN KARDINAL



# PENDEKATAN NILAI GUNA ORDINAL

- Pendekatan nilai guna ordinal dibedakan menjadi dua :
- a. Kurva kepuasan sama (indifference curve).
- b. Garis anggaran pengeluaran (budget line).
- Sir John R. Hicks telah mengembangkan satu pendekatan baru untuk mewujudkan prinsip pemaksimalan kepuasan oleh seorang konsumen yang mempunyai pendapatan terbatas, analisis ini dikenal sebagai analisis kurva kepuasan sama, yang meliputi penggambaran dua macam kurva, yaitu kurva kepuasan sama dan garis anggaran pengeluaran.
- Tingkah laku konsumen untuk memilih barang-barang yang akan memaksimalkan kepuasannya ditunjukkan dengan bantuan kurva kepuasan sama (indifference kurve), yaitu kurva yang menggambarkan gabungan barang yang akan memberikan nilai guna (kepuasan) yang sama.

# GAMBAR KURVA KEPUASAN SAMA



- Ada dua faktor yang menyebabkan permintaan ke atas suatu barang berubah apabila harga barang itu mengalami perubahan : efek penggantian dan efek pendapatan.
- Efek penggantian : perubahan cita rasa konsumen dalam mengkonsumsi sesuatu barang apabila dibandingkan dengan barang-barang lain sebagai akibat perubahan harga barang tersebut.
- Efek pendapatan : pengaruh atau akibat perubahan harga sesuatu barang terhadap pendapatan riil konsumen yang menggunakan barang yang mengalami perubahan harga.
- Syarat memaksimumkan nilai guna : setiap rupiah yang dikeluarkan untuk membeli unit tambahan berbagai jenis barang akan memberikan nilai guna marginal yang sama besarnya.



- Garis anggaran pengeluaran (budget line) menunjukkan berbagai gabungan barang-barang yang dapat dibeli oleh sejumlah pendapatan tertentu.
- Adanya perubahan harga dan perubahan pendapatan dapat mempengaruhi garis anggaran pengeluaran.
- Seorang konsumen akan mencapai kepuasan yang maksimum apabila ia mencapai titik di mana garis anggaran pengeluaran menyinggung kurva kepuasan sama.
- Efek dari perubahan pendapatan dan harga
- Garis harga konsumsi yaitu suatu kurva yang menggambarkan perubahan kombinasi dua barang yang akan dibeli apabila tingkat harga mengalami pertambahan
- Garis harga pendapatan yaitu suatu kurva yang menggambarkan perubahan kombinasi dua barang yang akan dibeli apabila pendapatan konsumen mengalami perubahan

# GARIS ANGGARAN PENGELUARAN

