

ELASTISITAS PERMINTAAN SUSU BENDERA BUBUK INSTAN KOTAK  
TERHADAP PERUBAHAN HARGA PADA PT. PANAHMAS  
CENDRAWASIH (STUDI KASUS)



SKRIPSI

Oleh :  
NURDIANA

18 September 2021  
FAK. peternakan

1 GXP

1801/11

010918

2020



JURUSAN SOSIAL EKONOMI  
FAKULTAS PETERNAKAN  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR

2001

**ELASTISITAS PERMINTAAN SUSU BENDERA BUBUK INSTAN KOTAK  
TERHADAP PERUBAHAN HARGA PADA PT. PANAHMAS  
CENDRAWASIH (STUDI KASUS)**

Oleh :

**NURDIANA**

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk  
Memperoleh Gelar Sarjana Pada  
Fakultas Peternakan  
Universitas Hasanuddin  
Makassar

**FAKULTAS PETERNAKAN  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR**

**2001**

Judul : Elastisitas Permintaan Susu Bendera Bubuk Instan Kotak Terhadap Perubahan Harga Pada PT. Panahmas Cendrawasih.

Nama : Nurdiana

Stambuk : I 311 96 002

Jurusan : Sosial Ekonomi

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui oleh :

  
Dr. Ir. Ahmad Ramadhan Siregar, MS  
Pembimbing Utama

  
Ir. Syahriadi Kadir, M.Si  
Pembimbing Anggota

Diketahui oleh :

  
Prof. Dr. Ir. MS. Effendi Abustam, M.Sc  
Dekan

  
Ir. Muhammad Djufri Palli  
Ketua Jurusan



Tanggal Lulus : 07 Juni 2001

## ABSTRAK

Nurdiana Elastisitas Permintaan Susu Bendera Bubuk Instan Kotak terhadap Perubahan Harga pada PT. Panahmas Cendrawasih. Dibawah bimbingan Ahmad Ramadhan Siregar sebagai pembimbing utama dan Syahriadi Kadir sebagai pembimbing anggota.

Walaupun konsumen utama susu adalah anak-anak dan para remaja, tetapi tidak sedikit juga dari kelompok orang dewasa. Dalam keluarga, penggunaan susu sangat luas. Disamping sebagai minuman bergizi tinggi, juga digunakan sebagai pelengkap bagi hidangan lainnya. Susu bubuk telah menjadi kebutuhan dasar bagi anak-anak dalam masa pertumbuhan, sebab mengandung nilai gizi yang tinggi. Kandungan protein susu bubuk yaitu 26% per 100 gr berat susu, sedangkan susu kental manis hanya mengandung 8,4% per 100 gr berat susu.

Depresiasi rupiah terhadap dollar mengakibatkan harga susu naik, karena sebagian besar bahan dasar industri susu adalah bahan impor. Kenaikan harga produk susu khususnya susu bubuk akan mempengaruhi permintaan konsumen terhadap produk tersebut.

Melonjaknya harga susu bubuk cenderung mempengaruhi jumlah permintaan produk tersebut oleh konsumen. Dalam teori ekonomi untuk mengetahui respon pembeli atau konsumen terhadap perubahan harga maka cara yang tepat adalah melihat bagaimana tingkat elastisitasnya. Berdasarkan hal tersebut maka dilakukan penelitian mengenai elastisitas permintaan susu bendera bubuk instan terhadap perubahan harga pada PT. Panahmas Cendrawasih.

Berdasarkan hal tersebut, maka dapat dirumuskan masalah yaitu "Bagaimana tingkat elastisitas permintaan susu bendera bubuk instan terhadap perubahan harga pada PT. Panahmas Cendrawasih".

Dari hasil penelitian dengan menggunakan alat analisis regresi linear model ln ganda ( $\ln Q = \ln a + b \ln P + e$ ), maka diperoleh hasil bahwa permintaan susu bendera bubuk instan terhadap perubahan harga pada PT. Panahmas Cendrawasih, baik yang ukuran 200 gr maupun 400 gr adalah elastis dengan nilai koefisien elastisitas sebesar -5,216 dan -5,799

Terdapat hubungan yang sangat kuat ( $r$ ) antara harga permintaan, baik pada susu bendera bubuk ukuran 200 gr maupun 400 gr.

Pengaruh variabel harga terhadap variasi (naik turunnya) permintaan pada susu bendera bubuk instan ukuran 200 gr sebesar 96,9%, sedangkan pada ukuran 400 gr sebesar 96,4%.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Rabbil Alamin, penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan nikmat Rezeki dan nikmat Kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul : **"Elastisitas Permintaan Susu Bendera Bubuk Instan Kotak Terhadap Perubahan Harga pada PT. Panahmas Cendrawasih"**.

Ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada :

- ◆ Bapak Dr. Ir. H. Ahmad Ramadhan Siregar, M.S. sebagai Pembimbing Utama dan Bapak Ir. Syahriadi Kadir, M. Si sebagai pembimbing anggota, yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan nasehat, bimbingan, petunjuk serta motivasi yang sangat berharga sejak persiapan penelitian hingga selesainya penulisan skripsi ini.
- ◆ Bapak Prof. Dr. Ir. M. S. Effendi Abustam, M. Sc sebagai Dekan Fakultas Peternakan, Bapak Ir. Muhammad Djufri Palli sebagai Ketua Jurusan Sosial Ekonomi, seluruh staf dosen khususnya Jurusan Sosial Ekonomi Peternakan dan pegawai yang telah banyak memberikan bantuan, dorongan dan bimbingan selama menempuh pendidikan di Fakultas Peternakan.
- ◆ Bapak Ir. Amrullah T dan Ibu Ir. Hastang, M. S. sebagai Penasehat Akademik yang telah banyak memberikan dorongan dan nasehat selama penulis mengikuti kegiatan akademik.

- ◆ Bapak Pimpinan, seluruh staf dan karyawan PT. Panahmas Cendrawasih, yang banyak membantu dalam penelitian ini.
- ◆ Terkhusus kepada Ayahanda Hasanuddin dan Ibunda Paika tercinta, saudaraku Sugianto, Rasnah, Rasmi dan Haslinda atas segala do'a restu, motivasi dan pengorbanan baik moril maupun materil yang diberikan selama penulis dalam masa studi.
- ◆ Teman-temanku : Ira (thanks chess), Irma, Andi, Rida, Galuh dan seluruh rekan-rekan CREATIVE '96 dan segenap warga HIMSENA atas kebersamaan selama ini.
- ◆ Warga lorong I AK; Ria, Sri, K' Marja, Niar, Ida' P dan Ida' S.
- ◆ Semua pihak yang telah membantu penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan dan melimpahkan Rahmat-Nya kepada kita semua. Amin.

Nurdiana

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PENGESAHAN .....	i
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR TABEL .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR LAMPIRAN .....	ix
PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	3
1.3. Hipotesis .....	3
1.4. Tujuan Penelitian .....	3
1.5. Kegunaan Penelitian .....	3
TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Produk Susu Olahan .....	4
2.2. Permintaan .....	5
2.3. Elastisitas Permintaan .....	7
2.4. Karakteristik Permintaan Produk Hasil Peternakan .....	11
2.5. Harga .....	11
2.6. Metode Penetapan Harga .....	13
METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	16
3.2. Metode Pengumpulan Data .....	16
3.3. Analisis Data .....	16
3.4. Konsep Operasional .....	17
KEADAAN UMUM PERUSAHAAN	
4.1. Sejarah Singkat Perusahaan .....	18
4.2. Letak Cabang Perusahaan .....	19
4.3. Struktur Organisasi Cabang Perusahaan .....	19

4.4. Keadaan dan Jumlah Karyawan .....	23
4.5. Fasilitas-fasilitas Perusahaan .....	26

#### HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Saluran Distribusi Susu Bendera Bubuk Instan .....	28
5.2. Harga .....	30
5.3. Perkembangan Volume Permintaan Susu Bendera Bubuk Instan ....	34
a. Susu Bendera Bubuk Instan Ukuran 200 gr .....	36
b. Susu Bendera Bubuk Instan Ukuran 400 gr .....	38
5.4. Elastisitas Permintaan Susu Bendera Bubuk Instan Kotak Terhadap Perubahan Harga .....	41
a. Susu Bendera Bubuk Instan Ukuran 200 gr .....	42
b. Susu Bendera Bubuk Instan Ukuran 400 gr .....	45

#### KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan .....	48
6.2. Saran .....	48

#### DAFTAR PUSTAKA

#### LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

No.	<u>Teks</u>	Halaman
1.	Jumlah Karyawan PT. Panahmas Cendrawasih Cabang Makassar Berdasarkan Jabatan .....	24
2.	Jumlah Karyawan PT. Panahmas Cendrawasih Cabang Makassar Berdasarkan Pendidikan .....	25
3.	Fasilitas-fasilitas yang Dimiliki oleh PT. Panahmas Cendrawasih Cabang Makassar .....	26
4.	Trend Perubahan Harga Susu Bendera Bubuk Instan pada PT. Panahmas Cendrawasih Cabang Makassar .....	31
5.	Realisasi Jumlah Permintaan Susu Bendera Bubuk Instan Kotak Ukuran 200 gr pada PT. Panahmas Cendrawasih Cabang Makassar.....	36
6.	Realisasi Jumlah Permintaan Susu Bendera Bubuk Instan Kotak Ukuran 400 Gr pada PT. Panahmas Cendrawasih Cabang Makassar .....	38
7.	Elastisitas Permintaan Susu Bendera Bubuk Instan Ukuran 200 gr Terhadap Perubahan Harga pada PT. Panahmas Cendrawasih Cabang Makassar .....	42
8.	Hasil Analisa Pengaruh Perubahan Harga Terhadap Permintaan Susu Bendera Bubuk Instan Ukuran 200 gr pada PT. Panahmas Cendrawasih Cabang Makassar .....	43
9.	Elastisitas Permintaan Susu Bendera Bubuk Instan Ukuran 400 gr Terhadap Perubahan Harga pada PT. Panahmas Cendrawasih Cabang Makassar .....	45
10.	Hasil Analisa Pengaruh Perubahan Harga Terhadap Permintaan Susu Bendera Bubuk Instan Ukuran 400 gr pada PT. Panahmas Cendrawasih Cabang Makassar .....	46

## DAFTAR GAMBAR

No.	<u>Teks</u>	Halaman
1.	Skema Struktur Organisasi PT. Panahmas Cendrawasih Cabang Makassar .....	20
2.	Saluran Distribusi Susu Bendera Bubuk Instan pada PT. Panahmas Cendrawasih Makassar .....	29
3.	Grafik Perubahan Harga Susu Bendera Bubuk Instan pada PT. Panahmas Cendrawasih, 2001 .....	33
4.	Grafik Perubahan Harga Susu Bendera Bubuk Instan pada PT. Panahmas Cendrawasih, 2001 .....	35
5.	Kurva Permintaan Susu Bendera Bubuk Instan 200 gr pada PT. Panahmas Cendrawasih, 2001 .....	39
6.	Kurva Permintaan Susu Bendera Bubuk Instan 400 gr pada PT. Panahmas Cendrawasih, 2001 .....	40
7.	Kurva Hubungan Antara Permintaan dan Harga Susu Bendera Bubuk Instan 400 gr pada PT. Panahmas Cendrawasih .....	57
8.	Kurva Hubungan Antara Permintaan dan Harga Susu Bendera Bubuk Instan 200 gr pada PT. Panahmas Cendrawasih .....	60

## DAFTAR LAMPIRAN

No.	<u>Teks</u>	Halaman
1.	Standar Gizi Susu Bendera Bubuk Instan Kotak .....	51
2.	Data Permintaan Susu Bendera Bubuk Instan 200 gr dan 400 gr Per Perubahan Harga .....	52
3.	Elastisitas Permintaan Susu Bendera Bubuk Instan 200 gr dan 400 gr Terhadap Perubahan Harga pada PT. Panahmas Cendrawasih .....	53
4.	Analisis Data Susu Bendera Bubuk Instan .....	54

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

· Untuk memenuhi kualitas sumber daya manusia, maka sub sektor peternakan sebagai bagian integral pembangunan pertanian dan pembangunan nasional pada umumnya, diharapkan untuk terus meningkatkan peranannya sebagai penghasil protein hewani yang bernilai gizi tinggi. Protein hewani terdapat dalam bahan makanan yang berasal dari produk peternakan seperti daging, telur dan susu.

· Satu dari sekian banyak yang sangat dibutuhkan masyarakat adalah susu. Potensi pasarnya cukup baik dan akan terus berkembang karena kebutuhan masyarakat bertambah besar sejalan dengan makin baiknya taraf hidup dan kesadaran mengkonsumsi makanan bergizi.

· Walaupun konsumen utama susu adalah anak-anak dan para remaja, tetapi tidak sedikit juga dari kelompok orang dewasa. Dalam keluarga, penggunaan susu sangat luas. Disamping sebagai minuman bergizi tinggi, juga digunakan sebagai pelengkap bagi hidangan lainnya.

· Pasar saat ini didominasi tiga produsen terbesar, yaitu Frisian Flag, Nestle dan Indomilk. Persaingan ketiga produsen ini yaitu pada jenis susu bubuk. Hal ini disebabkan permintaan pasar cenderung didominasi susu jenis ini. Susu bubuk telah menjadi kebutuhan dasar bagi anak-anak dalam masa pertumbuhan, sebab mengandung nilai gizi yang tinggi. Hadiwiyoto (1993) menyatakan,

bahwa kandungan protein susu bubuk yaitu 26% per 100 gr berat susu, sedangkan susu kental manis hanya mengandung 8,4% per 100 gr berat susu.

Perilaku konsumen susu untuk memilih suatu merk, sangat dipengaruhi oleh dua hal yaitu nilai gizi dan harga. Nilai gizi menyangkut jumlah kandungan protein, vitamin dan mineral. Semakin tinggi nilai gizi, semakin berat bobot atau nilai yang diberikan konsumen untuk suatu pilihan merk. Demikian juga halnya dengan harga, dimana konsumen sangat mempertimbangkan harga sebelum mereka memutuskan membeli. Pada umumnya konsumen mengetahui tentang harga yang berlaku dalam pasar, sehingga setiap perubahan harga akan ditanggapi konsumen.

Depresiasi rupiah terhadap dollar mengakibatkan harga susu naik, karena sebagian besar bahan dasar industri susu adalah bahan impor. Kenaikan harga produk susu khususnya susu bubuk akan mempengaruhi permintaan konsumen terhadap produk tersebut.

Melonjaknya harga susu bubuk cenderung mempengaruhi jumlah permintaan produk tersebut oleh konsumen. Dalam teori ekonomi untuk mengetahui respon pembeli atau konsumen terhadap perubahan harga maka cara yang tepat adalah melihat bagaimana tingkat elastisitasnya. Berdasarkan hal tersebut maka dilakukan penelitian mengenai elastisitas permintaan susu bendera bubuk instan terhadap perubahan harga pada PT. Panahmas Cendrawasih. Pemilihan PT. Panahmas sebagai tempat penelitian karena PT. Panahmas adalah

salah satu perusahaan distributor susu, yang melakukan penyesuaian harga untuk dapat mempertahankan laba maupun meningkatkan volume penjualan. Disamping itu produk susu yang ditawarkan sudah dikenal luas masyarakat yaitu susu Frisian Flag.

### **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan hal tersebut, maka dapat dirumuskan masalah yaitu "Bagaimana tingkat elastisitas permintaan susu bendera bubuk instan terhadap perubahan harga pada PT. Panahmas Cendrawasih".

### **1.3. Hipotesa**

Berdasarkan perumusan masalah tersebut, maka diduga bahwa permintaan susu bendera bubuk instan pada PT. Panahmas Cendrawasih adalah elastis.

### **1.4. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana tingkat elastisitas permintaan susu bendera bubuk instan terhadap perubahan harga.

### **1.5. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian ini adalah dapat menjadi pertimbangan atau bahan acuan bagi pihak PT. Panahmas Cendrawasih dalam rangka pengambilan keputusan untuk menetapkan harga jual yang tepat di masa yang akan datang.

## TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. Produk Susu Olahan

Di dalam dunia perdagangan, dikenal adanya berbagai macam susu. Dari berbagai macam susu tadi bahan bakunya dibuat dari susu segar dan kemudian diolah atau diproses untuk diawetkan. Berbagai macam susu tersebut antara lain :

1. *Whole milk* adalah susu segar yang mengandung 3,25 % lemak dan 8,25 % bahan kering tanpa lemak kemudian dipasteurisasi untuk mematikan penyakit.
2. *Skim milk* adalah susu segar yang dikurangi kadar lemaknya menjadi 0,1% atau kurang dan bahan kering tanpa lemak 8 - 9,25%. Kemudian dipasteurisasi.
3. *Fortified milk* adalah susu yang ditambahkan vitamin-vitamin dan mineral.
4. *Concentrated milk* adalah susu segar yang dipanaskan ditempat khusus untuk membuat susu kental. Ada dua jenis susu konsentrat, yakni :

- a. Susu kental tanpa gula

Adalah susu yang sudah diuapkan airnya sebagian, kurang lebih separuhnya dari whole milk dalam tempat yang hampa.

- b. Susu kental manis

Adalah produksi susu yang langsung ditambahkan gula terlebih dulu, kemudian diuapkan. Kadar gulanya 40-99% sebagai bahan pengawet.

## 5. Susu kering (tepung susu)

Susu tepung meliputi :

- a. Tepung susu whole adalah susu segar yang airnya semua diuapkan, sehingga seperti tepung.
- b. Tepung susu skim adalah tepung susu segar yang diuapkan airnya dan lemaknya dikurangi tinggal  $\pm 10\%$ , karena kadar susu skim ini proteinnya tinggi, sedang lemaknya rendah, maka cocok untuk bayi. (AAK, 1995)

Buckle, dkk (1994) menyatakan bahwa produk susu kering atau tepung susu dibuat sebagai kelanjutan dari proses penguapan. Biasanya kadar air dikurangi sampai dibawah 5 % dan sebaiknya harus kurang dari 2%. Tepung susu terutama susu kering tak berlemak memungkinkan penyediaan zat-zat makan susu ke daerah-daerah dimana tidak ada industri ternak perah atau dimana kondisi ekonomi tidak memungkinkan untuk membeli susu segar.

## 2.2. Permintaan

Permintaan adalah sejumlah barang yang dibeli oleh pembeli pada tingkat harga tertentu. Pada umumnya, tingkat harga yang lebih rendah akan mengakibatkan jumlah barang diminta lebih besar. (Swastha dan Sukotjo, 1993).

Sukirno (1997) mengemukakan, bahwa permintaan seseorang atau sesuatu masyarakat keatas barang ditentukan oleh beberapa faktor. Diantara faktor-faktor tersebut adalah yang dinyatakan dibawah ini :

- i. Harga barang itu sendiri.
- ii. Barang-barang lain yang mempunyai kaitan erat dengan barang tersebut.
- iii. Pendapatan rumah tangga dan pendapatan rata-rata masyarakat.
- iv. Corak distribusi pendapatan dalam masyarakat.
- v. Cita rasa masyarakat.
- vi. Jumlah penduduk.
- vii. Ramalan mengenai keadaan dimasa yang akan datang.

Selanjutnya dikemukakan bahwa adalah sangat sukar untuk sekaligus menganalisis pengaruh berbagai faktor tersebut ke atas permintaan suatu barang. Oleh sebab itu, di dalam membicarakan mengenai teori permintaan, ahli ekonomi membuat analisis yang lebih sederhana. Didalam analisis ekonomi dianggap bahwa permintaan suatu barang terutama dipengaruhi oleh harga dan barang tersebut. Di dalam analisis tersebut dimisalkan "faktor-faktor lain tidak mengalami perubahan" atau *ceteris paribus*.

Permintaan dapat diukur pada enam tingkat produk yang berbeda (jenis produk, kelas produk, lini produk, penjualan industri, penjualan nasional). Pada lima tingkat biaya yang berbeda (pelanggan, wilayah, regional, nasional, internasional) dan pada tiga jangka waktu berbeda (jangka pendek, jangka menengah, jangka panjang). Selanjutnya dikemukakan bahwa setiap jenis pengukuran permintaan memiliki suatu tujuan yang khusus. Jadi, sebuah perusahaan dapat membuat ramalan jangka pendek dari total permintaan dari

suatu jenis produk tertentu, yang akan digunakan sebagai dasar untuk pemesanan bahan baku, perencanaan produksi dan penjadwalan pendanaan jangka pendek. (Kotler,1993)

### 2.3. Elastisitas Permintaan

Elastisitas permintaan adalah suatu koefisien yang menjelaskan besarnya perubahan jumlah barang yang diminta akibat adanya perubahan harga. Jadi merupakan ratio antara persentase perubahan jumlah barang yang diminta terhadap persentase perubahan harga. Dalam konsep elastisitas permintaan, yang dipentingkan adalah besarnya angka hasil perhitungan : apakah angka tersebut lebih besar dari atau sama dengan atau lebih kecil dari satu ; yakni untuk menentukan apakah sifat permintaannya elastik, elastik-unitary, atau inelastik. (Dumairy, 1993)

Mubyarto (1995) mengemukakan, bahwa untuk mengukur besar kecilnya perubahan jumlah barang yang diminta konsumen sebagai akibat perubahan harga, dipakai konsep elastisitas, suatu konsep yang sangat berguna dan banyak sekali dipakai dalam ilmu ekonomi. Konsep ini menyatakan perbandingan antara persentase perubahan harga. Karena elastisitas ini merupakan ratio dari dua ukuran maka dengan persentase perubahan harga tertentu elastisitas akan besar atau kecil tergantung pada besar kecilnya persentase perubahan jumlah barang yang diminta. Makin besar elastisitas berarti makin elastis dan sebaliknya.

Nicholson (1995) mengemukakan, bahwa pada umumnya, jika harga suatu barang berubah, maka permintaan akan barang tersebut juga akan berubah. Untuk mengukur responsi perubahan harga ( $P$ ) terhadap jumlah permintaan ( $Q$ ) bisa digunakan konsep "elastisitas permintaan harga" (*price elasticity of demand*). Nilai elastisitas permintaan harga ini sering dibedakan atas 3 kelompok yaitu lebih besar, sama dengan atau lebih kurang.

Elastisitas harga adalah konsep yang dimaksudkan untuk mengukur derajat perubahan kuantitas barang yang dibeli sebagai akibat perubahan harga barang tersebut. Selanjutnya dikatakan, bahwa pada harga sedikit sehingga penambahan kuantitas bila terjadi penurunan harga adalah besar. Sebaliknya besarnya harga adalah relatif kecil harga yang tinggi. (Sudarsono, 1995)

Besarnya koefisien elastisitas tidak berlaku mutlak di semua tempat dan disetiap waktu. Jadi mungkin saja tempat ke tempat, dari kelompok masyarakat yang satu ke kelompok masyarakat yang lain. Pada pokoknya ada empat faktor yang menyebabkan mengapa elastisitas untuk berbagai macam kondisi itu berbeda-beda. Faktor tersebut adalah (a) tersedia atau tidaknya barang pengganti yang baik di pasar, (b) jumlah penggunaan dari barang itu, (c) jenis barang dalam pola preferensi pada konsumen dan (d) periode waktu dimana konsumen membutuhkan barang itu. Pada umumnya barang-barang yang termasuk dalam kelompok barang-barang mewah bersifat elastis. Sedangkan barang-barang kebutuhan sehari-hari bersifat inelastis. (Sudarman, 1994)

Sukirno (1994) menyatakan, bahwa koefisien elastisitas permintaan adalah suatu angka penunjuk yang menggambarkan sampai berapa besarkah perubahan jumlah barang yang diminta apabila dibandingkan dengan perubahan harga. Koefisien elastisitas permintaan biasanya dihitung dengan menggunakan rumus seperti rumus yang dibawah ini :

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

Selanjutnya dijelaskan bahwa nilai koefisien elastisitas berkisar diantara nol dan tidak terhingga. Elastisitas adalah nol apabila perubahan harga tidak akan merubah jumlah yang diminta, jumlah yang diminta tetap saja jumlahnya walaupun harga mengalami kenaikan ataupun menurun. Pada umumnya sifat permintaan atas kebanyakan barang adalah elastis dan tidak elastis. Suatu permintaan bersifat elastis apabila nilai koefisien elastisitas lebih besar dari satu. Permintaan tidak elastis apabila koefisien elastisitas antara nol dan satu.

Gujarati dan Zain (1995) menyatakan, bahwa satu ciri menarik dari model log ganda/model elastisitas-konstan ( $\ln Y = \alpha + \beta_i \ln X_i + e$ ) adalah koefisien kemiringan  $\beta_i$  mengukur elastisitas Y terhadap X, yaitu persentase perubahan dalam Y untuk persentase perubahan tertentu dalam X. Jadi kalau Y menyatakan kuantitas (jumlah) barang yang diminta dan X harga per unitnya  $\beta_i$  mengukur elastisitas harga permintaan, parameter yang sangat menarik secara ekonomi.

Kelana (1996) menyatakan, bahwa jika diketahui besarnya perubahan jumlah yang diminta naik sebesar 20% karena perubahan harga turun sebesar 16% maka dapat dinyatakan bahwa besarnya elastisitas permintaan terhadap harga adalah  $20\% - 16\% = 1,25\%$ . Nilai elastisitas ini artinya ; jika terjadi perubahan harga sebesar 1% akan menyebabkan perubahan jumlah yang diminta sebesar 1,25%. Dapat dilihat "apriori secara teori" hubungan antara harga dengan jumlah yang diminta adalah berbanding terbalik untuk barang normal. Maka akan diturunkan semua nilai elastisitas permintaan terhadap harga adalah negatif. Kadang dalam buku-buku ekonomi ditulis mempergunakan nilai absolutnya. Secara grafis diperlihatkan suatu kurva semakin elastis maka semakin datar. Dikatakan elastisitas sempurna jika kurvanya berbentuk horisontal (mendatar), artinya besarnya perubahan jumlah barang yang diminta tidak dipengaruhi oleh besarnya perubahan harga. Dikatakan inelastis sempurna jika kurvanya berbentuk vertikal (tegak lurus) artinya besar perubahan harga tidak mempengaruhi jumlah yang diminta (tidak ada perubahan jumlah yang diminta karena perubahan harga).

Winardi (1992) mengemukakan, bahwa permintaan agaknya kurang elastis dalam kondisi-kondisi sebagai berikut :

1. Terdapat sedikit atau tidak ada substitut atau pesaing.
2. Para pembeli tidak mengetahui dengan cepat adanya kenaikan harga tersebut.

3. Para pembeli lambat sekali dalam hal mengubah kebiasaan-kebiasaan membeli mereka guna mencari harga-harga yang lebih rendah.
4. Para pembeli mengira bahwa harga-harga lebih tinggi, dibenarkan oleh adanya perbaikan-perbaikan kualitas, inflasi normal dan sebagainya.

#### **2.4. Karakteristik Permintaan Produk Hasil Peternakan**

Naik dan turunnya permintaan produk peternakan yang kadang berjalan simultan dan kadang tunggal dipengaruhi oleh faktor-faktor berikut :

- Dasar konsumsi. Faktor ini masih melekat kuat hingga saat ini, terutama di pedesaan umumnya, hal inilah yang menyebabkan permintaan konsumen akan produk peternakan dapat digiring dengan product impuls atau dengan sistem promosi yang bergengsi.
- Pendapatan konsumen memang besar pengaruhnya terhadap permintaan produk peternakan di Indonesia ini. Sedikit berubah pendapatan konsumen akan memperbesar permintaan akan produk peternakan dengan harga yang tetap di kala itu.
- Selera. Hal ini ternyata begitu besar peranannya bagi masyarakat Indonesia. (Rasyaf, 1995)

#### **2.5. Harga**

Harga adalah sejumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. (Swastika dan Sukotjo, 1993)

Musselman dan Jackson (1993) menyatakan, bahwa harga adalah nilai pertukaran dari suatu produk atau jasa. Harga merupakan jumlah yang mau dibayar oleh seorang pembeli untuk suatu barang. Selanjutnya dijelaskan bahwa perusahaan melakukan tiga pendekatan dasar untuk menetapkan harga yaitu, orientasi biaya, orientasi untuk memenuhi persaingan dan orientasi permintaan. Penetapan harga yang berorientasi permintaan didasarkan pada suatu estimasi tentang bagaimana hasil penjualan dengan harga yang berbeda-beda.

Hipotesis ekonomi dasar menyatakan, bahwa semakin rendah harga suatu komoditi maka jumlah yang akan diminta untuk komoditi itu akan semakin besar, kalau faktor lainnya tetap sama. Dengan menganggap bahwa pendapatan, selera, populasi, dan harga-harga semua komoditi lain konstan dan yang bervariasi hanyalah harga untuk satu komoditi. Jika harganya naik, maka komoditi itu menjadi semakin mahal. Sebaliknya jika harga suatu komoditi turun maka komoditi itu menjadi semakin murah. (Lipsey, dkk., 1993)

Kotler (1997) menyatakan, bahwa perusahaan dapat mengejar salah satu dari enam tujuan utama melalui penetapan harganya : kelangsungan hidup, laba sekarang maksimum, pendapatan sekarang maksimum, pertumbuhan penjualan maksimum, skimming pasar maksimum atau kepemimpinan kualitas-produk.

Menurut Musselman dan Jackson (1993), bahwa perusahaan melakukan 3 pendekatan dasar untuk menetapkan harga, yaitu : orientasi biaya, orientasi untuk memenuhi persaingan dan orientasi permintaan.

## 2.6. Metode Penetapan Harga

Swastha dan Sukotjo (1993) mengemukakan, bahwa ada dua pendekatan pokok dalam penentuan harga jual yaitu :

- (1) Pendekatan biaya (penetapan harga biaya plus, penetapan harga mark-up dan penetapan harga break even).
  - Penetapan harga biaya plus : dalam metode ini, harga jual per unit ditentukan dengan menghitung jumlah seluruh biaya per unit ditambah jumlah tertentu untuk menutup laba yang dikehendaki pada unit tersebut (disebut margin).
  - Penetapan harga mark-up : pada pokoknya, penetapan harga mark-up hampir sama dengan penetapan harga biaya-plus, hanya saja para pedagang atau perusahaan perdagangan lebih banyak menggunakan penetapan harga mark-up. Pedagang yang membeli barang-barang dagangan akan menentukan harga jualnya setelah menambah harga beli dengan sejumlah mark-up.
  - Penetapan harga break-even : sebuah metode penetapan harga yang didasarkan pada permintaan pasar dan masih mempertimbangkan biaya. Perusahaan dapat dikatakan dalam keadaan break-even bilamana penghasilan yang diterima sama dengan ongkosnya, dengan anggapan bahwa harga jualnya sudah tertentu.

(2) Penetapan harga dalam hubungan dengan pasar

Penentuan harga tidak didasarkan pada biaya, tetapi justru harga yang menentukan biaya bagi perusahaan. Penjual atau perusahaan dapat menentukan harga sama dengan tingkat harga pasar agar dapat ikut bersaing, atau dapat ditentukan lebih tinggi atau lebih rendah dari tingkat harga dalam persaingan.

Kotler (1997) mengemukakan, bahwa metode penetapan harga akan menghasilkan suatu harga tertentu. Metode-metode penetapan harga sebagai berikut :

- Penetapan harga mark-up adalah dengan menambahkan harga mark-up standar pada biaya produk.
- Penetapan harga berdasarkan sasaran pengembalian yaitu perusahaan menentukan harga yang akan menghasilkan pengembalian atas investasi (ROI) yang diinginkan.
- Penetapan harga berdasarkan nilai yang dipersepsikan yaitu perusahaan melihat persepsi pembeli, bukan biaya penjual, sebagai kunci penetapan harga. Perusahaan menggunakan berbagai variabel bukan harga dalam bauran pemasaran untuk membentuk nilai yang dipersepsikan dalam pikiran pembeli. Harga ditetapkan untuk menangkap nilai yang dipersepsikan tersebut.
- Penetapan harga nilai yaitu mereka menetapkan harga yang cukup rendah untuk penawaran bermutu tinggi. Penetapan harga nilai menyatakan bahwa harga harus mewakili suatu penawaran bernilai tinggi bagi konsumen.

- Penetapan harga sesuai harga yang berlaku, perusahaan kurang memperhatikan biaya atau permintaannya sendiri tetapi mendasarkan harganya terutama pada harga pesaing. Perusahaan dapat mengenakan harga yang sama, lebih tinggi atau lebih rendah daripada pesaing utamanya.
- Penetapan harga penawaran tertutup, perusahaan menentukan harganya berdasarkan perkiraannya tentang bagaimana pesaing akan menetapkan harga dan bukan berdasarkan hubungan yang kaku dengan biaya atau permintaan perusahaan.

## METODOLOGI PENELITIAN

### 3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT. Panahmas Cendrawasih Jl. Cendrawasih No. 216 Makassar yang berlangsung dari tanggal 19 Maret hingga 19 Mei 2001.

### 3.2. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini merupakan studi kasus dengan menggunakan data primer yang diperoleh langsung dari pihak perusahaan mengenai permintaan dan harga susu bendera bubuk instan. Jenis produk yang akan diteliti ada dua yaitu ukuran 200 gr dan 400 gr.

### 3.3. Analisa Data

Analisa data yang digunakan untuk mengetahui tingkat elastisitas permintaan susu bubuk instan terhadap perubahan harga, digunakan rumus regresi linear model ln ganda sebagai berikut :

$$\ln Q = \ln a + b \ln P + e \dots \text{(Gujarati dan Zain, 1993)}$$

Q = Jumlah permintaan susu bendera bubuk instan oleh pembeli (karton)

P = Harga susu bendera bubuk instan kemasan kotak (Rp/karton)

a = Konstanta

b = Koefisien Elastisitas

e = Kesalahan pengganggu

Dimana :

- Bila nilai elastisitas  $> 1$  disebut elastis
- Bila nilai elastisitas  $< 1$  disebut inelastis
- Bila nilai elastisitas  $= 1$  disebut unitary elastisitas

### 3.4. Konsep Operasional

- Elastisitas permintaan adalah ukuran derajat perubahan jumlah susu bendera bubuk instan yang dibeli oleh pembeli sebagai akibat perubahan harga.
- Permintaan adalah volume permintaan (sama dengan volume penjualan) per periode perubahan harga.
- Harga adalah nilai tukar susu bendera bubuk instan yang dibayar oleh pembeli kepada perusahaan dalam satuan rupiah.
- Pembeli adalah pedagang pengecer (retailer) yang mengambil susu bendera bubuk instan pada perusahaan dengan maksud untuk disalurkan ke konsumen akhir.
- Susu bendera bubuk instan adalah semua jenis susu bendera bubuk instan kemasan kotak merk "Frisian Flag" yang dibeli oleh konsumen.
- Susu bendera bubuk instan ukuran 200 gr adalah susu bendera bubuk instan kemasan kotak merk "Frisian Flag" yang mempunyai berat bersih 200 gr.
- Susu bendera bubuk instan ukuran 400 gr adalah susu bendera bubuk instan kemasan kotak merk "Frisian Flag" yang mempunyai berat bersih 400 gr.



## KEADAAN UMUM PERUSAHAAN

### 4.1. Sejarah Singkat Perusahaan

PT. Panahmas dahulu hanya berupa sebuah toko yang berkedudukan di Ambon, yang bernama Toko Bahagia. Beberapa tahun kemudian berkembang dan membuka cabang di Surabaya. Dengan perkembangan yang cukup pesat, akhirnya Toko Bahagia menjadi perusahaan perseroan terbatas dan menjadikan cabang yang berada di Surabaya sebagai pusat atau induk perusahaan. Kemudian Toko Bahagia berganti nama menjadi PT. Panahmas Surabaya.

Sebagai perusahaan distributor, PT. Panahmas Surabaya dalam proses pendistribusiannya menangani beberapa macam produk seperti produk Unilever, Nasional, Frisian Flag dan lain-lain. Untuk melayani konsumen yang berada di daerah lain, maka perusahaan ini membuka cabang di beberapa daerah, yaitu Jember, Salak dan Makassar.

PT. Panahmas Cendrawasih Makassar mulai beroperasi pada bulan September 1999 dan resmi berdiri pada bulan Maret 2000 dengan Surat Izin Usaha bernomor 503/798/SITU.B/PESAT/III/2000. Dalam proses distribusinya PT. Panahmas Cendrawasih baru menangani satu macam produk yaitu susu merek Frisian Flag yaitu Whole Saler.

PT. Panahmas Cendrawasih Makassar sebagai perusahaan yang bergerak di bidang distributor whole saler susu merek Frisian Flag, dalam usaha pendistribusiannya bekerjasama dengan PT. Tesori Mulya Makassar, dalam hal penyediaan produk atau sebagai pemasok produk susu merek Frisian Flag.

Seiring dengan perkembangannya, PT. Panahmas Cendrawasih Makassar memiliki pelanggan yang semakin banyak yang saat ini mencapai 512 yang mencakup toko-toko yang bertipe FWS, tipe L, tipe M, dan tipe S. ini menandakan bahwa adanya kepercayaan masyarakat akan kualitas dan mutu dari produk susu merek Frisian Flag.

#### **4.2. Letak Cabang Perusahaan**

PT. Panahmas Cendrawasih Makassar terletak di Jalan Cendrawasih No. 216 Makassar dengan kantor yang berlantai tiga dan sekaligus sebagai gudang. Letak perusahaan yang berada di poros jalan merupakan jalur transportasi yang lancar sehingga memudahkan pelaksanaan kegiatan dan aktivitas yang dilakukan perusahaan. Selain itu karena letak perusahaan yang berada di pusat kota dapat menjadi keuntungan tersendiri bagi perusahaan terutama dalam memasarkan produk.

#### **4.3. Struktur Organisasi Cabang Perusahaan**

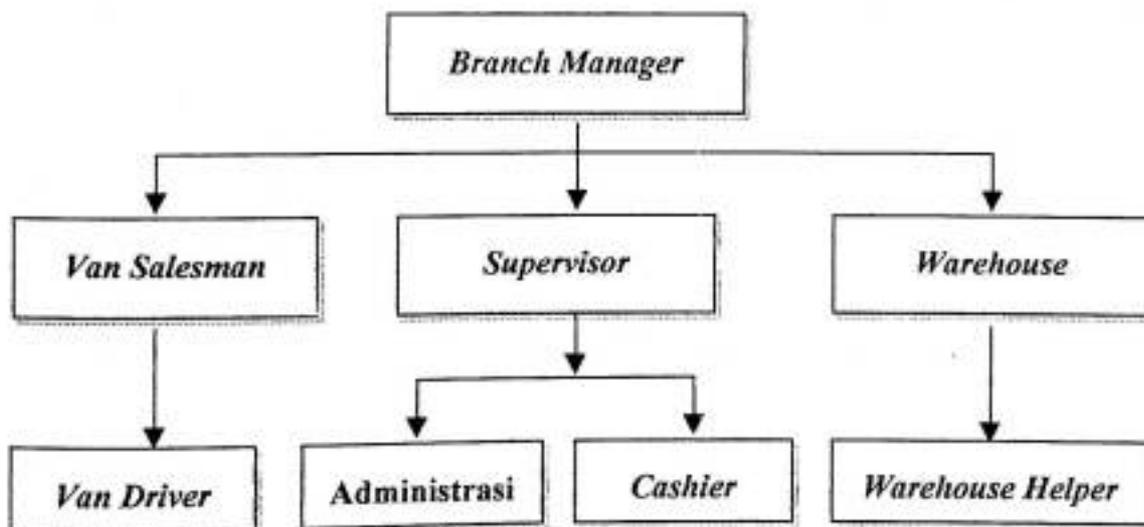
Organisasi merupakan wahana untuk mencapai tujuan. Agar supaya pencapaian tujuan ini dapat dilaksanakan dengan baik, diperlukan fungsi-fungsi. Pengertian fungsi adalah, tugas-tugas yang dapat dengan segera dibedakan dengan tugas-tugas yang lain (Swastha dan Sukotjo, 1993).

Dengan adanya struktur organisasi perusahaan yang jelas, dengan pembagian tugas dan fungsi pada masing-masing bagian, tentunya akan dapat mendukung pencapaian tujuan perusahaan. Swastha dan Sukotjo (1993) menyatakan, bahwa banyak keberhasilan

perusahaan bergantung pada organisasi. Adanya struktur yang mapan sangat diperlukan untuk menjamin agar rencana manajer dapat dilaksanakan.

PT. Panahmas Cendrawasih Makassar dalam menjalankan aktivitasnya didasarkan pada pembagian tugas dan fungsi masing-masing yang terdapat dalam struktur organisasinya. Setiap struktur organisasi akan lebih memusatkan perhatian pada kegiatan-kegiatan yang diperlukan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan menganalisa jabatan dan koordinasi tentang kegiatan pada setiap bagian untuk kelancaran operasi perusahaan.

Untuk memberikan gambaran bagian yang ada pada struktur organisasi PT. Panahmas Cendrawasih Makassar, dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Skema Struktur Organisasi PT. Panahmas Cendrawasih Cabang Makassar

Adapun tugas dan wewenang dari setiap bagian dapat dijelaskan sebagai berikut :

### 1. *Branch Manager*

Mempunyai tugas sebagai berikut :

- Menyusun rencana dan kegiatan perusahaan sesuai dengan tujuan dan kebijakan perusahaan, untuk kemudian melimpahkan kepada karyawannya.
- Mengkoordinasikan kegiatan dari para karyawannya.
- Mengawasi kegiatan supervisor.
- Mengambil kebijakan dan keputusan dari perusahaan.
- Mewakili perusahaan baik keluar dan kedalam atas nama PT. Panahmas Cendrawasih Cabang Makassar.

### 2. *Administrasi*

Mempunyai tugas sebagai berikut :

- Membuat laporan keuangan baik bulanan maupun tahunan.
- Menghitung dan membayar pajak yang dikenakan pada perusahaan.
- Memeriksa kelengkapan prosedur, dokumen dalam siklus akuntansi.
- Membuat pembukuan baik surat keluar maupun surat masuk.
- Bertanggung jawab langsung kepada *Branch Manager/Direktur*.

### 3. *Supervisor*

Mempunyai tugas sebagai berikut :

- Mengawasi kegiatan produksi, baik fisik maupun administrasi.
- Memesan barang ke pemasok.
- Menjaga keselamatan kerja karyawan.
- Menyusun laporan realisasi kegiatan produksi baik mingguan maupun bulanan.
- Memberikan latihan kepada karyawan.

### 4. *Cashier*

Mempunyai tugas sebagai berikut :

- Bertanggung jawab atas keamanan dan kelancaran atas penerimaan maupun pengeluaran uang.
- Dapat memberikan laporan mengenai posisi keuangan.

### 5. *Van Salesman*

Mempunyai tugas sebagai berikut :

- Menangani penjualan dan penyerahan barang seketika kepada pelanggan.
- Menangani penagihan atas pembayaran dari outlet langganan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- Menangani distribusi produk Frisian Flag dari rayon kerjanya sesuai dengan sasaran dan menjaga higienis produk di pasaran.

#### **6. *Van Driver***

Mempunyai tugas sebagai berikut :

- Mengemudikan van dari van salesman dan pengiriman barang kepada pelanggan yang memesan.
- Menjaga keutuhan barang baik yang ada dalam van maupun yang diserahkan kepada pelanggan.
- Memelihara kendaraan agar selalu siap pakai.

#### **7. *Warehouse***

Mempunyai tugas sebagai berikut :

- Mengkoordinir, mengawasi dan memonitor kegiatan operasional di dalam gedung.
- Bertanggung jawab terhadap penyimpanan dan keamanan barang di gudang.

#### **8. *Warehouse Helper***

Mempunyai tugas sebagai berikut :

- Membantu warehouse dalam kegiatan pengaturan barang di gudang.
- Membantu pengangkatan barang ke atas van.

#### **4.4. Keadaan dan Jumlah Karyawan**

Untuk mencapai keberhasilan suatu usaha atau proses produksi antara lain dipengaruhi oleh ada tidaknya partisipasi kerja dari karyawan perusahaan,

karena karyawan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi tercapainya tujuan perusahaan dan apabila partisipasi kerja dari para karyawan perusahaan tinggi, maka perusahaan tersebut dapat melaksanakan produksi dengan baik, lancar dan memberikan hasil yang optimal yang tentunya didukung oleh sumber daya potensial.

PT. Panahmas Cendrawasih Cabang Makassar dalam mengoperasikan usahanya, tentunya ditunjang oleh tenaga kerja yang mempunyai skill dan pengalaman kerja serta tingkat pendidikan yang memadai. Jumlah karyawan yang dimiliki perusahaan adalah sebanyak 13 orang karyawan tetap mulai dari pimpinan, staff hingga van driver. Adapun jumlah karyawan PT. Panahmas Cendrawasih cabang Makassar berdasarkan jabatan dapat dilihat pada Tabel 1.

**Tabel 1. Jumlah Karyawan PT. Panahmas Cendrawasih Cabang Makassar Berdasarkan Jabatan**

No.	Jabatan	Jumlah (orang)
1.	<i>Branch Manager</i>	1
2.	Administrasi	2
3.	<i>Supervisor</i>	1
4.	<i>Cashier</i>	1
5.	<i>Van Salesman</i>	2
6.	<i>Van Driver</i>	3
7.	<i>Warehouse</i>	1
8.	<i>Warehouses Helper</i>	2
<b>Jumlah</b>		<b>13</b>

Sumber : Data Primer PT. Panahmas Cendrawasih, 2001

Dari Tabel 1 terlihat bahwa setiap jabatan dipegang oleh karyawan yang disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan dan aktivitas yang dilakukan oleh bagian tersebut dituntut untuk mampu melaksanakan tugas-tugas yang dibebankan, sehingga pihak perusahaan dalam merekrut karyawan didasarkan pada kebutuhan perusahaan dan mengefisienkan tenaga kerja.

Selanjutnya salah satu tolak ukur dalam merekrut karyawan dengan melihat tingkat pendidikan dari calon karyawan tersebut. Adapun jumlah karyawan berdasarkan tingkat pendidikan pada PT. Panahmas Cendrawasih Cabang Makassar dapat dilihat pada Tabel 2.

**Tabel 2. Jumlah Karyawan PT. Panahmas Cendrawasih Cabang Makassar Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)
1.	Sarjana S-1	3
2.	Sarjana Muda	3
3.	Sekolah Menengah Atas/Sederajat	5
4.	Sekolah Menengah Pertama/Sederajat	2
<b>Jumlah</b>		<b>13</b>

*Sumber : Data Primer PT. Panahmas Cendrawasih, 2001*

Dari Tabel 2 terlihat bahwa PT. Panahmas Cendrawasih Cabang Makassar memiliki karyawan yang tingkat pendidikannya bervariasi yang direkrut setelah mengikuti seleksi yang dilakukan perusahaan, mulai dari tingkat SMP/Sederajat sampai tingkat sarjana, ini berarti bahwa dalam merekrut

karyawan, perusahaan sangat memperhatikan tingkat pendidikan yang sangat menunjang dalam kelancaran dari jabatan yang nantinya akan dipegang.

Dengan adanya seleksi dari calon karyawan dengan memperhatikan tingkat pendidikan yang nantinya dimungkinkan benar-benar akan memberikan tenaga kerja yang potensial, hal ini sesuai dengan pendapat Swastha dan Sukotjo (1993), bahwa agar supaya dapat diperoleh personalia sesuai dengan kualifikasi yang telah ditetapkan, maka perlu adanya seleksi terlebih dahulu. Proses seleksi ini merupakan usaha untuk memilih diantara sekian banyak calon personalia yang benar-benar memenuhi syarat.

#### 4.5 Fasilitas-fasilitas Perusahaan

Kelancaran setiap kegiatan di dalam perusahaan tentunya sangat ditunjang oleh fasilitas-fasilitas yang dapat mendukung tercapainya tujuan perusahaan. Adapun fasilitas-fasilitas yang dimiliki PT. Panahmas Cendrawasih Cabang Makassar dapat dilihat pada Tabel 3.

**Tabel 3. Fasilitas-fasilitas yang Dimiliki oleh PT. Panahmas Cendrawasih Cabang Makassar**

No.	Jenis Fasilitas	Jumlah
1.	Kantor	1 unit
2.	Gudang	2 unit
3.	Mobil van	3 unit
4.	Motor	1 unit
5.	Telepon	2 unit
6.	Komputer	1 unit
7.	Brankas	2 buah

Sumber : Data Primer PT. Panahmas Cendrawasih, 2001

Selain fasilitas tersebut, PT. Panahmas Cendrawasih dilengkapi pula dengan adanya perlengkapan administrasi, perlengkapan perabotan kantor, listrik dan berbagai fasilitas lainnya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

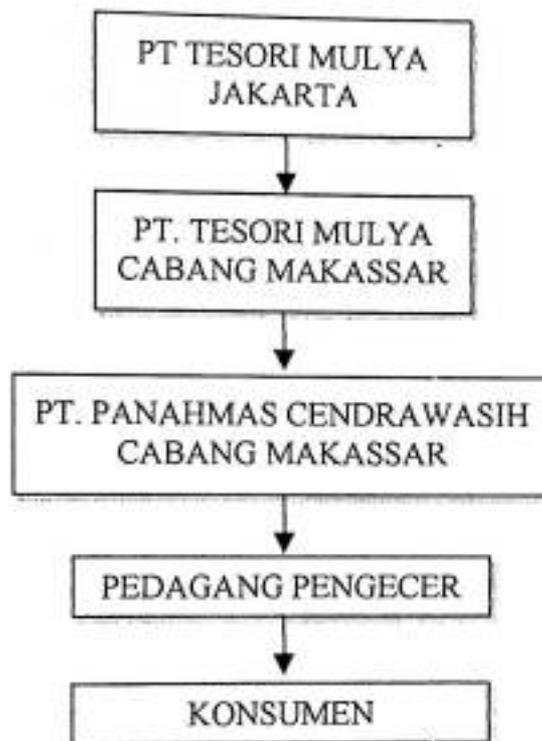
### 5.1. Saluran Distribusi Susu Bendera Bubuk Instan

Sebagian besar produsen tidak langsung menjual barang mereka ke pemakai akhir. Diantara produsen dan pemakai terdapat suatu saluran pemasaran, sekumpulan perantara pemasaran yang melakukan berbagai fungsi dan menyanggah berbagai nama.

Saluran pemasaran adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi (Kotler, 1997).

PT. Panahmas Cendrawasih dalam memasarkan susu bendera bubuk instan menggunakan perantara. Penggunaan perantara dimaksudkan untuk menyediakan barang-barang secara luas dan mudah diperoleh pasar sasaran. Hal ini sesuai dengan pernyataan Kotler (1998), bahwa perantara melancarkan arus barang dan jasa, prosedur ini diperlukan untuk menjembatani ketidaksesuaian antara berbagai barang dan jasa yang dihasilkan produsen dan bermacam barang yang diminta konsumen. Ketidaksesuaian itu timbul dari kenyataan bahwa produsen biasanya menghasilkan sejumlah besar barang dengan keragaman terbatas, sedangkan konsumen biasanya hanya menginginkan jumlah terbatas dari banyak ragam barang.

Untuk lebih jelasnya tentang saluran distribusi susu bendera bubuk instan pada PT. Panahmas Cendrawasih dapat dilihat pada Gambar 2.



**Gambar 2. Saluran Distribusi Susu Bendera Bubuk Instan pada PT. Panahmas Cendrawasih Makassar**

Dari Gambar 2 terlihat bahwa saluran distribusi yang digunakan oleh PT. Panahmas Cendrawasih adalah saluran distribusi yang sangat pendek, dimana produknya sebelum sampai ke konsumen hanya menggunakan satu perantara yaitu pedagang pengecer. Saluran distribusi dengan model seperti ini merupakan saluran tingkat satu (*one level chanel*). Hal ini sesuai pernyataan Kotler (1987) yang menyatakan bahwa saluran distribusi tingkat satu adalah saluran yang menggunakan perantara, dalam pasar konsumsi perantara ini adalah pengecer. Dengan menggunakan jalur distribusi yang pendek, maka perusahaan berusaha menekan harga produk sehingga dapat tetap terjangkau oleh konsumen. Karena apabila jalur distribusi yang digunakan panjang dan produk banyak

mengalami perpindahan tangan maka dapat menyebabkan harga produk menjadi tinggi.

Saluran distribusi yang digunakan oleh PT. Panahmas Cendrawasih adalah saluran distribusi tradisional. Karena PT. Tesori Mulya sebagai produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah yang besar kepada PT. Panahmas Cendrawasih sebagai agen yang kemudian menjualnya ke pedagang pengecer. Pembelian oleh konsumen dilayani oleh pengecer. Hal ini sesuai dengan pernyataan Swastha dan Sukotjo (1993) yang menyatakan, bahwa saluran distribusi yang banyak dipakai oleh produsen barang konsumsi dinamakan sebagai saluran distribusi tradisional. Disini, produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar kepada pedagang besar saja, tidak menjual kepada pengecer. Pembelian oleh pengecer dilayani pedagang besar, dan pembelian oleh konsumen dilayani pengecer saja.

Untuk mencapai konsumen akhir, maka PT. Panahmas Cendrawasih dalam pemasaran susu bendera bubuk instan menggunakan pengecer (*retailer*) sebagai perantara. Yang berperan sebagai pedagang pengecer (*retailer*) adalah toko yang terdiri dari empat tipe yaitu toko fws (*grosir*), toko tipe l seperti Gemilang, Cemerlang; toko tipe m seperti Utama dan toko tipe s yaitu los-los di pasar.

## 5.2. Harga

Setiap orang yang hendak memiliki suatu barang dalam masyarakat modern, harus mengeluarkan sejumlah uang sebagai penukar dari barang

tersebut. Jumlah uang yang digunakan sebagai penukar dari barang tersebut adalah harga barang tersebut. Hal ini sesuai dengan pernyataan Winardi (1992), bahwa harga adalah jumlah nilai yang dipertukarkan oleh konsumen, untuk mendapatkan manfaat dari penggunaan barang dan jasa-jasa. Dari definisi ini terlihat konsep yang saling berhubungan yaitu harga, nilai dan manfaat. Manfaat adalah atribut suatu produk yang mempunyai kemampuan untuk memuaskan keinginan. Sedangkan nilai adalah ukuran kuantitatif/bobot suatu produk yang dapat dipertukarkan dengan produk lain.

Adapun perubahan harga susu bendera bubuk instan pada PT. Panahmas Cendrawasih dapat dilihat pada Tabel 4.

**Tabel 4. Trend Perubahan Harga Susu Bendera Bubuk Instan pada PT. Panahmas Cendrawasih Cabang Makassar**

No	Waktu Perubahan Harga	Harga/Karton	
		200 gr (Rp)	400 gr (Rp)
1.	13 Desember 1999	151.920	301.320
2.	6 Maret 2000	153.000	303.000
3.	8 Mei 2000	155.500	310.000
4.	14 Agustus 2000	158.540	315.000
5.	16 Oktober 2000	167.760	330.840
6.	29 Januari 2001	172.200	339.840

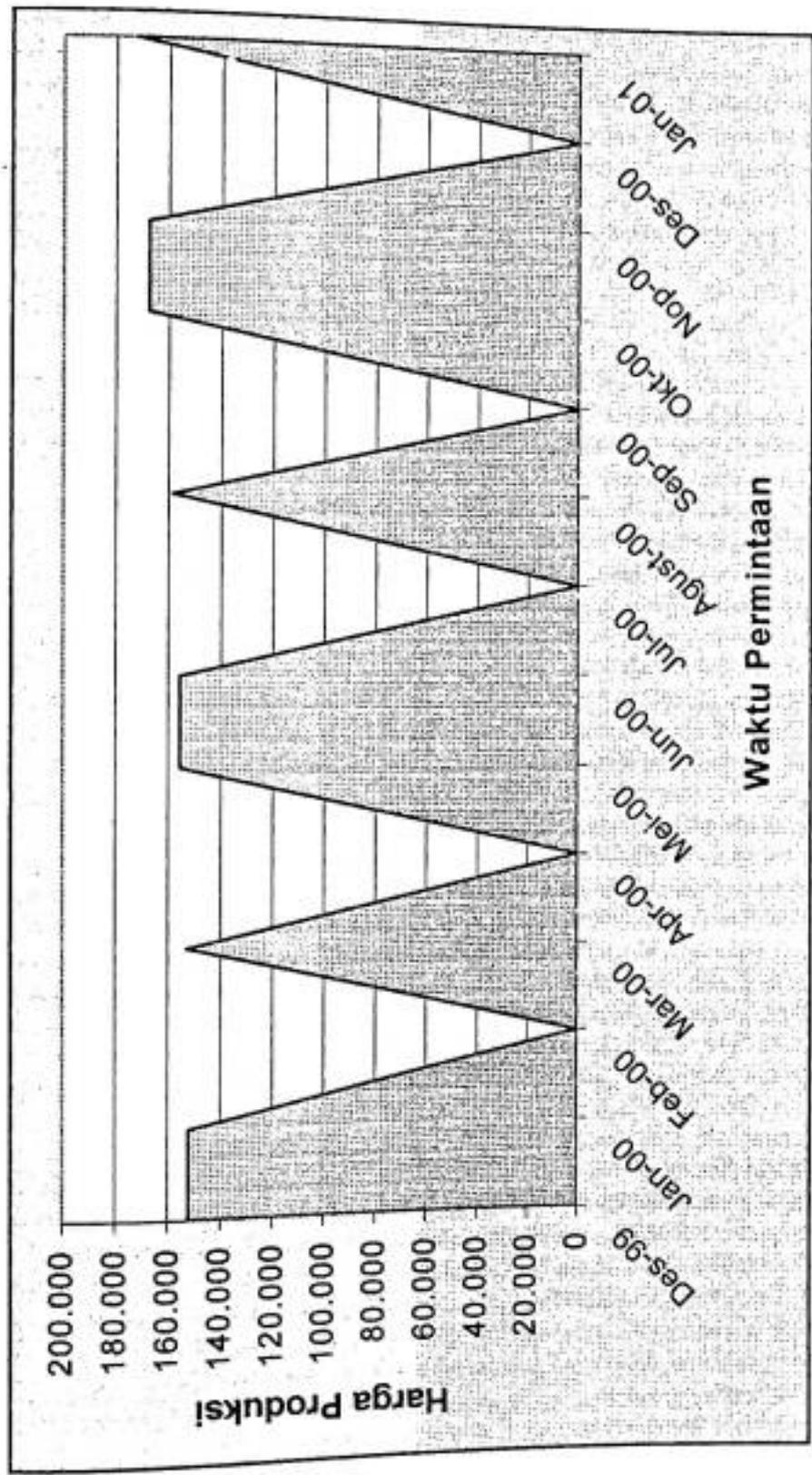
Sumber : Data Primer PT. Panahmas Cendrawasih, 2001

Pada Tabel 4. terlihat bahwa harga susu bendera bubuk instan, baik ukuran 200 gr maupun 400 gr, senantiasa mengalami kenaikan harga. Hal ini disebabkan karena kenaikan biaya utamanya biaya bahan baku susu bendera bubuk instan dan biaya pengangkutan. Hal ini sesuai dengan pernyataan Kotler (1987), bahwa suatu keadaan yang mendorong penyesuaian harga ke arah atas ialah inflasi biaya yang berlangsung terus menerus. Setiap kenaikan biaya yang tidak diiringi penambahan produktivitas mengurangi margin laba dan mendorong perusahaan-perusahaan untuk mengadakan kenaikan harga secara berkala. Seringkali harga dinaikkan dengan melebihi jumlah kenaikan biaya karena perlu mendahului inflasi selanjutnya dan menghindarkan pengendalian harga oleh pemerintah.

Variasi perubahan harga susu bendera bubuk instan ini dapat dilihat pada gambar grafik, dimana harga bergerak dari yang terkecil ke harga yang lebih besar.

Pada Gambar 3 terlihat adanya perbedaan dasar piramida, dimana piramida yang mempunyai dasar lebih besar menunjukkan jangka waktu berlakunya lebih lama jika dibandingkan dengan piramida yang mempunyai dasar yang lebih kecil yang berarti bahwa jangka waktu berlakunya harga lebih singkat. Pada harga Rp. 151.920 dan Rp. 155.500 dasar piramidanya lebih besar karena pada harga tersebut jangka waktu berlakunya selama 3 bulan. Sedangkan pada harga Rp. 153.000, Rp. 158.000 dan Rp. 167.760 dasar piramidanya lebih kecil karena jangka waktu berlakunya harga hanya 2 bulan.

Perubahan Harga Susu Bendera Bubuk Instan 200 gr



Gambar 3. Grafik Perubahan Harga Susu Bendera Bubuk Instan pada PT. Panahmas Cendrawasih, 2001

Perbedaan dasar piramida yang menunjukkan perbedaan jangka waktu berlakunya harga jual terlihat pada Gambar 4. Dimana jangka waktu berlakunya harga selama 3 bulan, maka dasar piramidanya lebih besar, sebaliknya jika jangka waktu berlakunya harga hanya selama 2 bulan, maka dasar piramidanya juga lebih kecil.

Dalam menetapkan harga jual untuk susu bendera bubuk instan, PT. Panahmas menyesuaikan dengan penetapan harga jual pada PT. Tesori Mulya Cabang Makassar, ditambah dengan biaya pemasaran.

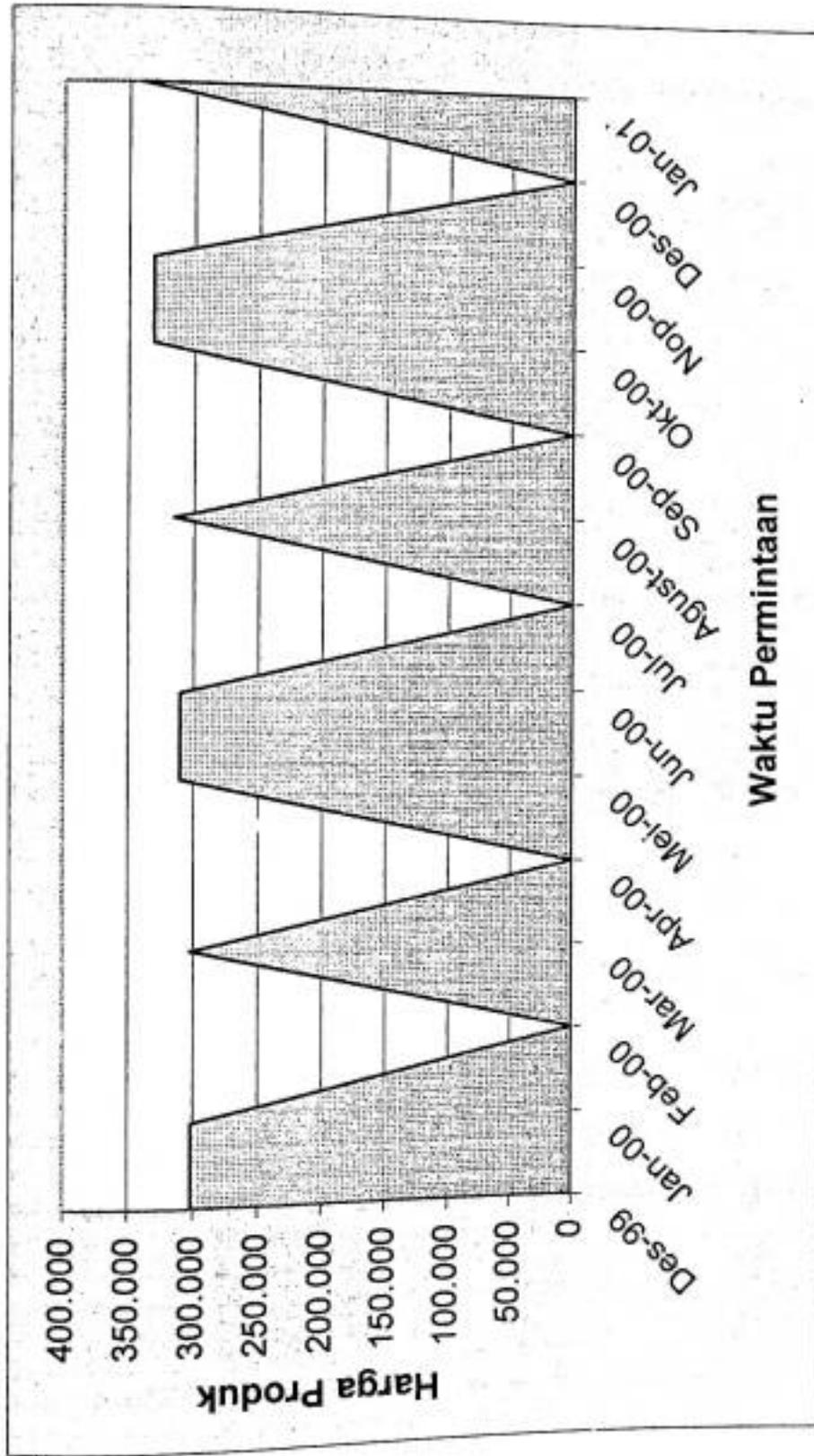
Kebijakan yang ditempuh oleh pihak PT. Panahmas Cendrawasih dalam hal pembayaran adalah dengan memberikan kemudahan pembayaran kepada pembeli. Para pembeli dapat membayar secara tunai dan kredit. Untuk pembayaran secara tunai dapat dilakukan melalui pembayaran langsung kepada PT. Panahmas Cendrawasih atau melalui giro. Sedangkan pembayaran secara kredit, harus memenuhi syarat atau melakukan perjanjian antara pihak perusahaan dengan pembeli yang bersangkutan.

### **5.3. Perkembangan Volume Permintaan Susu Bendera Bubuk Instan**

Kegunaan suatu barang akan menimbulkan keinginan, dan keinginan ini pada gilirannya akan membuahkan permintaan. Ringkasnya, kegunaan suatu barang akan menimbulkan permintaan.

Permintaan adalah berbagai kombinasi harga dan jumlah yang menunjukkan jumlah sesuatu barang yang ingin dan dapat dibeli oleh konsumen pada berbagai tingkat harga untuk suatu produk tertentu (Nopirin, 1999).

Perubahan Harga Susu Bendera Bubuk Instan 400 gr



Gambar 4. Grafik Perubahan Harga Susu Bendera Bubuk Instan pada PT. Panahmas Cendrawasih, 2001

Permintaan susu bendera bubuk instan pada PT. Panahmas Cendrawasih, baik yang ukuran 200 gr maupun ukuran 400 gr, senantiasa mengalami perubahan. Pada tingkat harga yang lebih rendah jumlah susu bendera bubuk instan yang diminta lebih besar dibanding pada tingkat harga yang tinggi. Adapun perkembangan volume permintaan susu bendera bubuk instan akan dibahas sebagai berikut.

**a. Susu Bendera Bubuk Instan Ukuran 200 gr**

Jumlah permintaan susu bendera bubuk instan ukuran 200 gr pada PT. Panahmas Cendrawasih dapat dilihat pada Tabel 5.

**Tabel 5. Realisasi Jumlah Permintaan Susu Bendera Bubuk Instan Kotak Ukuran 200 gr pada PT. Panahmas Cendrawasih Cabang Makassar**

No.	Tanggal Berlakunya Harga	Harga (Rp/Karton)	Permintaan (Karton)	Kenaikan/ penurunan permintaan
1.	13 Desember 1999	151.920	51	0
2.	6 Maret 2000	153.000	50	-1
3.	8 Mei 2000	155.000	41	-9
4.	14 Agustus 2000	158.540	36	-5
5.	16 Oktober 2000	167.760	27	-9
6.	29 Januari 2001	172.200	25	-2

Sumber : Data Primer PT. Panahmas Cendrawasih, 2001

Tabel 5 menunjukkan, bahwa volume permintaan produk oleh pembeli dalam hal ini pedagang pengecer, pada setiap perubahan harga senantiasa mengalami penurunan. Pada harga terendah yaitu sebesar Rp. 151.920.- permintaan mencapai 51 karton sedangkan pada harga tertinggi Rp. 172.200.- permintaan hanya sebesar 25 karton. Dari keadaan ini dapat dijabarkan bahwa pada dasarnya, pada tingkat harga yang lebih tinggi permintaan atas barang tersebut akan berkurang demikian pula sebaliknya, pada tingkat harga yang rendah permintaan atas barang tersebut akan meningkat. Hal ini didukung oleh pendapat Downey dan Ericson (1992) yang menyatakan, bahwa bila harga naik maka jumlah barang yang ingin dibeli konsumen cenderung berkurang. Demikian pula halnya dengan yang dikemukakan oleh Partadireja (1996), bahwa dalam kehidupan sehari-hari kita melihat bahwa seringkali seseorang merasa ragu-ragu untuk membeli sesuatu barang kalau harga barang itu naik, atau sekurang-kurangnya dia membeli juga tapi dengan jumlah yang makin sedikit. Demikian pula kalau harga turun orang-orang yang sama akan membeli dengan jumlah yang lebih banyak, dan orang-orang yang tadinya tidak membeli akan mampu membelinya.

Untuk melihat kurva permintaan susu bendera bubuk instan ukuran 200 gr dapat dilihat pada Gambar 5.

Gambar 5 menunjukkan, bahwa kurva permintaan berjalan dari kanan bawah ke kiri atas atau dari kiri atas ke kanan bawah (tergantung pada dari mana mulai memandangnya). Bentuk kurva permintaan seperti ini karena terdapat

perkaitan yang negatif antara harga dan jumlah barang yang diminta, yaitu makin tinggi harga produk maka jumlah yang diminta oleh pembeli cenderung lebih sedikit.

**b. Susu Bendera Bubuk Instan Ukuran 400 gr**

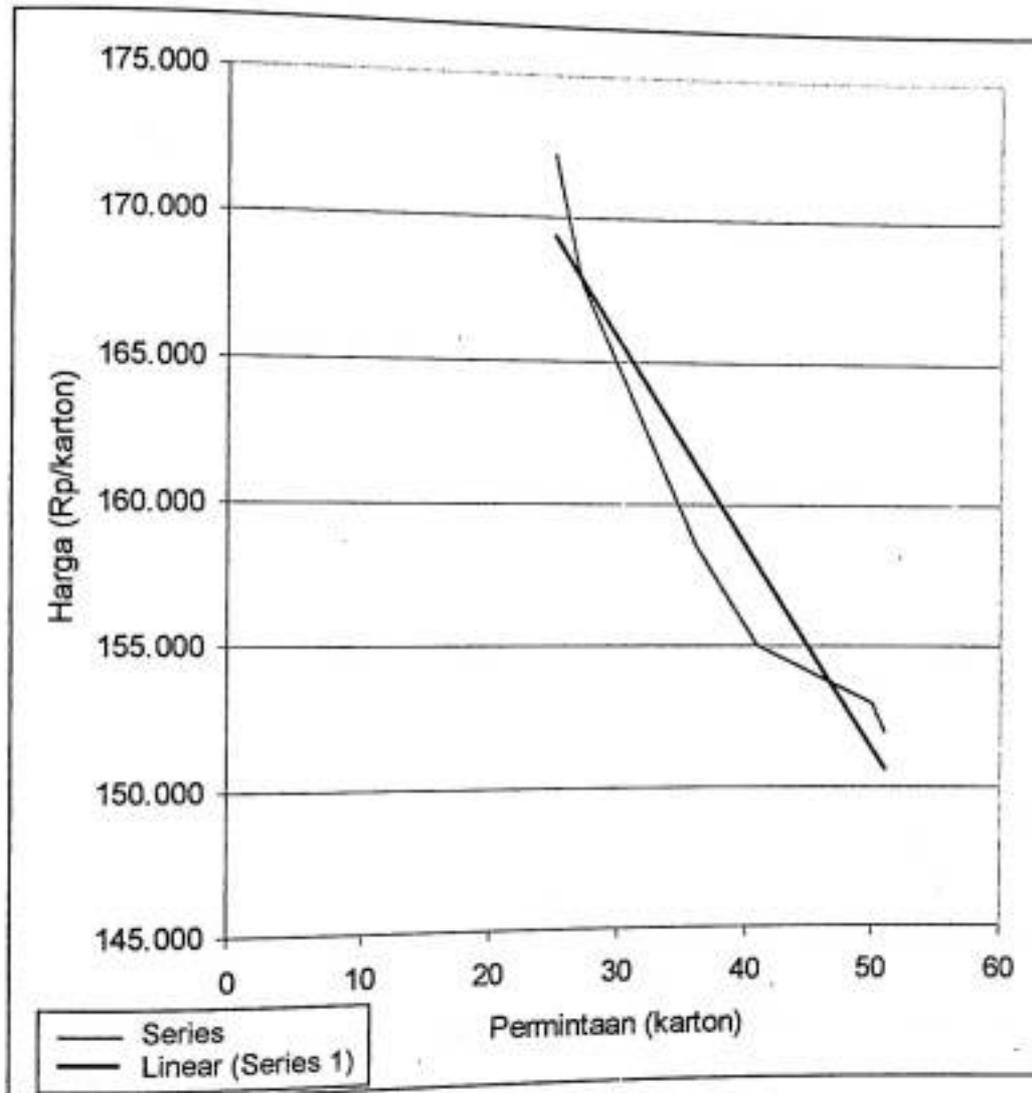
Jumlah permintaan susu bendera bubuk instan ukuran 400 gr pada PT. Panahmas Cendrawasih dapat dilihat pada Tabel 6.

**Tabel 6. Realisasi Jumlah Permintaan Susu Bendera Bubuk Instan Kotak Ukuran 400 Gr pada PT. Panahmas Cendrawasih Cabang Makassar**

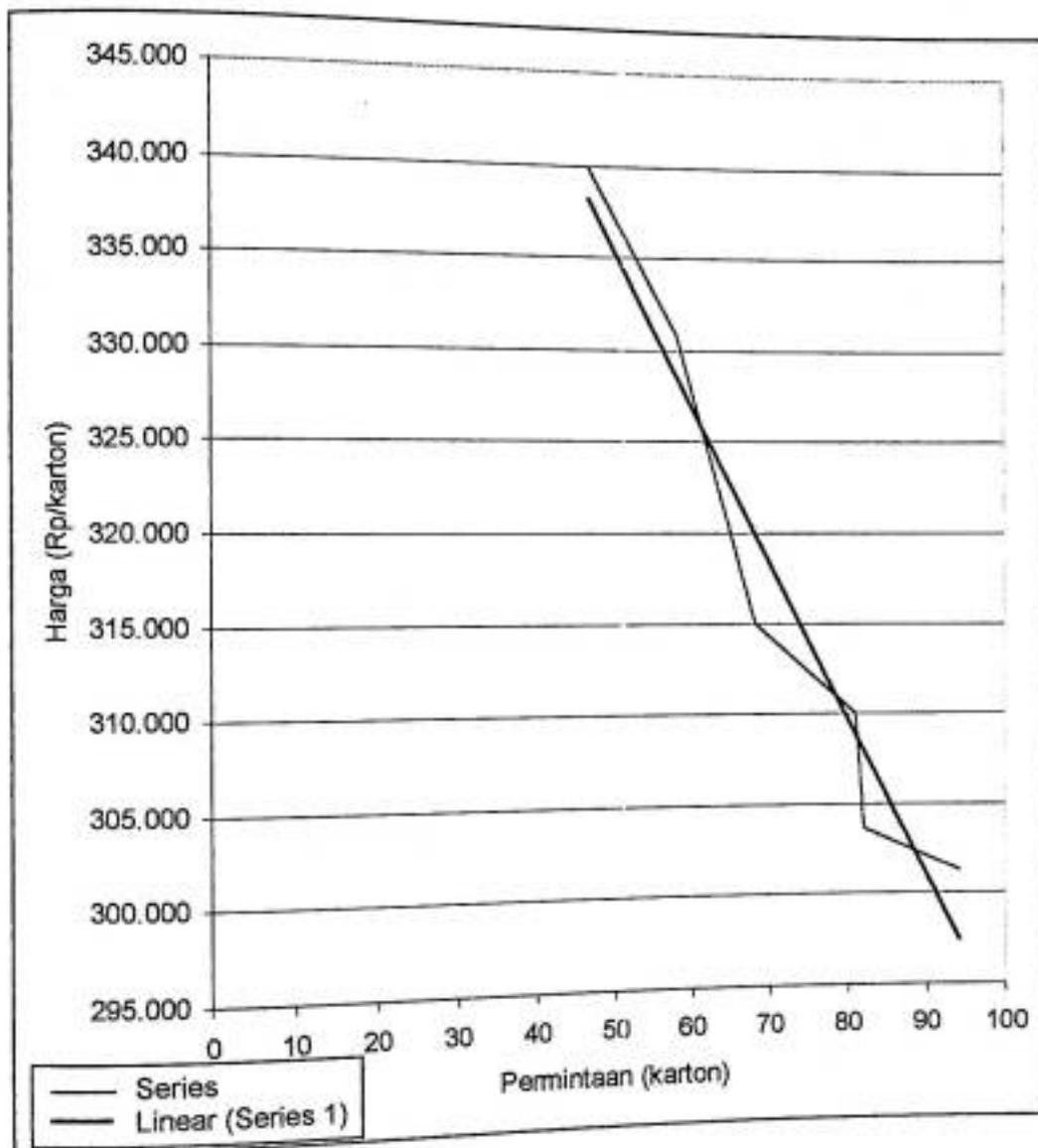
No.	Tanggal Berlakunya Harga	Harga (Rp/Karton)	Permintaan (Karton)	Kenaikan/ penurunan permintaan
1.	13 Desember 1999	301.320	94	0
2.	6 Maret 2000	303.600	82	-12
3.	8 Mei 2000	310.000	81	-1
4.	14 Agustus 2000	315.000	68	-13
5.	16 Oktober 2000	330.840	58	-10
6.	29 Januari 2001	339.840	47	-11

*Sumber : Data Primer PT. Panahmas Cendrawasih, 2001*

Dari Tabel 6 terlihat, bahwa volume permintaan susu bendera bubuk instan ukuran 400 gr lebih banyak dibanding permintaan susu bendera bubuk instan ukuran 200 gr. Ini disebabkan karena susu bendera bubuk instan ukuran 400 gr lebih hemat dibanding dengan ukuran 200 gr.



Gambar 5. Kurva Permintaan Susu Bendera Bubuk Instan 200 gr pada PT. Panahmas Cendrawasih, 2001.



Gambar 6. Kurva Permintaan Susu Bendera Bubuk Instan 400 gr pada PT. Panahmas Cendrawasih, 2001.

Volume permintaan akan produk ini juga senantiasa mengalami penurunan. Volume permintaan tertinggi yaitu sebesar 94 karton pada harga Rp. 301.320.- dan volume permintaan terendah yaitu sebesar 47 karton pada harga Rp. 339.840.-

Perkembangan volume permintaan susu bendera bubuk instan ukuran 400 gr juga terlihat pada Gambar 6, dimana kurva permintaan menaik dari kanan bawah ke kiri atas. Hal ini berarti bahwa terdapat perkaitan yang negatif antara harga dan jumlah barang yang diminta, yaitu makin tinggi harga produk maka jumlah yang diminta makin sedikit.

#### **5.4. Elastisitas Permintaan Susu Bendera Bubuk Instan Kotak Terhadap Perubahan Harga**

Elastisitas permintaan merupakan ukuran kepekaan kuantitas yang diminta pada setiap perubahan harga. Makin tinggi harga akan semakin sedikit barang yang diminta. Makin sedikit yang diminta disebabkan karena pembeli cenderung untuk membeli barang dengan jumlah yang makin sedikit bahkan pembeli mencari barang substitusi yang mempunyai fungsi yang sama dengan harga yang lebih rendah.

Untuk lebih jelasnya tentang bagaimana reaksi permintaan susu bendera bubuk instan kotak akan dibahas sebagai berikut :

**a. Susu Bendera Bubuk Instan Ukuran 200 gr**

Susu bendera bubuk instan merupakan susu bubuk yang direkombinasi dari susu sapi, susu skin bubuk, lemak susu, lesitin soya dan vitamin. Susu jenis ini bisa dikonsumsi oleh anak umur 1 – 9 tahun, remaja dan dewasa.

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh perubahan harga terhadap perubahan permintaan susu bendera bubuk instan ukuran 200 gr dapat dilihat dari tingkat elastisitasnya. Elastisitas dari masing-masing permintaan per perubahan harga dapat dilihat pada Tabel 7.

**Tabel 7. Elastisitas Permintaan Susu Bendera Bubuk Instan Ukuran 200 gr Terhadap Perubahan Harga pada PT. Panahmas Cendrawasih Cabang Makassar**

No.	Harga Produk (Rp/Karton)	Permintaan (Karton)	Elastisitas
	(P)	(Q)	
1.	151.920	51	0
2.	153.000	50	-2,79
3.	155.500	41	-12,30
4.	158.540	36	-6,70
5.	167.760	27	-5,05
6.	172.200	25	-2,94

Sumber : Hasil Olahan Data Primer, 2001

Dari Tabel 7, terlihat bahwa koefisien elastisitas setiap permintaan per perubahan harga yang tertinggi terjadi pada tingkat harga Rp. 155.500.- dengan

volume permintaan sebesar 41 karton, dengan nilai koefisien elastisitas  $E_d = -12,20$ . Sedangkan koefisien elastisitas yang terkecil  $E_d = -2,79$  terjadi pada harga Rp. 153.000.- dengan volume permintaan sebesar 50 karton. Tampak di sini bahwa nilai koefisien permintaan yang terbesar  $E_d = -12,20$ , menunjukkan permintaan produk oleh pembeli sangat peka terhadap perubahan harga, apabila dibandingkan dengan nilai elastisitas permintaan yang lebih kecil,  $E_d = -2,79$ . Di sini perlu juga diketahui bahwa koefisien elastisitas permintaan ( $E_d$ ) adalah bernilai negatif. Kelana (1994) menyatakan, bahwa hubungan antara harga dan jumlah yang diminta adalah berbanding terbalik, untuk barang normal. Maka akan ditemukan semua nilai elastisitas permintaan terhadap harga adalah negatif.

Untuk mengetahui koefisien elastisitas secara keseluruhan, koefisien determinasi dan korelasi dari permintaan susu bendera bubuk instan ukuran 200 gr dapat dilihat pada Tabel 8.

**Tabel 8. Hasil Analisa Pengaruh Perubahan Harga Terhadap Permintaan Susu Bendera Bubuk Instan Ukuran 200 gr pada PT. Panahmas Cendrawasih Cabang Makassar**

	Koefisien Regresi	$r^2$	$r$
Const.	-5,216 70,305	0,969	0,984

Sumber : Hasil Olahan Data Primer, 2001

Dari Tabel 8 dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut :

$$\ln Q = 70,305 - 5,216 \ln P$$

Angka-angka yang diperoleh dari hasil perhitungan tersebut dapat diartikan sebagai berikut :

Nilai  $b = -5,216$  merupakan koefisien elastisitas yang menunjukkan bahwa permintaan susu bendera bubuk instan ukuran 200 gr pada PT. Panahmas Cendrawasih adalah elastis terhadap perubahan harga. Hal ini sesuai dengan pernyataan Kadariah (1994), bahwa untuk makanan sebagai keseluruhan, permintaan adalah inelastis sepanjang sederetan panjang harga (over a large price range). Tetapi ini tidak berarti bahwa setiap bahan makanan merupakan suatu keperluan (necessity) dalam arti yang sama. Masing-masing bahan makanan dapat mempunyai permintaan yang termasuk elastis.

Nilai koefisien elastisitas  $-5,216$  berarti bahwa setiap kenaikan harga sebesar 1% mengakibatkan permintaan susu bendera bubuk instan turun sebesar 5,216%. Boediono (1993) menyatakan, bahwa elastisitas harga dari permintaan biasanya mempunyai tanda negatif, yaitu kenaikan harga sebesar satu persen akan diikuti penurunan permintaan sebesar  $x$  persen.

Dari Tabel 8, terlihat bahwa koefisien korelasi sederhana ( $r$ ) menunjukkan angka 0,984. Ini berarti bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat antara variabel harga dan variabel permintaan, dimana bila terjadi kenaikan harga maka permintaan produk akan turun.

Berdasarkan Tabel 9, juga terlihat bahwa nilai koefisien determinasi ( $r^2$ ) adalah sebesar 0,969, yang berarti bahwa pengaruh variabel harga terhadap variasi (naik turunnya) variabel permintaan sebesar 96,9% sedangkan sisanya yang sebesar 3,1% disebabkan oleh faktor-faktor lainnya, selain harga. Kelana

(1996) menyatakan, bahwa sebenarnya elastisitas harga permintaan tidaklah dipengaruhi oleh perubahan harga itu saja, tetapi ada beberapa faktor lain pula yaitu :

- a. Keberadaan dan kedekatan substitusi dengan barang lain.
- b. Nilai guna dan kepentingan barang tersebut terhadap anggaran total konsumen.
- c. Rentang waktu untuk mengadakan penyesuaian terhadap perubahan harga.

**b. Susu Bendera Bubuk Instan Ukuran 400 gr**

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh perubahan harga terhadap perubahan permintaan susu bendera bubuk instan ukuran 400 gr dapat dilihat dari tingkat elastisitasnya. Elastisitas dari masing-masing permintaan per perubahan harga dapat dilihat pada Tabel 9.

**Tabel 9. Elastisitas Permintaan Susu Bendera Bubuk Instan Ukuran 400 gr Terhadap Perubahan Harga pada PT. Panahmas Cendrawasih Cabang Makassar**

No.	Harga Produk (Rp/Karton) (P)	Permintaan (Karton) (Q)	Elastisitas
		94	0
1.	301.320	82	-18,8
2.	303.600	81	-0,58
3.	310.000	68	-10,90
4.	315.000	58	-3,23
5.	330.840	47	-7,80
6.	339.840		

Sumber : Hasil Olahan Data Primer, 2001

Dari Tabel 9, terlihat bahwa koefisien elastisitas setiap permintaan per perubahan harga yang tertinggi terjadi pada tingkat harga Rp. 303.600 dengan jumlah permintaan sebesar 82 karton, dengan nilai koefisien elastisitas ( $E_d$ ) = -18,8. Sedangkan koefisien elastisitas yang terkecil  $E_d$  = -0,58 terjadi pada harga Rp. 310.000,0 dengan jumlah permintaan sebesar 81 karton. Tampak di sini bahwa nilai koefisien elastisitas permintaan yang terkecil  $E_d$  = -0,58, menunjukkan permintaan produk oleh pembeli kurang sensitif terhadap perubahan harga, apabila dibandingkan dengan nilai koefisien elastisitas permintaan yang lebih besar,  $E_d$  = -18,8. Gaspersz (1999) menyatakan, bahwa nilai koefisien elastisitas permintaan yang kecil akan memberikan gejala bahwa permintaan produk oleh konsumen kurang sensitif terhadap perubahan harga, sebaliknya semakin besar nilai dari koefisien elastisitas permintaan berarti permintaan produk oleh konsumen semakin sensitif terhadap perubahan harga.

Untuk mengetahui koefisien elastisitas secara keseluruhan, koefisien determinasi dan korelasi dari permintaan susu bendera bubuk instan ukuran 400 gr dapat dilihat pada Tabel 10.

**Tabel 10. Hasil Analisa Pengaruh Perubahan Harga Terhadap Permintaan Susu Bendera Bubuk Instan Ukuran 400 gr pada PT. Panahmas Cendrawasih Cabang Makassar**

	Koefisien Regresi	$r^2$	$r$
Const.	-5,799 73,084	0,964	0,982

Sumber : Hasil Olahan Data Primer, 2001

Berdasarkan Tabel 10, dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut :

$$\ln Q = 73,084 - 5,799 \ln P$$

Angka-angka yang diperoleh dari hasil perhitungan tersebut dapat diartikan sebagai berikut :

Nilai  $b = -5,799$  merupakan koefisien elastisitas yang berarti bahwa hubungan antara harga dan permintaan adalah elastis. Angka ini juga menjelaskan bahwa setiap kenaikan harga 1% akan mengakibatkan permintaan produk turun sebesar 5,799%.

Dari Tabel 10, terlihat bahwa koefisien korelasi sederhana ( $r$ ) adalah 0,982, yang berarti bahwa terhadap hubungan yang sangat kuat antara variabel harga dan variabel permintaan, dimana bila terjadi kenaikan harga maka permintaan terhadap produk akan turun.

Berdasarkan perhitungan tersebut terlihat juga bahwa nilai koefisien determinasi ( $r^2$ ) adalah 0,964, yang berarti bahwa pengaruh variabel harga terhadap variasi (naik turunnya) variabel permintaan sebesar 96,4%. Sedangkan sisanya yang sebesar 3,6% dipengaruhi oleh variabel lain.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### 6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari pembahasan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

- Permintaan susu bendera bubuk instan terhadap perubahan harga, baik yang ukuran 200 gr maupun 400 gr adalah elastis.
- Terdapat hubungan yang sangat kuat ( $r$ ) antara variabel harga dan variabel permintaan, baik pada susu bendera bubuk instan ukuran 200 gr maupun ukuran 400 gr.
- Pengaruh variabel harga terhadap variasi (naik turunnya) permintaan pada susu bubuk instan ukuran 200 gr sebesar 96,9%, dan sisanya yang 3,1% dipengaruhi oleh variabel lain. Sedangkan pada susu bendera bubuk instan ukuran 400 gr pengaruh variabel harga terhadap variasi permintaan sebesar 96,4% dan sisanya yang 3,6% disebabkan oleh variabel lain.

### 6.2. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada PT. Panahmas Cendrawasih, maka disarankan pada :

- Pihak PT. Panahmas Cendrawasih hendaknya betul-betul mempertimbangkan berbagai berbagai hal dalam penetapan harga jual, mengingat nilai elastisitas susu bendera bubuk instan yang tinggi.

## DAFTAR PUSTAKA

- AAK. 1995. *Beternak Sapi Perah*. Penerbit Kanisius, Yogyakarta, Hal. 66-67.
- Buckle, K.A., R.A., Edwards, G.H. Fleet, dan M. Wootton. 1987. *Ilmu Pangan*. Cetakan Kedua. Penerbit Universitas Indonesia (UI Press), Jakarta, Hal. 283-284.
- Boediono, 1993. *Ekonomi Mikro*. BPFE, Yogyakarta.
- Dumairy. 1993. *Matematika Terapan Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Penerbit BPFE, Yogyakarta, Hal. 220-222.
- Gaspersz, V. 1999. *Ekonomi Manajerial*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Gujarati, D, dan Zain. 1995. *Ekonometrika Dasar*. Edisi Ketiga, Penerbit Erlangga, Jakarta, Hal. 49-50.
- Hadiwiyoto, S. 1993. *Hasil-Hasil Olahan Susu, Ikan, Daging dan Telur*, Penerbit Liberty, Yogyakarta, Hal. 15-16.
- Kadariah. 1994. *Teori Ekonomi Mikro*. Edisi Revisi. Lembaga Penerbit. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta. Hal. 30.
- Kelana, S. 1996. *Ekonomi Mikro*, Cetakan Kedua, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Kotler, P. 1993. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Edisi Ketujuh. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta, Hal. 335.
- . 1997. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Edisi Revisi, Penerbit PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Lipsey, G.R. dan P.O. Steiner. 1993. *Pengantar Mikro Ekonomi*. Jilid I, Penerbit Erlangga, Jakarta, Hal. 66-67.
- Mubyarto, 1995. *Pengantar Ekonomi Pertanian*, Cetakan IV, LP3ES, Jakarta. Hal. 143-146.
- Musselman, V. A dan J. H. Jackson, 1993. *Pengantar Ekonomi Perusahaan*. Jilid I. Penerbit Erlangga, Jakarta. Hal 333-336.

- Nopirin. 1999. *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro dan Mikro*. Edisi Pertama. BPFE. Yogyakarta. Hal. 38 – 41.
- Nicholson, W. 1995. *Teori Ekonomi Mikro "Prinsip Dasar dan Pengembangannya"*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Partadireja, A. 1996. *Pengantar Ekonomika*. Edisi Keempat. BPFE, Yogyakarta. Hal. 185 – 188.
- Rasyaf, M. 1995. *Pengelolaan Usaha Peternakan Ayam Pedaging*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, Hal. 114-117.
- Sukirno, S. 1994. *Pengantar Teori Mikro Ekonomi*. Edisi Kedua. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta. Hal. 100-109.
- , 1997. *Pengantar Teori Mikro Ekonomi*. Cetakan Ketujuh, Edisi Kedua. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta. Hal. 76 dan 111.
- Swastha, B., dan I. Sukotjo. 1993. *Pengantar Bisnis Modern (Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern)*. Edisi Ketiga. Penerbit Liberty Yogyakarta. Hal. 210-217.
- Winardi. 1992. *Harga dan Penetapan Harga Dalam Bidang Pemasaran*. Edisi revisi. PT. Citra Bandung, Hal. 30-37.

Lampiran 1. Standar Gizi Susu Bendera Bubuk Instan Kotak

No.	Komposisi	Nilai Gizi Rata-rata per 100 gr bubuk
	<b>Zat Gizi Utama</b>	
1.	Energi	496 kkal
2.	Lemak susu	26 g
3.	Protein	25 g
4.	Karbohidrat	40 g
5.	Mineral	5,8 g
6.	Lesitin soya	0,2 g
7.	Air	3 g
	<b>15 Vitamin</b>	
8.	Vitamin A	1500 I.U
9.	Vitamin D <sub>3</sub>	350 I.U
10.	Vitamin E	0,7 mg
11.	Vitamin K <sub>1</sub>	26 mcg
12.	Vitamin C	40 mcg
13.	Vitamin B <sub>1</sub>	750 mcg
14.	Vitamin B <sub>2</sub>	1416 mcg
15.	Niasin	500 mcg
16.	Vitamin B <sub>6</sub>	354 mcg
17.	Asam Folat	35 mcg
18.	Vitamin B <sub>12</sub>	4 mcg
19.	Biotin	21 mcg
20.	Asam Pantotenat	2620 mcg
21.	Kolin	106 mcg
22.	Inositol	32 mcg
	<b>12 Mineral</b>	
23.	Natrium	333 mg
24.	Kalium	1246 mg
25.	Kalsium	963 mg
26.	Fosfor	772 mg
27.	Magnesium	101 mg
28.	Besi	0,3 mg
29.	Zinc	3 mg
30.	Mangan	21 mcg
31.	Cuprum	21 mcg
32.	Klorida	786 mcg
33.	Lodium	26 mcg
34.	Selenium	11 mcg

Sumber : Data Primer PT. Panahmas Cendrawasih, 2001

**Lampiran 2. Data Permintaan Susu Bendera Bubuk Instan 200 Gr dan 400 Gr Per Perubahan Harga**

**Susu Bendera Bubuk Instan 200 Gr**

No.	Tanggal Berlakunya Harga	Harga Produk (Rp/Karton)	Permintaan (Karton)
1.	13 Desember 1999	151.920	51
2.	6 Maret 2000	153.000	50
3.	8 Mei 2000	155.500	41
4.	14 Agustus 2000	158.540	36
5.	16 Oktober 2000	167.760	27
6.	29 Januari 2001	172.200	25

Sumber : Data Primer PT. Panahmas Cendrawasih, 2001

**Susu Bendera Bubuk Instan 400 Gr**

No.	Tanggal Berlakunya Harga	Harga Produk (Rp/Karton)	Permintaan (Karton)
1.	13 Desember 1999	301.320	94
2.	6 Maret 2000	303.600	82
3.	8 Mei 2000	310.000	81
4.	14 Agustus 2000	315.000	68
5.	16 Oktober 2000	330.840	58
6.	29 Januari 2001	339.840	47

Sumber : Data Primer PT. Panahmas Cendrawasih, 2001

**Lampiran 3. Elastisitas Permintaan Susu Bendera Bubuk Instan 200 Gr dan 400 Gr Terhadap Perubahan Harga pada PT. Panahmas Cendrawasih**

**Susu Bendera Bubuk Instan 200 Gr**

No.	Harga Produk (Rp/Karton) P	Permintaan (Karton) (Q)	Kenaikan/ Penurunan Harga Produk	Kenaikan/ Penurunan Permintaan	Elastisitas
1.	151.920	51	0	0	0
2.	153.000	50	1.080	-1	-2,79
3.	155.500	41	2.500	-9	-12,20
4.	158.540	36	3.040	-5	-6,70
5.	167.760	27	9.220	-9	-5,05
6.	172.200	25	4.440	-2	-2,94

Sumber : Hasil Olahan dari Data Primer, 2001

**Susu Bendera Bubuk Instan 400 Gr**

No.	Harga Produk (Rp/Karton) P	Permintaan (Karton) (Q)	Kenaikan/ Penurunan Harga Produk	Kenaikan/ Penurunan Permintaan	Elastisitas
1.	301.320	94	0	0	0
2.	303.600	82	2.280	-12	-18,8
3.	310.000	81	6.400	-1	-0,58
4.	315.000	68	5.000	-13	-10,90
5.	330.840	58	15.840	-10	-3,23
6.	339.840	47	9.000	-11	-7,80

Sumber : Hasil Olahan dari Data Primer, 2001

Analisa Data Susu Bendera Bubuk Instan 400 gr

Harga Produk (Rp/Karton) X	Permintaan (Karton) Y	Harga Produk (Rp/Karton) LnX	Permintaan (Karton) Ln Y
301.320,00	94,00	12,6159281	4,543294782
303.600,00	82,00	12,62346632	4,406719247
310.000,00	81,00	12,64432758	4,394449155
315.000,00	68,00	12,66032792	4,219507705
330.840,00	58,00	12,70939015	4,060443011
339.840,00	47,00	12,7362302	3,850147602

Analisa Data Susu Bendera Bubuk Instan 200 gr

Harga Produk (Rp/Karton) X	Permintaan (Karton) Y	Harga Produk (Rp/Karton) LnX	Permintaan (Karton) Ln Y
151.920,00	51,00	11,93110935	3,931825633
153.000,00	50,00	11,9381932	3,912023005
155.500,00	41,00	11,95440101	3,713572067
158.540,00	36,00	11,97376221	3,583518938
167.760,00	27,00	12,03028967	3,295836866
172.200,00	25,00	12,05641187	3,218875825

# Analisis Susu Bendera Bubuk Instan 200 gr

## Regression

### Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y	3,6948	,3653	6
X	11,9830	4,891E-02	6

### Correlations

		Y	X
Pearson Correlation	Y	1,000	,936
	X	,936	1,000
Sig. (1-tailed)	Y	.	,003
	X	,003	.
N	Y	6	6
	X	6	6

### Variables Entered/Removed<sup>b</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X <sup>a</sup>	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,936 <sup>a</sup>	,876	,845	,1440	,876	28,155	1	4	,006

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

### Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95% Confidence Interval for B		Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part
		1	(Constant)	70,305			6,373		11,031	,000	52,610
	X	-5,216	,503	-.982	-10,365	,000	-6,613	-3,819	-.982	-.982	-.982

a. Dependent Variable: Y

### Coefficient Correlations<sup>a</sup>

Model		X
1	Correlations	X
	Covariances	X

a. Dependent Variable: Y

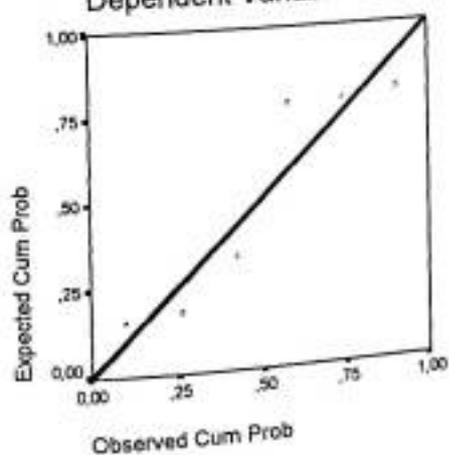
### Residuals Statistics<sup>a</sup>

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	3,8739	4,5014	4,2458	,2515	6
Residual	-5,54E-02	4,650E-02	1,044E-14	4,853E-02	6
Std. Predicted Value	-1,478	1,016	,000	1,000	6
Std. Residual	-1,021	,857	,000	,894	6

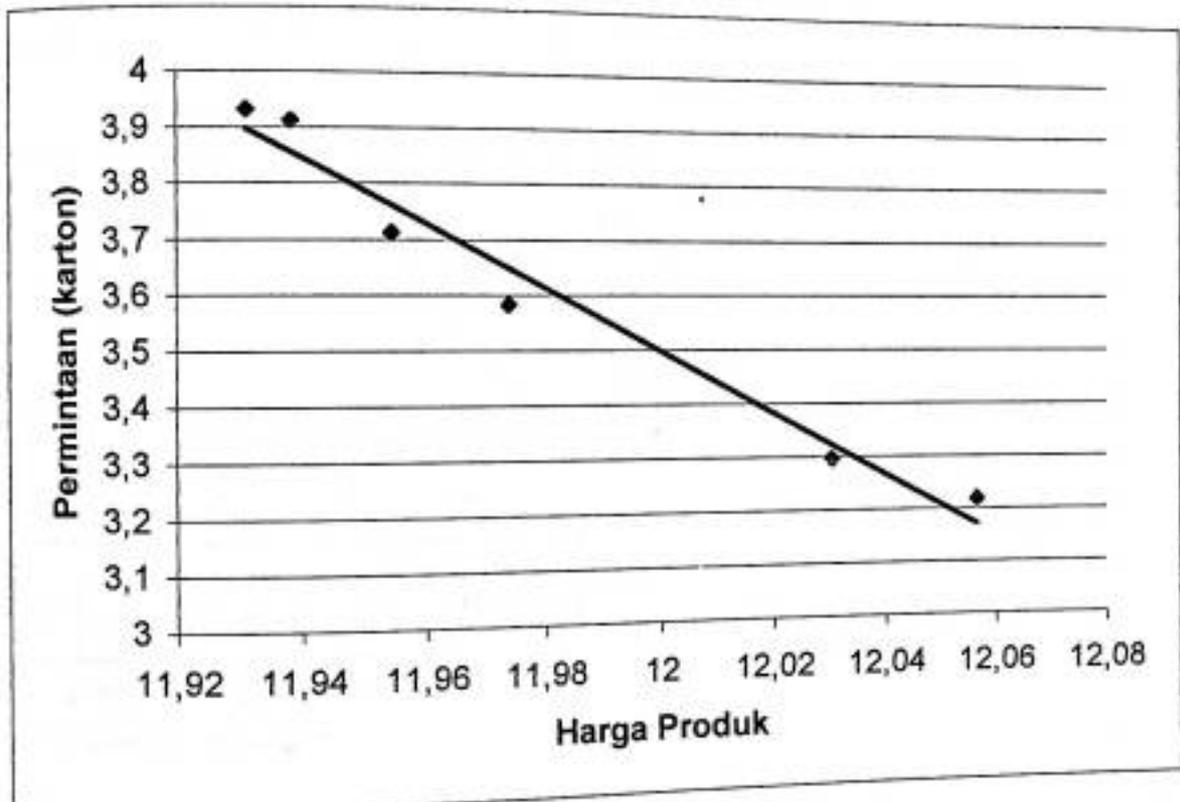
a. Dependent Variable: Y

### Charts

Normal P-P Plot of Regression Stand  
Dependent Variable: Y



Gambar 8. Kurva Hubungan Antara Permintaan dan Harga Susu Bendera Bubuk 200 gr Pada PT. Panahmas Cenrawasih



# Analisis Susu Bendera Bubuk Instan 400 gr

## Regression

### Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y	4,3642	,2308	6
X	12,6674	4,548E-02	6

### Correlations

		Y	X
Pearson Correlation	Y	1,000	,797
	X	,797	1,000
Sig. (1-tailed)	Y	,	,029
	X	,029	,
N	Y	6	6
	X	6	6

### Variables Entered/Removed<sup>b</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X <sup>a</sup>	,	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

### Model Summary<sup>a</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,797 <sup>a</sup>	,635	,544	,1558	,635	6,966	1	4	,058

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

### Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95% Confidence Interval for B		Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	73,084	6,192		11,802	,000	55,892	90,277			
	X	-5,799	,517	-.984	-11,219	,000	-7,234	-4,364	-.984	-.984	-.984

a. Dependent Variable: Y

### Coefficient Correlations<sup>a</sup>

Model		X	
1	Correlations	X	1,000
	Covariances	X	,267

a. Dependent Variable: Y

### Residuals Statistics<sup>a</sup>

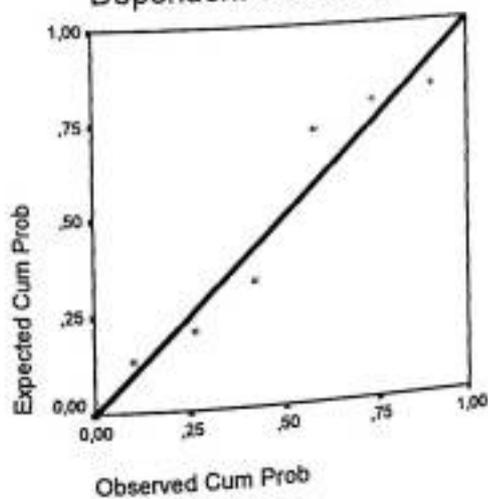
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	3,1702	3,8968	3,6093	,2979	6
Residual	-6,60E-02	5,629E-02	-1,15E-14	5,311E-02	6
Std. Predicted Value	-1,474	,965	,000	1,000	6
Std. Residual	-1,111	,948	,000	,894	6

a. Dependent Variable: Y

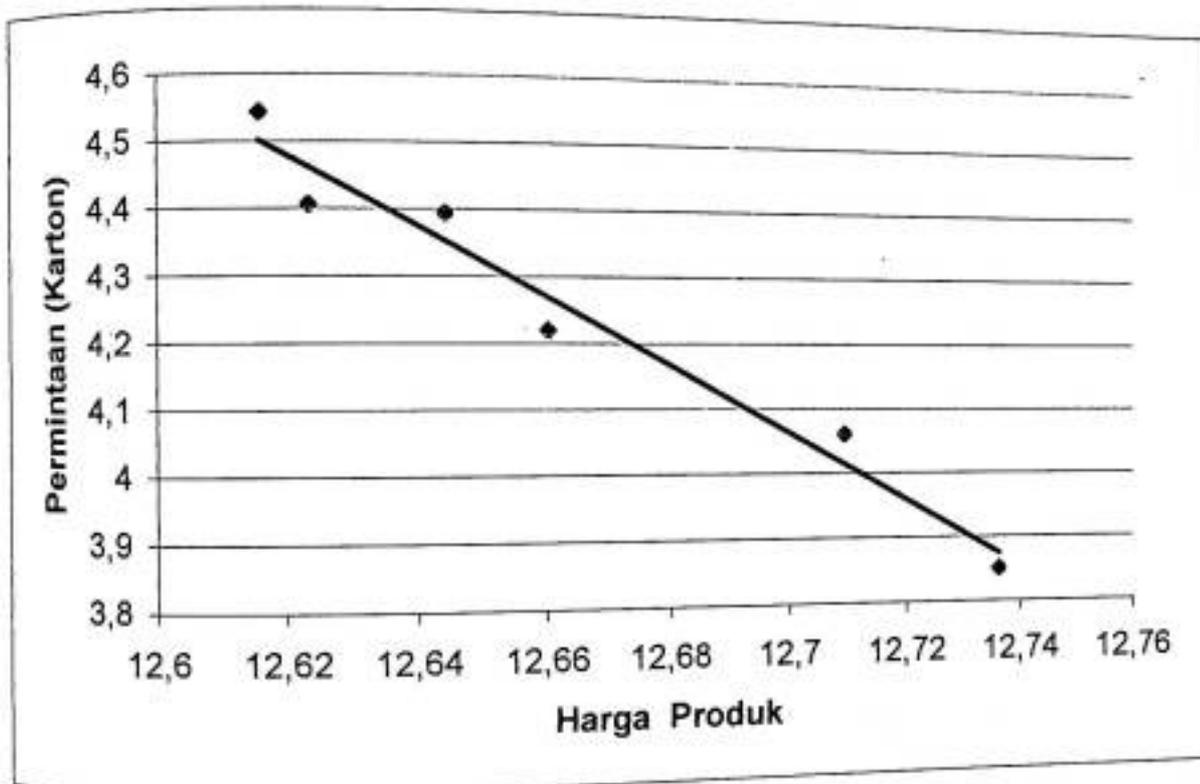
### Charts

Normal P-P Plot of Regression Standardized Resid

Dependent Variable: Y



Gambar 7. Kurva Hubungan Antara Permintaan dan Harga Susu Bendera Bubuk Instan 400 gr Pada PT. Panahmas Cenrawasih





## RIWAYAT HIDUP

Nurdiana, lahir pada tanggal 13 Agustus 1977 di Carawali, Kecamatan Watang Pulu Kabupaten Sidrap. Dengan nama orang tua Hasanuddin dan Paika, merupakan anak kelima dari enam bersaudara.

### Riwayat Pendidikan :

- Tamat SD tahun 1990 di SDN 1 Carawali, Sidrap.
- Tamat SMP tahun 1993 di SMP Negeri 1 Rappang, Sidrap.
- Tamat SMA tahun 1996 di SMA Negeri 157 Rappang, Sidrap.

Dan pada tahun yang sama diterima di Universitas Hasanuddin Fakultas Peternakan Jurusan Sosial Ekonomi Peternakan melalui jalur SIPENMARU. Setelah memenuhi syarat akademik, kemudian pada tahun 1996 melakukan penelitian pada PT. Panahmas Cendrawasih selama dua bulan guna memperoleh data untuk menyusun skripsi ini.