

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Perusahaan Daerah Air Minum

Perusahaan Daerah adalah badan usaha yang dibentuk oleh pemerintah daerah untuk mengembangkan perekonomian daerah untuk menambah penghasilan daerah. Menurut UU No 5 tahun 1962, perusahaan daerah air minum (PDAM), merupakan suatu kesatuan usaha milik pemerintah yang memberikan jasa pelayanan dan menyelenggarakan kemanfaatan umum dibidang air minum.

B. Faktor-Faktor Penentu Permintaan

Berdasarkan atas pengalaman hubungan antara variabel bebas dan variabel tidak bebas dalam fungsi permintaan dapat dihipotesiskan sebagai berikut :

1. Harga barang yang diminta (P_A)

Harga barang ini berhubungan terbalik dengan jumlah barang itu sendiri yaitu bila harga barang A meningkat, maka jumlah barang A yang diminta akan turun, *ceteris paribus*, dan sebaliknya.

2. Harga barang (P_{B-z})

Barang lain mempunyai hubungan dengan barang A sebagai barang pengganti atau sebagai barang pelengkap. Harga barang pengganti

memasuki fungsi permintaan barang A karena adanya kesediaan konsumen untuk membeli barang yang sifatnya mengganti (substitusi) barang A apabila terjadi perubahan harga relatif antar barang-barang tersebut. Barang komplementer (pelengkap) merupakan barang yang dikonsumsi bersama-sama atau berpasangan dengan barang A.

3. Advertensi dan Promosi

Kegiatan Advertensi dan promosi oleh penjual barang A diharapkan meningkatkan jumlah barang A yang diminta oleh para konsumen, karena kegiatan promosi itu dimaksudkan untuk mempengaruhi selera dan pola preferensi konsumen. Advertensi barang pengganti akan mempunyai dampak negatif terhadap jumlah barang A yang dijual karena konsumsi diharapkan untuk pindah dari konsumsi barang A ke konsumsi barang pengganti. Sebaliknya advertensi barang komplementer atau pelengkap akan mempunyai dampak positif, karena konsumsi akan memberi barang A dan barang komplementer itu bersama-sama dalam jumlah yang lebih banyak dan proporsional sifatnya.

4. Kualitas Barang dan Rancang Bangun (*Design*)

Konsumen selalu menghargai kualitas dan rancang bangun yang bagus, dan konsumen diharapkan membeli lebih banyak barang apabila mereka mengerti bahwa barang itu tinggi kualitasnya dan dirancang untuk penggunaan, serta tampak baik dipandang mata, tetapi harga harus tetap sama. Kualitas barang ini dapat dirancang oleh perusahaan yang menghasilkannya dan dapat ditingkatkan dengan pelayanan yang baik

serta pemberian garansi atau jaminan selama beberapa waktu tertentu, atau perusahaan didukung dengan pekerja-pekerja yang terlatih baik.

Selanjutnya pengertian konsumen mengenai kualitas serta rancang bangun ini dapat ditingkatkan lagi melalui advertensi dan promosi.

5. Saluran Distribusi dan Tempat Penjualan

Permintaan total terhadap hasil produksi perusahaan secara langsung dipengaruhi oleh jumlah tempat penjualan atau saluran distribusinya, dan oleh lokasi saluran penjualan tersebut. Semakin banyak saluran penjualan akan semakin banyak konsumen yang dapat dijangkau oleh perusahaan, serta dapat membuat konsumen lebih mudah mendapatkan barang yang dihasilkan perusahaan tersebut. Demikianlah pula memungkinkan adanya pelayanan yang lebih memuaskan. Tentunya lokasi saluran penjualan juga sangat menentukan volume penjualan.

6. Penghasilan Konsumen

Hubungan antara penghasilan konsumen dan kuantitas barang yang diminta dapat positif dan negatif, tergantung macam barang yang dihadapi konsumen dan tingkat penghasilan konsumen. Jika sebagian konsumen menilai suatu barang sebagai barang yang dianggap rendah (Inferior), maka permintaan mereka akan berkurang bila ada kenaikan dalam tingkat penghasilan mereka dan demikian pula sebaliknya. Dilain pihak bila barang itu normal atau superior, maka bila penghasilan konsumen meningkat jumlah barang normal yang diminta akan meningkat pula.

7. Selera dan Preferensi Konsumen

Selera atau preferensi konsumen dapat mengubah permintaan akan suatu barang. Semakin tinggi selera konsumen terhadap suatu barang, semakin banyak pula barang yang diminta. Selera konsumen dapat dinyatakan dalam indeks preferensi konsumen. Indeks preferensi konsumen dapat dibuat dan diperbaharui setiap dengan dasar survey mengenai tingkah laku konsumen terhadap barang yang bersangkutan. Bila dari survey ditemukan kecenderungan konsumen semakin menghargai barang yang dihasilkan perusahaan, dan atau keinginan keras untuk meningkatkan pembelian, atau sebaliknya ada kecenderungan konsumen untuk membeli barang lain, maka semua perubahan preferensi itu dapat direkam dalam indeks preferensi konsumen.

8. Harapan Konsumen

Harapan konsumen terhadap harga dan tersedianya barang dimasa depan, serta kemungkinan substitusinya akan mempengaruhi permintaan akan barang tersebut. Harapan konsumen dalam hubungannya dengan harga barang dimasa yang akan datang memberikan dampak positif pada perusahaan bila konsumen merasa pesimis, sehingga konsumen akan meminta lebih banyak barang pada saat ini, dan memberikan dampak negatif bila konsumen merasa optimis karena konsumen akan meminta lebih sedikit akan barang tersebut pada saat ini.

9. Faktor-faktor Lain

Setiap fungsi permintaan memiliki himpunan variabel-variabel penentu yang mencerminkan alasan mengapa orang membeli suatu barang.

Berbagai macam variabel penentu permintaan tersebut dapat digolongkan menjadi 4, diantaranya variabel strategi adalah variabel yang dikuasai oleh produsen seperti harga barang yang bersangkutan, advertensi, kualitas barang dan rancang bangunan, serta saluran distribusi barang. Variabel konsumen adalah variabel yang berada dibawah kekuasaan konsumen seperti tingkat pendapatan konsumen, selera konsumen, dan harapan konsumen terhadap harga dimasa yang akan datang. Variabel pesaing adalah variabel yang langsung berhubungan dengan barang lain mencakup harga barang substitusi dan barang komplementer, advertensi dan promosi barang lain, saluran distribusi barang lain serta kualitas dan rancang bangun barang lain. Variabel lain adalah kebijakan pemerintah, jumlah penduduk dan cuaca. Variabel strategi merupakan variabel yang dapat digunakan secara langsung untuk mempengaruhi permintaan terhadap barang yang dihasilkan oleh perusahaan yang bersangkutan. Oleh karena itu variabel strategi ini disebut pula sebagai variabel yang dapat dikontrol atau diawasi oleh perusahaan.

Selain faktor penentu permintaan ada juga faktor yang mempengaruhi permintaan air, yaitu sebagai berikut :

- a. Kelompok pelanggan air PDAM yang berpenghasilan lebih tinggi mempunyai kecenderungan untuk memakai air lebih banyak dibandingkan mereka yang berpenghasilan lebih rendah.

- b. Karena air merupakan kebutuhan pokok yang harus dipenuhi, maka konsumen air atau para pelanggannya tetap akan membeli air PDAM seberapapun harga yang ditetapkan.
- c. Banyaknya jumlah anggota keluarga cenderung berpengaruh terhadap tingkat permintaan air PDAM. Dengan kata lain, semakin besar jumlah anggota keluarga, maka semakin tinggi tingkat kebutuhan airnya.
- d. Musim yang terjadi, baik penghujan maupun kemarau, dapat dikatakan cenderung berpengaruh terhadap tingkat permintaan air. Dalam hal ini perlu disampaikan bahwa pada musim kemarau tingkat permintaan air tidak turun, melainkan kebutuhan air yang sebenarnya (*true demand*) tidak dapat dipenuhi oleh air PDAM, demikian pula sebaliknya pada musim hujan, tidak berarti tingkat permintaan airnya naik, tetapi dapat dipenuhi oleh PDAM.
- e. Kepemilikan sumber air di luar PDAM, tidak dapat dikatakan bisa mengurangi tingginya tingkat permintaan air PDAM. Meski terdapat perbedaan dalam menggunakan air yang berasal dari PDAM. Meski terdapat perbedaan dalam menggunakan air yang berasal dari PDAM antara pelanggan yang memiliki sumber air alternatif dengan yang tidak.

Berkurangnya tingkat permintaan ini lebih disebabkan oleh tindakan penghematan yang dilakukan oleh para pelanggannya. Penghematan disini tidak berarti bahwa mereka mengurangi pemakaian airnya, hanya saja untuk keperluan yang pokok-pokok sajalah air PDAM mereka gunakan, sedangkan untuk keperluan diluar itu digunakan sumber air lain yang mereka miliki.

C. Sumber Daya Daerah

Daerah Kabupaten/kota sebagai tumpuan otonomi daerah berusaha untuk meningkatkan sumber pendapatan dengan cara memanfaatkan sumber daya yang ada berupa sumber daya daerah (sumber daya ekonomi) yang terdiri dari penduduk, luas Wilayah, Sumber daya alami, peralatan modal, serta barang-barang dan jasa, dan sumber-sumber keuangan daerah, Sumber Daya Daerah terdiri dari sumber daya alam dan sumber daya manusia yang merupakan potensi yang dimiliki suatu daerah dalam penyelenggaraan dan pelaksanaan pemerintahan untuk membangun dan mengembangkan daerahnya dalam pelaksanaan otonomi daerah.

Sumber Daya Daerah berupa Sumber daya alam harus diimbangi dengan sumber daya manusia yang baik dan berpotensi sehingga akan menghasilkan kemajuan pembangunan yang baik dalam penyelenggaraan pemerintahan daerah, begitu pula sebaliknya. Sehingga diharapkan antara sumber daya alam dan sumber daya manusia seimbang baik potensinya maupun dalam pengolahan sumber daya alam itu sendiri.

Selain itu dengan sumber daya manusia yang berkualitas dan bermoral, maka sumber-sumber daya di daerah terutama sumber daya alam dapat dimanfaatkan secara optimal sehingga dapat berguna dan bermanfaat bagi masyarakat daerah tersebut (Mohamad Soer . jam, 1987).

Melihat Perkembangan kegiatan pemerintah dari tahun ke tahun, peranan pemerintah cenderung meningkat. Peningkatan kegiatan pemerintah ini disebabkan oleh beberapa faktor yaitu :

1. Adanya kenaikan tingkat penghasilan masyarakat, maka kebutuhan masyarakat meningkat. Hal ini mengakibatkan semakin meningkatnya kegiatan pemerintah dalam usaha memenuhi kebutuhan masyarakat tersebut, seperti kebutuhan akan prasarana transportasi, pendidikan dan kesehatan umum.
2. Perkembangan penduduk, hal ini membutuhkan peningkatan kegiatan pemerintah untuk mengimbangi Perkembangan penduduk dalam memenuhi kebutuhan penduduk tersebut.
3. Perkembangan ekonomi juga membutuhkan peranan pemerintah yang besar guna mengisi kegiatan ekonomi tersebut.

D. Jasa Air Minum

Pelayanan jasa air minum diartikan sebagai pemberian perhatian kepada masyarakat yang menyangkut atau berhubungan dengan pelayanan air minum berupa sarana dan prasarana pelayanan air minum dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat disertai dengan mutu air yang sehat.

Pelayanan jasa air minum merupakan sarana untuk mewujudkan reaksi sosial yang terorganisir terhadap kondisi kebutuhan masyarakat akan jasa air minum.

E. Penetapan Tarif Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Limau Kunci Liwa Lampung Barat

Tarif adalah harga dalam rupiah yang harus dibayar oleh pelanggan PDAM untuk pemakaian per m³ air bersih yang disalurkan oleh PDAM. Sedangkan pelanggan adalah setiap orang atau badan yang menggunakan air dari PDAM dan terdaftar sebagai pelanggan.

Penetapan tarif air minum yang ada di PDAM Liwa Lampung Barat ini, tidak terlepas dari peraturan-peraturan yang ada. Salah satunya yang digunakan sebagai acuan adalah peraturan Menteri Dalam Negeri, tentang penentuan tarif air minum. Dalam peraturan tersebut antara lain dinyatakan :

1. Air minum merupakan kebutuhan pokok masyarakat untuk dinikmati secara merata serta masih merupakan barang yang langka dan oleh karena itu harus dihemat pemakaiannya dengan cara antara lain menentukan tarif progresif yaitu tarif yang mengalami kenaikan secara bertahap yang diharapkan dapat mengurangi pemborosan.
2. Perbandingan antara tarif untuk golongan langganan tertentu terhadap tarif dari golongan langganan lainnya ditetapkan menurut kemampuan membayar bagi masing-masing golongan langganan tersebut.
3. Sistem tarif air minum diusahakan seadil mungkin, dengan membagi beban keuangan antara para pelanggan menurut kemampuan dan kebutuhan mereka masing-masing. Beban keuangan yang besar dikenakan kepada mereka yang mampu dan memakai air minum lebih dari kebutuhan pokok.

4. Struktur tarif air minum mengatur tingkatan air minum sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan golongan pelanggan dan sekaligus dapat menjamin penghasilan usaha untuk membiayai operasi, pemeliharaan, dan peningkatan pelayanan penyediaan air minum.

Untuk setiap pelanggan dikenakan beberapa macam biaya meliputi :

1. Biaya pemakaian air per m³
2. Biaya pemeliharaan pemakaian meter air
3. Biaya administrasi
4. Biaya denda

F. Pengertian Permintaan

Permintaan adalah jumlah barang yang sanggup dibeli oleh para pembeli pada waktu dan tempat tertentu dengan harga yang berlaku pada saat itu. Pengertian permintaan dalam kehidupan sehari-hari diartikan secara absolut yaitu jumlah barang yang dibutuhkan. Jalan pemikiran ini bertitik tolak bahwa manusia memiliki kebutuhan.

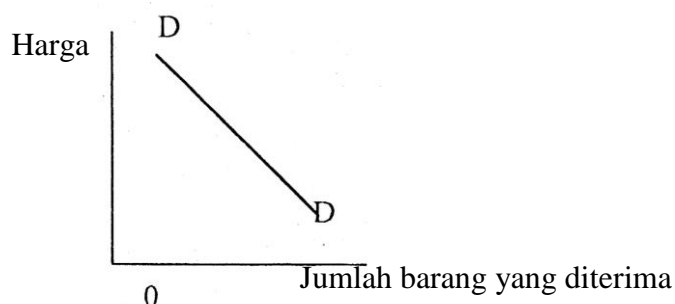
Kebutuhan masyarakat adalah keinginan masyarakat untuk memperoleh dan mengkonsumsi barang dan jasa. Keinginan yang disertai dengan kemampuan untuk membeli barang yang diinginkan dinamakan dengan permintaan efektif. Sedangkan keinginan yang tidak disertai dengan kemampuan daya beli disebut dengan permintaan absolut atau potensial, (Sadono Sukirno, 2000).

Dalam hukum permintaan hanya menekankan pada pengaruh harga barang dan jumlah barang yang diminta. Sedangkan pada kenyataannya permintaan suatu barang dan jasa juga ditentukan oleh faktor-faktor lain yaitu: (i) harga barang itu sendiri, (ii) harga barang lain yang memiliki kaitan erat dengan barang tersebut, (iii) pendapatan masyarakat 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. (Sadono Sukirno, 2000). Bila salah satu dari asumsi yang mendasari hukum permintaan tersebut berubah maka permintaan akan barang juga akan berubah.

G. Kurva Permintaan

Kurva permintaan adalah suatu kurva yang menggambarkan sifat perkaitan diantara harga suatu barang tertentu dan jumlah barang tersebut yang diminta para pembeli.

Gambar 1. Kurva permintaan

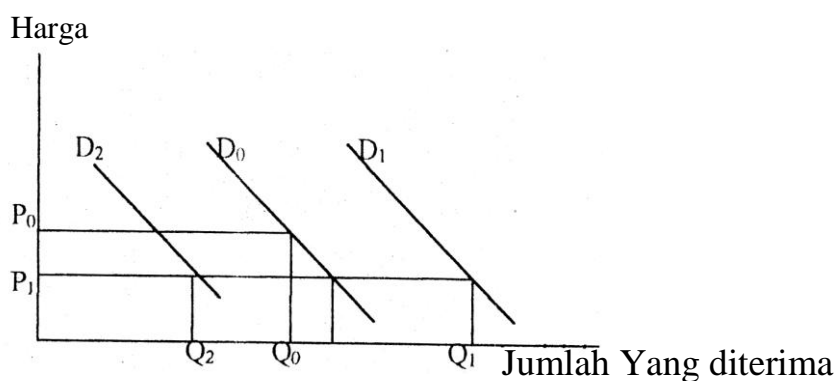


Kurva permintaan bentuk ini memberi makna semakin tinggi harga suatu barang maka permintaan akan barang tersebut jumlahnya akan semakin berkurang sebaliknya bila harga suatu barang mengalami penurunan maka jumlah barang yang diminta akan meningkat.

H. Pergeseran dan Pergerakan Kurva Permintaan

Pergerakan kurva permintaan terjadi bila harga barang yang diminta berubah, baik naik maupun turun. Hal ini dapat dilihat pada Gambar 2.

Gambar 2. Pergerakan dan Pergeseran Kurva Permintaan



Misalkan pada kurva permintaan D_0 pada mulanya harga barang adalah P_0 dan jumlah barang yang diminta sebanyak Q_0 kemudian terjadi penurunan harga menjadi P_1 dan jumlah barang yang diminta pun naik menjadi Q_1 . Apabila salah satu atau beberapa asumsi yang menentukan permintaan selain harga itu sendiri berubah maka akan terjadi pergeseran kurva permintaan baik ke kanan maupun ke kiri (Sadono Sukirno, 1995)

I. Teori perilaku konsumen

Pola pengeluaran konsumsi seseorang dalam memilih dan menggunakan suatu barang adalah reaksi faktor-faktor fisiologis, psikologis, sosial dan budaya, yang dikenal dengan tingkah laku konsumen. Dalam usaha menjelaskan perilaku konsumen di pasar barang, secara tradisional orang menggunakan titik tolak konsep utilitas atau dayaguna. Menurut pendekatan ini setiap barang memiliki

dayaguna atau utilitas, karna barang tersebut mampu memberikan kepuasan kepada konsumen. Jadi bila seseorang meminta suatu jenis barang, pada dasarnya yang diminta adalah dayaguna barang tersebut (Sudarsono, 1995).

Perkembangan pendekatan teori ini dibedakan menjadi dua, yaitu dayaguna kardinal dan dayaguna ordinal. Dayaguna kardinal menggunakan asumsi bahwa kepuasan seseorang tidak hanya diperbandingkan, akan tetapi dapat diukur. Dalam kenyataan, kepuasan seseorang tidak dapat diukur maka asumsi tersebut dapat dikatakan tidak realistis, hal itu menjadi kelemahan dayaguna kardinal.

Sebaliknya, teori perilaku konsumen yang menggunakan dayaguna ordinal harus menggunakan asumsi realistis. Sehingga penggunaan konsep tiku tacuh atau indifference curve kemungkinan untuk dapat diperbandingkan tinggi rendahnya kepuasan seseorang dapat terpenuhi (Sudarsono, 1995).

J. Teori Dayaguna Kardinal

Teori ini menganggap bahwa tinggi rendahnya nilai suatu barang tergantung pada subjek yang memberikan penilaian. Jadi suatu barang baru mempunyai arti bagi seseorang konsumen apabila barang tersebut mempunyai dayaguna baginya.

Disamping asumsi tersebut, ada asumsi lain yang diperlukan untuk mempermudah pembahasan tentang perilaku konsumen. Pertama adalah bahwa konsumen bersifat rasional. Konsumen dianggap mempunyai tujuan ideal yaitu dayaguna maksimum. Asumsi ini didasarkan konsep bahwa pada dasarnya manusia adalah *Homo Economicus*.

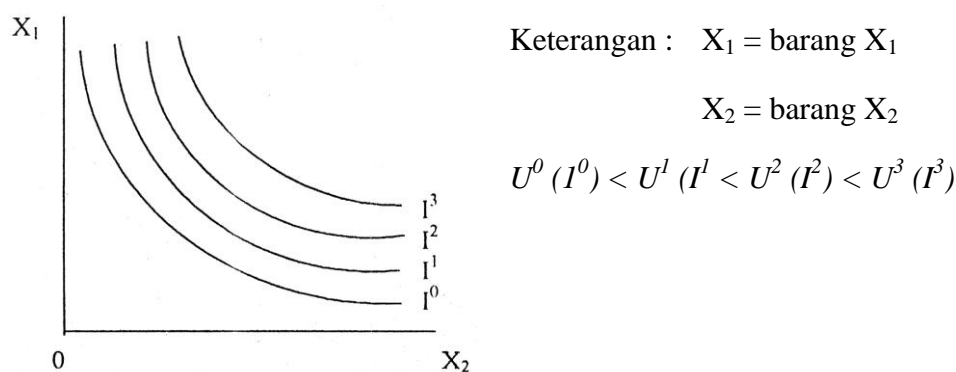
Kedua, menyangkut laju pertumbuhan dayaguna. Makin banyak barang yang dikonsumsi makin besar pula jumlah dayaguna yang diperoleh. Akan tetapi laju pertumbuhan dayaguna yang diperoleh dalam mengkonsumsi suatu barang makin lama makin rendah dan bila jumlah yang dikonsumsi terus ditambah maka dayaguna akan terus menurun mencapai nol bahkan menjadi negatif (Sudarsono, 1995).

K. Teori Dayaguna Ordinal

Pendekatan ordinal juga menggunakan asumsi rasional. Dengan dana dan harga pasar tertentu konsumen dianggap selalu akan memilih kombinasi barang yang memberikan dayaguna maksimal. Asumsi kedua, konsumen mempunyai skala preferensi yang disusun berdasar urutan besarnya dayaguna. Konsumen tidak perlu mengetahui besarnya dayaguna secara absolut yang dia peroleh, akan tetapi sudah cukup apabila dia mampu untuk menentukan hubungan kombinasi antar barang apakah lebih besar, lebih kecil atau sama.

Cara pendekatan ini menggunakan alat tiku yang diberi nama tiku indiferensi (*indifference curve*), yaitu sebagai tempat kedudukan titik yang menggambarkan berbagai kombinasi barang yang memberikan dayaguna total yang sama bagi konsumen. Secara grafik tiku tacuh ditunjukkan melalui gambar 1 berikut :

Gambar 3. Tiku Tak Acuh atau *Indifference Curve*



Pada Gambar tersebut, seorang konsumen yang bersikap rasional akan berusaha memilih berbagai kombinasi yang terletak pada I^3 karena kombinasi tersebut akan menghasilkan tingkat dayaguna yang tinggi bila dibandingkan dengan tingkat dayaguna yang ditunjukkan oleh kurva-kurva di bawahnya. Pemilihan ini menunjukkan bahwa asumsi rasionalitas telah terpenuhi (Sudarsono, 1995).

L. Elastisitas Permintaan

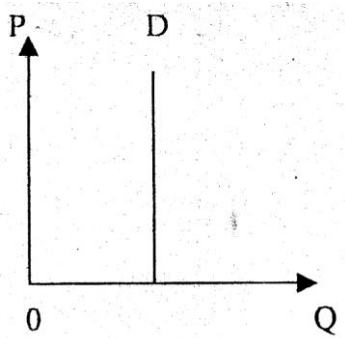
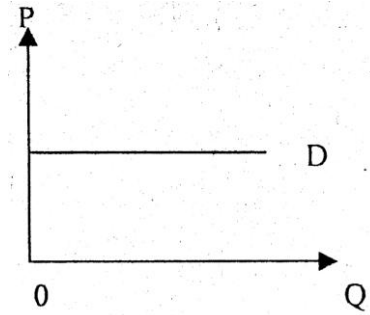
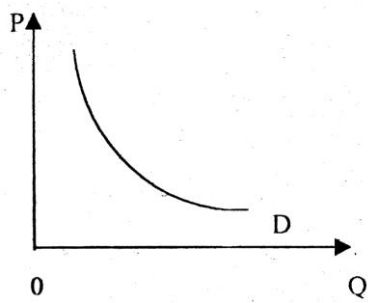
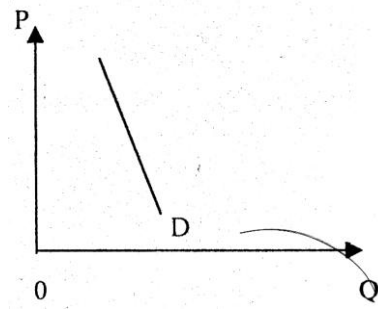
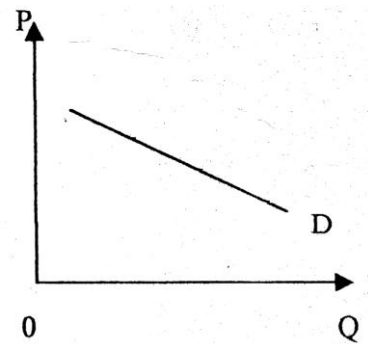
Elastisitas permintaan adalah derajat kepekaan jumlah barang yang diminta terhadap salah satu faktor yang mempengaruhi fungsi permintaan. Elastisitas biasanya menjelaskan respons atau perubahan jumlah barang yang diminta jika harga, pendapatan atau faktor-faktor lainnya berubah. Elastisitas diperlukan untuk mengetahui pengaruh harga, pendapatan dan faktor-faktor lainnya terhadap harga-harga di pasar (Lincoln Arsvad, 1987).

Nilai koefisien elastisitas berkisar di antara nol dan tak terhingga ($0 \leq E \leq \infty$).

Menurut besarnya angka koefisien, elastisitas permintaan ada beberapa jenis, yaitu:

1. Elastisitas adalah nol ($ED = 0$), apabila perubahan harga tidak akan merubah jumlah yang diminta, jumlah yang diminta tetap walaupun harga mengalami kenaikan atau menurun. Kurva permintaan yang koefisien elastisitasnya bernilai nol bentuknya sejajar dengan sumbu tegak, kurva permintaan ini dinamakan tidak elastis sempurna.
2. Koefisien elastisitas permintaan bernilai tidak terhingga ($ED = \infty$), apabila pada suatu harga tertentu pasar sanggup membeli semua barang yang ada di pasar. Berapapun banyaknya barang ditawarkan oleh penjual pada harga tersebut, semuanya akan terjual. Kurva permintaan yang koefisien elastisitasnya adalah tidak terhingga disebut elastisitas sempurna.
3. Koefisien elastisitas permintaan sebesar 1 ($ED = 1$), disebut elastisitas uniter dimana perubahan jumlah barang yang diminta sama dengan perubahan harga.
4. Permintaan tidak elastis atau inelastic dengan koefisien elastisitas permintaan adalah diantara 0 dan 1 ($ED < 1$), dimana persentase perubahan harga adalah lebih besar daripada persentase perubahan jumlah yang diminta.
5. Kurva permintaan bersifat elastis adalah apabila harga berubah maka permintaan akan mengalami perubahan dengan persentase yang melebihi persentase perubahan harga. Nilai koefisien permintaan yang bersifat elastis adalah lebih besar dari 1 ($ED > 1$).

Gambar 4. Jenis-jenis Elastisitas Permintaan

a. Tidak elastis sempurna
($EI=0$)b. Elastis sempurna
($ED = \infty$)c. Elastisitas uniter
($ED = I$)d. Tidak elastis
($ED < I$)e. Elastis
($ED > I$)

Keterangan :

P = harga

Q = jumlah yang diminta

D = kurva permintaan

(Sadono Sukirno, 1995)

M. Elastisitas permintaan Harga

Elastisitas permintaan adalah persentase perubahan kuantitas yang diminta yang disebabkan oleh perubahan harga barang tersebut sebesar satu persen. (Arsyad, 1997). Elastisitas permintaan harga dapat dihitung dengan menghitung koefisien elastisitas permintaan harga (E_d). Koefisien tersebut adalah suatu angka penunjuk yang menggambarkan sampai berapa besarkah perubahan jumlah barang yang diminta bila dibandingkan dengan perubahan harga. Secara matematis dapat dituliskan :

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

$$E_d = \frac{\Delta Q_x / Q_x}{\Delta P_x / P_x} = \frac{\Delta Q_x}{\Delta P_x} \cdot \frac{P_x}{Q_x}$$

(Nicholson, 1994)

di mana,

E_d = Elastisitas permintaan harga barang X

ΔQ_x = Perubahan kuantitas barang X yang diminta

ΔP_x = Perubahan harga barang X

P_x = Harga barang X

Q_x = Kuantitas barang X yang diminta

Nilai E_d biasanya akan negatif karena P dan Q bergerak berlawanan arah. Sebagai contoh, Jika $E_d = -1$, maka kenaikan harga satu persen akan menyebabkan turunnya permintaan sebanyak satu persen pula.

N. Elastisitas Permintaan Pendapatan

Elastisitas permintaan pendapatan dapat dihitung dengan menghitung koefisien elastisitas permintaan pendapatan (E_i). Koefisien tersebut adalah suatu angka penunjuk yang menggambarkan sampai berapa besarkah perubahan jumlah barang yang diminta bila dibandingkan dengan perubahan pendapatan. Secara matematis dapat dituliskan :

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

$$E_d = \frac{\Delta Q_x / Q_x}{\Delta I / I} = \frac{\Delta Q_x}{\Delta I} \cdot \frac{I}{Q_x}$$

(Nicholsonj 994:132)

di mana,

E_d = Elastisitas permintaan harga barang X

ΔQ_x = perubahan kuantitas barang X yang diminta

ΔI = perubahan pendapatan

I = Pendapatan Konsumen

Q_x = Kuantitas barang X yang diminta