

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Teoritis

2.1.1 Teori Transportasi

Transportasi diartikan sebagai pemindahan barang dan manusia dari tempat asal ke tempat tujuan. Sehingga dengan kegiatan tersebut maka terdapat tiga hal yaitu : adanya muatan yang diangkut, tersedianya kendaraan sebagai alat angkut, dan terdapatnya jalan yang dapat dilalui. Proses pemindahan dari gerakan tempat asal, dimana kegiatan pengangkutan dimulai dan ke tempat tujuan dimana kegiatan diakhiri. Untuk itu dengan adanya pemindahan barang dan manusia tersebut, maka transportasi merupakan salah satu sektor yang dapat menunjang kegiatan ekonomi (*the promoting sector*) dan pemberi jasa (*the servicing sector*) bagi perkembangan ekonomi (Nasution,1996).

Proses transportasi tercipta akibat perbedaan kebutuhan antara manusia satu dengan yang lain, antara satu tempat dengan tempat yang lain, yang bersifat kualitatif dan mempunyai ciri yang berbeda sebagai fungsi dari waktu, tujuan perjalanan, jenis yang diangkut dan lain-lain. Fungsi transportasi adalah untuk menggerakkan atau memindahkan orang dan/atau barang dari satu tempat ke tempat lain dengan menggunakan sistem tertentu untuk tujuan tertentu. Transportasi dilakukan karena nilai dari orang atau barang yang diangkut akan menjadi lebih

tinggi di tempat lain (tujuan) dibandingkan ditempat asal (Edward K. Morlok, 1995).

Kegiatan ekonomi dan transportasi memiliki keterkaitan yang sangat erat, dimana keduanya dapat saling mempengaruhi. Pertumbuhan ekonomi memiliki keterkaitan dengan transportasi, karena akibat pertumbuhan ekonomi maka mobilitas seseorang meningkat dan kebutuhan pergerakannya pun menjadi meningkat lebih dari kapasitas prasarana transportasi yang tersedia (Tamin, 1997). Hal ini dapat disimpulkan bahwa transportasi dan perekonomian memiliki keterkaitan yang erat. Di satu sisi transportasi dapat mendorong peningkatan kegiatan ekonomi, karena dengan adanya infrastruktur transportasi maka suatu daerah dapat meningkatkan ekonominya. Namun di sisi lain, akibat tingginya kegiatan ekonomi maka pertumbuhan ekonomi akan meningkat dan akan timbul masalah transportasi, karena terjadinya kemacetan lalu lintas, sehingga perlunya penambahan jalur transportasi untuk mengimbangi meningkatnya kegiatan ekonomi tersebut.

Kegiatan ekonomi bertujuan memenuhi kebutuhan manusia. Transportasi adalah salah satu jenis kegiatan yang menyangkut peningkatan kebutuhan manusia dengan mengubah letak geografis barang dan orang sehingga menimbulkan adanya transaksi (Ikhsantono, 2009). Dilihat dari segi ekonomi, keperluan akan jasa angkutan mengikuti perkembangan dari kegiatan di semua sektor ekonomi. Pengangkutan dikatakan sebagai *derived demand*, karena

keperluan jasa angkutan bertambah dengan meningkatnya kegiatan ekonomi dan berkurang jika terjadi penurunan ekonomi (Ikhsantono, 2009).

Permintaan akan jasa transportasi dapat disebut sebagai permintaan turunan (*derived demand*) yang timbul akibat adanya permintaan akan komoditi atau jasa lainnya. Dengan demikian permintaan akan transportasi baru akan ada, apabila ada faktor-faktor yang mendorongnya. Permintaan jasa transportasi tidak berdiri sendiri, melainkan tersembunyi dibalik kepentingan yang lain (Edward K Morlok, 1995).

Permintaan akan jasa angkutan, baru akan timbul apabila ada hal-hal dibalik permintaan itu, misalnya keinginan untuk rekreasi, keinginan untuk ke sekolah atau untuk belanja, keinginan untuk menengok keluarga yang sakit, dan sebagainya (M. Nur Nasution, 2004). Pada dasarnya dapat dikatakan bahwa permintaan akan jasa angkutan, dipengaruhi oleh harga jasa angkutan itu sendiri dan harga dari jasa-jasa angkutan lainnya serta tingkat pendapatan dan lain-lain.

Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan jasa angkutan adalah sebagai berikut (M. Nur Nasution, 2004) :

- 1) Harga jasa angkutan

Pengaruh harga jasa angkutan terhadap permintaan jasa angkutan ditentukan oleh hal-hal berikut :

- a) Tujuan perjalanan (*trip purpose*), yaitu apakah perjalanan rekreasi atau berlibur (*leisure travel*) atau perjalanan bisnis (*business travel*).
- b) Cara pembayaran, yaitu bisa kredit atau tidak, tiket pergi-pulang dapatpotongan harga atau tidak, dan sebagainya.
- c) Pertimbangan tenggang waktu, apakah waktu yang dipunyai, banyak atautidak.
- d) Tingkat absolute dari perubahan harga, yaitu kenaikan atas tarif akan sangat berdampak pada permintaannya.

2) Tingkat Pendapatan

Apabila tingkat pendapatan pemakai jasa transportasi makin meningkat, maka permintaan jasa transportasi makin meningkat juga, karena kebutuhan melakukan perjalanan makin meningkat.

- 3) Citra atau image terhadap perusahaan atau moda transportasi tertentu apabila suatu perusahaan angkutan atau moda angkutan tertentu senantiasa memberikan kualitas pelayanan yang dapat memberi kepuasan kepada pemakai jasa transportasi, maka konsumen tersebut akan menjadi pelanggan yang setia. Dengan kualitas pelayanan yang prima akan dapat meningkatkan citra perusahaan kepada para pelanggannya.

2.1.2 Teori Ekonomi Regional dan Perkotaan

Ekonomi perkotaan merupakan salah satu dari cabang ilmu ekonomi spasial. Ekonomi perkotaan berada dalam ruang lingkup ekonomi regional,

lingkungan spasial pertama sebelum masuk dalam lingkup nasional dan kemudian global, ekonomi dan penduduk. Ekonomi perkotaan merupakan studi yang mempelajari bagaimana cara manusia (masyarakat) melakukan pemanfaatan sumber daya menjadi berbagai variasi (komoditi) untuk dapat memenuhi kebutuhan dan di distribusi kepada seluruh masyarakat pada suatu perkotaan dan dalam proses distribusi tersebut memerlukan jasa angkutan transportasi.

Transportasi kota adalah suatu kesatuan yang saling mendukung dan bekerjasama dalam pengadaan transportasi yang melayani wilayah perkotaan (Miro, 1997). Dengan peran yang signifikan terhadap perekonomian, transportasi tidak terlepas dari sisi permintaan dan penawaran atas jasanya. Dari sisi permintaan, kebutuhan akan jasa transportasi ditentukan oleh barang-barang dan penumpang yang akan diangkut dari satu tempat ke tempat lain. Jumlah kapasitas angkutan yang tersedia sangat terbatas dibandingkan dengan kebutuhan transportasi. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan jasa transportasi (Litman, 2006) :

- a) Pertumbuhan penduduk suatu daerah akan membawa pengaruh terhadap jumlah jasa angkutan yang dibutuhkan. Semakin besar jumlah penduduk maka kebutuhan transportasi akan semakin besar pula.
- b) Pembangunan wilayah dan daerah membutuhkan transportasi sebagai sarana dan prasarana penunjang untuk mencapai pemerataan pembangunan.

- c) Perdagangan ekspor dan impor juga menentukan jasa angkutan yang diperlukan untuk perdagangan tersebut.
- d) Industrialisasi di segala sektor ekonomi berdampak terhadap jasa-jasa transportasi yang diperlukan.
- e) Transmigrasi dan penyebaran penduduk ke seluruh daerah merupakan salah satu faktor permintaan yang menentukan banyaknya jasa-jasa angkutan yang harus disediakan oleh perusahaan angkutan.
- f) Analisis dan proyeksi akan permintaan jasa transportasi diperlukan untuk perencanaan transportasi yang mantap dan terarah.

Kemajuan perekonomian kota di negara-negara maju salah satunya disebabkan oleh sistem transportasi yang bagus, efisien dan efektif. Sistem transportasi kota di Negara maju telah terintegrasi dengan berbagai aspek pendukung perekonomian lainnya, sehingga sangat mendukung dalam setiap aktivitas yang mereka lakukan. Dengan transportasi yang baik, akan memudahkan terjadinya interaksi antara penduduk lokal dengan dunia luar sehingga menghilangkan adanya wilayah atau masyarakat yang terisolasi (Santoso, 2015). Keterisolasian merupakan masalah pertama yang harus ditangani dalam pengembangan ekonomi kota :

- a) Transportasi dapat memberikan kontribusi terhadap efisiensi penyediaan kebutuhan produksi melalui penyediaan sistem transportasi yang baik sehingga biaya pengadaan kebutuhan produksi dapat diminimalisasi.

- b) Penyediaan sistem transportasi yang baik juga dapat menekan biaya penyaluran produksi ke pasar.
- c) Penyediaan sistem transportasi yang baik dalam kegiatan perekonomian akan menarik investor baru yang akan meningkatkan iklim kompetisi di daerah tersebut.
- d) Sistem transportasi yang efisien dapat mendukung perkembangan perekonomian kota dengan lebih baik, sedangkan sistem transportasi yang tidak efisien akan menimbulkan biaya tambahan.
- e) Pembangunan sarana dan prasarana transportasi dapat membuka aksesibilitas sehingga meningkatkan produksi masyarakat yang berujung pada peningkatan daya beli masyarakat.

Untuk mewujudkan kualitas hidup masyarakat kota yang lebih baik dan berkelanjutan memerlukan reformasi kebijakan dalam sektor transportasi. Perlu adanya kebijakan agar membuat transportasi lebih efektif. Kebijakan transportasi perkotaan harus memenuhi 3 aspek utama (Endriyani Widyastuti, 2005) :

- a) Kebijakan transportasi harus dapat memastikan tersedianya kapabilitas yang berkelanjutan untuk menunjang peningkatan standar kehidupan.
- b) Kebijakan transportasi harus dapat memacu peningkatan kualitas kehidupan secara umum.
- c) Segala manfaat yang didapat dari sektor transportasi harus dapat dirasakan oleh semua lapisan masyarakat.

Dampak transportasi terhadap ekonomi kota, dampak yang paling mendasar adalah operasional di mana peningkatan kinerja waktu, terutama dalam hal keandalan, serta kerugian berkurang. Hal ini menunjukkan tingkat pemanfaatan transportasi yang menguntungkan penggunanya sebagai penumpang dan barang yang disampaikan lebih cepat. Dampak utama dari transportasi pada faktor-faktor ekonomi dapat dikategorikan sebagai berikut (Syafriyazal, 2000) :

- a) Spesialisasi Geografis.
- b) Produksi Skala Besar.
- c) Meningkatnya Persaingan.

2.1.3 Pengertian Kereta Api

Menurut undang-undang Perkeretaapian no 23 tahun 2007, perkeretaapian adalah satu kesatuan sistem yang terdiri atas sarana prasarana dan sumber daya manusia, serta norma, kriteria, persyaratan, dan prosedur untuk penyelenggaraan transportasi kereta api.

Angkutan kereta api adalah kegiatan pemindahan orang dan/atau barang dari satu tempat ke tempat lain dengan menggunakan kereta api. Sedangkan kereta api adalah sarana perkeretaapian dengan tenaga gerak, baik berjalan sendiri maupun dirangkaikan dengan sarana perkeretaapian lainnya, yang akan ataupun yang sedang bergerak di jalan rel yang terkait dengan perjalanan kereta api.

Kereta api terdiri dari lokomotif dan gerbong. Lokomotif adalah sarana perkeretaapian yang memiliki penggerak sendiri yang bergerak dan digunakan untuk menarik atau mendorong kereta, gerbong, dan peralatan khusus, antara lain lokomotif listrik dan diesel. Sedangkan kereta sendiri memiliki arti sarana perkeretaapian yang ditarik lokomotif atau mempunyai penggerak sendiri yang digunakan untuk mengangkut orang, antara lain Kereta Rel Listrik (KRL), Kereta Rel Diesel (KRD), kereta makan, kereta bagasi dan kereta pembangkit. Sedangkan yang dimaksud dengan gerbong adalah sarana perkeretaapian yang ditarik lokomotif digunakan untuk mengangkut barang, antara lain gerbong datar, gerbong tertutup, gerbong terbuka, dan gerbong tengki.

2.1.4 Teori Permintaan

Teori permintaan adalah teori yang menerangkan tentang ciri-ciri hubungan antara jumlah permintaan dan harga. Berdasarkan ciri hubungan antara permintaan dan harga dapat dilihat dari kurva permintaan, melalui kurva permintaan dapat dijelaskan ketika terjadi perubahan permintaan maka harga keseimbangan pun akan berubah (Sadono Sukirno, 2005).

Dalam ilmu ekonomi, istilah permintaan (demand) mempunyai arti tertentu, yaitu selalu menunjuk pada suatu hubungan tertentu antara jumlah suatu barang yang mau dibeli orang dan harga tersebut. Definisi permintaan adalah jumlah suatu barang yang mau dan mampu dibeli pada berbagai kemungkinan harga selama jangka waktu tertentu dengan anggapan hal-hal lain tetap sama (Gilarso, 2007).

Para ahli ekonomi lainnya yaitu Lincolin Arsyad (2010), mengemukakan bahwa dalam ilmu ekonomi istilah permintaan menunjukkan jumlah barang dan jasa yang akan dibeli konsumen pada periode waktu dan keadaan tertentu. Permintaan terdiri dari :

- 1) Permintaan langsung, yaitu permintaan akan barang dan jasa yang dapat memuaskan keinginan konsumen secara langsung.
- 2) Permintaan turunan, yaitu permintaan barang dan jasa yang digunakan sebagai input penting dalam pengolahan dan pendistribusian produk lainnya, misalkan permintaan akan pekerjaan, tenaga penjual, dan lain-lain.

Sedangkan dari segi kemampuan dan daya beli maka permintaan dibagi atas :

- 1) Permintaan potensial, yaitu permintaan yang hanya menunjukkan adanya intensitas kebutuhan seseorang akan guna barang tanpa disertai dengan daya beli.
- 2) Permintaan efektif, yaitu permintaan selain menunjukkan adanya intensitas kebutuhan juga disertai dengan daya beli.

Jadi yang dimaksud dengan permintaan suatu barang dapat diartikandengan berbagai kemungkinan jumlah barang atau jasa yang diminta oleh pembelipada berbagai tingkat harga untuk suatu periode waktu tertentu dan dalam suatupasar tertentu, atau dalam arti luas dapat diartikan sebagai suatu pasar untukperiode tertentu pada berbagai kemungkinan pendapatan, atau berbagai

tingkat harga barang lain yang mempunyai hubungan dekat dan dipengaruhi oleh beberapa faktor.

2.1.4.1 Fungsi Permintaan

Fungsi permintaan berdasarkan pada teori permintaan (Sadono Sukirno, 2002) adalah :

$$Q_x = f(P_x, P_y, Q_{pend}, Y_{masyarakat}, T, F)$$

Dimana :

Q_x : Jumlah barang yang diminta

P_x : Harga barang itu sendiri.

P_y : Harga barang lain.

Q_{pend} : Jumlah penduduk.

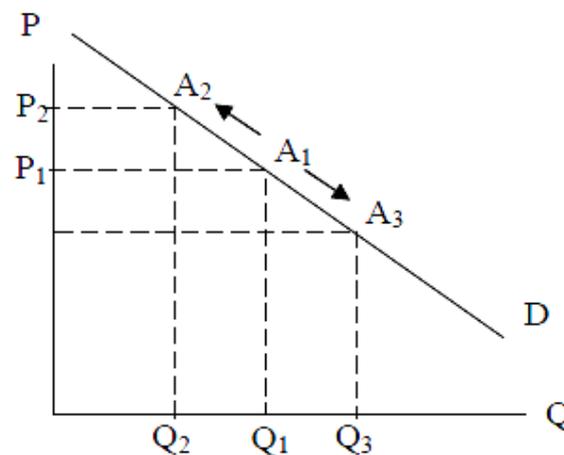
$Y_{masyarakat}$: Pendapatan rata-rata masyarakat atau per kapita

T : Cita rasa masyarakat.

F : Ramalan mengenai keadaan dimasa yang akan datang.

Kurva permintaan menyajikan hubungan antara jumlah yang diminta dengan harga dan faktor lain tetap sama. Istilah permintaan mengacu pada keseluruhan hubungan antara harga dan kuantitas (Lipsey, 2003).

Kurva permintaan merupakan grafik yang menggambarkan hubungan antara harga dengan jumlah komoditas yang ingin dan dapat dibeli konsumen. Kurva ini digunakan untuk memperkirakan perilaku dalam pasar kompetitif. Dengan menggunakan kurva permintaan, besarnya permintaan barang dan jasa pada berbagai tingkat harga akan dapat diketahui. Kurva permintaan dapat dilihat pada gambar 2.1 :



Sumber : Teori Pengantar Ekonomi Mikro (Sadono Sukirno 1994) **Gambar**

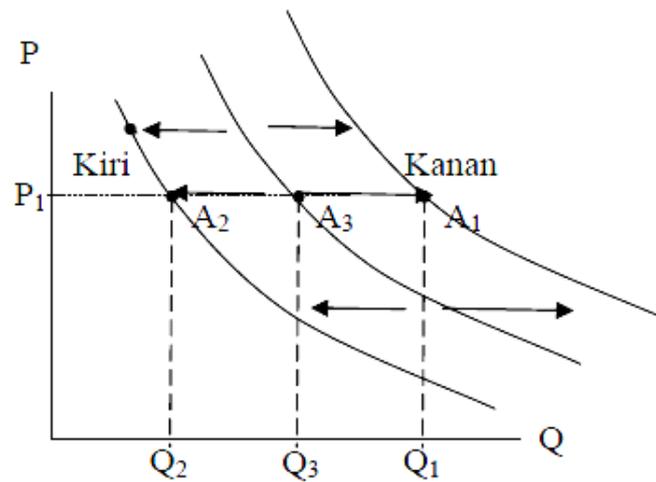
2.1

Kurva Permintaan

Pergerakan kurva permintaan (*movement along the curve*), kurva permintaan akan bergerak kekanan atau kekiri, yaitu seperti apa yang ditunjukkan dalam

Gambar 2.1, apabila terdapat perubahan-perubahan terhadap permintaan yang ditimbulkan oleh faktor-faktor bukan harga, harga barang lain, pendapatan para pembelidan berbagai faktor bukan harga lainnya mengalami perubahan, maka perubahan itu akan menyebabkan kurva permintaan akan pindah ke kanan atau ke kiri (*shift of the demand curve*).

Kurva permintaan akan bergerak apabila perubahan itu bukan ditimbulkan oleh perubahan harga barang itu sendiri tetapi sebagai akibat dari perubahan faktor bukan harga, misalnya perubahan cita rasa pembeli atau biasa disebut selera konsumen, apabila faktor-faktor lain tidak mengalami perubahan, meningkatnya pendapatan akan meningkatkan permintaan, yaitu pada setiap tingkat harga jumlah yang diminta menjadi bertambah banyak, keadaan seperti ini digambarkan oleh pergeseran kurva permintaan. Bahwa yang menyebabkan adanya pergerakan di sepanjang kurva permintaan adalah karena perubahan harga produk yang bersangkutan. Pergerakan ini sejalan dengan Hukum Permintaan, yaitu ketika harga barang naik, maka jumlah permintaan akan turun, sehingga titik pada kurva permintaan akan bergerak ke kiri. Pergeseran kurva permintaan dapat dilihat pada gambar 2.2 :



Sumber : Teori Pengantar Ekonomi Mikro (Sadono Sukirno 1994)

Gambar 2.2

Pergeseran Kurva Permintaan

2.1.5 Teori Penawaran

Teori yang menerangkan sifat penjual dalam menawarkan barang yang akan dijual. Penawaran adalah sejumlah barang yang dijual atau ditawarkan pada suatu harga dan waktu tertentu. Bunyi hukum penawaran apabila terdapat perubahan harga naik dengan asumsi semua variabel lainnya konstan, maka mengakibatkan jumlah yang ditawarkan akan bertambah. Demikian pula sebaliknya, apabila terdapat perubahan harga turun dengan asumsi semua variabel lainnya konstan, maka mengakibatkan jumlah yang ditawarkan akan berkurang. Jika pada suatu pasar terdapat penawaran suatu produk yang relatif sangat banyak, maka harga akan turun. Hal ini disebabkan oleh :

- Barang yang tersedia pada produsen melebihi jumlah yang diminta konsumen sehingga untuk merangsang membeli lebih banyak, maka produsen akan menurunkan harga jualnya.
- Produsen hanya akan meningkat keuntungannya dari total jumlah jual produknya. Sebaliknya, jika pada suatu pasar terdapat penawaran suatu produk yang relatif sedikit, yang terjadi adalah harga akan naik.
- Barang yang tersedia pada produsen/penjual relatif sedikit sehingga manakala jumlah permintaan banyak, produsen akan berusaha membatasi jumlah permintaan dengan cara menaikkan harga jualnya.
- Produsen/penjual hanya akan meningkat keuntungannya dari harga jual produknya.

Teori yang menerangkan pengaruh penawaran terhadap harga merupakan pernyataan positif dan bukan merupakan suatu hukum (hukum penawaran). Faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran (Sadono Sukirno 1994) :

- a. Harga barang itu sendiri.
- b. Harga barang lain.
- c. Biaya Produksi.
- d. Tujuan-tujuan operasi perusahaan tersebut.
- e. Tingkat teknologi yang digunakan.

Ciri hubungan antara harga dan penawaran, harga sesuatu barang selalu dipandang sebagai faktor yang sangat penting dalam menentukan penawaran barang tersebut.

2.1.5.1 Fungsi Penawaran

Fungsi penawaran adalah persamaan yang menunjukkan hubungan antara jumlah barang yang ditawarkan oleh penjual dan semua faktor yang mempengaruhinya. Fungsi penawaran secara umum ditulis :

$$Q_s = F (P_x, P_y, C, T)$$

Dimana :

Q_s : Jumlah barang yang ditawarkan.

P_x : Harga barang itu sendiri.

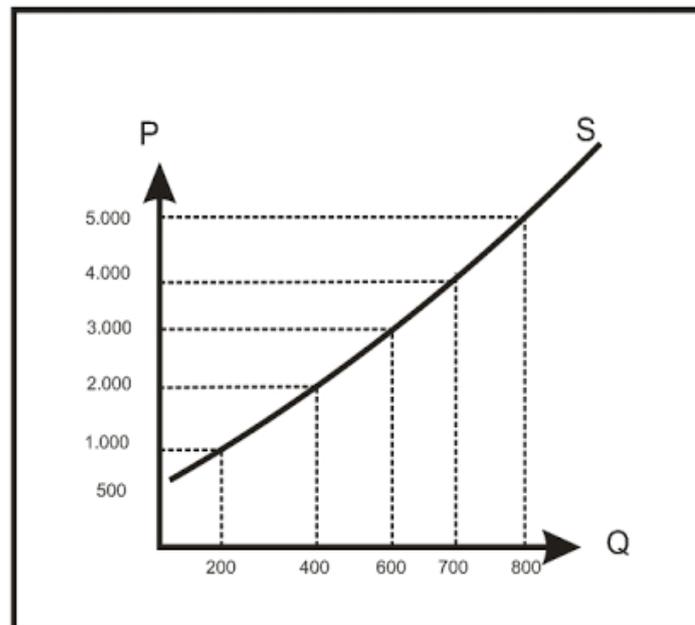
P_y : Harga barang lain.

C : Biaya Produksi

T : Teknologi yang digunakan.

Kurva penawaran adalah suatu kurva yang menunjukkan hubungan di antara harga suatu barang tertentu dengan jumlah barang tersebut yang ditawarkan. Pada umumnya kurva penawaran naik dari kiri bawah ke kanan atas. Berarti arah pergerakannya berlawanan dengan arah pergerakan kurva permintaan. Bentuk kurva penawaran bersifat seperti itu karena terdapat hubungan yang positif di

antara harga dan jumlah barang yang ditawarkan, yaitu makin tinggi harga, makin banyak jumlah yang ditawarkan. Kurva penawaran dapat dilihat pada gambar 2.2



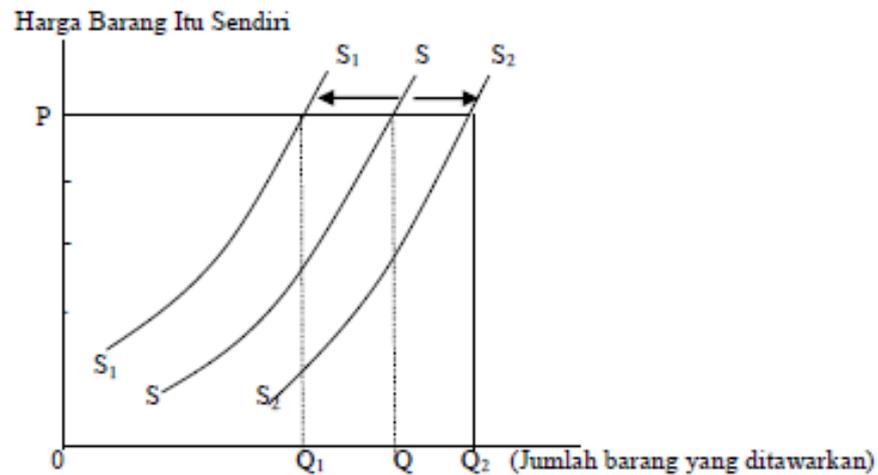
Sumber : Teori Pengantar Ekonomi Mikro (Sadono Sukirno 1994)

Gambar 2.3

Kurva Penawaran

Sifat kurva penawaran dalam pergeseran dan pergerakan kurva hamper sama dengan yang terjadi pada kurva permintaan, gambar kurva penawaran miring dari kiri bawah ke kanan atas, selanjutnya kurva penawaran dikatakan bertambah apabila kurvanya bergerak ke kanan bawah dan dikatakan berkurang apabila kurvanya bergerak ke kiri atas. Gerakan sepanjang dan pergeseran kurva penawaran, perubahan dalam jumlah yang ditawarkan dapat berlaku sebagai akibat dari pergeseran kurva penawaran. Berbagai faktor yang dimaksud diantaranya

adalah harga input, teknologi, harapan (ekspektasi), dan jumlah penjual. Pergeseran kurva penawaran dapat dilihat pada gambar 2.3 :



Sumber : Teori Pengantar Ekonomi Mikro (Sadono Sukirno 1996)

Gambar 2.4

Pergeseran Kurva Penawaran

Dimisalkan pada mulanya kurva penawaran barang dari suatu perusahaan dengan menggunakan teknologi tertentu dan biaya produksi tertentu adalah SS . Kurva ini menunjukkan bahwa pada tingkat harga P , jumlah barang yang ditawarkan adalah Q . Apabila teknologi yang digunakan lebih canggih maka kurva penawaran akan bergeser ke kanan, menjadi S_2S_2 . Kurva ini menunjukkan bahwa dengan harga tetap pada P , jumlah barang yang ditawarkan meningkat menjadi Q_2 . Kemajuan teknologi dapat meningkatkan penawaran barang di pasar, dalam hal ini dari Q menjadi Q_2 . Apabila biaya produksi naik maka kurva penawaran akan bergeser ke kiri, menjadi S_1S_1 . Kurva ini menunjukkan bahwa dengan harga

tetap pada P, jumlah barang yang ditawarkan menurun menjadi Q1. Ini berarti bahwa kenaikan biaya produksi menyebabkan penurunan penawaran barang di pasar, dalam hal ini dari Q menjadi Q1.

2.1.6 Teori Utilitas

Utility atau nilai guna sering digunakan sebagai istilah untuk menjelaskan mengenai suatu manfaat barang atau komoditas tertentu. Pada teori keseimbangan, diketahui bahwa teori keseimbangan menggambarkan antara kesesuaian antara permintaan dan penawaran. Permintaan timbul karena konsumen memerlukan manfaat dari komoditas yang diminta. Manfaat inilah yang dikenal dengan istilah utilitas (*utility*). Jadi sebenarnya permintaan suatu komoditas menggambarkan permintaan akan manfaat dari komoditas tersebut (Sugiarto Dkk, 2007)

Teori *utility* sering digunakan sebagai pendekatan dalam menjelaskan perilaku konsumen. Pokok persoalan ekonomi yang dihadapi oleh setiap orang dalam perannya sebagai konsumen membutuhkan bermacam barang dan jasa yang semua harus diimbangi dengan kemampuan membeli. Konsumen harus berhadapan dengan pilihan jenis dan jumlah barang dan jasa yang harus di beli serta harga yang harus dibayar untuk mendapatkan barang dan jasa yang dituju.

Utility atau daya guna suatu barang sebenarnya berarti kemampuan barang tersebut untuk memenuhi kebutuhan manusia secara obyektif. Produksi menciptakan kemampuan tersebut. Namun baru dirasakan apabila barang itu dikonsumsi. Oleh karena itu, pengertian *utility* dalam analisis perilaku konsumen

berarti manfaat yang dirasakan dari konsumsi suatu barang atau kepuasan yang diperoleh dari barang / jasa tersebut dan dengan demikian juga penghargaan konsumen terhadapnya. Jadi *utility* juga merupakan suatu yang subyektif, tergantung pada pribadi yang melekat pada diri konsumen yaitu sejauh mana kebutuhannya terpenuhi dengan konsumsi barang/jasa tertentu (Gilarso, 2003).

Terdapat 2 pendekatan dalam memaksimalkan nilai guna (*utility*) yaitu sebagai berikut:

a. Pendekatan Kardinal (*Cardinal Approach*)

Pendekatan kardinal merupakan gabungan dari beberapa ahli ekonomi aliran subjektif seperti Herman Heinrich Gossen (1854), William Stanley Jevons (1871), dan Leon Wallras (1894). Pendekatan kardinal memberikan penilaian subjektif akan pemuasan kebutuhan dari suatu barang. Artinya tinggi rendahnya nilai guna suatu barang tergantung pada subjek yang memberikan penilaian. Jadi suatu barang akan memberikan nilai guna yang tinggi bila barang dimaksud memberikan daya guna yang tinggi bagi sang pemakai. Dalam pendekatan kardinal berlaku asumsi sebagai berikut:

- 1) Daya guna diukur dalam satuan uang, yaitu jumlah uang yang bersedia dibayar oleh konsumen dalam rangka menambah unit yang akan dikonsumsi.
- 2) Daya guna marginal dari uang tetap, yaitu bahwa nilai dari suatu uang dalam satuannya adalah sama untuk setiap orang tanpa memandang statusnya.

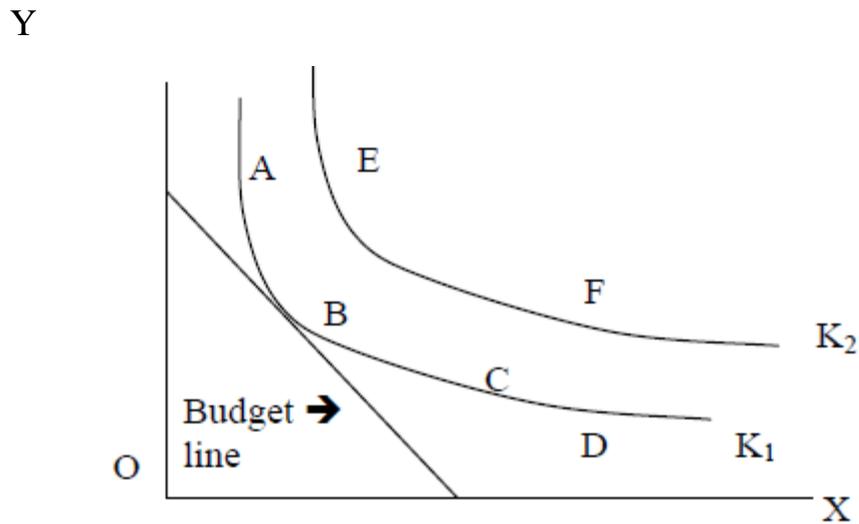
- 3) Addivitas, yaitu bahwa nilai guna total adalah keseluruhan konsumsi dari barang.
- 4) Daya guna bersifat independen, artinya daya guna suatu barang tidak dipengaruhi oleh karena mengkonsumsi barang lain.
- 5) Periode konsumsi suatu barang berdekatan dan dengan jumlah yang sama.

Dalam pendekatan kardinal dikenal konsep utilitas marjinal (*marginal utility* =MU) dan utilitas total (*total utility* = TU) sebagai berikut:

- 1) Utilitas Marginal (*Marginal Utility* = *MU*) Utilitas marginal adalah pertambahan atau pengurangan kepuasan yang diperoleh seseorang sebagai akibat dari pertambahan atau pengurangan mengkonsumsi satu unit barang tertentu untuk memenuhi kepuasannya.
- 2) Utilitas Total (*Total Utility* = *TU*) Utilitas total adalah jumlah seluruh nilai guna (kepuasan) yang di peroleh seseorang dari mengkonsumsi sejumlah barang tertentu.

b. Pendekatan Ordinal (*Ordinal Approach*)

Dalam pendekatan ordinal bahwa besarnya nilai guna ordinal dapat diukur atau dihitung dengan menggunakan pendekatan nilai relatif yaitu melalui order atau ranking. Dalam pendekatan ordinal ini tingkat kepuasan dapat diurutkan dalam tingkatan-tingkatan tertentu, misalnya rendah, sedang, tinggi. Dengan demikian, setiap kepuasan yang diperoleh dapat teranalisis. Dalam menganalisis tingkat kepuasan masing-masing individu dengan menggunakan pendekatan ordinal dapat menggunakan kurva *indifference*.



Sumber : *Teori Pengantar Ekonomi Mikro (Sadono Sukirno 2010)*

Gambar 2.5

Kurva Indifference

Yang dimaksud kurva *indifference* adalah kurva yang menggambarkan kombinasi 2 macam input untuk menghasilkan output yang sama (kepuasan). Sedangkan yang dimaksud dengan kepuasan sama adalah bahwa sepanjang kurva *indifference* yang pertama (K1) misalnya, tingkat kepuasan konsumen adalah sama dimana saja (A, B, C, atau D), hanya yang membedakannya bahwa anggaran untuk mencapai kepuasan di titik A tentu berbeda dengan di titik C. Begitupun pada titik B, konsumen harus cukup puas bila ternyata ia hanya mampu mencapai di titik B. Beberapa asumsi yang mendasari pendekatan ordinal adalah sebagai berikut :

- 1) Rasionalitas, di mana konsumen akan berusaha meningkatkan kepuasannya atau akan memilih tingkat kepuasan yang tertinggi yang bisa dicapainya.
- 2) Konveksitas, yaitu bentuk kurva *indifference* cembung dari titik origin dari sumbu absis dan ordinat.
- 3) Nilai guna tergantung pada jumlah barang yang dikonsumsi.
- 4) Transitivitas, yaitu konsumen akan menjatuhkan pada pilihan terbaik dari beberapa pilihan.
- 5) Berdasarkan asumsi ke-4, maka kurva *indifference* tidak boleh bersinggungan atau saling berpotongan.

Konsumen dalam memilih barang yang akan memaksimalkan tingkat kepuasan ditunjukkan dengan bantuan kurva *indifference*.

2.1.7 Elastisitas Permintaan

Salah satu karakteristik penting dari kurva atau fungsi permintaan adalah derajat kepekaan jumlah permintaan terhadap perubahan salah satu faktor yang mempengaruhinya. Ukuran derajat kepekaan ini disebut elastisitas (Boediono, 1982). Elastisitas permintaan mengukur perubahan relatif dalam jumlah unit barang yang dibeli sebagai akibat adanya perubahan salah satu determinan permintaan. Elastisitas permintaan dapat dibagi menjadi tiga jenis elastisitas, sesuai dengan determinan dari permintaan, diantaranya :

- 1) Elastisitas harga (*price elasticity of demand*)

Merupakan tingkat kepekaan relatif dari jumlah yang diminta konsumen akibat adanya perubahan harga barang. Dengan kata lain, elastisitas yang dikaitkan dengan harga barang itu sendiri. Elastisitas harga (E_p) mengukur berapa persen perubahan permintaan terhadap barang tersebut apabila harganya berubah sebesar satu persen. Maka rumus elastisitas harga dapat dinyatakan sebagai berikut :

$$E_p = \frac{(\Delta Q/Q)}{(\Delta P/P)}$$

$$= \frac{(\% \partial Q)}{(\% \partial P)}$$

Keterangan :

E_p = Elastisitas harga.

ΔQ = Selisih perubahan jumlah barang yang diminta.

ΔP = Selisih perubahan harga barang.

∂Q = Nilai keseimbangan parsial dari jumlah barang yang diminta.

∂P = Tingkat harga.

Keseimbangan parsial adalah titik keseimbangan yang terjadi pada pasar output. Angka elastisitas harga bernilai negatif, dimana apabila harga barang naik, mengakibatkan jumlah barang yang diminta akan menurun, dan sebaliknya. Angka elastisitas harga (E_p) untuk mengukur perubahan relatif terbagi menjadi 5 angka elastisitas, yaitu :

- a) Elastisitas tidak sempurna, apabila angka elastisitas berkisar antara 0 dan 1 elastisitas seperti ini terjadi apabila perubahan harga tidak akan merubah jumlah yang diminta, jumlah yang diminta tetap walaupun harga mengalami perubahan.
 - b) Elastisitas tak terhingga atau elastisitas sempurna, apabila angka elastisitas sangat besar, perubahan sedikit pada harga membuat perubahan permintaan yang tidak terhitung besarnya ($E_p = \infty$) Elastisitas yang terjadi apabila pada suatu harga tertentu pasar sanggup membeli semua barang yang ada di pasar. Berapapun barang yang ditawarkan para penjual pada harga tersebut, semuanya akan dapat terjual. Elastis uniter, apabila angka elastisitas sama dengan 1 ($E_p = 1$) elastisitas yang mempunyai koefisien elastisitas permintaan sebesar satu.
 - c) Inelastis atau tidak elastisitas, apabila angka elastisitas lebih kecil dari 1 ($E_p < 1$) Elastisitas terjadi dimana persentase perubahan harga adalah lebih besar daripada perubahan jumlah barang yang diminta.
 - d) Elastis, apabila angka elastisitas lebih besar dari 1 ($E_p > 1$) elastisitas ini terjadi apabila permintaan mengalami perubahan dengan persentase yang melebihi perubahan harga (Sadono Sukirno, 1994).
- 2) Elastisitas harga silang (*cross elasticity*) adalah elastisitas yang mengukur persentase perubahan permintaan suatu barang akibat perubahan harga barang sebagai akibat perubahan harga barang lain sebesar satu persen. Dengan kata lain, pengukuran elastisitas harga silang antara dua barang yang diperlukan untuk melihat tingkat hubungan di antara keduanya, baik

hubungan yang saling melengkapi atau hubungan yang saling menggantikan. Maka rumus elastisitas harga silang dapat dinyatakan sebagai berikut :

$$E_p = \frac{(\Delta Q_x / Q_x)}{(\Delta P_y / P_y)}$$

$$= \frac{(\% \partial Q_x)}{(\% \partial P_y)}$$

Keterangan :

E_c = Hubungan antara barang x dan y.

ΔQ_x = Perubahan jumlah barang x akibat adanya perubahan harga y.

ΔP_y = Selisih perubahan harga barang y.

∂Q_x = Nilai keseimbangan parsial dari jumlah barang yang diminta.

∂P_y = Tingkat harga.

Nilai E_c mencerminkan hubungan antara barang x dan y, bila E_c lebih besar dari 0 ($E_c > 0$) maka barang x merupakan barang substitusi barang y. Kenaikan harga barang y menyebabkan harga relatif barang x menjadi lebih murah, sehingga permintaan barang x menjadi meningkat. Tetapi apabila nilai E_c kurang dari 0 ($E_c < 0$), maka hubungan kedua barang menunjukkan hubungan yang komplementer (barang x hanya bisa digunakan bersama-sama dengan barang y) sehingga penambahan terhadap permintaan barang y akan menyebabkan penambahan terhadap permintaan barang x pula.

- 3) Elastisitas pendapatan (*income elasticity*) adalah elastisitas yang mengukur berapa persen perubahan permintaansuatu barang bila pendapatan berubah sebesar satu persen. Pembeli seseorang terhadap suatu jenis barang sangat sensitive terhadap adanya perubahan. Maka rumus elastisitas pendapatan dapat dinyatakan sebagai berikut :

$$E_i = \frac{(\Delta Q/Q)}{(\Delta I/I)}$$

$$= \frac{(\% \partial Q)}{(\% \partial I)}$$

Keterangan :

E_i = Elastisitas Pendapatan.

ΔQ = Perubahan barang yang diminta.

ΔI = Selisih perubahan pendapatan perkapita.

∂Q = Nilai keseimbangan parsial dari jumlah barang yang diminta.

∂PI = Tingkat pendapatan.

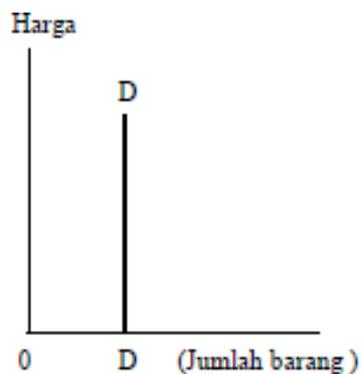
Pada umumnya nilai E_i adalah positif, karena kenaikan pendapatan perkapita akan meningkatkan permintaan, makin besar nilai E_i maka elastisitas pendapatannya makin besar. Barang dengan nilai E_i lebih besar dari 0 ($E_i > 0$) merupakan jenis barang normal (*normal goods*). Bila nilai E_i antara 0 sampai 1 ($E_i = 0 - 1$), barang tersebut merupakan barang kebutuhan pokok (*essential goods*). Sedangkan barang dengan nilai E_i lebih besar dari 1 ($E_i > 1$) merupakan

barang mewah (*luxurious goods*), namun apabila barang dengan barang E_i kurang dari nol ($E_i < 0$), barang tersebut disebut dengan barang inferior (permintaan terhadap barang tersebut justru menurun apabila pendapatan meningkat).

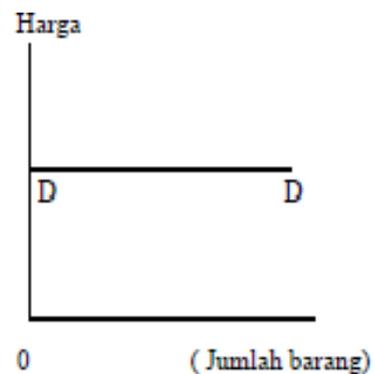
a) Faktor penentu elastisitas permintaan :

- Tingkat kemampuan barang-barang lain untuk mengganti barang yang bersangkutan.
- Persentasi pendapatan yang akan dibelanjakan untuk membeli barang tersebut.
- Jangka waktu didalam mana permintaan itu dianalisa.

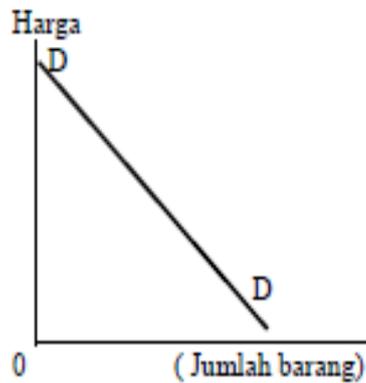
b) Bentuk kurva elastisitas permintaan



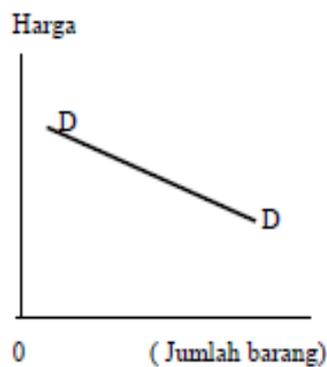
Inelastis Sempurna



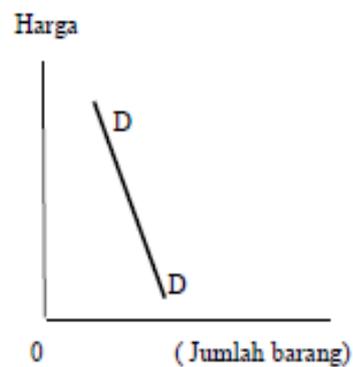
Elastis Sempurna



Elastisitas Uniter



Elastis



Inelastis

Sumber : *Teori Pengantar Ekonomi Mikro (Sadono Sukirno, 2002)*

Gambar 2.6 Jenis-jenis Elastisitas Permintaan

Konsep elastisitas dan inelastisitas telah digunakan sebagai kriteria, meskipun sulit mengukur secara akurat. Sifat permintaan menimbulkan masalah, yaitu terutama yang berkaitan dengan penentuan harga jasa transportasi dan penyediaan jasa transportasi yang dibutuhkan. Jadi permintaan dan biaya (suplai) itu berdiri sama dalam tinggi dalam menentukan tingkat tarif angkutan yang layak. Elastisitas permintaan menggambarkan tanggapan dari kualitas permintaan

terhadap perubahan harga pasar secara kualitatif. Elastisitas dikategorikan dalam tiga alternatif, yaitu (Rahardjo Adisasmita, 2014) :

- 1) Bila penurunan presentase P (tarif angkutan) menimbulkan presentase yang sama pada Q (permintaan jasa transportasi), sehingga penjualan ($P \times Q$) tetap tidak berubah, maka situasi seperti ini dikategorikan sebagai elastisitas permintaan uniter ($E=1$).
- 2) Dalam hal ini penurunan presentase P menimbulkan kenaikan presentase yang lebih kecil pada Q sehingga hasil penjualannya ($P \times Q$) menurun, hal ini dikategorikan sebagai permintaan inelastis ($E<1$).
- 3) Kalau penurunan presentase P menimbulkan kenaikan presentase yang besar dalam Q sehingga hasil penjualan ($P \times Q$) juga meningkat, maka hal ini dikatakan sebagai permintaan yang elastis ($E>1$).

2.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan

Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan suatu produk, baik barang maupun jasa dinyatakan bahwa jumlah komoditas yang diminta merupakan fungsi atau tergantung pada harga komoditas, pendapatan konsumen, harga yang berhubungan (komplementer dan substitusi) dan selera. Menurut Sadono Sukirno (1994), permintaan seseorang atau masyarakat kepada sesuatu barang ditentukan oleh banyak faktor. Berikut adalah beberapa faktor yang menentukan permintaan seseorang atau suatu masyarakat kepada suatu barang, diantaranya :

2.2.1 Harga Barang Itu Sendiri

Dengan asumsi *ceteris paribus*, memiliki hubungan yang terbalik (Miller dan Minner, 2000) yang sesuai dengan Hukum permintaan yaitu “Apabila harga suatu barang mengalami kenaikan, maka kuantitas yang diminta oleh konsumen akan turun, sebaliknya apabila harga suatu barang mengalami penurunan, maka kuantitas yang diminta oleh konsumen akan naik”. Sama halnya dengan permintaan jasa, bahwa permintaan jasa juga dipengaruhi oleh harga jasa angkutan itu sendiri, pengaruh harga jasa angkutan terhadap permintaan jasa angkutan ditentukan pula oleh tujuan perjalanan (*trip purpose*), yaitu apakah perjalanan rekreasi/berlibur (*leisure travel*) atau perjalanan bisnis (*business travel*).

2.2.2 Harga Barang Lain

Barang konsumsi pada umumnya mempunyai kaitan penggunaan antar yang satu dengan yang lain. Berdasarkan kaitan penggunaan antara kedua macam barang konsumsi pada dasarnya dapat dibedakan menjadi 2 macam :

- a) Barang pengganti (*substitusi*) adalah suatu barang yang dapat menggantikan fungsi barang lain. Harga barang pengganti dapat mempengaruhi permintaan barang yang dapat digantikannya. Jika harga barang pengganti lebih murah, maka barang yang digantikannya akan mengalami pengurangan dalam permintaan. Artinya penurunan/kenaikan harga barang substitusi/pengganti akan menggeser kurva permintaan ke kiri/kekanan.
- b) Barang penggenap (*komplementer*) adalah suatu barang yang digunakan bersama-sama dengan barang yang lain. Kenaikan/penurunan barang

komplementer selalu sejalan dengan perubahan permintaan barang yang digenapi. Penurunan/kenaikan harga barang komplementer akan menggeser kurva permintaan ke kanan/kekiri.

2.2.3 Pendapatan

Faktor ini merupakan faktor penentu yang penting dalam permintaan suatu barang. Pada umumnya, semakin besar pendapatan/penghasilan, semakin besar pula permintaan sehingga kurva permintaan akan bergeser ke kanan. Berdasarkan sifat perubahan permintaan, apabila pendapatan berubah. Ada 4 kasus barang (Sadono Sukirno, 1994) :

- a) Barang pokok atau Barang Esensial adalah barang yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat. Permintaan barang ini tidak akan banyak berubah meskipun pendapatan berubah.
- b) Barang inferior adalah barang yang banyak diminta oleh orang-orang berpendapatan rendah, jadi bila pendapatan bertambah maka permintaan akan barang ini akan berkurang.
- c) Barang normal adalah barang-barang yang jumlah konsumsinya bertambah seiring dengan pendapatan konsumen yang meningkat.
- d) Barang superior atau barang mewah adalah barang yang banyak diminta oleh orang-orang kaya, jadi apabila pendapatan bertambah, maka permintaan atas barang ini juga bertambah.

2.2.4 Cita Rasa Masyarakat/ Selera

Selera berpengaruh besar terhadap keinginan orang untuk membeli. Perubahan selera memang bisa berlangsung sangat lama, namun cepat atau lambat perubahan selera terhadap suatu komoditi menggeser kurva permintaan ke kanan, sehingga pada setiap tingkat harga akan lebih banyak komoditi yang dibeli. Citra atau image terhadap perusahaan atau moda transportasi tertentu. Apabila suatu perusahaan angkutan atau moda angkutan tertentu senantiasa memberikan kualitas pelayanan yang dapat memberi kepuasan kepada pemakai jasa transportasi, maka konsumen tersebut akan menjadi pelanggan yang setia. Dengan kualitas pelayanan yang prima akan dapat meningkatkan citra perusahaan kepada para pelanggannya.

2.2.5 Faktor-Faktor Lain

Faktor-faktor lain yang ikut mempengaruhi permintaan suatu komoditas/barang antara lain distribusi pendapatan, jumlah penduduk, ekspektasi harga dimasa mendatang dan perkiraan tentang keadaan dimasa mendatang atau yang sering disebut ekspektasi tentang masa depan yang sulit diukur secara kuantitatif, misalnya karakteristik seseorang yaitu umur, jenis kelamin, pendidikan terakhir, dll.

2.3 Penelitian Terdahulu

1. Muhammad Zikriansyah Nandra Caya, Westi Riani, Dewi Rahmi (2016) jurnal ini meneliti "*Identifikasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Jasa Angkutan Kereta Api Rute Bandung-Jakarta*". Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui : 1) mengetahui pengaruh harga tiket kereta api, harga tiket travel, pendapatan perkapita, jumlah

penduduk, dan di operasikannya Tol Cipularang terhadap permintaan jasa angkutan kereta api rute Bandung-Jakarta, 2) mengetahui besarnya elastisitas dari perubahan faktor-faktor tersebut terhadap perubahan permintaan jasa angkutan kereta api rute Bandung-Jakarta. Metode dasar yang di gunakan adalah deskriptif kuantitatif yaitu data sekunder, data yang di peroleh kemudian diolah kembali dan disesuaikan dengan jenis kebutuhan penelitian dan dengan menggunakan model ekonometrika dan diolah dengan metode analisis *Ordinary Least Square(OLS)*. Dengan hasil perhitungan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,8539, ini berarti bahwa 85,39% variasi perubahan pada variabel bebas permintaan jasa angkutan kereta api rute Bandung-Jakarta bisa dijelaskan oleh variasi perubahan pada variabel-variabel bebas yang meliputi harga rill tiket kereta api, harga rill tiket travel pendapatan rill perkapita Kota Bandung, jumlah penduduk Kota Bandung serta dioperasikannya Tol Cipularang dan sisannya sebesar 14,61% dijelaskan oleh variabel lainnya diluar model, kemudian melalui Uji T, bahwa harga rill tiket kereta api, harga tiket travel, pendapatan perkapita, jumlah penduduk dan beroperasinya Tol Cipularang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap permintaan jasa angkutan kereta api.

2. MG. Endang Sri Utari dan Dyah Maya Nihayah (2016), jurnal ini meneliti mengenai “*Analisis Permintaan Perjalanan Pengguna Jasa Kereta Api Eksekutif Rute Semarang-Jakarta (Studi Kereta Api Argo Muria dan Argo sindoro*”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui : 1) mengetahui

seberapa besar pendapatan konsumen Kereta Api Argo Muria dan Argo Sindoro berpengaruh terhadap permintaan perjalanan pengguna jasa kereta kereta api eksekutif, 2) mengetahui pengaruh dari harga tiket kereta api itu sendiri dan pengaruh persepsi harga tiket pesawat terhadap permintaan perjalanan pengguna jasa kereta api eksekutif, 3) mengetahui pengaruh kualitas layanan kereta api dan dummy jenis kereta api terhadap permintaan perjalanan pengguna jasa kereta api eksekutif. Metode penelitian ini adalah penelitian *explanatory* dan penelitian kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari penelitian terhadap 160 responden dari seluruh penumpang Kereta Api Argo Muria dan Aro Sindoro dengan teknik *simple random sampling*. Sedangkan metode yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah dengan menggunakan angket/kuesioner, wawancara dan dokumentasi. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian adalah analisis regresi *Ordinary Least Square* (OLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa jumlah permintaan akan kereta api eksekutif (Q_d) dipengaruhi oleh pendapatan konsumen (X_1), harga tiket kereta api (X_2), persepsi harga tiket pesawat (X_3), kualitas layanan kereta api (X_4), jenis kereta api (X_5) dan promo tiket pesawat (X_6) dan Nilai konstanta pada hasil regresi tersebut dapat diartikan jika semua variabel independen atau variabel bebas memiliki nilai nol (0) maka jumlah permintaan perjalanan pengguna kereta api eksekutif Argo Muria dan Argo Sindoro sebanyak 4,0319 tiket pada satu bulan terakhir. Nilai koefisien pendapatan untuk variabel (X_1)

adalah sebesar 0,4770. Hal ini dapat diartikan bahwa setiap kenaikan pendapatan konsumen sebesar 1 rupiah maka jumlah permintaan kereta api akan naik sebanyak 0,4770 tiket satu bulan terakhir, begitupun sebaliknya jika pendapatan konsumen turun sebesar 1 rupiah, maka permintaan terhadap kereta api turun sebesar 0,4770 tiket per satu bulan terakhir. (Asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap). Nilai koefisien harga tiket kereta api (X2) adalah sebesar -0,1852. Pengaruh negatif kenaikan harga tiket kereta api terhadap permintaan kereta api Argo Muria dan Argo Sindoro sebesar 0,1852 sesuai dengan teori bahwa permintaan suatu barang dan jasa dipengaruhi oleh harga barang dan jasa itu sendiri. Nilai koefisien persepsi harga tiket pesawat (X3) adalah sebesar 0,0468 tidak memiliki pengaruh terhadap permintaan perjalanan pengguna kereta api eksekutif Argo Muria dan Argo Sindoro. Jenis kereta api tidak memiliki pengaruh terhadap permintaan perjalanan pengguna kereta api eksekutif Argo Muria dan Argo Sindoro atau dapat diartikan bahwa tidak ada perbedaan jumlah permintaan kereta api eksekutif rute Semarang-Jakarta yang dipengaruhi oleh perbedaan jenis kereta api yaitu kereta api Argo Muria dan Argo Sindoro. Adanya tiket promo pesawat memiliki pengaruh terhadap permintaan perjalanan pengguna kereta api eksekutif Argo Muria dan Argo Sindoro yaitu sebesar 0,5543.

3. Julu Karolina Sianipar (2006) meneliti tentang “*Pengaruh Harga Tiket Dan Intensitas Keberangkatan Terhadap Permintaan jasa Angkutan*”

Penumpang Kapal Laut Jurusan Belawan-Tanjung Priok”, menyatakan bahwadari 2(dua) variabel yang secara nyata mempengaruhi tingkat jumlah penumpang(Y) adalah variabel intensitas keberangkatan (X2), sedangkan variabel harga(X1) tidak nyata mempengaruhi jumlah penumpang (Y). Dimana pada tingkatkeyakinan 95%, variabel harga (X1) dan variabel intensitas keberangkatan (X2)secara bersama mampu menjelaskan hubungan dengan tingkat jumlahpenumpang hingga 42,7%. Sedangkan sisanya sebesar 57,3% dipengaruhi olehvariabel lain yang tidak termasuk model.

4. Citra Hilda Karissa (2011), meneliti tentang “*Analisis permintaan Jasa Kereta Api, studi kasus Kereta Api Eksekutif Harina Trex Semarang-Bandung dan Kereta Api Eksekutif Argo Muria Trex Semarang-Jakarta*”. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh harga tiket kereta api, harga tiket travel, pendapatan dan karakteristik demografi penumpang terhadap permintaan jasa kereta api. Metode analisis yang digunakan adalah dengan data kuantitatif, dengan bantuan program E-views. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Dalam penelitian ini variabel dependen yang digunakan adalah variabel permintaan jasa angkut kereta api eksekutif. Permintaan yang dimaksud adalah permintaan pasar yaitu jumlah penggunaan jasa kereta api eksekutif yaitu Harina dan Argo Muria yang digunakan oleh 150 orang responden dalam 1 bulan terakhir yaitu pada bulan Desember 2010. Pada model persamaan

pengaruh harga tiket kereta api, harga tiket transportasi lain, pendapatan, jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir, dan pekerjaan terhadap penggunaan jasa Kereta Api Eksekutif Harinapada 1 bulan terakhir dengan $n = 70$ dan $k = 7$, maka diperoleh *degree of freedom*(df) = 63 (n-k), dan menggunakan $\alpha = 5$ persen diperoleh nilai X^2 tabel atau chisquare sebesar 79,0819. Pengaruh harga tiket kereta api, harga tiket transportasi lain, pendapatan, jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir, dan pekerjaan terhadap penggunaan jasa Kereta Api Eksekutif Harina pada 1 bulan terakhir yaitu sebesar 0,053586.

5. Dalam penelitiannya Eriek Syarif Rachman, (2013) yang berjudul “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Travel Cipaganti Group Di Jember*” , menyatakan bahwa Metode pengumpulan data yang digunakan terdiri dari metode: angket, observasi, wawancara, dan dokumen. Analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan inferensial (yang terdiri: analisis garis regresi sederhana, analisis varian garis regresi, uji F, dan efektivitas koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Travel Cipaganti Group di Jember. Hasil pengolahan data dibuktikan dengan menggunakan uji F menghasilkan $F (148,777) > F (2,494)$ dengan tingkat taraf signifikan $\alpha = 0.05 > 0.000$ dan koefisien determinasi (R tabel) sebesar 79,7% yang berarti bahwa variabel lain yang tidak diteliti yang mempengaruhi

kepuasan pelanggan sebesar 20,3% yaitu harga, promosi, lokasi, dan sebagainya. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan (terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan kepedulian) memberikan kontribusi yang positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dikarenakan segala bentuk kualitas pelayanan yang disediakan oleh pihak Travel Cipaganti Group di Jember dapat memberikan rasa nyaman, percaya, dan senang, sehingga pelanggan akan merasa puas dengan segala kualitas pelayanan yang di sediakan oleh pihak Travel Cipaganti Group di Jember tersebut. Sehingga pada pihak Travel Cipaganti Group di Jember terus meningkatkan kualitas pelayanannya untuk memberikan kepuasan yang maksimal kepada pelanggan.

6. Dalam penelitiannya Andri Warman, M. Iqbal Firdaus dan Indri Yusnita (2014) yang berjudul "*Karakteristik Penumpang Travel Dengan Jurusan Jakarta-Bandung*". Mereka menemukan bahwa faktor utama yang mempengaruhi konsumen dalam memilih menggunakan jasa travel Jakarta-Bandung adalah kenyamanan serta kecepatan dan waktu tempuh. Para penumpang beranggapan, ketiga hal tersebut yang menjadikan mereka beralih dari kendaraan pribadi, bus dan kereta. Dengan variabel – variabel yang digunakan pada karakteristik penumpang adalah Frekuensi perjalanan terhadap jenis kelamin, pendapatan penumpang, pekerjaan, pendidikan, dan usia, maksud perjalanan terhadap jenis kelamin.

2.4 Kerangka Pemikiran

Dari beberapa referensi teori yang dijabarkan sebelumnya, mencoba mengkaji bagaimana keterkaitan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi permintaan jasa angkutan kereta api rute Bandung – Jakarta.

Permintaan adalah jumlah barang atau jasa yang ingin dan mampu dibeli oleh konsumen, pada berbagai tingkat harga, dan pada waktu tertentu. Bunyi hukum permintaan, apabila harga suatu barang naik maka jumlah barang yang diminta akan turun, sebaliknya jika harga suatu barang turun maka jumlah barang yang diminta akan bertambah, ceteris paribus akan berlaku dengan asumsi faktor-faktor lain diluar harga dianggap konstan.

Kereta api merupakan transportasi yang paling sering digunakan oleh masyarakat umum. Hal tersebut karena moda transportasi ini berorientasi pada kepentingan publik dan pelanggan, dengan mempertimbangkan aspek harga yang cukup terjangkau untuk berbagai kalangan serta kapasitas angkut penumpang yang cukup besar. PT. KAI Daop 2 Bandung menyediakan kereta api Argo Parahyangan yang melayani keberangkatan rute Bandung-Jakarta dan sebaliknya karena mobilitas penduduk antara kota Bandung dan Jakarta semakin meningkat diperlukan adanya jasa transportasi dengan biaya terjangkau oleh daya beli masyarakat.

Permintaan akan jasa transportasi bersifat tidak langsung atau *derived demand* yaitu kebutuhan akan jasa transportasi timbul akibat adanya keinginan untuk memenuhi tujuan lain yang sebenarnya. Permintaan jasa angkutan kereta

api rute Bandung-Jakarta dapat di pengaruhi oleh harga tiket kereta api itu sendiri, harga merupakan faktor yang sangat dominan karena harga sangat mempengaruhi minat konsumen dalam memilih barang dan jasa, harga yang lebih tinggi untuk suatu barang dan jasa mengurangi konsumsi yang diinginkan konsumen terhadap komoditas itu, jika harga jasa transportasi meningkat maka akan terjadi penurunan permintaan akan jasa itu sendiri. Permintaan juga dipengaruhi oleh harga barang lain, dalam penelitian ini permintaan jasa angkutan transportasi rute Bandung-Jakarta di pengaruhi oleh harga transportasi lain, yaitu harga travel yang juga melayani keberangkatan rute Bandung-Jakarta dan sebaliknya jika harga transportasi lain lebih rendah maka akan terjadi peningkatan permintaan dari masyarakat untuk beralih ke suatu jasa pengganti, karena barang dan jasa tersebut memiliki efek substitusi.

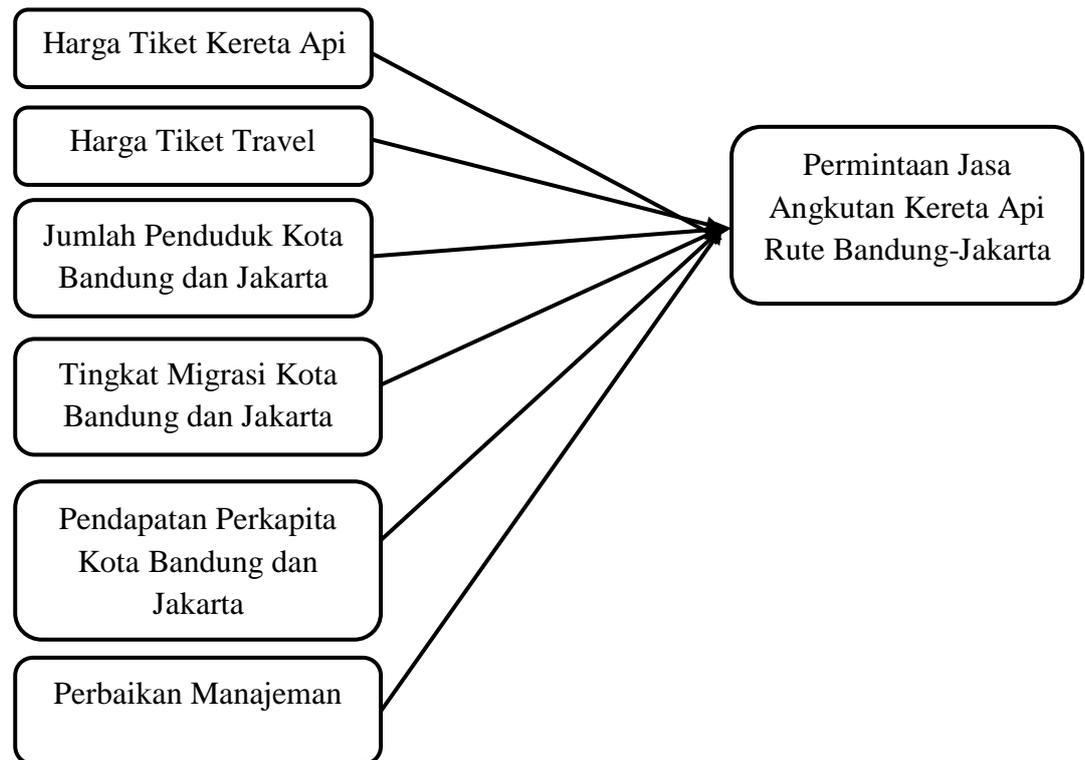
Jumlah penduduk juga berpengaruh terhadap permintaan jasa. Hubungan jumlah penduduk Kota Bandung dan Kota Jakarta dengan permintaan jasa merupakan faktor yang sangat mempengaruhi dari fungsi permintaan itu sendiri karena dengan penambahan penduduk selalu diikuti dengan perkembangan dalam kesempatan kerja. Dengan demikian lebih banyak orang yang menerima pendapatan dan ini menambah daya beli dalam masyarakat, penambahan daya beli ini akan menambah permintaan (Sadono Sukirno, 2002).

Hubungan antara permintaan dengan tingkat migrasi, bahwa semakin besar perpindahan penduduk dari suatu daerah ke kota-kota besar seperti Bandung dan Jakarta maka pergerakan permintaan akan jasa transportasi juga cenderung akan

meningkat. Dampak urbanisasi sebagai akibat dari adanya laju pertumbuhan penduduk dan ekonomi yang pesat memicu terjadinya peningkatan kebutuhan penduduk untuk melakukan perjalanan.

Hubungan antara permintaan dengan pendapatan perkapita, bahwa semakin besar tingkat pendapatan maka pergerakan permintaan juga cenderung akan meningkat. Sedangkan, semakin kecil tingkat pendapatan maka pergerakan permintaan juga cenderung akan menurun. Pendapat yang menyatakan bahwa apabila tingkat pendapatan pemakai jasa transportasi makin meningkat, maka permintaan jasa transportasi makin meningkat pula, karena kebutuhan melakukan perjalanan makin meningkat.

Perbaikan manajemen yang dilakukan oleh PT. KAI juga memberikan dampak terhadap permintaan jasa transportasi kereta api, karena dengan adanya pembenahan yang dilakukan oleh perusahaan dengan memberikan pelayanan, kenyamanan dan ketepatan waktu yang diberikan bisa menjadi pertimbangan masyarakat dalam memilih jasa angkutan kereta api, dengan adanya pembenahan dari mulai pelayanan dan fasilitas yang sudah jauh lebih baik dibandingkan dengan sebelum adanya kebijakan ini, hal ini bisa berpengaruh terhadap jumlah penumpang kereta api rute Bandung-Jakarta dan sebaliknya bisa meningkatkan jumlah permintaanya. Agar penelitian ini lebih terarah maka dapat dilihat melalui skema kerangka pemikiran dibawah ini :



Gambar 2.7 Kerangka Pemikiran

2.5 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Hipotesis memungkinkan dalam menghubungkan teori dengan pengamatan atau pengamatan dengan teori. Hipotesis mengemukakan pernyataan tentang harapan peneliti mengenai hubungan-hubungan antara variabel-variabel dalam persoalan (W. Gulo. 2002). Maka berdasarkan penjelasan uraian tinjauan pustaka dan kerangka pemikiran tersebut, maka hipotesis untuk penelitian ini adalah :

- 1) Harga tiket kereta api diduga berpengaruh positif terhadap permintaan jasa angkutan kereta api rute Bandung-Jakarta.

- 2) Harga tiket travel diduga berpengaruh positif terhadap permintaan jasa angkutan kereta api rute Bandung-Jakarta.
- 3) Pendapatan perkapita diduga berpengaruh positif terhadap permintaan jasa angkutan kereta api rute Bandung-Jakarta.
- 4) Jumlah penduduk diduga berpengaruh positif terhadap permintaan jasa angkutan kereta api rute Bandung-Jakarta.
- 5) Tingkat Migrasi diduga Berpengaruh positif terhadap permintaan jasa angkutan kereta api rute Bandung-Jakarta
- 6) Perbaikan manajemandiduga berpengaruh positif terhadap permintaan jasa angkutan kereta api rute Bandung-Jakarta.