

PENERAPAN KONSEP DIFERENSIAL DALAM ELASTISITAS PERMINTAAN TERHADAP STRATEGI PROMOSI DAN HARGA JUAL: (STUDI KASUS TOKO ELEKTRONIK UD INTERNATIONAL)

Renard Sebastian Anggito¹, Ishak², Ilham Hidayat³, Sitta Nurhajjah⁴, W.N. Dewi⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas Catur Insan Cendikia Cirebon

anggitomilarso58@gmail.com¹, aizakku60@gmail.com², ilhamhidayat1707@gmail.com,³
sitta.nurhajjah@cic.ac.id⁴ wiwiek.nurkomala.dewi@cic.ac.id⁵

Abstrak

Penelitian ini mengkaji penerapan konsep diferensial untuk menganalisis elastisitas permintaan di toko elektronik UD International, dengan fokus pada pengaruh strategi promosi dan harga jual. Metode kuantitatif digunakan untuk menilai bagaimana perubahan harga dan kegiatan promosi mempengaruhi volume penjualan. Data diperoleh dari catatan penjualan toko selama satu tahun, termasuk informasi tentang harga, promosi, dan jumlah barang terjual. Analisis diferensial digunakan untuk mengukur sensitivitas permintaan terhadap perubahan harga dan efektivitas promosi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara harga jual dan permintaan, serta strategi promosi yang efektif dapat meningkatkan volume penjualan. Temuan ini memberikan wawasan penting bagi pengambilan keputusan manajerial dalam konteks pemasaran. Dengan memahami elastisitas permintaan, manajer dapat menentukan harga yang optimal dan merancang strategi promosi yang lebih efisien untuk meningkatkan penjualan dan profitabilitas. Selain itu, penelitian ini menyoroti pentingnya penerapan metode kuantitatif dalam analisis bisnis untuk mendapatkan gambaran yang lebih akurat tentang dinamika pasar. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa konsep diferensial adalah alat yang berguna untuk menganalisis dan mengoptimalkan strategi penetapan harga dan promosi di sektor ritel elektronik. Rekomendasi untuk penelitian lanjutan juga disampaikan untuk memperdalam analisis ini atau menerapkan metode serupa pada kasus yang berbeda.

Kata Kunci diferensial, elastisitas permintaan, strategi promosi

Abstract

This study examines the application of differential concepts to analyze demand elasticity at UD International electronics store, focusing on the impact of promotional strategies and selling prices. A quantitative method is used to assess how changes in prices and promotional activities affect sales volume. Data was collected from the store's sales records over one year, including information on prices, promotions, and the number of items sold. Differential analysis is used to measure the sensitivity of demand to price changes and the effectiveness of promotions. The results show a significant relationship between selling prices and demand, and effective promotional strategies can increase sales volume. These findings provide important insights for managerial decision-making in a marketing context. By understanding demand elasticity, managers can determine optimal pricing and design more efficient promotional strategies to enhance sales and profitability. Additionally, this study highlights the importance of applying quantitative methods in business analysis to gain a more accurate picture of market dynamics. The conclusions of this study indicate that differential concepts are useful tools for analyzing and optimizing pricing and promotional strategies in the electronics retail sector. Recommendations for further research are also provided to deepen this analysis or apply similar methods to different cases.

Key words: *differential, elasticity of demand, promotional strategies*

1. Pendahuluan

Matematika merupakan salah satu cabang ilmu yang dapat digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu manfaat matematika dalam kehidupan sehari-hari ialah dalam melakukan transaksi penjualan, penawaran dan lain-lain. Hal ini dapat dikatakan bahwa ilmu matematika memiliki banyak kelebihan daripada penerapan konsep diferensial dalam strategi promosi penetapan harga pada toko elektronik UD International. Dalam konteks persaingan bisnis yang semakin ketat, pemilihan strategi harga yang tepat menjadi faktor krusial untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Konsep diferensial digunakan untuk memahami bagaimana perbedaan harga dapat mempengaruhi perilaku konsumen dan penjualan produk. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan pendekatan kuantitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan manajer toko, survei kepada pelanggan, serta analisis data penjualan sebelum dan sesudah penerapan strategi diferensial.

Studi ini bertujuan untuk menyelidiki bagaimana konsep diferensial diterapkan dalam strategi promosi dan penetapan harga di Toko Elektronik UD International. Sebagai salah satu pemain utama dalam industri elektronik, UD International dihadapkan pada tantangan untuk terus meningkatkan daya tariknya di pasar yang dinamis dan berubah-ubah. Dengan memanfaatkan pendekatan kuantitatif, penelitian ini akan menggali praktik-praktik terbaik yang digunakan oleh UD International dalam memanfaatkan perbedaan dalam produk, layanan, dan harga untuk mencapai keunggulan kompetitif.

Melalui pemahaman yang mendalam tentang strategi promosi dan penetapan harga yang diterapkan oleh UD International, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada literatur tentang pemasaran diferensial dan manajemen bisnis dalam konteks industri elektronik. Selain itu, temuan dari studi ini juga dapat memberikan wawasan berharga bagi praktisi bisnis

dalam mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk menghadapi tantangan pasar yang semakin kompleks.

2. Metode Penelitian

Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang penerapan konsep diferensial dalam elastisitas strategi promosi dan penetapan harga di Toko Elektronik UD International. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi nuansa dan konteks yang kompleks dalam praktik bisnis.

3. Tinjauan Pustaka

3.1. Penerapan Ekonomi

Teori diferensial amat lazim diterapkan dalam konsep elastisitas, konsep nilai marjinal dan konsep optimisasi. Dalam kaitannya dengan konsep elastisitas, pada sub bab ini secara berurutan akan di bahas penerapan diferensial dalam. Perhitungan elastisitas berbagai variabel ekonomi.

3.2. Elastisitas permintaan

Elastisitas permintaan (istilahnya yang lengkap: elastisitas harga permintaan, price elasticity of demand) ialah suatu koefisien yang menjelaskan besarnya perubahan jumlah barang yang di minta akibat adanya perubahan harga . Jadi, merupakan rasio antara persentase perubahan jumlah barang yang diminta terhadap persentase perubahan harga. Jika fungsi permintaan di nyatakan dengan $Q_d = f(P)$, maka elastisitas permintaannya :

$$\eta_d = \frac{\% \Delta Q_d}{\% \Delta P} = \frac{EQ_d}{EP} \lim_{\Delta P \rightarrow 0}$$

$$\frac{\left(\frac{\Delta Q_d}{Q_d}\right)}{\left(\frac{\Delta P}{P}\right)} = \frac{dQ_d}{dP} \cdot \frac{P}{Q_d}$$

Permintaan akan suatu barang dikatakan bersifat elastik apabila $\{\eta_d\} > 1$, elastik-uniter jika $\{\eta_d\} = 1$, dan inelastik bila $\{\eta_d\} < 1$. Barang yang permintaannya elastis mengisyaratkan bahwa jika harga barang tersebut berubah sebesar persentase

tertentu, maka permintaan terhadapnya akan berubah (secara berlawanan arah) dengan persentase yang lebih besar daripada persentase perubahan harga.

4. Kasus dan Pembahasan

Elastisitas permintaan mengukur sejauh mana jumlah barang yang diminta merespons perubahan harga barang tersebut. Berikut adalah contoh kasus dan rumus untuk elastisitas permintaan yang bersifat elastik, elastik uniter, dan inelastik.

1. Permintaan Elastik

Definisi:

Permintaan elastik terjadi ketika persentase perubahan jumlah yang diminta lebih besar daripada persentase perubahan harga (Elastisitas > 1).

Rumus Elastisitas Permintaan (E_d):

$$E_d = \frac{\% \text{ perubahan dalam kuantitas yang diminta}}{\% \text{ perubahan dalam harga}}$$

Contoh kasus :

Harga produk A turun dari \$10 menjadi \$8 (penurunan 20%), dan jumlah yang diminta meningkat dari 100 unit menjadi 140 unit (peningkatan 40%).

$$E_d = \frac{40\%}{20\%} = 2$$

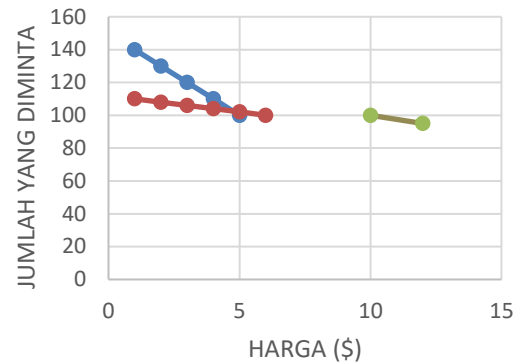
Karena $E_d > 1$, permintaan bersifat elastik.

2. Permintaan Elastik Uniter

Definisi:

Permintaan elastik uniter terjadi ketika persentase perubahan jumlah yang diminta sama dengan

ELASTISITAS PERMINTAAN



persentase perubahan harga (Elastisitas = 1).

Rumus Elastisitas Permintaan $E_d = 1$:

$$E_d = \frac{\% \text{ perubahan dalam kuantitas yang diminta}}{\% \text{ perubahan dalam harga}}$$

Contoh kasus:

Harga produk B turun dari \$10 menjadi \$9 (penurunan 10%), dan jumlah yang diminta meningkat dari 100 unit menjadi 110 unit (peningkatan 10%).

$$E_d = \frac{10\%}{10\%} = 1$$

Karena $E_d = 1$, permintaan bersifat elastik uniter.

3. Permintaan Inelastik

Definisi:

Permintaan inelastik terjadi ketika persentase perubahan jumlah yang diminta lebih kecil daripada persentase perubahan harga

(Elastisitas < 1).

Rumus Elastisitas Permintaan (E_d) =

$$E_d = \frac{\% \text{ perubahan dalam kuantitas yang diminta}}{\% \text{ perubahan dalam harga}}$$

Contoh kasus:

Harga produk C naik dari \$10 menjadi \$12 (peningkatan 20%), dan jumlah yang diminta menurun dari 100 unit menjadi 95 unit (penurunan 5%).

$$E_d = \frac{5\%}{20\%} = 0,25$$

Karena $E_d < 1$, permintaan bersifat inelastik.

Kesimpulan

- Elastik: $E_d = \frac{40\%}{20\%} = 2$

- Elastik Üniter: $E_d = \frac{10\%}{10\%} = 1$

- Inelastik: $E_d = \frac{5\%}{20\%} = 0,25$

Elastisitas permintaan membantu perusahaan dan pembuat kebijakan memahami bagaimana perubahan harga dapat mempengaruhi permintaan produk, yang pada gilirannya membantu dalam pengambilan keputusan yang lebih baik terkait harga dan produksi.

5. Kesimpulan

Elastisitas permintaan mengukur responsivitas kuantitas yang diminta terhadap perubahan harga. Jika permintaan elastis,

perubahan harga akan menyebabkan perubahan signifikan dalam kuantitas yang diminta. Sebaliknya, jika permintaan inelastis, perubahan harga hanya akan menyebabkan perubahan kecil dalam kuantitas yang diminta. Faktor-faktor yang mempengaruhi elastisitas permintaan meliputi ketersediaan barang substitusi, proporsi pendapatan yang digunakan untuk membeli barang tersebut, dan waktu yang tersedia bagi konsumen untuk menyesuaikan diri dengan perubahan harga. Memahami elastisitas permintaan penting bagi perusahaan dan pembuat kebijakan karena mempengaruhi keputusan harga, pendapatan, dan kebijakan ekonomi.

6. Daftar Pustaka

- Syamsuar, G. 2017. MATEMATIKA BISNIS, Aplikasi Diferensial Dalam Ekonomi dan Bisnis Widia. 2022. Penerapan Matematika Ekonomi Diferensial. Di akses dari https://www.scribd.com/presentation/606586041/P-ENERAPAN-MATEMATIKA-EKONOMI-DIFERENSIAL?_gl=1*cwwxdo*_gcl_au*MTgyMDA2NDQ4Ni4xNzEzNTA0ODc2Ljg5MjY3Mzk0Ny4xNzEzNTA0ODc5LjE3MTM1MDQ4Nzg. <https://www.scribd.com/presentation/606586041/P-ENERAPAN-MATEMATIKA-EKONOMI-DIFERENSIAL> pada 10 Mei 2024 pukul 20:00 Kustiawati, D., Kurnianto, D. A., Ulya, G. N., & Rahmadani, G. (2022). Penerapan Konsep Diferensial Dalam Elastisitas Permintaan Terhadap Strategi Promosi Dan Harga Jual Melalui E-Commerce. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, 2(1), 211-22