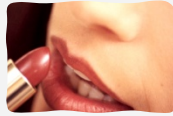




L/O/G/O

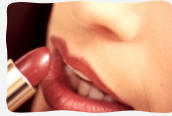


TEORI PERILAKU KONSUMEN



- Secara individual atau perilaku pelaku pelaku ekonomi, tujuan yang ingin dicapai dalam melakukan kegiatan ekonomi adalah terpenuhinya setiap kebutuhan hidup dengan menggunakan sumber daya yang terbatas.

TEORI PERILAKU KONSUMEN



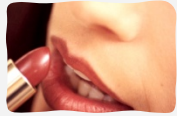
- Dalam melakukan kegiatan konsumsinya, perilaku konsumen dituntun oleh tujuannya untuk memperoleh kepuasan.
- Terdapat beberapa pendekatan permintaan individu yaitu :

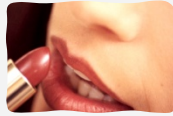
Ada 2 cara pendekatan yaitu

:

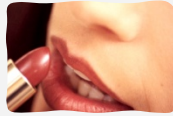
1. Pendekatan Cardinal

2. Pendekatan Ordinal

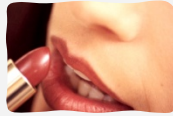




- 1. Pendekatan kardinal ,
- **ASUMSI PENDEKATAN KARDINAL**
- Kepuasan konsumsi dapat diukur dengan satuan ukur. Makin banyak barang dikonsumsi makin besar kepuasan Terjadi hukum The law of deminishing Marginal Utility pada tambahan kepuasan setiap satu satuan.

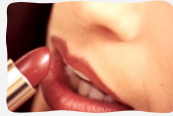


- ▶ Setiap tambahan kepuasan yang diperoleh dari setiap unit tambahan konsumsi semakin kecil.
- ▶ (Mula-mula kepuasan akan naik sampai dengan titik tertentu atau saturation point tambahan kepuasan akan semakin turun).
- ▶ Hukum ini menyebabkan terjadinya Downward sloping MU curva. Tingkat kepuasan yang semakin menurun ini dikenal dengan hukum Gossen.



- Tambahan kepuasan untuk tambahan konsumsi 1 unit barang bisa dihargai dengan uang, sehingga makin besar kepuasan makin mahal harganya

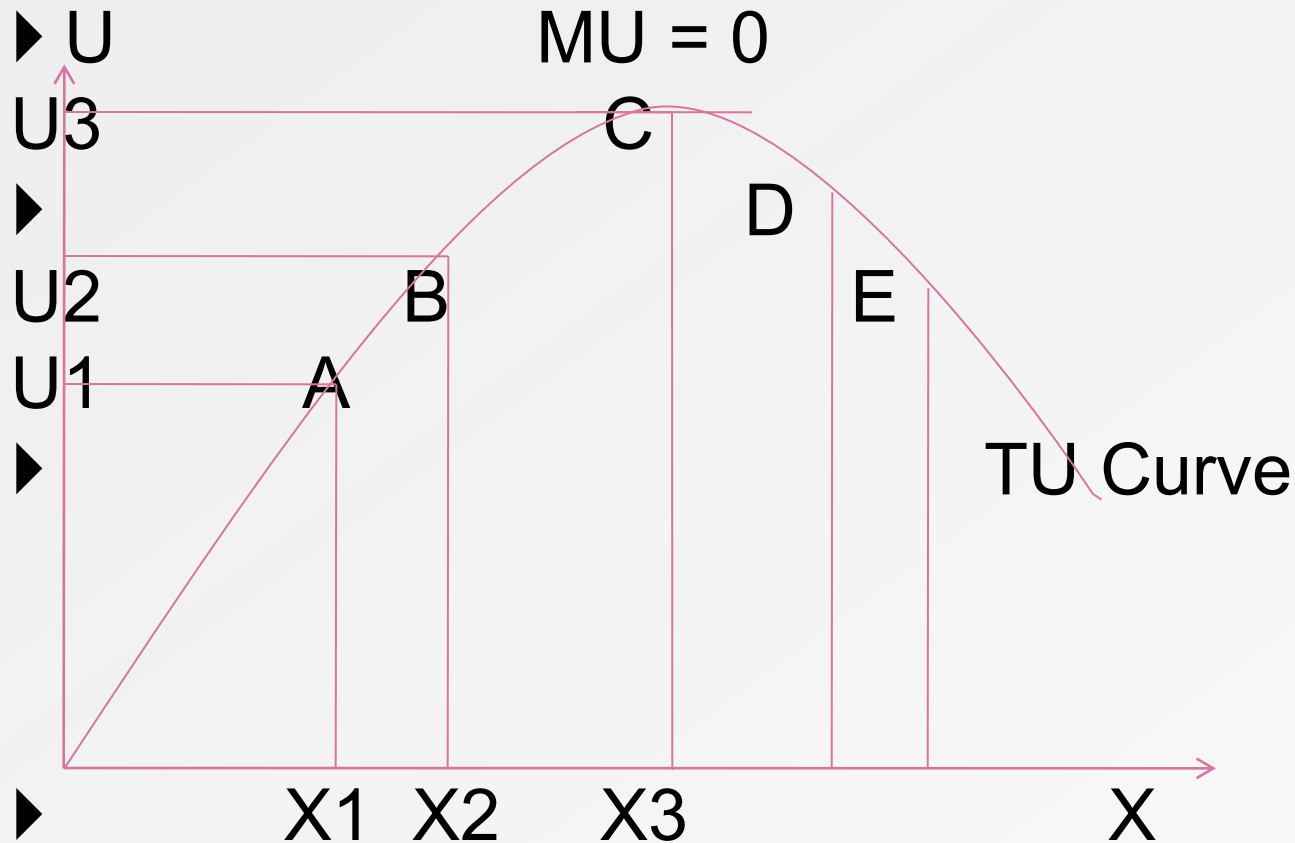
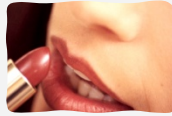
Pendekatan kardinal biasa disebut sebagai Daya guna marginal



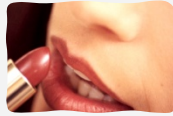
► Asumsi seorang konsumen:

1. Konsumen harus rasional yaitu menginginkan kepuasan maksimal.
2. Konsumen punya preferensi jelas akan barang dan jasa
3. Terdapat kendala anggaran

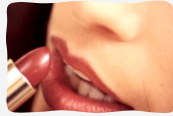
Kurva kepuasan/nilai guna kardinal



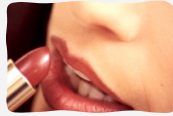
2. Pendekatan Ordinal



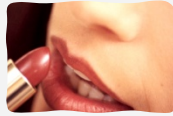
- ASUMSI PENDEKATAN ORDINAL
- Mendasarkan pada asumsi bahwa kepuasan tidak bisa dikuantitatifkan dan antara satu konsumen dengan konsumen yang lain akan mempunyai tingkat kepuasan yang berbeda dalam mengkonsumsi barang dalam jumlah dan jenis yang sama.



- Oleh karena itu kemudian muncul pendekatan ordinary yang menunjukkan tingkat kepuasan mengkonsumsi barang dalam model kurva indifferent.

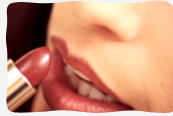


- Pendekatan ordinal berdasarkan perbandingan sesuatu barang dengan barang yang lain, lalu memberikan urutan dari hasil perbandingan tersebut.

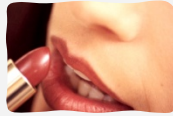


- Contoh penggunaan metode ordinal antara lain dalam suatu lomba atau kejuaraan, pengukuran indeks prestasi dan pengukuran yang sifatnya kualitatif misalnya bagus, sangat bagus, paling bagus.

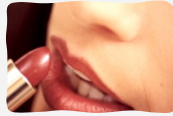
asumsi dasar seorang konsumen adalah :



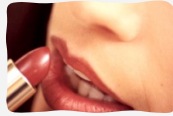
1. Konsumen rasional, mempunyai skala preferensi dan mampu merangking kebutuhan yang dimilikinya.
2. Kepuasan konsumen dapat diurutkan, ordering.



- 3. Konsumen lebih menyukai yang lebih banyak dibandingkan lebih sedikit, artinya semakin banyak barang yang dikonsumsi menunjukkan semakin tingginya tingkat kepuasan yang dimilikinya.

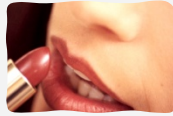


- Pendekatan ordinal membutuhkan tolok ukur pembandingan yang disebut dengan indeferent kurve.

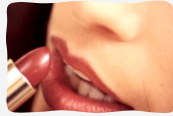


- Kurva Indefereent adalah Kurva yang menghubungkan titik -titik kombinasi 2 macam barang yang ingin dikonsumsi oleh seorang individu pada tingkat kepuasan yang sama

Ciri-ciri kurva Indiferent

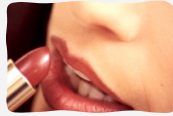


1. Berlereng/ slope negatif. Hal ini menunjukkan apabila dia ingin mengkonsumsi barang X lebih banyak maka harus mengorbankan konsumsi terhadap barang Y.



2. Cembung ke titik Origin (Convex) .

Derajat penggantian antar barang konsumsi semakin menurun. Hal ini masih berkaitan dengan hukum Gossen, di mana apabila pada titik tertentu semakin banyak mengkonsumsi barang X akan mengakibatkan kehilangan atas barang Y tidak begitu berarti dan sebaliknya atas barang Y.



3. Tidak saling berpotongan.

- (Kurva indifference adalah kurva yang menggambarkan kombinasi dua macam input untuk menghasilkan output yang sama (yaitu kepuasan))

KURVA INDIFFERENT

