

Teori Tingkah Laku Konsumen: Teori Nilai Guna (Utiliti)

HAL-HAL YANG DITERANGKAN

- *Teori nilai guna (utility) dan pemaksimalan nilai guna.*
- *Syarat untuk mencapai kepuasan maksimum.*
- *Teori nilai guna dan teori permintaan.*
- *Paradoks nilai.*
- *Surplus Konsumen.*

Dalam Bab Empat telah diterangkan mengenai sifat permintaan seseorang atau masyarakat ke atas suatu barang. Telah dijelaskan bahwa semakin tinggi harga suatu barang, semakin sedikit permintaan ke atas barang itu. Sebaliknya, semakin rendah harga barang tersebut, semakin banyak permintaan ke atas barang tersebut. Bab ini dan bab berikut akan mendalami lebih lanjut pembicaraan tentang sifat permintaan masyarakat. Analisis dalam bab ini akan menerangkan dua hal berikut:

1. Alasan para pembeli/konsumen untuk membeli lebih banyak barang pada harga yang lebih rendah dan mengurangi pembeliannya pada harga yang tinggi.
2. Bagaimana seorang konsumen menentukan jumlah dan komposisi dari barang yang akan dibeli dari pendapatan yang diperolehnya.

Analisis seperti itu dinamakan **teori tingkah laku konsumen**.

Teori tingkah laku konsumen dapat dibedakan dalam dua macam pendekatan: **pendekatan nilai guna (utiliti) kardinal** dan **pendekatan nilai guna ordinal**. Dalam pendekatan nilai guna kardinal dianggap manfaat atau kenikmatan yang diperoleh seorang konsumen dapat dinyatakan secara kuantitatif. Berdasarkan kepada pemisalan ini, dan dengan anggapan bahwa konsumen akan memaksimalkan kepuasan yang dapat dicapainya, diterangkan bagaimana seseorang akan menentukan konsumsinya ke atas berbagai jenis barang yang terdapat di pasar.

Dalam pendekatan Nilai guna ordinal, manfaat atau kenikmatan yang diperoleh masyarakat dari mengkonsumsi barang-barang tidak dikuantifikasi. Tingkah laku seorang konsumen untuk memilih barang-barang yang akan memaksimalkan kepuasannya ditunjukkan dengan bantuan **kurva kepuasan sama**, yaitu kurva yang menggambarkan gabungan barang yang akan memberikan nilai guna (kepuasan) yang sama. Dalam bab ini cara pendekatan nilai guna kardinal akan diuraikan. Cara pendekatan nilai guna ordinal akan diterangkan dalam bab berikut.

TEORI NILAI GUNA (UTILITI)

Di dalam teori ekonomi kepuasan atau kenikmatan yang diperoleh seseorang dari mengkonsumsi barang-barang dinamakan **nilai guna** atau **utiliti**. Kalau kepuasan itu semakin tinggi maka makin tinggilah nilai gunanya atau utilitinya.

Dalam membahas mengenai nilai guna perlu dibedakan di antara dua pengertian: Nilai guna total dan nilai guna marjinal. *Nilai guna total dapat diartikan sebagai jumlah seluruh kepuasan yang diperoleh dari mengkonsumsi sejumlah barang tertentu. Sedangkan nilai guna marjinal berarti pertambahan (atau pengurangan) kepuasan sebagai akibat dan pertambahan (atau pengurangan) penggunaan satu unit barang tertentu.* Untuk melihat dengan lebih jelas perbedaan kedua pengertian tersebut perhatikan contoh berikut. Nilai guna total dari mengkonsumsi 10 buah mangga meliputi seluruh kepuasan yang diperoleh dari memakan semua mangga tersebut. Sedangkan nilai guna marjinal dari mangga yang kesepuluh adalah pertambahan kepuasan yang diperoleh dari memakan buah manggayan kesepuluh.

HIPOTESIS UTAMA TEORI NILAI GUNA

Hipotesis utama teori nilai guna, atau lebih dikenal sebagai **hukum nilai guna marjinal yang semakin menurun**, menyatakan bahwa *tambahan nilai guna yang akan diperoleh seseorang dari mengkonsumsi suatu barang akan menjadi semakin sedikit apabila orang tersebut terus menerus menambah konsumsinya ke atas barang tersebut.* Pada akhirnya tambahan nilai guna akan menjadi negative yaitu apabila konsumsi ke atas barang tersebut ditambah satu unit lagi, maka nilai guna total akan menjadi semakin sedikit. Apakah makna dari hipotesis tersebut? Pada hakikatnya hipotesis tersebut menjelaskan bahwa pertambahan yang terus-menerus dalam mengkonsumsi suatu barang tidak secara terus menerus menambah kepuasan yang dinikmati orang yang mengkonsumsikannya. Pada permulaanya setiap tambahan konsumsi akan mempertinggi tingkat kepuasan orang tersebut. Misalnya, apabila seseorang yang berpuasa atau baru selesai berolahraga memperoleh segelas air, maka ia memperoleh sejumlah kepuasan daripadanya, dan jumlah kepuasan itu akan menjadi bertambah tinggi apabila ia dapat meminum segelas air lagi.

Kepuasan yang lebih tinggi akan diperolehnya apabila dia diberi kesempatan untuk memperoleh gelas yang ketiga. Pertambahan kepuasan ini tidak terus berlangsung. Katakanlah pada gelas yang kelima orang yang berpuasa atau olahragawan itu merasa bahwa yang diminumnya sudah cukup banyak dan sudah memuaskan dahaganya. Kalau ditawarkan gelas keenam dia akan menolak, karena dia merasa lebih puas meminum lima gelas air daripada enam gelas. Dengan demikian pada gelas yang keenam tambahan nilai guna adalah negative, dan nilai guna total daripada meminum enam gelas adalah lebih rendah dari nilai guna yang diperoleh dari meminum lima gelas.

TEORI TINGKAH LAKU KONSUMEN

NILAI GUNA TOTAL DALAM ANGKA DAN GRAFIK

Hukum nilai guna marjinal yang semakin menurun akan dapat dimengerti dengan lebih jelas apabila digambarkan dalam contoh secara angka dan selanjutnya contoh itu digambarkan secara grafik. Dalam bagian ini hal tersebut akan diuraikan.

Contoh Angka

Dengan memisalkan bahwa kepuasan dari memakan mangga dalam satu hari dapat dinyatakan dalam angka, dalam table 7.1 ditunjukkan nilai guna total dan nilai guna marjinal dari memakan berbagai jumlah buah mangga. Dalam contoh tersebut, telah diperhatikan juga hipotesis diatas, yaitu tambahan nilai guna akan menjadi semakin menurun apabila konsums terus menerus ditambah. Contoh dalam table tersebut menunjukkan bahwa hingga mangga yang kedelapan nilai guna marjinal adalah positif, maka nilai guna total terus menerus bertambah jumlahnya. Ketika memakan mangga yang kesembilan nilai guna marjinal adalah negatif. Ini berarti kepuasan dari memakan mangga mencapai tingkat yang paling maksimum apabila jumlah mangga yang dimakan adalah delapan.

Tambahan-tambahan yang selanjutnya akan mengurangi kepuasan yang didapat dari memakan lebih banyak buah mangga. Dalam contoh ditunjukkan apabila konsumen tersebut memakan Sembilan,sepuluh atau sebelas mangga,kepuasaan yang didapat dari konsumsi tersebut memakan Sembilan, sepuluh atau sebelas mangga, kepuasan yang didapat dari konsumsi tersebut adalah lebih rendah daripada kepuasan yang didapat dari memakan delapan mangga. Juga contoh dalam table 7.1 menunjukkan bahwa adalah lebih baik memakan lima mangga daripada sebelas mangga, karena kepuasan yang dinikmati dari memakan lima mangga adalah lebih besar.

TABEL 7.1

Nilai Guna Total dan Nilai Guna Marjinal dalam Angka

Jumlah buah mangga yang dimakan	Nilai guna total	Nilai Guna Marjinal
0	0	-
1	30	30
2	50	20
3	65	15
4	75	10
5	83	8
6	87	4
7	89	2
8	90	1
9	89	-1
10	85	-4
11	78	-7

Grafik Nilai Guna

Berdasarkan kepada angka-angka dalam Tabel 7.1 dalam gambar 7.1 ditunjukkan kurva nilai guna total dan nilai guna marjinal. Dalam garfik(i), sumbu tegak menggambarkan nilai guna total dan sumbu datar menunjukkan jumlah barang yang dikonsumsi (digunakan). Grafik (ii) menunjukkan nilai guna marjinal yang diukur pada sumbu tegak, pada berbagai unit barang yang dikonsumsi yang digambarkan pada sumbu datar.

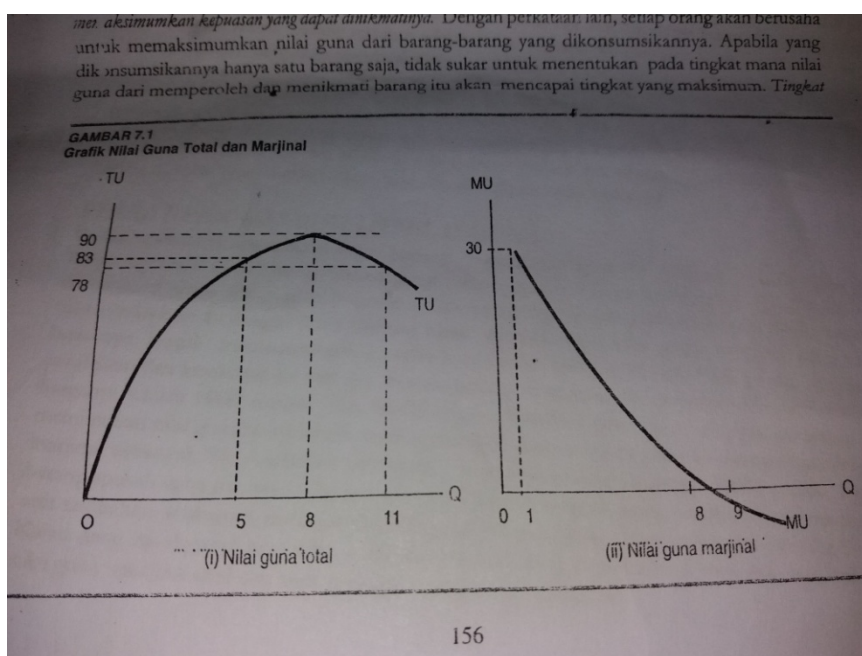
Kurva nilai guna total (TU) bermula dan titik 0, yang berarti pada waktu tidak terdapat konsumsi, maka nilai guna total adalah nol. Pada mulanya kurva nilai guna total adalah menaik, yang berarti kalau jumlah konsumsi mangga bertambah, maka nilai guna total bertambah tinggi. Kurva nilai guna total mulai menurun pada waktu konsumsi mangga melebihi delapan buah. Kurva nilai guna marjinal(MU) turun dari kiri atas ke kanan bawah. Gambaran ini mencerminkan hukum nilai guna marjinal yang semakin menurun. Kurva nilai guna marjinal memotong sumbu datar sesudah jumlah mangga yang kedelapan. Berarti sesudah perpotongan tersebut nilai guna marjinal adalah negatif.

PEMAKSIMUMAN NILAI GUNA

Salah satu pemisalan penting dalam teori ekonomi adalah: *setiap orang akan berusaha untuk memaksimumkan kepuasan yang dapat dinikmatinya*. Dengan perkataan lain setiap orang akan berusaha untuk memaksimumkan nilai guna dari barang-barang yang dikonsumsi. Apabila yang dikonsumsi hanya satu barang saja, tidak sukar untuk menentukan pada tingkat mana nilai guna dari memperoleh dan menikmati barang itu akan mencapai tingkat yang maksimum. *Tingkat*.

GAMBAR 7.1

Grafik Nilai Guna Total dan Marjinal



TEORI TINGKAH LAKU KONSUMEN

Itu dicapai pada waktu nilai guna total mencapai tingkat maksimum. Tetapi kalau barang yang digunakan adalah berbagai-bagai jenisnya, cara untuk menentukan corak konsumsi barang-barang yang akan menciptakan nilai guna yang maksimum menjadi lebih rumit.

CARA MEMAKSIMUMKAN NILAI GUNA

Kerumitan yang timbul untuk menentukan susunan/komposisi dan jumlah barang yang akan mewujudkan nilai guna maksimum bersumber dari perbedaan harga-harga berbagai barang. Kalau harga setiap barang adalah bersamaan, nilai guna akan mencapai tingkat yang maksimum apabila nilai guna marjinal dari setiap barang adalah sama besarnya. Misalnya seseorang mengkonsumsi tiga macam barang, yaitu sejenis pakaian, sejenis makanan, dan sejenis hiburan (Katakanlah hiburan itu berupa menonton film). Didapatinya bahwa unit pakaian yang ketiga, unit makanan yang kelima, dan menonton film kedua memberikan nilai guna marjinal yang sama besarnya. Kalau harga ketiga tersebut adalah bersamaan, kepuasan yang maksimum (atau nilai guna yang maksimum) akan diperoleh orang tersebut apabila mengkonsumsi: tiga unit pakaian, lima unit makanan, dan dua kali menonton film.

Di dalam kenyataan yang sebenarnya harga berbagai jenis barang adalah berbeda. Disebabkan oleh. Perbedaan harga tersebut pemaksimalan nilai guna tidak akan tercapai kalau digunakan syarat pemaksimalan kepuasan seperti yang diterangkan di atas. Ini dapat dengan jelas dilihat dari contoh berikut. Misalkan (i) harga barang A adalah tiga kali dari harga barang B, dan (ii) nilai guna marjinal kedua barang tersebut adalah sama besarnya. Berdasarkan kepada pemisalan ini, barang manakah yang akan member tambahan kepuasan (atau tambahan nilai guna) yang lebih besar? Ia akan diperoleh apabila yang dibeli dan dikonsumsi adalah barang B dan bukan barang A. satu unit barang B akan memberikan nilai guna marjinal yang sama besarnya dengan barang A, tetapi untuk memperolehnya ia cukup mengeluarkan sebanyak sepertiga dari harga barang A. Dan sekiranya konsumen tersebut membeli tiga barang B, nilai guna tambahan yang akan diperoleh adalah tiga kali daripada nilai guna tambahan yang diperoleh dari mengkonsumsi barang A, sedangkan jumlah uang yang dibayar adalah sama besarnya.

SYARAT PEMAKSIMUMAN NILAI GUNA

Dalam keadaan dimana harga-harga berbagai macam barang adalah berbeda, apakah syarat yang harus dipenuhi agar barang-barang yang dikonsumsi akan memberikan nilai guna yang maksimum? Syarat yang harus dipenuhi adalah: **Setiap rupiah yang dikeluarkan untuk membeli unit tambahan berbagai jenis barang akan memberikan nilai guna marjinal yang sama besarnya.** Untuk membuktikannya perhatikan, contoh berikut. Misalkan seseorang melakukan pembelian dan konsumsi ke atas dua macam barang: makanan dan pakaian, dan berturut-turut harganya adalah 5000 rupiah dan 5000 rupiah. Misalkan tambahan satu unit makanan akan memberikan nilai guna marjinal sebanyak 5, dan tambahan satu unit pakaian mempunyai nilai guna marjinal sebanyak 50. Andaikan orang itu mempunyai uang sebanyak 5000 rupiah, kepada barang apakah uang itu akan dibelanjakannya? Dengan uang itu orang tersebut dapat membeli 10 unit tambahan makanan, maka jumlah nilai guna marjinal yang diperolehnya adalah $10 \times 5 = 50$. Kalau uang itu digunakan untuk membeli pakaian yang diperolehnya hanyalah satu

unit dan nilai guna marjinal dari satu unit tambahan pakaian ini adalah 50. Dengan mudah dapat dilihat bahwa orang tersebut tidak perlu bersusah-susah payah untuk menentukan barang mana yang harus ditambah konsumsinya. Apa pun yang dipilih akan memberikan nilai guna marjinal yang sama besarnya. Berdasarkan kepada contoh diatas dapatlah dikemukakan hipotesis berikut:

1. Seseorang akan memaksimumkan nilai guna dari barang-barang yang dikonsumsi apabila perbandingan nilai guna marjinal berbagai barang tersebut adalah sama dengan perbandingan harga barang-barang tersebut. Keadaan seperti itu wujud dalam contoh diatas. Perbandingan harga makanan dan pakaian adalah 5000:50000 atau 1:10 dan ini adalah sama dengan perbandingan nilai guna marjinal makanan dan pakaian, yaitu 5:50 atau 1:10.

Atau

2. Seseorang akan memaksimumkan nilai guna dari barang-barang yang dikonsumsi apabila nilai guna marjinalnya untuk setiap rupiah yang dikeluarkan adalah sama untuk setiap barang yang dikonsumsi. Dalam contoh diatas *nilai guna marjinal/harga = 5/5000 = 1/1000. Dan nilai guna marjinal per rupiah dari tambahan pakaian adalah: nilai guna marjinal/harga = 50/5000 = 1/1000.*

Kedua hipotesis tersebut mengandung pengertian yang sama. Syarat pemaksimuman nilai guna seperti yang dinyatakan dalam (1) dan (2) biasanya dinyatakan secara rumus aljabar, yaitu secara berikut:

$$\frac{\text{MU barang A}}{P_A} = \frac{\text{MU barang B}}{P_B} = \frac{\text{MU barang C}}{P_C} = \dots$$

Dalam persamaan di atas MU adalah nilai guna marjinal dan P_A, P_B dan P_C Berturut-turut adalah harga barang A, barang B dan barang C.

TEORI NILAI GUNA DAN TEORI PERMINTAAN

Dengan menggunakan teori nilai guna dapat diterangkan sebabnya kurva permintaan bersifat menurun dari kiri atas ke kanan bawah yang menggambarkan bahwa semakin rendah harga suatu barang, semakin banyak permintaan ke atasnya. Ada dua factor yang menyebabkan permintaan ke atas suatu barang berubah apabila harga barang itu mengalami perubahan: **efek penggantian** dan **efek pendapatan**

EFEK PENGGANTIAN

Perubahan harga suatu barang mengubah nilai guna marjinal per rupiah dari barang yang mengalami perubahan harga tersebut. Kalau harga mengalami kenaikan, nilai guna marjinal per rupiah yang diwujudkan oleh barang tersebut menjadi semakin rendah. Misalnya harga barang A bertambah tinggi, maka sebagai akibatnya sekarang MU barang A/ P_A menjadi lebih kecil dari semula.

TEORI TINGKAH LAKU KONSUMEN

Harga barang-barang lainnya tidak mengalami perubahan lagi maka perbandingan di antara nilai guna marjinal barang-barang itu dengan harganya(atau nilai guna marjinal per rupiah dan barang-barang itu) tidak mengalami perubahan. Dengan demikian, untuk barang B misalnya, MU barang B/ P_B yang sekarang adalah sama dengan sebelumnya. Berarti sesudah harga barang A naik, keadaan yang berikut berlaku:

$$PA \quad \frac{\text{MU barang A}}{PA} < \frac{\text{MU barang B}}{PB}$$

Dalam keadaan seperti diatas,nilai guna akan menjadi bertambah banyak(maka kepuasan konsumen akan menjadi bertambah tinggi) sekiranya konsumen itu membeli lebih banyak barang B dan mengurangi pembelian barang A. Keadaan di atas menunjukkan bahwa kalau harga naik,permintaan terhadap barang yang mengalami kenaikan harga tersebut akan menjadi semakin sedikit.

Dengan cara yang sama sekarang tidak susah untuk menunjukkan bahwa penurunan harga menyebabkan permintaan ke atas barang yang mengalami penurunan harga itu akan menjadi bertambah banyak. Penurunan harga menyebabkan barang itu mewujudkan nilai guna marjinal per rupiah yang lebih tinggi daripada nilai guna marjinal per rupiah dari barang-barang lainnya yang tak berubah harganya. Maka, karena membeli barang tersebut akan memaksimalkan nilai guna permintaan ke atas barang tersebut menjadi bertambah banyak apabila harganya bertambah rendah.

EFEK PENDAPATAN

Kalau pendapatan tidak mengalami perubahan maka kenaikan harga menyebabkan pendapatan riil menjadi semakin sedikit. Dengan perkataan lain, kemampuan pendapatan yang diterima untuk membeli barang-barang menjadi bertambah kecil dari sebelumnya. Maka kenaikan harga menyebabkan konsumen mengurangi jumlah berbagai barang yang dibelinya, termasuk barang yang mengalami kenaikan harga. Penurunan harga suatu barang menyebabkan pendapatan riil bertambah, dari ini akan mendorong konsumen menambah jumlah barang yang dibelinya. Akibat dari perubahan harga kepada pendapatan ini, yang disebut efek pendapatan, lebih memperkuat lagi efek penggantian di dalam mewujudkan kurva permintaan yang menurun dari kiri atas ke kanan bawah. Uraian berikut menerangkan bagaimana teori utiliti dapat digunakan untuk membentuk kurva permintaan.

MEWUJUDKAN KURVA PERMINTAAN

Andaikan seorang konsumen hanya membeli dua jenis baran, ia itu makanan (m) dan pakaian (k). Andaikan ia menggunakan 10 unit makanan, konsumen itu mencapai keseimbangan konsumen, yaitu:

$$\frac{MU_m}{P_m} = \frac{MU_k}{P_k}$$

Pada ketika keseimbangan itu dicapai, P_m (harga makanan) adalah Rp 10000. Dalam contoh ini akan diperhatikan perubahan kuantitas permintaan makanan, maka kuantitas pakaian yang dibeli dan harga pakaian tidak perlu diketahui. Seterusnya misalkan harga pakaian tidak berubah tetapi harga makana turun dari Rp 10000 menjadi Rp 5000, maka

$$\frac{MU_m}{P^1_m P_m} > \frac{MU_m}{5000} \quad \text{atau} \quad \frac{MU_m}{P_m} > \frac{MU_k}{P_k}$$

Di mana P^1_m adalah harga makanan baru, yaitu Rp 5000. Keadaan di atas 15 unit. Pada kuantitas dan harga makanan yang baru ini, keseimbangan konsumen akan dicapai kembali. Seterusnya misalkan bahwa harga makanan nak menjadi RP 15000 dan harga pakaian tidak mengalami perubahan. Sebagai akibatnya

$$\frac{MU_m}{1500} < \frac{MU_m}{10000}$$

Maka perubahan itu menyebabkan

$$\frac{MU_m}{P^1_m} < \frac{MU_k}{P_k}$$

Ketidakseimbangan ini menyebabkan pengguna mengurangi kuantitas makanan yang dibelinya. Misalkan konsumen mencapai keseimbangan kembali apabila ia membeli 5 unit makana. Daripada contoh di atas dapat disimpulkan bahwa cirri permintaan konsumen itu ke atas makanan adalah:

- i. Pada harga Rp 15000 sebanyak 5 unit akan dibeli
- ii. Pada harga Rp 10000 sebanyak 10 unit akan dibeli
- iii. Pada harga Rp 5000 sebanyak 15 unit akan dibeli

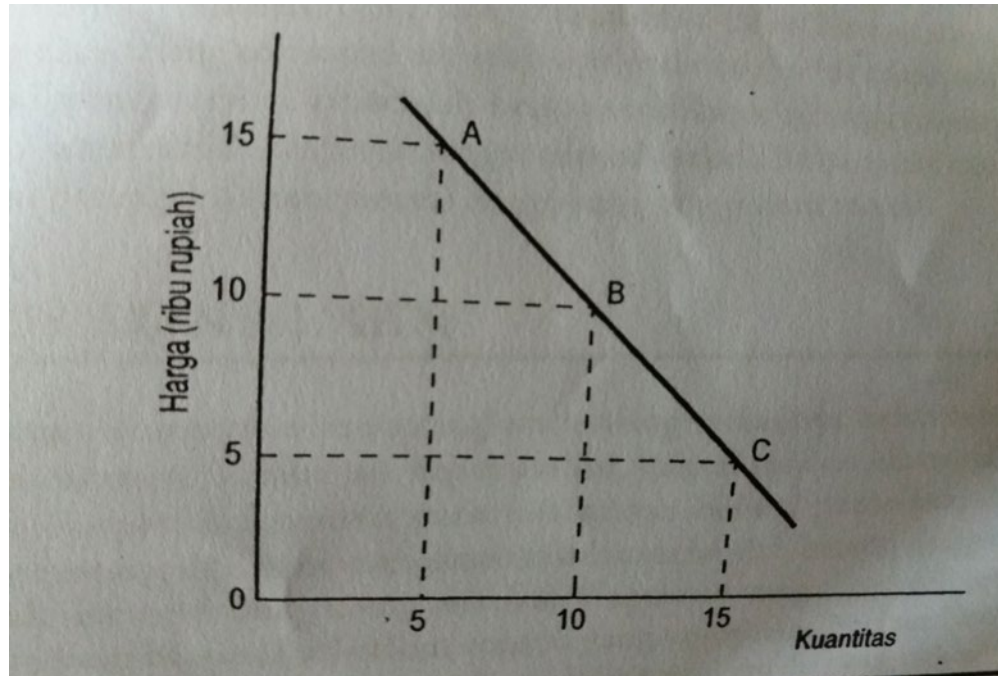
Berdasarkan cirri permintaan ini, dalam gambar 7.2 ditunjukkan kurva permintaan konsumen tersebut ke atas makanan. Titik A menggambarkan keadaan yang dinyatakan dalam (i), titik B menggambarkan keadaan dalam (ii) dan titik C menggambarkan keadaan yang dinyatakan dalam (iii). Garis yang menghubungkan titik A, B, C adalah kurva permintaan konsumen

tersebut ke atas makanan. Ia menurun dari kiri ke kanan, dan sifat ini sesuai dengan yang dinyatakan dalam hukum permintaan.

TEORI TINGKAH LAKU KOSUMEN

GAMBAR 7.2

PERMINTAAN SEORANG KONSUMEN KE ATAS MAKANAN



PARADOKS NILAI

Sebelum teori nilai guna dikembangkan, ahli-ahli ekonomi menghadapi kesulitan di dalam menerangkan perbedaan yang menyolok di antara harga air dan harga berlian. Air yang merupakan barang yang sangat berharga kepada manusia tetapi harganya sangat murah. Sedangkan berlian bukanlah benda yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari tetapi harganya jauh lebih mahal dari harga air.

Apakah yang menyebabkan keadaan yang aneh tersebut? Yaitu mengapakah harga barang

yang viral tersebut sangat murah sedangkan barang yang tidak terlalu banyak gunanya sangat mahal? Terdapat dua alasan yang dapat digunakan untuk menerangkan keadaan tersebut. Yang pertama adalah alasan yang sudah lama disadari oleh ahli-ahli ekonomi, yaitu perbedaan dalam biaya produksi. Air merupakan benda yang mudah di dapat berbagai tempat sehingga untuk memperolehnya tidak diperlukan biaya yang terlalu besar. Tetapi tidak demikian halnya untuk dengan berlian sebab ia merupakan barang yang sangat sukar untuk diperoleh dan biaya untuk memproduksikannya sangat tinggi.

Alasan diatas tidak lengkap dan tidaklah sepenuhnya benar. Bukan berlian saja yang biaya untuk memperolehnya tinggi. Demikian juga batu dari bulan, misalnya,

bukanlah suatu benda yang mudah diperoleh dan biaya untuk memperolehnya sangat mahal. Akan tetapi, sekiranya batu bulan lebih mahal dari pada dari harga air.

Maka alasan bahwa barangnya sangat langka dan biaya produksinya sangat mahal merupakan jawaban yang belum memuaskan untuk menerangkan perbedaan harga yang sangat menyolok diantara air dan berlian.

Teori nilai guna memberikan penjelasan yang lebih cepat mengenai sebabnya terdapat perbedaan yang sangat nyata antara harga air dan berlian. Perbedaan tersebut disebabkan oleh nilai guna marjinal mereka yang sangat berbeda. Oleh karena air sangat mudah diperoleh maka orang akan mengkonsumsi air sehingga pada tingkat dimana nilai guna marjinal air sangat murah. Nilai guna marjinal air adalah begitu rendahnya sehingga orang baru mau menggunakan lebih banyak air apabila harganya sangat rendah sekali. Nilai guna marjinallah yang menentukan apakah suatu barang itu mempunyai harga yang tinggi atau rendah.

SURPLUS KONSUMEN

Teori nilai guna dapat pula menerangkan tentang wujudnya kelebihan kepuasan yang dinikmati oleh para konsumen. Kelebihan kepuasan ini, dalam analisis ekonomi, dikenal sebagai surplus konsumen. Surplus konsumen pada hakikatnya berarti perbedaan diantara kepuasan yang diperoleh seorang didalam mengkonsumsi sejumlah barang dengan pembayaran yang harus dibuat untuk memperoleh barang tersebut. Kepuasan yang diperoleh selalu besar daripada pembayaran yang dibuat. Perhatikan contoh yang sederhana berikut. Seorang konsumen pergi ke pasar membeli manga dan bertekad membeli satu buah yang cukup besar apabila harganya Rp 1500. Sesampainya di pasar dia mendapati bahwa manga yang diinginkannya hanya berharga Rp 1000. Jadi dia dapat memperoleh manga yang diinginkannya dengan harga Rp 500 lebih murah daripada harga yang bersedia dibayarkannya. Nilai Rp 500 ini dinamakan surplus konsumen.

CONTOH ANGKA

Surplus konsumen wujud sebagai akibat dari nilai guna marjinal yang semakin sedikit. Uraian sebelum ini telah menunjukkan bahwa harga suatu barang berkaitan rapat dengan nilai guna marjinalnya. Misalkan pada barang ke-n yang dibeli, nilai guna marjinalnya sama dengan harga. Dengan demikian, oleh karena nilai guna marjinal dari barang yang sebelumnya adalah lebih tinggi dari harga barang itu dan perbedaannya merupakan surplus konsumen. Contoh dalam Tabel 7.2 menggambarkan bagaimana surplus konsumen terwujud.

Kolom (2) dalam Tabel 7.2 menunjukkan kesediaan seorang konsumen manga untuk membayar Rp 1700, manga kedua dia bersedia membayar Rp 1500 dan seterusnya. Misalkan di dalam pasar harga manga adalah Rp 700. Dengan harga yang sebesar ini konsumen tersebut akan membeli enam manga seminggu, karena untuk manga yang keenam ia bersedia membayar karena harga pasar lebih tinggi daripada harga yang bersedia dibayarnya

Berapakah surplus konsumen yang dinikmatinya? Hal itu disampaikan dalam kolom (3) dan kolom (4). Dalam kolom (3) ditunjukkan surplus konsumen yang diwujudkan oleh setiap manga yang dibelinya. Sebagai contoh, untuk memperoleh

mangga yang ketiga dia bersedia membayar Rp 1300, sedangkan harga yang harus dibayarnya adalah Rp 700. Maka apabila.

TEORI TINGKAH LAKU KONSUMEN

TABEL 7.2

Surplus Konsumen yang dinikmati Seorang Pembeli Mangga

Jumlah Konsumsi Mangga setiap Minggu (1)	Harga yang bersedia dibayar konsumen (2)	Surplus Konsumen Jika harga mangga Rp 700/Buah (3)	Jumlah Surplus Konsumen (4)
Mangga pertama	Rp 1700	Rp 1000	Rp 1000
Mangga kedua	Rp 1500	Rp 800	Rp 1800
Mangga ketiga	Rp 1300	Rp 600	Rp 2400
Mangga keempat	Rp 1100	Rp 400	Rp 2800
Mangga kelima	Rp 900	Rp 200	Rp 3000
Mangga keenam	Rp 700	0	Rp 3000
Mangga ketujuh	Rp 500	-	-
Mangga kedelapan	Rp 300	-	-

mangga yang ketiga dibeli, untuk konsumsi ini ia akan memperoleh surplus konsumen sebesar Rp 600. Karena untuk mangga pertama hingga yang kelima, harga yang berbeda dibayarnya adalah lebih tinggi daripada harga pasar, maka konsumen mangga itu akan memperoleh surplus konsumen yang lebih besar apabila konsumsi mangganya dinaikkan sehingga mencapai lima buah seminggu. Dia akan menghentikan membeli mangga apabila konsumsi mangganya adalah enam mangga seminggu karena untuk mangga yang keenam ini pembeli mangga tersebut tidak memperoleh surplus konsumen lagi. Jumlah seluruh surplus konsumen yang dinikmati dari membeli enam mangga tersebut ditunjukkan dalam kolom (4), yaitu sebanyak RP 3000.

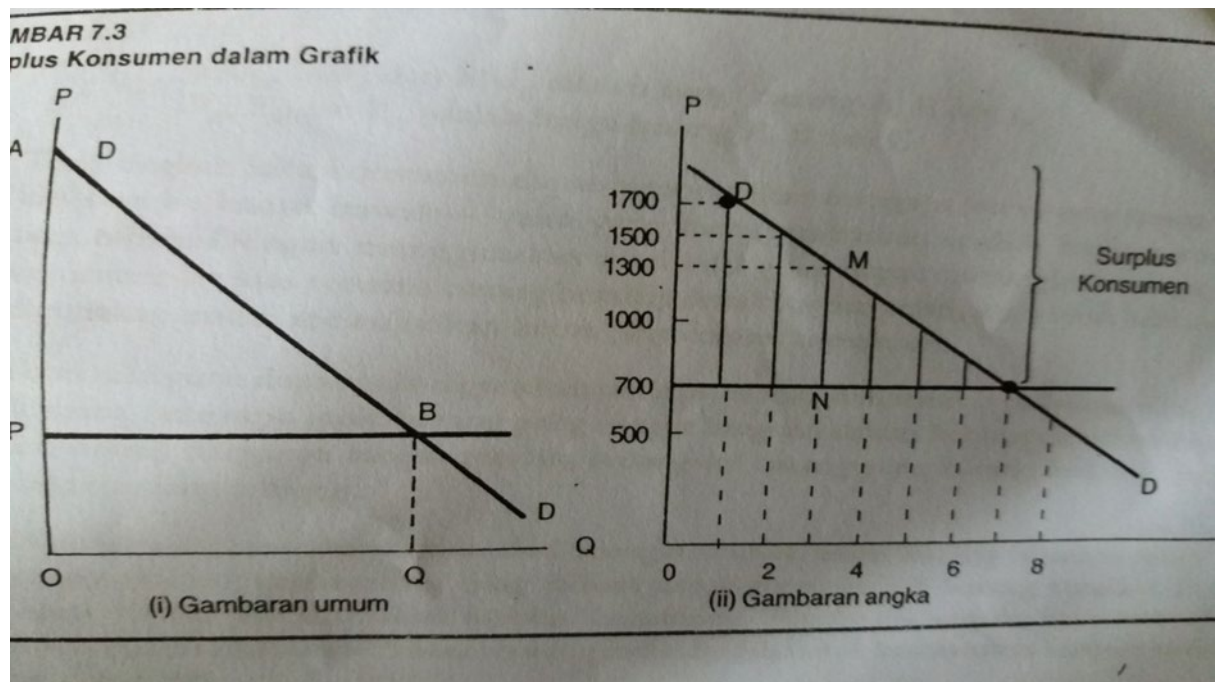
GRAFIK SURPLUS KONSUMEN

Surplus konsumen dapat juga digambarkan secara grafik, yaitu seperti yang ditunjukkan dalam Gambar 7.3 Grafik(i) memberikan satu gambaran umum tentang menentukan surplus konsumen secara grafik. Sumbu tegak menggambarkan tingkat harga, sedangkan sumbu datar menggambarkan jumlah barang yang dikonsumsi. Nilai guna total yang diperoleh dari mengkonsumsi Q buah mangga digambarkan oleh AOQB. Untuk memperoleh mangga tersebut si pembeli harus membayar OQBP. Maka segitiga APB menggambarkan surplus konsumen yang dinikmati oleh pembeli mangga tersebut.

Grafik (ii) menggambarkan surplus konsumen seperti yang di uraikan dalam contoh angka sebelum ini, yang diringkaskan dalam Tabel 7.3. DD adalah kurva permintaan yang digambarkan berdasarkan data dalam kolom (2) dari table 7.3. Harga adalah Rp 700 untuk setiap mangga surplus konsumen untuk setiap unit mangga yang dibeli ditunjukkan oleh garis tegak diantara garis harga dengan kurva permintaan. Sebagai contoh, garis MN adalah surplus konsumen yang diperoleh tetapi harga pasar adalah Rp 700 . Dengan demikian nilai MN-yaitu surplus konsumen, adalah = $Rp1300 - Rp700 = Rp600$. Jumlah surplus konsumen diperoleh dengan menjumlahkan nilai garis-garis tegak yang seperti itu dari unit pertama hingga keenam.

GAMBAR 7.3

Surplus konsumen dalam Grafik



RINGKASAN DAN KONSEP PENTING

RINGKASAN

1. Teori tingakt laku konsumen menerangkan tentang perilaku konsumen di pasaran, yaitu menerangkan sikap konsumen dalam membeli dan memilih barang yang akan dibelinya. Teori ini dikembangkan dalam dua bentuk: teori utiliti dan analisis kepuasan sama. Dalam bab ini diterangkan teori utiliti dan analisis kepuasan sama diterangkan dalam bab berikut.
2. Dalam teori utiliti perlu dibedakan dua konsep : utiliti total dan jumlah utiliti dari mengkonsumsi sejumlah barang tertentu dan utiliti marjinal-yaitu tambahan utiliti yang diperoleh dari menambah satu unit barang ytang dikonsumsi. Pola konsumsi kea atas sesuatu barang dipengaruhi oleh hokum utiliti marjinal yang semakin menurun. Artinya, semakin banyak sautu barang dikonsumsi, semakin sedikit nilai utiliti marjinalnya dan pada akhirnya utiliti marjinal akan bernilai negative
3. Apabila seorang hanya mengkonsumsi satu jenis barang saja, kepuasan yang maksimum akan dicapai pada ketika utiliti marjinal adalah nol(dan apabilamengkonsumsi banyak barang, syarat pemaksimuman kepuasan adalah :

$$P_A \quad P_B \quad \frac{MU_A}{P_C} = \frac{MU_B}{P_C} = \frac{MU_C}{P_C}$$

TEORI TINGKAH LAKU KONSUMEN

di mana:

MU_A , MU_B , Dan MU_C adalah harga barang **A**, **B**, Dan **C**
 P_A , P_B , Dan P_C adalah barang **A**, **B** Dan **C**

4. Teori tingkah lakukonsumen dapat menerangkan mengapa kurva permintaan menurunkan dari kiri atas ke kanan bawah- yaitu yang menggambarkan apabila harga turun, permintaan bertambah. Dengan menggunakan teori nilai guna dapat diterangkan mengapa permintaan konsumen ke atas sesuatu barang bersifat demikian dan selanjutnya teori nilai guna dapat juga digunakan untuk mewujudkan kurva permintaan konsumen.

5. Teori nilai guna dapat pula digunakan untuk merancangkan tentang paradoks nilai, yaitu keadaan dimana beberapa jenis barang yang sangat berguna dalam kehidupan sehari-hari (seperti air dan udara) harganya sangat rendah, sedangkan barang yang kurang berguna (seperti berlian) harganya sangat tinggi.
6. Kepuasan seorang konsumen dari mengkonsumsi suatu barang biasanya lebih tinggi dari pengorbanan (pembayaran) yang di buat untuk memperoleh barang tersebut. Perbedaan di antara keduanya dinamakan surplus konsumen. Bagaimana surplus konsumen akan wujud dapat ditunjukkan untuk kasus seorang individu dan untuk keseluruhan konsumen dalam suatu pasar barang.

KONSEP PENTING

Efek pendapatan: Pengaruh atau akibat perubahan harga sesuatu barang terhadap pendapatan riil konsumen yang menggunakan barang yang mengalami perubahan harga.

Efek penggantian: Perubahan cita rasa konsumen dalam mengkonsumsi sesuatu barang apabila dibandingkan dengan barang-barang lain sebagai akibat perubahan harga barang tersebut.

Nilai guna: Kepuasan yang diterima seseorang dari mengkonsumsi suatu barang, banyak sesuatu guna di bedakan kepada nilai guna total dan nilai guna marjinal. Nilai guna total adalah jumlah kepuasan yang diperoleh dari mengkonsumsi sejumlah barang, Nilai guna marjial adalah timbalan kepuasan yang diperoleh dari tambahan satu unit barang yang dikonsumsi.

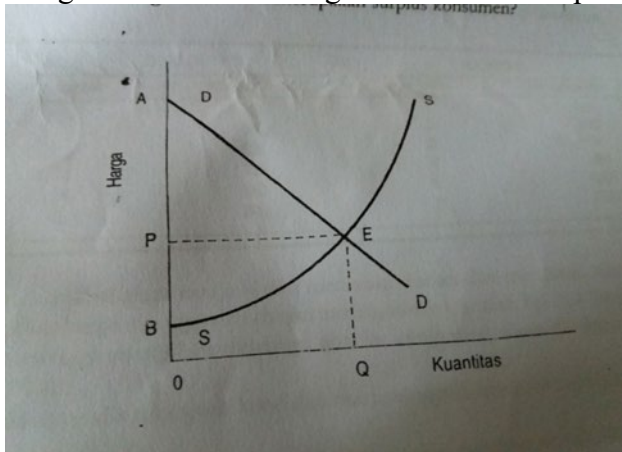
Paradoks nilai: Kenehan dalam menilai barang berdasarkan harganya dengan berdasarkan manfaatnya kepada kehidupan manusia. Harga berlian tinggi tetap manfaatnya kepada manusia rendah. Sedangkan harga air rendah tetapi manfaatnya tinggi. Paradoks ini dapat diterangkan dengan menggunakan nilai guna.

Surplus konsumen: Kelebihan kenikmatan konsumen dalam mengkonsumsi sesuatu barang apabila dibandingkan dengan pembayaran yang perlu dilakukan untuk memperoleh barang tersebut.

PERTANYAAN DAN LATIHAN

PILIHAN GANDA

1. Dalam menggunakan uang yang dapat dibelanjakannya, tujuan seseorang konsumen yang rasional adalah ...
 - A. Untuk membeli sebanyak-banyaknya barang.
 - B. Memaksimumkan jumlah kepuasannya.
 - C. Meminimumkan jumlah pengeluarannya dan menambah tabungan.
 - D. Berhemat dan membeli barang yang perlu saja
2. Seorang konsumen akan mencapai kepuasan maksimum dari membelanjakan sejumlah barang apabila ...
 - A. Nilai guna total setiap barang sama.
 - B. Nilai guna marjinal setiap barang yang sama.
 - C. Jumlah rupiah yang dibelanjakan untuk setiap barang sama.
 - D. Nilai guna marjinal per rupiah setiap barang sama.
3. Yang manakah di dalam grafik berikut merupakan surplus konsumen?



- A. PAE
- B. OPEQ
- C. OBEQ
- D. OQEA

TEORI TINGKAH LAKU KONSUMEN

ESEI

1. Bedakan arti nilai guna total dan nilai guna marjinal. Terangkan ciri-ciri dan nilai guna total dan nilai guna marjinal. Berdasarkan kepada ciri-ciri yang anda jelaskan tersebut buatlah kurva nilai guna total dan kurva nilai guna marjinal.
2. Apabila seorang konsumen mengkonsumsi beberapa jenis barang, terangkan keadaan yang akan memaksimumkan kepuasannya di dalam mengkonsumsi barang tersebut.
3. Uraikan bagaimana teori nilai guna (utiliti) menerangkan sifat permintaan pembeli terhadap suatu barang yang diperjualbelikan di pasar.
4. a. Apakah yang dimaksudkan dengan paradoks nilai? Apakah peranan teori nilai guna di dalam menerangkan paradoks nilai?
b. Dengan menggunakan contoh angka dan secara grafik terangkan wujudnya surplus konsumen.

KUANTITATIF

1. Seorang konsumen membeli mangga dan durian, dan nilai guna total dari memakan masing-masing buah tersebut adalah seperti yang ditunjukkan dalam tabel di bawah ini

DURIAN		MANGGA	
JUMLAH	NILAI GUNA	JUMLAH	NILAI GUNA
1	250	1	370
2	460	2	650
3	630	3	850
4	760	4	980
5	850	5	1050
6	900	6	1070

- a. Tentukan nilai guna marjinal dari memakan durian dan memakan mangga.
- b. Misalkan harga mangga dan durian masing-masing adalah Rp 500. Berapakah jumlah durian dan mangga yang akan dibelinya apabila uang yang akan dibelanjakan adalah sebanyak Rp 3500?
- c. Lukislah grafik nilai guna total dan marjinal untuk buah durian dan mangga.

2. Seorang konsumen ingin membeli makanan dan pakaian untuk dirinya dan keluarganya. Harga makanan adalah Rp 600 dan sehelai pakaian berharga Rp 6000. Nilai guna total yang di peroleh dari mengkonsumsi pakaian dan makanan adalah seperti ditunjukkan dalam tabel dibawah ini

MAKANAN		PAKAIAN	
Konsumsi (unit)	Nilai Guna Total	Konsumsi (Unit)	Nilai Guna Total
1	600	1	14000
2	1100	2	24000
3	1500	3	30000
4	1800	4	32000
5	2000	5	30000

- a. Hitunglah nilai guna marjinal untuk makanan dan pakaian pada berbagai unit barang seperti ditunjukkan dalam tabel diatas.
- b. Misalkan pendapatan konsumen adalah Rp 27000. Apabila semua pendapatan tersebut dibelanjakan, berapa banyak makanan dan pakaian yang akan dibelinya untuk memaksimalkan kepuasannya?
- c. Misalkan pendapatan konsumen itu adalah Rp 38500 dan harga pakaian meningkat menjadi Rp 12000. Gabungan makanan dan pakaian yang bagaimanakah perlu dibelinya untuk memaksimalkan kepuasannya? Berapakah sisa pendapatannya yang dapat ditabung?

