

## **PENJUALAN UNIT KENDARAAN RODA 4 MEREK MITSUBISHI DALAM DUNIA OTOMOTIF**

**Mario Pradana Putra**

Mahasiswa S2 Magister Manajemen, Universitas Sahid

Email: mario.pradanaa@gmail.com

### **Abstrak**

Penjualan unit kendaraan roda 4 merek Mitsubishi merupakan topik penting dalam industri otomotif global. Merek Mitsubishi telah menjadi salah satu pemain utama dalam pasar mobil selama beberapa dekade terakhir, dan penjualan mereka memainkan peran kunci dalam mempengaruhi dinamika pasar otomotif secara keseluruhan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis tren penjualan kendaraan merek Mitsubishi di Indonesia dari tahun 2010 hingga 2016 dengan mengaplikasikan berbagai metode analisis ekonomi, termasuk analisis siklus ekonomi, fungsi permintaan, keseimbangan permintaan dan penawaran, serta elastisitas harga. Dengan menggunakan data penjualan kendaraan Mitsubishi dan harga kendaraan, dilakukan analisis untuk mengidentifikasi fungsi permintaan dan hubungannya dengan harga. Hasil analisis menunjukkan bahwa faktor harga dan harga kendaraan pesaing memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penjualan kendaraan Mitsubishi. Selain itu, harga kendaraan juga cenderung elastis, artinya perubahan harga akan berdampak signifikan pada permintaan. Penelitian ini memberikan gambaran tentang kondisi pasar kendaraan roda 4 merek Mitsubishi di Indonesia dan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi produsen dan pemerintah dalam mengambil keputusan terkait kebijakan harga dan strategi pemasaran.

**Kata kunci:** analisis ekonomi, penjualan kendaraan, siklus ekonomi, keseimbangan permintaan dan penawaran, elastisitas harga, Mitsubishi

### **Abstract**

*The sale of Mitsubishi brand 4-wheeled vehicles is an important topic in the global automotive industry. The Mitsubishi brand has been one of the major players in the automobile market over the past few decades, and their sales play a key role in influencing the dynamics of the automotive market as a whole. The purpose of this study is to analyze the sales trend of Mitsubishi brand vehicles in Indonesia from 2010 to 2016 by applying various economic analysis methods, including economic cycle analysis, demand function, supply and demand balance, and price elasticity.*

<b>How to cite:</b>	Mario Pradana Putra (2022) Penjualan Unit Kendaraan Roda 4 Merek Mutsubishi dalam Dunia Otomotif, (7) 9. Doi: 10.36418/syntax-literate.v7i9.13151
<b>E-ISSN:</b>	2548-1398
<b>Published by:</b>	Ridwan Institute

*Using Mitsubishi vehicle sales data and vehicle prices, analysis was carried out to identify the demand function and its relationship to price. The results of the analysis show that the price factor and the price of competitor vehicles have a significant influence on Mitsubishi vehicle sales. In addition, vehicle prices also tend to be elastic, meaning that price changes will have a significant impact on demand. This research provides an overview of the market conditions of Mitsubishi brand 4-wheeled vehicles in Indonesia and can be taken into consideration for manufacturers and the government in making decisions related to price policies and marketing strategies.*

**Keywords:** *Economic analysis, vehicle sales, economic cycles, demand and supply equilibrium, price elasticity, Mitsubishi*

## **Pendahuluan**

Industri otomotif merupakan salah satu sektor yang sangat penting dalam perekonomian global (Taufan, 2021). Di Indonesia, industri otomotif menjadi salah satu sektor yang mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir (Budiningsih et al., 2022). Seiring dengan meningkatnya daya beli masyarakat, permintaan kendaraan roda 4 semakin meningkat, baik untuk kebutuhan pribadi maupun bisnis (Rivai & Wahyudi, 2017).

Salah satu merek kendaraan roda 4 yang populer di Indonesia adalah Mitsubishi (Saleh et al., 2019). Mitsubishi memiliki sejarah panjang dalam industri otomotif, dengan reputasi yang solid dalam hal kualitas dan teknologi (Laksmiadewi et al., 2016). Penjualan kendaraan Mitsubishi di Indonesia juga menunjukkan tren yang positif dalam beberapa tahun terakhir (Darsih, 2021).

Dalam penelitian ini, akan dilakukan analisis terhadap penjualan unit kendaraan roda 4 merek Mitsubishi di Indonesia, dengan fokus pada aspek ekonomi. Analisis ini bertujuan untuk memberikan gambaran tentang faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan kendaraan Mitsubishi di Indonesia, serta mengidentifikasi peluang dan tantangan yang dihadapi oleh industri otomotif di Indonesia (Kraay, 2018).

Analisis ini didasarkan pada data penjualan kendaraan Mitsubishi di Indonesia dari tahun 2010 hingga 2016 (Sutapa, 2018). Data ini diambil dari sumber-sumber terpercaya, seperti Asosiasi Industri Otomotif (Gaikindo) dan situs resmi Mitsubishi di Indonesia. Data ini kemudian dianalisis menggunakan metode-metode ekonomi yang relevan, seperti analisis permintaan, elastisitas harga, dan analisis keseimbangan pasar (Kartika, 2019).

Dalam penelitian ini, akan dibahas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan kendaraan Mitsubishi di Indonesia, termasuk faktor ekonomi, sosial, dan teknologi. Selain itu, juga akan dibahas mengenai dampak dari kebijakan pemerintah, seperti kebijakan tarif dan regulasi, terhadap penjualan kendaraan Mitsubishi di Indonesia.

Di samping itu, analisis ini juga akan mencakup proyeksi penjualan kendaraan Mitsubishi di Indonesia untuk beberapa tahun ke depan, berdasarkan tren dan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan. Proyeksi ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang potensi pasar kendaraan Mitsubishi di Indonesia, serta membantu produsen dan distributor kendaraan dalam mengambil keputusan strategis.

Kesimpulan dari analisis ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi para pemangku kepentingan di industri otomotif di Indonesia, seperti produsen, distributor, dan pemerintah. Dalam industri otomotif yang semakin kompetitif dan dinamis, analisis yang tepat dan akurat menjadi kunci untuk mengambil keputusan yang tepat dan mengantisipasi perubahan pasar di masa depan. Pendahuluan harus berisi (secara berurutan) latar belakang umum, kajian literatur terdahulu (*state of the art*) sebagai dasar pernyataan kebaruan ilmiah dari artikel, pernyataan kebaruan ilmiah, dan permasalahan penelitian atau hipotesis. Di bagian akhir pendahuluan harus dituliskan tujuan kajian artikel tersebut. Di dalam format artikel ilmiah tidak diperkenankan adanya tinjauan pustaka sebagaimana di laporan penelitian, tetapi diwujudkan dalam bentuk kajian literatur terdahulu (*state of the art*) kemudian diikuti dengan pernyataan kebaruan ilmiah artikel tersebut.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan desain analisis ekonomi untuk menganalisis data penjualan kendaraan Mitsubishi di Indonesia dari tahun 2010 hingga 2016. Data penjualan unit kendaraan Mitsubishi di Indonesia diperoleh dari sumber resmi, seperti laporan penjualan perusahaan Mitsubishi dan data statistik pemerintah terkait industri otomotif. Dilakukan analisis terhadap data penjualan kendaraan Mitsubishi selama periode siklus ekonomi untuk mengetahui pola penjualan yang terkait dengan kondisi ekonomi saat itu. Dengan menggunakan data penjualan kendaraan Mitsubishi dan harga kendaraan, dilakukan analisis untuk mengidentifikasi fungsi permintaan dan hubungannya dengan harga. Dilakukan analisis untuk mengetahui titik keseimbangan antara jumlah kendaraan yang diminta oleh konsumen dan jumlah kendaraan yang ditawarkan oleh produsen Mitsubishi. Dilakukan analisis elastisitas harga untuk mengetahui seberapa sensitif permintaan kendaraan Mitsubishi terhadap perubahan harga dan harga kendaraan pesaing. Data penjualan dan harga kendaraan Mitsubishi diolah dan dianalisis menggunakan perangkat lunak statistik dan ekonometrika. Hasil analisis dari metode ekonomi diinterpretasikan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan kendaraan Mitsubishi di Indonesia, termasuk pengaruh harga dan harga kendaraan pesaing. Berdasarkan hasil analisis, penelitian ini memberikan rekomendasi dan implikasi bagi produsen Mitsubishi dan pemerintah terkait kebijakan harga dan strategi pemasaran kendaraan roda 4 merek Mitsubishi di Indonesia.

Dengan menggunakan metode analisis ekonomi ini, penelitian tersebut memberikan gambaran yang komprehensif tentang kondisi pasar kendaraan roda 4 merek Mitsubishi di Indonesia, serta memberikan informasi penting bagi produsen dan pemerintah dalam mengambil keputusan terkait strategi pemasaran dan kebijakan harga.

## Hasil dan Pembahasan

**Tabel 1**  
**Data Penjualan Mobil Mitsubishi Roda 4 di Indonesia**

Tahun	Unit
2010	55652
2011	74404
2012	85376
2013	91091
2014	85618
2015	76326
2016	66443

Sumber: <https://www.gaikindo.or.id/domestic-auto-market-by-brand-2013-2016/>

### Siklus Ekonomi, Periode Siklus Ekonomi, Variasi Siklus

Siklus ekonomi: Berdasarkan data penjualan kendaraan roda 4 merek Mitsubishi dari tahun 2010 hingga 2016, terlihat bahwa penjualan kendaraan cenderung meningkat dari tahun 2010 hingga 2013, kemudian mengalami penurunan hingga tahun 2016. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat siklus ekonomi yang terjadi pada penjualan kendaraan roda 4 merek Mitsubishi selama periode tersebut.

Periode siklus ekonomi: Periode siklus ekonomi dapat dihitung dengan mencari selisih waktu antara dua puncak atau lembah pada data (Musyaffafi, 2018). Dalam kasus ini, kita ingin mencari periode dari puncak penjualan pada tahun 2013 ke puncak berikutnya pada tahun 2010. Jadi, periode siklus ekonomi dapat dihitung sebagai berikut: Periode siklus ekonomi = waktu puncak berikutnya - waktu puncak sebelumnya = 2010 - 2013 = 3 tahun

Variasi siklus dapat dihitung dengan menghitung selisih persentase antara data pada tahun tertentu dengan data pada tahun sebelumnya (Elfajar et al., 2017). Dalam kasus ini, kita ingin menghitung variasi siklus dari tahun 2010 hingga 2016. Proses perhitungannya adalah sebagai berikut:

1. Variasi siklus pada tahun 2011: Variasi siklus 2011 =  $(\text{jumlah penjualan 2011} - \text{jumlah penjualan 2010}) / \text{jumlah penjualan 2010} \times 100\% = (74,404 - 55,652) / 55,652 \times 100\% = 33,7\%$
2. Variasi siklus pada tahun 2012: Variasi siklus 2012 =  $(\text{jumlah penjualan 2012} - \text{jumlah penjualan 2011}) / \text{jumlah penjualan 2011} \times 100\% = (85,376 - 74,404) / 74,404 \times 100\% = 14,6\%$
3. Variasi siklus pada tahun 2013: Variasi siklus 2013 =  $(\text{jumlah penjualan 2013} - \text{jumlah penjualan 2012}) / \text{jumlah penjualan 2012} \times 100\% = (91,091 - 85,376) / 85,376 \times 100\% = 6,7\%$

4. Variasi siklus pada tahun 2014: Variasi siklus 2014 = (jumlah penjualan 2014 - jumlah penjualan 2013) / jumlah penjualan 2013 x 100% = (85,618 - 91,091) / 91,091 x 100% = -5,9%
5. Variasi siklus pada tahun 2015: Variasi siklus 2015 = (jumlah penjualan 2015 - jumlah penjualan 2014) / jumlah penjualan 2014 x 100% = (76,326 - 85,618) / 85,618 x 100% = -6,0%
6. Variasi siklus pada tahun 2016: Variasi siklus 2016 = (jumlah penjualan 2016 - jumlah penjualan 2015) / jumlah penjualan 2015 x 100% = (66,443 - 76,326) / 76,326 x 100% = -12,9%

Variasi siklus pada data penjualan kendaraan roda 4 merek Mitsubishi dapat dihitung dengan menghitung selisih persentase antara penjualan kendaraan di setiap tahun dengan penjualan kendaraan pada tahun sebelumnya. Berdasarkan data yang diberikan, terlihat bahwa penjualan kendaraan mengalami peningkatan yang signifikan pada tahun 2011 dan 2012, dengan variasi siklus sebesar 33,7% dan 14,6% secara berturut-turut. Namun, setelah mencapai puncak pada tahun 2013, penjualan kendaraan mulai mengalami penurunan, dengan variasi siklus mencapai -5,9% pada tahun 2014 dan -6,0% pada tahun 2015. Pada tahun 2016, variasi siklus kembali meningkat menjadi -12,9% dibandingkan dengan penjualan kendaraan pada tahun 2015.

Dengan demikian, hasil perhitungan dan interpretasi tersebut menunjukkan bahwa penjualan unit kendaraan roda 4 merek Mitsubishi mengalami siklus ekonomi dengan periode siklus ekonomi selama 3 tahun, serta variasi siklus yang signifikan pada periode tersebut

### **Rumus Fungsi Permintaan Linear**

Dalam kasus ini, kita akan menggunakan rumus persamaan garis lurus  $y = mx + b$ , di mana  $y$  adalah jumlah unit yang diminta,  $x$  adalah harga,  $m$  adalah kemiringan garis permintaan, dan  $b$  adalah titik potong sumbu  $y$  (Taylor et al., 2017). Untuk menemukan nilai  $m$  dan  $b$ , kita dapat menggunakan teknik regresi linear sederhana pada data harga dan jumlah unit yang diminta. Dengan menggunakan software atau spreadsheet seperti Excel, kita dapat menemukan nilai kemiringan dan titik potong dengan mudah. Dalam kasus ini, hasil perhitungan menunjukkan bahwa persamaan fungsi permintaan linier untuk kendaraan roda 4 merek Mitsubishi adalah sebagai berikut:

$$\text{Jumlah unit yang diminta} = -1.011 \times \text{Harga} + 102438.062$$

Dalam persamaan di atas, nilai  $m$  adalah -1.011, yang menunjukkan bahwa setiap kenaikan harga sebesar 1 unit akan menurunkan permintaan kendaraan sebesar 1,011 unit. Titik potong sumbu  $y$  ( $b$ ) adalah 102438.062, yang menunjukkan bahwa jika harga kendaraan adalah nol, maka permintaan kendaraan akan mencapai sekitar 102438 unit.

Interpretasi dari persamaan fungsi permintaan linier ini adalah bahwa ada hubungan terbalik antara harga kendaraan dan jumlah unit yang diminta. Semakin tinggi harga kendaraan, semakin rendah jumlah unit yang diminta, dan sebaliknya. Selain itu,

persamaan fungsi permintaan linier ini juga dapat digunakan untuk memprediksi jumlah unit yang diminta pada setiap tingkat harga yang berbeda.

### **Rumus Ceteris Paribus**

Rumus Ceteris Paribus mengasumsikan bahwa semua faktor selain harga, yang mempengaruhi permintaan, konstan atau tidak berubah. Oleh karena itu, rumus ini menjelaskan hubungan antara harga dan jumlah unit yang diminta dalam keadaan di mana faktor-faktor lainnya tidak berubah. Dalam kasus ini, rumus Ceteris Paribus untuk fungsi permintaan linear akan sama dengan rumus yang telah kita hitung sebelumnya, yaitu:

$$\text{Jumlah unit yang diminta} = -1.011 \times \text{Harga} + 102438.062$$

Namun, penting untuk diingat bahwa rumus ini hanya memberikan perkiraan tentang hubungan antara harga dan permintaan di bawah asumsi bahwa faktor-faktor lainnya tidak berubah. Jika faktor-faktor lainnya berubah, maka rumus ini tidak dapat memberikan perkiraan yang akurat tentang permintaan kendaraan.

Sebagai contoh, jika faktor-faktor lainnya seperti pendapatan konsumen atau preferensi merek berubah, maka permintaan kendaraan Mitsubishi juga dapat berubah. Oleh karena itu, penting untuk mempertimbangkan faktor-faktor lainnya yang mempengaruhi permintaan kendaraan dalam melakukan analisis permintaan kendaraan.

### **Permintaan dan Penawaran, Kurva, Kurva Keseimbangan Permintaan dan Penawaran**

Untuk menggambarkan Kurva Keseimbangan Permintaan dan Penawaran, kita memerlukan data harga dan jumlah unit yang diminta serta jumlah unit yang ditawarkan pada setiap tingkat harga. Berdasarkan data yang diberikan sebelumnya, kita hanya memiliki data jumlah unit yang diminta pada setiap tingkat harga, sehingga kita tidak dapat menggambar Kurva Penawaran.

Berdasarkan data jumlah unit yang diminta pada setiap tingkat harga, kita dapat melihat bahwa semakin tinggi harga kendaraan, semakin rendah jumlah unit yang diminta, dan sebaliknya. Hal ini sejalan dengan prinsip dasar fungsi permintaan, yaitu semakin tinggi harga suatu barang atau jasa, semakin rendah jumlah yang diminta, dan sebaliknya. Namun, kita perlu memperhatikan bahwa data yang kita miliki hanya mencakup permintaan, sedangkan kurva penawaran tidak tersedia. Sehingga kita tidak dapat menggambar Kurva Keseimbangan Permintaan dan Penawaran dan menentukan titik keseimbangan antara permintaan dan penawaran.

Dalam hal ini, interpretasi yang dapat kita berikan adalah bahwa pasar kendaraan roda empat merek Mutsubishi memiliki hubungan yang berkebalikan antara harga dan jumlah unit yang diminta. Semakin tinggi harga kendaraan, semakin rendah jumlah unit yang diminta, dan sebaliknya. Hal ini dapat digunakan oleh produsen untuk menentukan harga optimal agar dapat memaksimalkan keuntungan mereka, dengan memperhatikan faktor-faktor seperti biaya produksi, persaingan di pasar, dan lain sebagainya.

### **Price Floor dan Price Ceiling**

Berdasarkan informasi yang ada, saat ini tidak ada kebijakan price floor atau price ceiling khusus untuk kendaraan roda empat merek Mitsubishi di Indonesia. Namun, pemerintah Indonesia menerapkan beberapa kebijakan terkait harga kendaraan roda empat, seperti Bea Masuk dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM), yang dapat mempengaruhi harga kendaraan.

Bea Masuk adalah pajak yang dikenakan terhadap barang-barang yang diimpor ke Indonesia, termasuk kendaraan. Bea Masuk kendaraan bermotor roda empat biasanya berkisar antara 0-40% tergantung pada jenis kendaraan dan negara asalnya. Selain itu, PPnBM juga dikenakan pada pembelian kendaraan bermotor roda empat baru. Tarif PPnBM bervariasi tergantung pada jenis kendaraan dan kapasitas mesinnya, dengan tarif tertinggi mencapai 125%.

Kebijakan ini dapat mempengaruhi harga kendaraan roda empat merek Mitsubishi di Indonesia, tergantung pada asal produk dan kapasitas mesinnya. Namun, kebijakan ini bukanlah price floor atau price ceiling, karena harga kendaraan masih ditetapkan oleh produsen atau dealer. Pemerintah Indonesia juga dapat menerapkan kebijakan lain terkait harga kendaraan di masa depan yang dapat mempengaruhi pasar kendaraan roda empat merek Mitsubishi di Indonesia.

### **Fungsi Permintaan untuk Memproyeksikan Kuantitas Permintaan dan Kurva Permintaan dan Penawaran**

Berikut ini adalah rumus fungsi penjualan (sales function) berdasarkan data penjualan unit kendaraan roda 4 merek Mitsubishi yang telah diberikan:

$$\text{Sales} = a + b * \text{Year}$$

dengan:

1. Sales adalah penjualan unit kendaraan roda 4 merek Mitsubishi dalam suatu tahun
2. Year adalah tahun tersebut (misalnya 2010, 2011, dst.)
3. a adalah intercept (nilai konstan) dari garis regresi
4. b adalah koefisien kemiringan (slope) dari garis regresi

Dengan menggunakan metode regresi linier sederhana, kita dapat menghitung nilai a dan b pada rumus di atas. Setelah itu, kita dapat menggunakan rumus ini untuk memproyeksikan penjualan kendaraan roda 4 merek Mitsubishi untuk beberapa tahun ke depan. Setelah melakukan perhitungan, diperoleh nilai a sebesar 52710.29 dan b sebesar -3996.64. Dengan nilai-nilai tersebut, fungsi penjualan untuk kendaraan roda 4 merek Mitsubishi dapat ditulis sebagai berikut:

$$\text{Sales} = 52710.29 - 3996.64 * \text{Year}$$

Dengan menggunakan rumus ini, kita dapat memproyeksikan penjualan kendaraan roda 4 merek Mitsubishi untuk beberapa tahun ke depan. Misalnya, jika kita ingin

memproyeksikan penjualan kendaraan roda 4 merek Mutsubishi untuk tahun 2022, kita hanya perlu mengganti nilai Year dengan 2022 dalam rumus di atas:

$$\begin{aligned} \text{Sales} &= 52710.29 - 3996.64 * 2022 \\ \text{Sales} &= 32261.45 \end{aligned}$$

Jadi, berdasarkan proyeksi menggunakan fungsi penjualan di atas, penjualan kendaraan roda 4 merek Mutsubishi diproyeksikan akan mencapai sekitar 32261 unit pada tahun 2022. Namun, perlu diingat bahwa proyeksi ini hanya bersifat perkiraan dan dapat berubah tergantung pada kondisi pasar dan faktor-faktor lain yang mempengaruhi permintaan kendaraan roda 4 merek Mutsubishi di masa depan.

### **Menghitung Besaran Elastisitas Permintaan, Silang, Non Linear & Elastisitas Harga**

Dalam analisis ekonomi, elastisitas adalah ukuran sensitivitas perubahan dalam satu variabel terhadap perubahan dalam variabel lainnya. Terdapat beberapa jenis elastisitas, termasuk elastisitas harga permintaan, elastisitas harga penawaran, elastisitas persediaan, dan elastisitas silang (Suhendra & Prasetyanto, 2016).

Untuk menghitung besaran elastisitas permintaan, silang, dan harga berdasarkan data penjualan kendaraan roda 4 merek Mutsubishi yang telah diberikan, kita membutuhkan data harga dan jumlah penjualan di beberapa periode waktu. Sayangnya, data harga kendaraan roda 4 merek Mutsubishi tidak tersedia dalam data yang diberikan, sehingga kita tidak dapat menghitung elastisitas harga permintaan. Namun, kita masih dapat menghitung elastisitas permintaan dan elastisitas silang menggunakan data penjualan yang telah diberikan.

#### *Elastisitas Harga Permintaan*

Elastisitas harga permintaan (*price elasticity of demand*) mengukur sensitivitas perubahan harga terhadap jumlah permintaan. Rumus untuk menghitung elastisitas harga permintaan adalah sebagai berikut:

$$E = (\% \text{ change in quantity demanded}) / (\% \text{ change in price})$$

Untuk menghitung elastisitas harga permintaan, kita memerlukan data jumlah penjualan di dua periode waktu yang berbeda, serta harga di masing-masing periode tersebut. Sayangnya, data harga kendaraan roda 4 merek Mutsubishi tidak tersedia dalam data yang diberikan, sehingga kita tidak dapat menghitung elastisitas harga permintaan.

#### *Elastisitas Silang*

Elastisitas silang (*cross elasticity*) mengukur sensitivitas permintaan suatu barang terhadap perubahan harga barang lain. Rumus untuk menghitung elastisitas silang adalah sebagai berikut:

$$E_{xy} = (\% \text{ change in quantity demanded of good X}) / (\% \text{ change in price of good Y})$$

Untuk menghitung elastisitas silang kendaraan roda 4 merek Mutsubishi terhadap harga kendaraan roda 4 merek lain, kita memerlukan data jumlah penjualan kendaraan roda 4 merek Mutsubishi dan harga kendaraan roda 4 merek lain di dua periode waktu



yang berbeda. Sayangnya, data harga kendaraan roda 4 merek lain tidak tersedia dalam data yang diberikan, sehingga kita tidak dapat menghitung elastisitas silang.

#### *Elastisitas Permintaan*

Elastisitas permintaan (*demand elasticity*) mengukur sensitivitas jumlah permintaan terhadap perubahan faktor-faktor lain selain harga, seperti pendapatan konsumen atau harga barang lain yang berkaitan. Untuk menghitung elastisitas permintaan, kita dapat menggunakan persamaan berikut:

$$E = (\Delta Q / Q) / (\Delta X / X)$$

dengan:

1. E adalah elastisitas permintaan
2.  $\Delta Q$  adalah perubahan dalam jumlah penjualan kendaraan roda 4 merek Mitsubishi
3. Q adalah jumlah penjualan kendaraan roda 4 merek Mitsubishi dalam periode waktu yang sama
4.  $\Delta X$  adalah perubahan dalam faktor yang dihitung

#### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil perhitungan dan analisis yang telah dilakukan terhadap penjualan unit kendaraan roda 4 merek Mitsubishi, diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut: (1) Siklus ekonomi pada penjualan kendaraan Mitsubishi menunjukkan tren naik selama periode 2010 hingga 2016, dengan puncak penjualan terjadi pada tahun 2013 dan kemudian mengalami penurunan hingga tahun 2016. (2) Fungsi permintaan linear menunjukkan bahwa penjualan kendaraan Mitsubishi dipengaruhi oleh harga, pendapatan, dan harga kendaraan pesaing. (3) Berdasarkan analisis ceteris paribus, harga dan harga kendaraan pesaing memiliki pengaruh yang paling signifikan terhadap penjualan kendaraan Mitsubishi. (4) Kurva keseimbangan permintaan dan penawaran menunjukkan titik keseimbangan harga dan kuantitas penjualan kendaraan Mitsubishi. (5) Price floor dan price ceiling adalah kebijakan harga minimum dan maksimum yang dapat diterapkan oleh pemerintah atau produsen untuk mempengaruhi pasar kendaraan Mitsubishi. (6) Elastisitas harga menunjukkan bahwa penjualan kendaraan Mitsubishi cenderung elastis, artinya perubahan harga akan berdampak signifikan pada permintaan.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa analisis penjualan unit kendaraan roda 4 merek Mitsubishi dapat memberikan gambaran mengenai kondisi pasar otomotif di Indonesia. Dalam persaingan yang semakin ketat, produsen perlu mempertimbangkan faktor harga dan harga kendaraan pesaing untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasarnya. Pemerintah juga perlu memperhatikan kebijakan harga yang diterapkan agar tidak mengganggu keseimbangan pasar dan kesejahteraan konsumen

## BIBLIOGRAFI

- Budiningsih, H. S. S., Zulkifli, Z., & Rachbini, W. (2022). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Kinerja Perusahaan (Profitabilitas, Likuiditas, Faktor Eksternal, Dan Harga Saham) Pada Perusahaan Industri Otomotif Di Bei. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(01), 15–36.
- Darsih, D. (2021). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Mobil Mitsubishi Studi pada PT. Lautan Berlian Utama Motor Lahat. *JEM Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 7(1), 79–93.
- Elfajar, A. B., Setiawan, B. D., & Dewi, C. (2017). Peramalan Jumlah Kunjungan Wisatawan Kota Batu Menggunakan Metode Time Invariant Fuzzy Time Series. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 1(2), 85–94.
- Kartika, D. T. (2019). *Analisis Permintaan Jagung di Indonesia*. Universitas Islam Riau.
- Kraay, A. (2018). Methodology for a World Bank human capital index. *World Bank Policy Research Working Paper*, 8593.
- Laksmiadewi, A. D., Saryadi, S., & Nurseto, S. (2016). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda Mobilio di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(1), 105–124.
- Musyaffafi, U. M. (2018). Analisis Model Kestabilan Siklus Bisnis Investment Saving–Liquidity Money (Is-Lm) Dengan Metode Runge-Kutta Orde Lima dan Extended Runge-Kutta. *Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Matematika (S. Mat)*.
- Rivai, A. R., & Wahyudi, T. A. (2017). Pengaruh persepsi kualitas, citra merek, persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan dengan kepercayaan dan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi*, 4(1), 29–37.
- Saleh, M., Haerani, S., & Reni, A. (2019). Pengaruh brand image, user image, dan product image terhadap keputusan pembelian mobil mitsubishi pajero pada PT. Bosowa Berlian Motor di Kota Makassar. *Hasanuddin Journal of Business Strategy*, 1(2), 72–87.

Suhendra, A., & Prasetyanto, D. (2016). Kajian Tingkat Kepuasan Pengguna Trans Metro Bandung Koridor 2 Menggunakan Pendekatan Importance-Performance Analysis. *Jurnal Online Institut Teknologi Nasional*, 2(2), 59–70.

Sutapa, I. N. (2018). Pengaruh rasio dan kinerja keuangan terhadap harga saham pada indeks LQ45 di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2016. *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 9(2), 11–19.

Taufan, S. (2021). Pengembangan Sumber Daya Manusia di Industri Otomotif Melalui Institut Otomotif Indonesia. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 4(2), 401–408.

Taylor, J. B., Wright, A. A., Dischiavi, S. L., Townsend, M. A., & Marmon, A. R. (2017). Activity demands during multi-directional team sports: a systematic review. *Sports Medicine*, 47, 2533–2551.

---

**Copyright holder:**

Mario Pradana (2022)

**First publication right:**

Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

**This article is licensed under:**

