

ANALISIS PERMINTAAN SEPEDA MOTOR MATIC DI KOTA SEMARANG

Nenik Woyanti
UNIVERSITAS DIPONEGORO

ABSTRACT

Matic motor cycle is new variant of manual motor cycle. There is trend shift of users motor cycle at Semarang City, from using manual motor cycle to use matic motor cycle. This research has 100 samples and uses linear multiple regression. The aims of this research are analysing factors which influence demand of matic motor cycle. The results are: the price of matic motor cycle factor has a negative influence significantly to demand of matic motor cycle, and matic motor cycle is an elastic tend. The price of manual motor cycle factor has a positive influence significantly to demand of matic motor cycle, and beetwen of them is each substitute. Household income factor has a positive influence significantly to demand of matic motor cycle, and matic motor cycle is classified a necessity. Family interest factor has a positive influence significantly to demand of matic motor cycle. Number of family members factor is not influence to demand of matic motor cycle. Its recommendation is ATPMs have to regulate marketing strategies so that demand of matic motor cycle can increase.

Keywords : demand, matic, manual, motor cycle, price, income, interest

PENDAHULUAN

Sepeda motor merupakan alat transportasi yang murah, praktis dan efisien dibandingkan moda transportasi yang lain. Fakta ini membuat sepeda motor tetap diminati oleh masyarakat, bahkan permintaannya semakin tinggi. Peluang baik ini direspon oleh agen sepeda motor untuk terus menaikkan volume penjualan dengan cara memberi kemudahan bagi konsumen untuk memperoleh sepeda motor. Cukup dengan menyetor uang muka sebesar Rp 1.000.000, seorang konsumen sudah dapat membawa pulang sebuah sepeda motor dengan cara kredit. Upaya industri sepeda motor untuk menaikkan volume penjualan didukung oleh Lembaga keuangan non bank (*leasing*) yang makin gencar meningkatkan operasi kerjanya, dengan jalan mengambil alih kewajiban konsumen untuk membeli sepeda motor secara kontan. Kemudahan-kemudahan ini menyebabkan daya beli masyarakat akan sepeda motor semakin meningkat.

Fenomena interaksi *supply* dan *demand* sepeda motor di tengah masyarakat selalu dinamis. Dibandingkan tahun 2006, penjualan sepeda motor pada tahun 2007 meningkat sebesar 5,88 persen, dan tahun berikutnya melonjak cepat menjadi 32,55 persen (AISI 2008). Kenaikan volume penjualan sepeda motor antara lain disebabkan oleh adanya inovasi baru pada sistem operasi mesin yang kemudian lebih dikenal sebagai operasi transmisi automatic. Varian produk dengan teknologi baru tersebut kemudian dikenal dengan nama skutic atau sekuter matic.

Awal tahun 2004, ATPM (Agen Tunggal Pemegang Merek) Yamaha untuk pertama kalinya memperkenalkan jenis sepeda motor baru yakni skuter matic dengan merek Mio. Pada tahun itu juga sepeda motor Yamaha Mio di Indonesia mampu merebut hati masyarakat, meskipun volume penjualannya baru mencapai kisaran 3 persen. Seiring dengan berjalannya

waktu, pada tahun 2007 angka pertumbuhannya menjadi 14 persen, dan pada tahun 2008 sebesar 22 persen. Melihat tren perkembangan penjualan skutic Yamaha Mio yang meningkat, ATPM merek lain mencoba memproduksi sepeda motor untuk kelas yang sama. Pada tahun 2007 Honda mulai meluncurkan skuter matic yang diberi label Vario, demikian juga Suzuki dengan varian barunya yang diberi nama Suzuki Spin. Tindakan meluncurkan skuter dengan jenis yang sama (matic) juga dilakukan oleh Kymco dengan seri Free LX Piaggio dan Piaggio dengan seri Corsa.

AISI mencatat perkembangan penjualan sepeda motor kelas matic, dari yang semula 3 persen dari keseluruhan sepeda motor yang terjual pada tahun 2005, menjadi 8,4 persen pada tahun 2006, kemudian meningkat lagi mencapai 18 persen pada tahun 2007. Pada tahun 2008 pangsa pasar sepeda motor matic melonjak menjadi 25 persen. Pangsa skuter matic diprediksi akan terus bertambah.

Meskipun secara umum permintaan atas skuter matic diperkirakan akan semakin meningkat, namun jika dicermati secara spesifik ternyata pada tahun 2005-2008 dari 7 merek skuter matic hanya ada tiga merek besar yang mendominasi pangsa pasar sepeda motor matic di Indonesia, yakni Yamaha, Honda dan Suzuki.

TABEL 1.
PANGSA PASAR SKUTER MATIC DI INDONESIA TAHUN 2005-2008 (%)

No	Merek	Seri Sepeda Motor Matic	2005	2006	2007	2008
1	Yamaha	Mio, Nouvo	100	75	54,37	53,36
2	Honda	Vario, Beat	-	21	36,18	39,50
3	Suzuki	Spin, Skywave, Skydrive	-	4	6,74	6,44
4	Lainnya	Kymco Free LX, Piaggio Corsa, dan lain-lain	-	-	2,70	0,7
Jumlah			100	100	100	100

Sumber: AISI, 2005- 2008

Berdasar Tabel 1 terlihat secara signifikan skuter Yamaha Mio menguasai pasar sepeda motor bebek kelas matic (lebih dari 50 persen), baru diikuti oleh Honda (hampir 40 persen) dan Suzuki (di kisaran 6 persen). Sedangkan pangsa pasar sepeda motor matic merek-merek lain tidak pernah mencapai 3 persen, bahkan semakin lama justru menunjukkan perkembangan yang negatif.

TABEL 2.
**VOLUME PENJUALAN SEPEDA MOTOR MATIC
DI KOTA SEMARANG, 2004-2008**

Merek	2004	2005	2006	2007	2008
Yamaha	1.445	3.952	4.732	6.338	8.776
Honda	-	-	1.309	2.646	5.118
Suzuki	-	-	261	358	1.009
Jumlah	1.445	3.952	6.302	9.342	14.903

Sumber : Samsat Kota Semarang, 2008

Skuter matic sebenarnya merupakan varian baru atas sepeda motor jenis bebek, namun mampu mencuri perhatian masyarakat untuk mengkonsumsinya. Ada kecenderungan selera masyarakat terhadap motor bergeser ke skuter matic. Dalam kisaran usianya yang relatif muda skuter matic mengalami perkembangan permintaan yang cukup pesat. Berikut adalah data perkembangan jumlah sepeda motor matic merek Yamaha, Honda dan Suzuki yang beroperasi di Kota Semarang dari tahun 2004 hingga 2008.

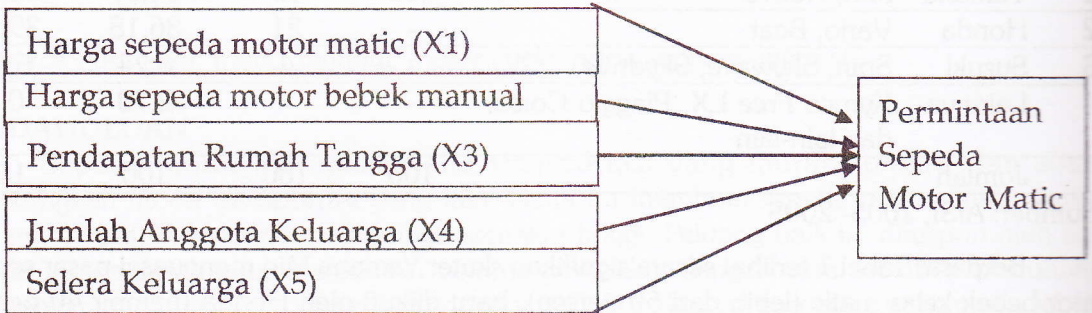
Berdasar fenomena semakin tingginya permintaan sepeda motor matic di Kota Semarang maka perlu kiranya dilakukan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan sepeda motor jenis matic di Kota Semarang.

Skuter matic merupakan varian baru dalam industri sepeda motor. Selama 3 tahun terakhir ini permintaan atas sepeda motor matic di Kota Semarang mengalami peningkatan yang cukup signifikan, padahal baru diluncurkan pertama pada awal tahun 2003. Permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah mengidentifikasi dan mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan sepeda motor matic di Kota Semarang serta mengkaji faktor yang paling dominan yang mempengaruhinya.

Kegiatan penelitian ini ditujukan untuk:

1. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan sepeda motor matic di Kota Semarang
2. Mengkaji faktor yang paling dominan yang mempengaruhi permintaan sepeda motor matic di Kota Semarang

Kerangka Pemikiran Teoritis



Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

1. Harga sepeda motor matic mempunyai pengaruh negatif terhadap permintaan sepeda motor matic.
2. Harga sepeda motor bebek manual mempunyai pengaruh positif terhadap permintaan sepeda motor matic.
3. Pendapatan rumah tangga mempunyai pengaruh positif terhadap permintaan sepeda motor matic.
4. Jumlah anggota keluarga mempunyai pengaruh positif terhadap permintaan sepeda motor matic.
5. Selera keluarga mempunyai pengaruh positif terhadap permintaan sepeda motor matic.

Unit populasi dari penelitian ini diproyeksi dengan seluruh pemilik sepeda motor matic merek terkenal, yakni Yamaha, Honda dan Suzuki di Kota Semarang dengan tahun pembuatan 2006 hingga 2008. Sesuai data sekunder jumlah populasi adalah 30.277 unit. Daerah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah wilayah Kota Semarang.

Berdasar formula Rao (1996) jumlah sampel dalam studi adalah 100 responden yang berasal dari perhitungan:

$$n = \frac{N}{1 + N(moe)^2}$$

$$n = \frac{30.277}{1 + 30.277(0,1)^2} = 100$$

Dimana, *moe* (*margin error maximum*) adalah tingkat kesalahan maksimum yang masih dapat ditolerir (10%), adapun *N* adalah populasi, sedangkan *n* adalah sampel.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan melalui survey dengan menggunakan daftar pertanyaan yang terstruktur. Data primer yang dikumpulkan diantaranya adalah harga sepeda motor matic, harga sepeda motor bebek manual, pendapatan rumah tangga, jumlah anggota keluarga dan selera. Data sekunder adalah data yang dikumpulkan dari kajian literatur, laporan publikasi dan lain-lain yang relevan.

Pengambilan sampel pada studi ini dengan menggunakan *multistage random sampling*, dengan prosedur sebagai berikut:

1. Menginventarisasi populasi penelitian, lalu menentukan jumlah responden yang akan diwawancarai. Di sini populasi dibedakan menjadi 3 kelompok, yakni rumah tangga yang membeli sepeda motor matic merek Yamaha, Honda dan Suzuki.
2. Dari kelompok populasi tersebut kemudian diambil 100 sampel. Metode pemilihan responden diambil secara acak berlapis (*purposive-stratified random sampling*). Jumlah responden pemilik sepeda motor matic ditentukan secara proporsional. Responden pemilik sepeda motor Yamaha sebanyak 65 orang, Honda 30 orang, dan Suzuki 5 orang.

Penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan estimasi OLS (*Ordinary Least Square*). Persamaan model Regresi Berganda yang diformulasikan oleh Gujarati (2003) adalah sebagai berikut:

$$Y = \hat{a}_0 + \hat{a}_1 X_1 + u$$

Dimana,

Y = Variabel terikat

X₁ = Variabel bebas

\hat{a}_0, \hat{a}_1 = Koefisien parameter

u = Variabel pengganggu

Merujuk model Regresi Berganda yang diformulasikan oleh Gujarati, model Regresi Berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = \hat{a}_0 + \hat{a}_1 X_1 + \hat{a}_2 X_2 + \hat{a}_3 X_3 + \hat{a}_4 X_4 + \hat{a}_5 X_5 + u$$

\hat{a} dalam model di atas menunjukkan koefisien regresinya. Oleh karena model tidak diregres dengan *double log* atau *double Ln*, maka koefisien regresi yang terbentuk tidak menunjukkan elastisitasnya, hanya menunjukkan kemiringannya, sehingga angka-angka ini belum bisa dibaca atau diinterpretasikan (Salvator, 1985). Untuk mengubah koefisien regresi masing-masing variabel bebas yang masih berupa kemiringan tersebut agar menjadi angka elastisitas, maka masing-masing koefisien tersebut harus dikalikan dengan rata-rata variabel bebas yang bersangkutan yang sudah dibagi dengan rata-rata variabel tidak bebasnya. Dengan perubahan angka ini, maka koefisien regresi baru yang telah terbentuk tersebut selanjutnya dapat dibaca atau diinterpretasikan, baik secara statistik maupun secara ekonomi.

Teknik penaksiran model yang digunakan adalah *Ordinary Least Square* (OLS) dari analisis regresi. Analisis regresi digunakan untuk melihat pengaruh variabel bebas (*X₁*, *X₂*, *X₃*, *X₄*, *X₅*) terhadap variabel tidak bebas (*Y*). Selanjutnya dengan metode OLS dari analisis

regresi linier akan diperoleh koefisien regresi dari masing-masing variabel bebas dan sejauh mana hubungan dari variabel-variabel bebas tersebut secara bersama-sama mempengaruhi permintaan sepeda motor matic. Terhadap masing-masing parameter tersebut dilakukan pengujian untuk mengetahui tingkat signifikansinya dengan uji t-statistik, sedangkan secara bersama-sama dengan uji F-statistik dan koefisien determinasi (R^2).

Koefisien determinasi (R^2) adalah suatu alat ukur yang digunakan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat (Mudrajat Kuncoro, 200). Formula Koefisien Determinasi R^2 adalah:

$$R^2 = \frac{JK_{\text{Regresi}}}{JK_{\text{Total}}} = \frac{\sum_{i=1}^n (\hat{Y}_i - \bar{Y})^2}{\sum_{i=1}^n (Y_i - \bar{Y})^2}$$

Kisaran koefisien determinasi adalah antara nol (tidak ada pengaruh) dan 100 (pengaruh sempurna). Jika nilai R^2 kecil atau mendekati nol berarti kemampuan suatu variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sangat terbatas. Sedangkan jika nilai R^2 mendekati satu, berarti variabel bebas mampu memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat.

Pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Pengujian Koefisien Regresi Secara Individual

Pengujian dilakukan ini untuk melihat adanya pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengujian ini dimulai dengan penentuan hipotesis nol (H_0) yang menyatakan bahwa masing-masing variabel bebas tidak berpengaruh terhadap perubahan variabel terikat. Selanjutnya menentukan hipotesis alternatif (H_a) yaitu hipotesis yang menyatakan bahwa masing-masing variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

$$\begin{aligned} H_0 : \hat{\alpha}_i &= 0. & i &= 1,2,3, \dots, k \\ H_a : \hat{\alpha}_i &> 0 & i &= 1,2,3, \dots, k, \quad \text{atau} \\ H_a : \hat{\alpha}_i &< 0 & i &= 1,2,3, \dots, k \end{aligned}$$

Dimana :

$\hat{\alpha}_i$ = koefisien regresi masing-masing variabel bebas

k = jumlah koefisien yang digunakan

Untuk membuktikan bahwa koefisien regresi suatu model itu secara statistik signifikan atau tidak, dipakai t-statistik, yaitu jika nilai absolut t-hitung adalah sama atau lebih kecil dari nilai t-tabel berdasarkan tingkat signifikansi tertentu (diperoleh dengan melihat tabel distribusi t), maka hipotesis nol yaitu $\hat{\alpha}_i = 0$, diterima. Sebaliknya jika nilai t-hitung berdasarkan tingkat signifikansi tertentu lebih besar dari t-tabel, maka hipotesis nol, yaitu $\hat{\alpha}_i = 0$ ditolak. $\hat{\alpha}_i$ adalah $\hat{\alpha}$ yang sebenarnya berdasarkan populasi observasi.

2. Pengujian Koefisien Regresi Secara Serentak

Untuk mengetahui apakah semua variabel bebas yang digunakan dalam model regresi secara serempak berpengaruh terhadap perubahan pada variabel terikat perlu dilakukan pengujian koefisien regresi secara serentak, yakni uji F-statistik.

Dalam hal ini hipotesis nol yang diuji adalah:

$$\begin{aligned} H_0 : \hat{\alpha}_i &= 0 \\ H_a : \hat{\alpha}_i &> 0 \end{aligned}$$

Seandainya seluruh nilai sebenarnya dari parameter ini sama dengan nol, maka dapat kita simpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang linier antara variabel terikat dengan variabel-variabel bebas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian menemukan data bahwa rumah tangga responden memiliki 1 hingga 3 unit sepeda motor matic yang dibeli sejak tahun 2006 hingga 2008, dan rata-rata kepemilikan sepeda motor matic adalah 1,2 unit. Harga sebuah sepeda motor matic berkisar antara Rp 11.300.000 hingga 15.100.000. Harga sepeda motor yang disepakati tidak sama antara satu ATPM dengan ATPM yang lain karena selain tergantung merek juga tergantung seri, dan diskon harga yang diberikan oleh tenaga pemasaran untuk setiap pembelian sepeda motor juga berbeda. Rata-rata harga sepeda motor matic adalah Rp 12.661.820.

Harga sepeda motor manual yang mempunyai kesetaraan fungsi dan fitur dengan sepeda motor matic berkisar antara Rp 11.450.000 hingga Rp 15.450.000 per buah. Rata-rata harga sepeda motor manual adalah Rp 12.941.740. Besar pendapatan rumah tangga responden adalah antara Rp 850.000 hingga Rp 4.200.000 dan rata-rata pendapatan rumah tangga adalah Rp 2.422.000 per bulan. Adapun, jumlah anggota keluarga responden antara 2 hingga 5 jiwa.

Hasil pengujian data dengan menggunakan estimator OLS dapat dilihat dari hasil output regresi yang disajikan dalam Tabel 4.

TABEL 3.
HASIL OUTPUT REGRESI

Variabel	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
Constant	-0,272	0,489	-0,555	0,580
Harga Sepeda Motor Matic (X1)	-7,105 . 10 ⁷ **	0,001	-3,818	0,000
Harga Sepeda Motor Manual (X2)	6,305 . 10 ⁷ **	0,001	3,615	0,000
Pendapatan Rumah Tangga (X3)	2,707 . 10 ⁷ **	0,001	3,004	0,003
Jumlah Anggota Keluarga (X4)	-0.045	0,082	-0,547	0,585
Selera Keluarga (X5)	0,090**	0,015	5,956	0,000

Sumber: Data Primer, diolah

Keterangan:

Tanda ** menunjukkan signifikan pada $\alpha = 1$ persen

F-hitung = 26,317

Prob. (F-Statistic) = 0,000

R-Squared = 0,583

DW Stat = 2,153

Dari 5 variabel bebas yang diestimasi dalam penelitian ini ternyata ada empat yang berpengaruh terhadap variabel terikat secara signifikan, dan ada satu variabel yang tidak berpengaruh yakni jumlah anggota keluarga.

Uji Statistik t

Uji statistik t dilakukan untuk melihat seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan kondisi variabel terikat. Dari hasil uji t, pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat sebagai berikut:

- Pengaruh variabel harga sepeda motor matic (X1) terhadap variabel jumlah permintaan sepeda motor matic (Y)

Nilai t hitung adalah -0,555. Tanda negatif menunjukkan pengaruh variabel harga sepeda motor matic terhadap jumlah permintaan sepeda motor matic bersifat negatif. Nilai t tabel atau t kritis dengan derajat kebebasan (df) adalah (n-k) atau (100-5) yaitu 45 dengan tingkat *standar error* 5 persen bernilai 1,658. Oleh karena nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel maka hipotesis alternatif (H_a) diterima dan hipotesis nol (H_o) ditolak. Jadi hipotesis yang menyatakan bahwa harga sepeda motor matic mempunyai pengaruh negatif terhadap permintaan sepeda motor matic, terbukti.

- b. Pengaruh variabel harga sepeda motor manual (X2) terhadap variabel jumlah permintaan sepeda motor matic (Y)
 Nilai t hitung adalah 3,615, sedang nilai t tabel adalah 1,658. Oleh karena nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel maka hipotesis alternatif (Ha) diterima dan hipotesis nol (Ho) ditolak. Jadi hipotesis yang menyatakan bahwa harga sepeda motor manual mempunyai pengaruh positif terhadap permintaan sepeda motor matic, terbukti.
- c. Pengaruh variabel pendapatan rumah tangga (X3) terhadap variabel jumlah permintaan sepeda motor matic (Y)
 Nilai t hitung adalah 3,004, sedang nilai t tabel adalah 1,658. Oleh karena nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel maka hipotesis alternatif (Ha) diterima dan hipotesis nol (Ho) ditolak. Jadi hipotesis yang menyatakan bahwa pendapatan rumah tangga mempunyai pengaruh positif terhadap permintaan sepeda motor matic, terbukti.
- d. Pengaruh variabel jumlah anggota keluarga (X4) terhadap variabel jumlah permintaan sepeda motor matic (Y)
 Nilai t hitung adalah -0,547, sedang nilai t tabel adalah 1,658. Oleh karena nilai t hitung lebih kecil daripada nilai t tabel maka hipotesis alternatif (Ha) ditolak dan hipotesis nol (Ho) diterima. Jadi hipotesis yang menyatakan bahwa selera keluarga mempunyai pengaruh positif terhadap permintaan sepeda motor matic, tidak terbukti. Ini dikarenakan, bertambahnya jumlah anggota keluarga belum tentu seiring dengan batas minimal usia yang disyaratkan untuk mengendarai kendaraan bermotor. Sebagai contoh, dengan bertambahnya jumlah anggota keluarga (misalkan dengan adanya kelahiran baru) tidak otomatis jumlah sepeda motor yang dibeli akan ditambah.
- e. Pengaruh variabel selera keluarga (X5) terhadap variabel jumlah permintaan sepeda motor matic (Y)
 Nilai t hitung adalah 5,956, sedang nilai t tabel adalah 1,658. Oleh karena nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel maka hipotesis alternatif (Ha) diterima dan hipotesis nol (Ho) ditolak. Jadi hipotesis yang menyatakan bahwa selera keluarga mempunyai pengaruh positif terhadap permintaan sepeda motor matic, terbukti.

Uji Statistik F

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel bebas secara serentak terhadap variabel terikat. Nilai F hitung dari hasil estimasi adalah 26,317, sedangkan nilai F tabel adalah 2,45. Perolehan nilai F tabel didasarkan pada $Q \square = 5\%$ dengan derajat kebebasan (4, 95). Numerator yang sebesar 4 tersebut diperoleh dari (k-1) dan denominator yang sebesar 95 tersebut diperoleh dari (n-k). Oleh karena nilai F hitung lebih besar daripada F tabel maka hipotesis alternatif (Ha) diterima dan hipotesis nol (Ho) ditolak. Ini berarti, harga sepeda motor matic harga sepeda motor manual, pendapatan rumah tangga, jumlah anggota keluarga dan selera secara bersama-sama berpengaruh terhadap permintaan sepeda motor matic. Selain dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel, uji F dapat juga didasarkan dengan melihat probabilitas F Statistic. Oleh Prob. (F-Statistic) sebesar 0,000 itu berarti secara serentak variabel bebas mempengaruhi variabel terikat.

Koefisien Determinasi (R²)

Hasil pengujian data dengan menggunakan estimator OLS dapat dilihat pada Tabel 4. Koefisien determinasi (R²) pada penelitian ini sebesar 0,583 yang berarti bahwa garis regresi menjelaskan 58,3 persen frakta, sedangkan sisanya yakni 41,7 persen dijelaskan oleh variabel residual, yaitu variabel yang berada di luar model.

Intepretasi Hasil

Hasil estimasi pada Tabel 4 dapat diubah menjadi model permintaan sepeda motor matic di Kota Semarang sebagai berikut:

$$Y = -0,272 - 7,105.10^7 X1^{**} + 6,305.10^7 X2^{**} + 2,707.10^7 X3^{**} - 0.045X4 + 0,090 X5^{**} + u$$

$$\text{Std error} = \quad (0,001) \quad (0,001) \quad (0,001) \quad (0,082) \quad (0,015)$$

Dimana tanda ** merupakan tingkat signifikan pada $\alpha = 1\%$

Dari model di atas dapat dijelaskan bahwa:

- Pengaruh harga sepeda motor matic terhadap jumlah permintaan sepeda motor matic. Berdasarkan persamaan di atas, harga sepeda motor matic mempunyai pengaruh negatif terhadap jumlah permintaan sepeda motor matic. Apabila harga sepeda motor matic mengalami kenaikan 1 persen maka akan menurunkan permintaan sepeda motor matic sebesar $7,105.10^7$ persen pada tingkat pendapatan nominal yang sama. Ini berarti pengaruh harga sepeda motor matic terhadap jumlah permintaan sepeda motor matic telah sesuai dengan hukum permintaan. Angka $7,105.10^7$ merupakan koefisien regresi atau tingkat kemiringan garis regresi, bukan elastisitas harga. Agar menjadi elastisitas harga maka harus dikalikan dengan rata-rata variabel bebas yakni rata-rata harga sepeda motor matic yang sudah dibagi dengan rata-rata variabel tidak bebasnya yakni rata-rata jumlah permintaan sepeda motor matic. Diperoleh angka elastisitas atau derajat kepekaan yang sebesar positif 7,49. Nilai koefisien yang positif berarti sepeda motor matic mempunyai sifat elastis. Artinya, sedikit saja terjadi perubahan pada harga sepeda motor matic akan berdampak pada perubahan permintaan dalam porsi yang jauh lebih besar.
- Pengaruh harga sepeda motor manual terhadap permintaan sepeda motor. Harga sepeda motor manual mempunyai pengaruh positif terhadap jumlah permintaan sepeda motor matic. Artinya, apabila harga sepeda motor manual mengalami kenaikan 1 persen maka akan menaikkan permintaan sepeda motor matic sebesar $6,305.10^7$ persen pada tingkat pendapatan nominal yang sama. Angka $6,305.10^7$ bukanlah elastisitas silang. Agar menjadi elastisitas silang maka angka tersebut harus dikalikan dengan rata-rata harga sepeda motor matic yang sudah dibagi dengan rata-rata jumlah permintaan sepeda motor matic. Dari hasil perhitungan diperoleh angka elastisitas atau derajat kepekaan sebesar positif 6,8. Nilai koefisien yang positif memiliki arti bahwa sifat hubungan antara sepeda motor matic dengan sepeda motor manual adalah saling menggantikan atau substitusi.
- Pengaruh pendapatan rumah tangga terhadap permintaan sepeda motor matic. Pendapatan rumah tangga mempunyai pengaruh positif terhadap jumlah permintaan sepeda motor matic. Apabila pendapatan rumah tangga mengalami kenaikan 1 persen maka akan meningkatkan permintaan sepeda motor matic sebesar $2,707.10^7$ persen. Angka $2,707.10^7$ bukanlah elastisitas pendapatan. Agar menjadi elastisitas pendapatan maka harus dikalikan dengan rata-rata pendapatan rumah tangga yang sudah dibagi dengan rata-rata jumlah permintaan sepeda motor matic. Dari hasil perhitungan diperoleh angka elastisitas atau derajat kepekaan yang sebesar positif 0,55. Nilai koefisien yang positif berarti sepeda motor matic termasuk sebagai barang normal. Nilai koefisien elastisitas silang yang kurang dari 1 menunjukkan bahwa sepeda motor matic tergolong sebagai barang kebutuhan pokok. Penduduk yang tinggal di Kota Semarang yang merupakan kawasan metropolitan dengan topografi daerah yang berbukit-bukit dipastikan membutuhkan alat bantu transportasi yang praktis dan efisien agar dapat menjalankan kegiatan sosial ekonominya dengan lancar. Salah satu moda transportasi yang dimaksud adalah sepeda motor matic.
- Pengaruh selera keluarga terhadap permintaan sepeda motor matic. Selera keluarga mempunyai pengaruh positif terhadap jumlah permintaan sepeda motor matic. Apabila selera keluarga mengalami kenaikan 1 persen dari aspek kenyamanan,

kepraktisan, model, keamanan, efisiensi, dan nilai jual maka akan meningkatkan permintaan sepeda motor matic sebesar 0,090 persen.

SIMPULAN

1. Sepeda motor matic di Kota Semarang dari tahun ke tahun selalu mengalami kenaikan, rata-rata di atas 20 persen per tahun. Ini menunjukkan sepeda motor matic sebagai salah satu pilihan utama konsumen sepeda motor di Kota Semarang.
2. Harga sepeda motor matic berpengaruh negatif terhadap permintaan sepeda motor matic, yang sesuai dengan hukum permintaan atas barang normal. Apabila harga setiap unit sepeda motor matic naik maka jumlah sepeda motor matic yang diminta akan menurun. Sedangkan sifat permintaannya adalah elastis.
3. Harga sepeda motor manual berpengaruh positif terhadap permintaan sepeda motor matic. Apabila harga setiap unit sepeda motor manual naik maka jumlah sepeda motor matic yang diminta juga akan naik. Sepeda motor matic mempunyai sifat saling menggantikan dengan sepeda motor manual.
4. Pendapatan rumah tangga berpengaruh positif terhadap permintaan sepeda motor matic. Apabila pendapatan riil rumah tangga naik maka akan mempengaruhi naiknya permintaan sepeda motor matic. Dengan nilai elastisitas pendapatan yang kurang dari 1, maka berarti sepeda motor matic di Kota Semarang dikategorikan sebagai barang kebutuhan pokok.
5. Selera keluarga mempunyai pengaruh positif terhadap jumlah permintaan sepeda motor matic.

Rekomendasi

1. Permintaan sepeda motor matic merupakan permintaan yang elastis, sehingga produsen (ATPM) harus mempertimbangkan perubahan tingkat harga sepeda motor matic untuk menjaga agar permintaan sepeda motor matic tetap tinggi.
2. Sepeda motor matic mempunyai sifat saling menggantikan terhadap sepeda motor dengan mesin manual. Untuk itu produsen harus meningkatkan kualitas sepeda motor matic sehingga tetap menjadi pilihan baik bagi konsumen setianya maupun bagi konsumen potensialnya.
3. Karena faktor pendapatan riil rumah tangga tidak dapat dipengaruhi oleh produsen sepeda motor matic, maka untuk mempertahankan dan meningkatkan permintaan sepeda motor matic, pihak produsen atau ATPM harus pandai mengatur strategi pemasaran.
4. Produsen hendaknya memenuhi harapan konsumen atas penggunaan sepeda motor matic dari aspek kenyamanan, kepraktisan, model, keamanan, efisiensi, dan nilai jual kembali agar konsumen tidak kembali pada penggunaan sepeda motor manual.

DAFTAR PUSTAKA

- Gilarso, 2001: Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro, Kanisius, Yogyakarta
- Gujarati, Damodar, 2003: Basic Econometrics, International Edition Mc. Graw-Hill Book Co., Singapura
- Lincolyn Arsyad, 1996: Ekonomi Manajerial, BPFE UGM, Yogyakarta
- Lipsey, Richard dan Douglas Purvis, 1992: Pengantar Mikroekonomi, Bina Rupa Aksara, Jakarta

- Mandala Manurung dan Prathama Rahardja, 2002: Pengantar Ilmu Ekonomi, LPFE UI, Jakarta
- Masri Singarimbun, 1989: Metode Penelitian Survey, LP3ES, Jakarta
- Miller, Roger Leroy and Roger E Meiners, 2000: Teori Mikroekonomi Intermediate, Rajawali Press, Jakarta
- Mudrajad Kuncoro, 2001: Ekonomi Pembangunan (Teori, Masalah dan Kebijakan) UPPAMP YKPN, Yogyakarta
- Rao, Purba, 1996: Measuring Consumers Perceptions Through Factor Analysis, The Asia Manager, Vol. 15
- Sadono Sukirno, 1998: Pengantar Teori Ekonomi Mikro, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta
- Salvator, Dominick, 1985: teori Ekonomi Mikro, BPFE Ugm, Yogyakarta
- Singgih Santoso, 1999: Statistik Parametrik, Elex Media Komputindo, Jakarta
- Soeharno, 2007: Teori Mikroekonomi, Andi Offset, Yogyakarta