

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsumsi

2.1.1 Pengertian Konsumsi

Konsumsi menurut Dumairy (1996:114) “ adalah bagian dari pendapatan yang dibelanjakan”. Sedangkan menurut Paul A. Samuelson dan William D. Nourdhaus (1995: 123) “ konsumsi adalah pembelian barang dan jasa akhir guna mendapat kepuasan ataupun memenuhi kebutuhannya”.

Haris dan Andika (2002) mengemukakan beberapa macam kebutuhan pokok manusia untuk bisa hidup secara wajar, yaitu :

1. Kebutuhan pangan atau kebutuhan akan makanan.
2. Kebutuhan sandang atau pakaian.
3. Kebutuhan papan atau tempat berteduh.
4. Kebutuhan pendidikan untuk menjadi manusia bermoral dan berbudaya.

Kebutuhan tersebut di atas merupakan kebutuhan primer yang harus dipenuhi untuk dapat hidup wajar. Bila kebutuhan itu kurang dapat dipenuhi secara memuaskan maka hal itu merupakan suatu indikasi bahwa kita masih hidup di bawah garis kemiskinan. Kebutuhan lain seperti : kebutuhan akan perabot rumah tangga, meja, kursi, lemari, alat-alat dapur, radio, televisi dan aneka kebutuhan lainnya, disebut sebagai kebutuhan sekunder atau kebutuhan pelengkap yang ditambahkan sesuai dengan peningkatan pendapatan.

Pengeluaran konsumsi masyarakat dapat dibagi menjadi dua berdasar alokasi penggunaannya yaitu pengeluaran untuk makanan dan bukan makanan.

Menurut Dumairy (1996:117) pengeluaran untuk makanan terdiri atas: padi-padian, umbi-umbian, ikan, daging, telur dan susu, sayur mayur, kacang-kacangan, buah-buahan, minyak dan lemak, bahan minuman, bumbu-bumbuan, bahan pangan, air, makanan jadi, minuman beralkohol, tembakau dan sirih. Sedangkan pengeluaran untuk bukan makanan terdiri atas perumahan dan bahan bakar, aneka barang dan jasa (bahan perawatan badan, bacaan, komunikasi, kendaraan bermotor, transportasi, pembantu dan sopir), biaya pendidikan, biaya premi asuransi, keperluan pesta dan upacara

Sedangkan menurut Paul A Samuelson dan William D Nordhaus (1995:124) komponen-komponen utama konsumsi terdiri atas:

1. Barang-barang tahan lama seperti kendaraan bermotor, peralatan rumah tangga dan lain-lain.
2. Barang-barang tidak tahan lama seperti makanan, pakaian dan energi.
3. Jasa-jasa lainnya seperti perumahan, perawatan kesehatan, pendidikan dan lain-lain.

2.1.2 Perkembangan Teori Konsumsi

1. Teori Pendapatan Absolut tentang Konsumsi

Teori ini pertama kali dikemukakan oleh Jhon Maynard Keynes lewat bukunya yang berjudul *The General Theory of Employment, Interest, and Money*, yang terbit pertama kali pada tahun 1936 mengemukakan suatu teori konsumsi yang disebut teori pendapatan absolut tentang konsumsi (*absolute income theory of consumption*) atau lebih dikenal dengan hipotesis pendapatan absolut (*absolut income hypotesis, AIH*). Teori konsumsi dari Keynes tersebut didasarkan atas

hukum psikologis yang mendasar tentang konsumsi (*the fundamental psychological law of consumption*), yang menyatakan apabila pendapatan mengalami kenaikan, maka konsumsi juga akan mengalami kenaikan, tetapi dengan jumlah yang lebih kecil. Hukum psikologis tentang konsumsi tersebut kemudian diterjemahkan ke dalam fungsi konsumsi sebagai berikut:

$$Y = a + b Y_d \quad (a > 0, <b < 1) \dots \dots \dots (2.1)$$

dimana a adalah konsumsi otonom, dan b adalah kecenderungan mengkonsumsi marjinal (*marginal propensity to consume, MPC*) yang menunjukkan rasio antara tambahan konsumsi dengan tambahan pendapatan ($b = \Delta C / \Delta Y_d$), dan Y_d adalah pendapatan disposibel.

$$APC = \frac{C}{Y_d} = \frac{a}{Y_d} + b \dots \dots \dots (2.2)$$

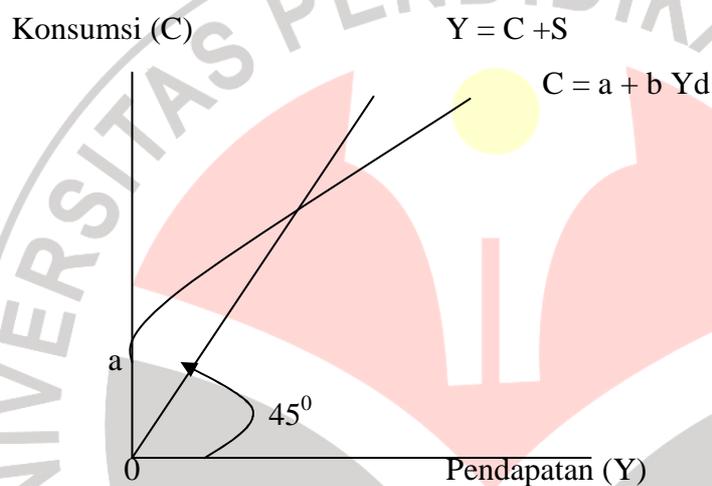
dimana APC adalah kecenderungan mengkonsumsi rata-rata (*Average Propensity to consume*), dan APC lebih besar daripada MPC ($APC > MPC$). Dari persamaan di atas, terlihat bahwa APC akan semakin kecil apabila tingkat pendapatan naik. Hal ini berarti bahwa kalau pendapatan naik, maka rumah tangga akan mengkonsumsi fraksi atau bagian dari pendapatan yang semakin kecil.

Rasio antara tabungan dengan pendapatan dikenal dengan istilah kecenderungan menabung rata-rata (*average propensity to save, APS*) dan sama dengan $(1 - APC)$, atau dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$APS = \frac{S}{Y_d} = -\frac{a}{Y_d} + (1-b) \dots \dots \dots (2.3)$$

Dari persamaan tersebut dapat dilihat bahwa APS akan semakin besar apabila pendapatan naik.

Versi dari fungsi konsumsi yang baru saja dijelaskan di atas inilah yang dinamakan hipotesis pendapatan absolut (*absolut income hypothesis* atau *AIH*); dimana konsumsi diasumsikan bereaksi secara mekanik terhadap tingkat pendapatan aktual saat ini (*actual current income*). Fungsi menurut Keynes berbentuk garis lengkung (bukan garis lurus), hal ini ditunjukkan oleh gambar 1.1 dibawah ini.



Gambar 2.1 : Fungsi Konsumsi Nonlinier dari Keynesian dengan APC dan MPC menurun.

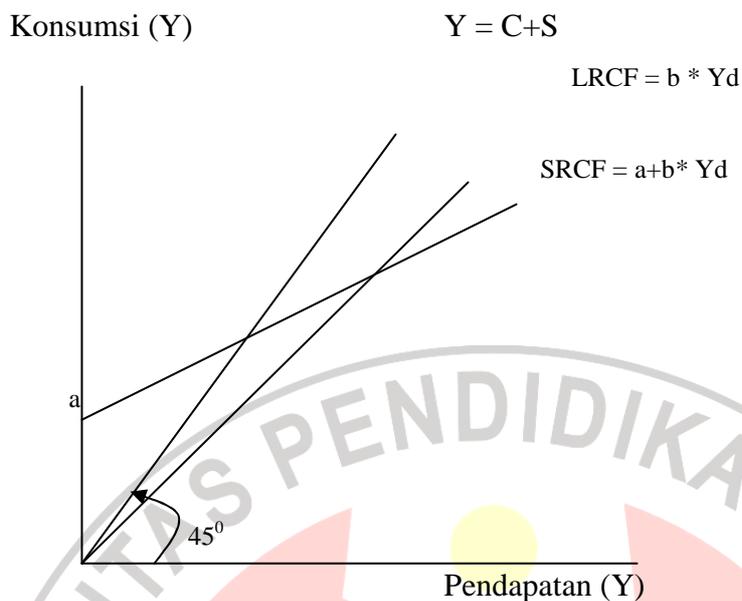
Sumber: Muana Nanga (2005:112)

Apa yang dikemukakan Keynes tersebut melalui AIH-nya itu, ternyata telah mendapatkan kritikan dari para ahli ekonomi diantaranya adalah Simon Kuznets (1949), yang melakukan penelitian dengan menggunakan data *time series* Amerika Serikat periode 1869-1938, menemukan bahwa kecenderungan mengkonsumsi rata-rata (APC) ternyata tidak turun dan APS juga tidak naik ketika pendapatan naik. Dengan perkataan lain, Kuznets menemukan bahwa APC hampir stabil atau konstan selama periode penelitian tersebut, dan diperkirakan besarnya berkisar antara 0,84-0,89 atau rata-rata sekitar 0,86. Oleh karena $APC =$

MPC, maka itu berarti MPC juga memiliki nilai yang besarnya sekitar 0,86 dan bersifat stabil atau konstan.

Temuan Kuznets tersebut diatas kemudian diverifikasi lebih lanjut oleh Raymond Goldsmith (1955) yang melakukan estimasi fungsi konsumsi jangka panjang untuk periode waktu 1896-1946, dan menemukan bahwa MPC rata-rata untuk periode tersebut adalah sekitar 0,88. Jadi, studi-studi tentang fungsi konsumsi jangka panjang tersebut, baik yang dilakukan Kuznets maupun Goldsmith tidak memberikan konfirmasi tentang hipotesis pendapatan absolut (AIH) dari Keynes bahwa APC menurun kalau pendapatan naik.

Berdasarkan hasil temuan empirik dari Kuznets dan Goldsmith tersebut, dapat disimpulkan bahwa sesungguhnya ada dua macam fungsi konsumsi yaitu fungsi konsumsi jangka pendek atau fungsi konsumsi siklis (*short run or cyclical consumption function*), yang diperoleh dari data *cross section* untuk kurun waktu 10 tahunan atau kuartalan, dan menunjukkan adanya hubungan yang tidak sebanding (*nonproportional relationship*) antara konsumsi dan pendapatan disposibel dan fungsi konsumsi jangka panjang atau fungsi konsumsi sekuler (*long run or secular consumption function*) yang diperoleh dari data *time series* untuk kurun waktu 50 tahun atau lebih dan menunjukkan adanya hubungan yang proporsional antara konsumsi dan pendapatan disposibel. Gambar 2.2 menunjukkan fungsi konsumsi jangka pendek dan fungsi konsumsi jangka panjang dugaan Simon Kuznets.



Gambar 2.2 : Fungsi Konsumsi Jangka Panjang dugaan Kuznets dengan APC dan MPC

Sumber: Muana Nanga (2005:112)

Dalam gambar 2.2 diatas, terlihat fungsi konsumsi jangka panjang (LRCF) tidak memiliki *intercept*, melauai titik asal (*origin*), dan relatif tegak. Sedangkan fungsi konsumsi jangka pendek (SRCF) memotong sumbu vertikal pada suatu jumlah pengeluaran konsumsi yang positif dan secara relatif lebih landai daripada fungsi konsumsi jangka panjang. Pada kedua fungsi konsumsi tersebut, MPC adalah konstan. Dalam kasus fungsi konsumsi jangka pendek, APC akan turun kalau pendapatan disosibel naik, sementara pada kasus fungsi konsumsi jangka panjang, APC adalah konstan.

Dengan adanya penemuan empirik tersebut diatas, terutama penemuan dari Kuznets ternyata telah mendorong munculnya berbagai teori atau hipotesis lainnya tentang perilaku konsumsi, seperti hipotesis pendapatan relatif (*relative income hypothesis, RIH*) dari James S. Duesenberry, hipotesis siklus kehidupan (*life cycle hypothesis, LCH*) dari Albert Ando, Richard Brumberg, dan Franco Modigliani;

hipotesis pendapatan permanen (*permanen income hypotesis, PIH*) dari Milton Friedman, dan teori konsumsi dari Nicholas Kaldor.

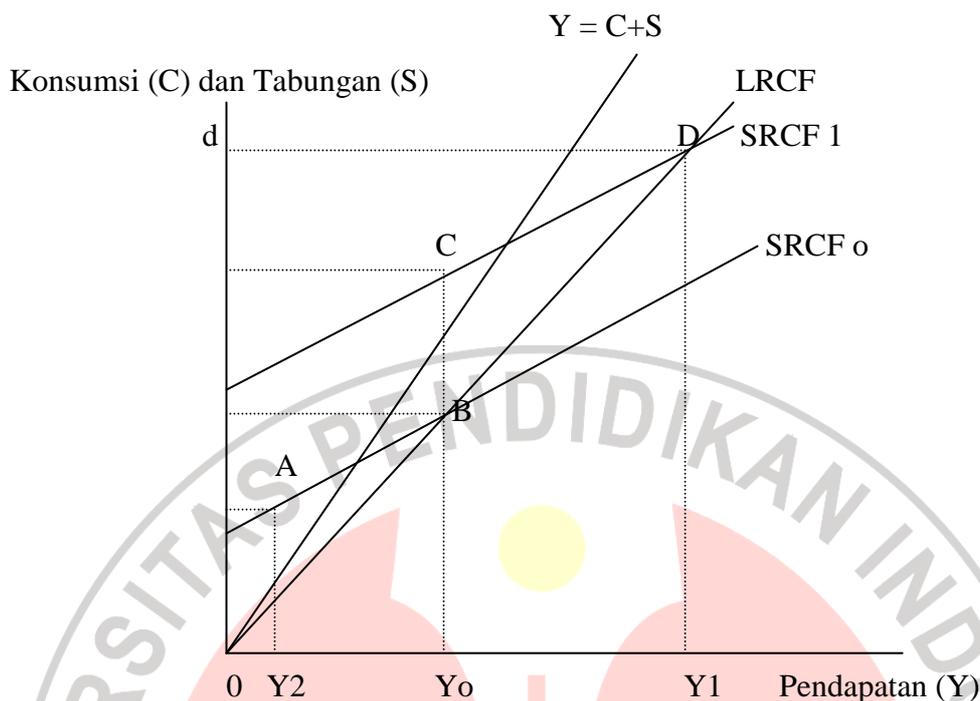
2. Teori Pendapatan Relatif Tentang Konsumsi

Teori konsumsi yang dikemukakan oleh James S. Duesenberry dalam bukunya yang berjudul *Income, Saving, and the Theory of Consumer Behavior (1949)*, yang dikenal sebagai teori pendapatan relatif tentang konsumsi (*relative income theory of consumption*) atau lebih terkenal dengan hipotesis pendapatan relatif (*relative income hypothesis, RIH*), lebih menekankan pada pendapatan relatif (*relative income*) daripada pendapatan absolut (*absolut income*) sebagaimana dikemukakan Keynes sebelumnya. Selain itu, RIH mengatakan bahwa pengeluaran konsumsi dari individu atau rumah tangga tidak bergantung pada pendapatan sekarang (*current income*) dari individu, tetapi lebih tergantung pada tingkat pendapatan tertinggi yang pernah dicapai (*previous highest income level*) seseorang sebelumnya.

Menurut Duesenberry pengeluaran konsumsi seseorang atau rumah tangga bukanlah fungsi dari pendapatan absolut, tetapi fungsi dari posisi relatif seseorang di dalam pembagian pendapatan di dalam masyarakat. Artinya, pengeluaran konsumsi individu tersebut bergantung pada pendapatannya relatif terhadap pendapatan individu lainnya di dalam masyarakat. Dalam kaitan ini, James Duesenberry menyebutkan ada dua karakteristik penting dari perilaku konsumsi rumah tangga yaitu adanya sifat saling ketergantungan (*interdependent*) diantara rumahtangga, dan tidak dapat diubah-ubah (*irreversibility*) sepanjang waktu. Saling ketergantungan disini menjelaskan mengapa rumah tangga berpendapatan

rendah (*low-income households*). Hal ini terjadi karena rumahtangga yang berpendapatan rendah telah terkena apa yang oleh James Duesenberry namakan sebagai efek demonstrasi (*demonstrasi effect*), dimana masyarakat berpendapatan rendah cenderung meniru atau mengopi pola konsumsi dari masyarakat di sekelilingnya yang cenderung menaikkan pengeluaran konsumsinya.

Adanya sifat *irreversibility* dari perilaku konsumsi tersebut telah menyebabkan timbulnya *short-run 'ratchet' effect* dari perubahan di dalam pendapatan, dimana seseorang atau rumah tangga lebih mudah untuk meningkatkan pengeluaran konsumsinya kalau terjadi kenaikan pendapatan, tetapi sebaliknya lebih sulit untuk mengurangi pengeluaran konsumsi kalau terjadi penurunan pendapatan. Dengan perkataan lain, seseorang atau rumahtangga menurut Duesenberry akan berusaha sedemikian rupa untuk mempertahankan standar hidup atau pola konsumsi mereka, dan hal itu dilakukan dengan cara mengurangi tabungan mereka. Rumahtangga akan mulai hidup dengan tabungan negatif (*dissaving*). Hal ini berarti penurunan yang terjadi di dalam penurunan yang bersifat parsial. Pengeluaran konsumsi sebagaimana dikemukakan di atas adalah bersifat *irreversible* sepanjang waktu, yang berarti bahwa dengan suatu penurunan di dalam pendapatan, maka pengeluaran konsumsi juga akan mengalami penurunan, namun dengan jumlah yang lebih kecil. Singkatnya, adanya sifat *irreversibility* dari pengeluaran konsumsi rumahtangga itu mempunyai makna bahwa sekali fungsi konsumsi jangka pendek itu bergeser ke atas, maka akan sangat sulit untuk bergeser kembali ke bawah apabila terjadi penurunan di dalam pendapatan.



Gambar 2.3 : Fungsi konsumsi dari Duesenberry Tentang Pendapatan Relatif
Sumber: Muana Nanga (2005:115)

Dari gambar 2.3 tersebut pendapatan ditunjukkan sumbu horisontal dan konsumsi oleh sumbu vertikal. Fungsi konsumsi jangka panjang (SRCF) adalah konsisten dengan data time series dari kuznets dan Goldsmith. Andaikan Y_0 adalah pendapatan tertinggi yang pernah dicapai rumah tangga di dalam perekonomian pada titik waktu tertentu. Dengan demikian, Y_0 merupakan pendapatan pada masa peak (*boom*). Sekarang katakan bahwa pendapatan turun di bawah Y_0 yang diakibatkan oleh resesi yang terjadi di dalam perekonomian. Dalam hal ini apakah tingkat pengeluaran konsumsi akan menyesuaikan sepanjang fungsi konsumsi jangka panjang (SRCF)? Jawabannya adalah tidak. Rumah tangga telah terbiasa dengan tingkat hidup atau konsumsi yang tinggi yaitu pada tingkat pendapatan Y_0 dan mereka berusaha untuk mempertahankannya.

Untuk mencapai hal itu, dilakukan dengan mengurangi tabungan mereka. Selanjutnya, karena pendapatan mulai turun, mereka akan mengurangi pengeluaran konsumsinya, namun dengan jumlah yang sangat kecil. Rumahtangga bergerak sepanjang fungsi konsumsi jangka pendek (SRCFo) dari titik B ke titik A dan tidak sepanjang fungsi konsumsi jangka panjang (LRCF). Konsumsi turun dari b ke a , namun penurunannya lebih kecil daripada penurunan di dalam pendapatan ($b-a < Y_0 - Y_2$). Dengan penurunan di dalam pendapatan itu, APC akan naik dan sebaliknya APS mengalami penurunan.

Apabila sekarang tingkat kegiatan ekonomi mengalami peningkatan (*upswing*) dan pendapatan naik kembali dari Y_2 ke Y_0 , maka rumahtangga akan bergerak ke atas dari titik A ke B sepanjang SRCFo. Akibatnya, akan terjadi penurunan di dalam APC dan kenaikan di dalam APS. Rumahtangga sekarang mengkonsumsi suatu proporsi yang lebih sedikit, dan sebaliknya menabung proporsi yang lebih besar. Sekali titik B, yang merupakan titik yang berkaitan dengan tingkat pendapatan tertinggi Y_0 dicapai, maka rumahtangga akan menikmati kembali tingkat hidup mereka yang mula-mula. Jika pendapatan terus meningkat sehingga mencapai tingkat pendapatan yang lebih besar dari Y_0 , misalnya Y_1 , maka rumahtangga akan meningkatkan konsumsinya dan akan bergerak sepanjang fungsi konsumsi jangka panjang (LRCF).

Andaikan sekarang rumahtangga di dalam perekonomian telah mencapai tingkat pendapatan tertinggi yang baru (Y_1). Jika tidak terdapat penurunan di dalam kegiatan ekonomi atau resesi, maka pengeluaran konsumsi akan bergerak sepanjang fungsi konsumsi jangka panjang (LRCF). Namun, dengan resesi dan

penurunan pendapatan lainnya, proses yang semula secara keseluruhan akan mulai lagi. Dalam kasus ini, konsumsi rumahtangga bergerak ke bawah dari titik D ke C sepanjang $SRCF_1$. Namun begitu resesi itu selesai dan peningkatan kegiatan ekonomi mulai terjadi, maka pengeluaran konsumsi akan naik lagi bersamaan dengan naiknya pendapatan dari titik C ke D. Sekali tingkat pendapatan tertinggi Y_1 , yang adalah berkaitan dengan titik D dicapai, maka setiap kenaikan di dalam pendapatan di atas Y_1 akan menyebabkan pengeluaran konsumsi rumahtangga untuk bergeser lagi sepanjang $LRCF$.

Singkatnya, dari gambar 2.3 di atas dapat dilihat bahwa fungsi konsumsi jangka pendek ($SRCF$) akan bergeser dari $SRCF_0$ ke $SRCF_1$ sebagai akibat adanya kenaikan pendapatan yang mantap. Tetapi ketika suatu tingkat pendapatan baru dan tertinggi seperti Y_1 tercapai, maka $SRCF$ tidak dapat bergeser kembali ke $SRCF_0$, apabila terjadi penurunan di dalam pendapatan. Karena adanya '*ratchet effect*', maka menurut Duesenbery suatu penurunan atau resesi di dalam perekonomian hanya akan menyebabkan konsumsi bergerak kembali sepanjang $SRCF$ dan bukan bergerak kembali sepanjang $LRCF$.

3. Teori Siklus kehidupan tentang Konsumsi

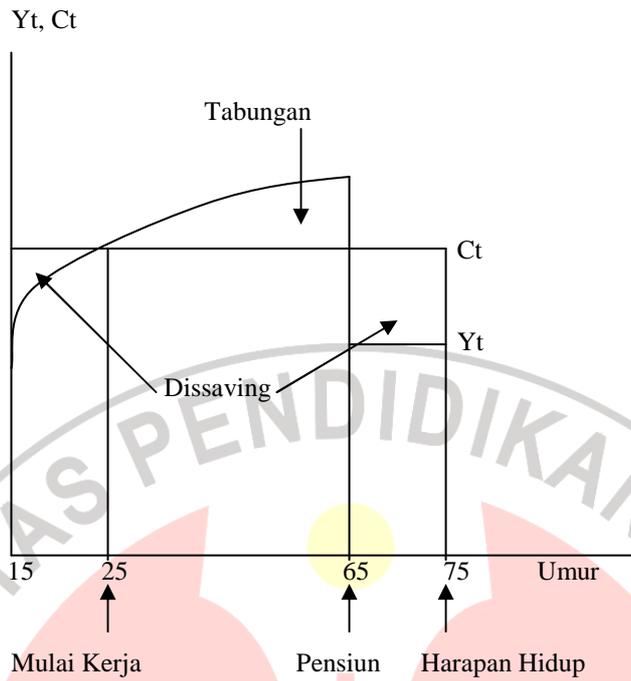
Teori konsumsi yang dikembangkan oleh Albert Ando, Franco Modigliani, dan Richard Brumberg, yang lebih dikenal dengan teori siklus kehidupan tentang konsumsi (*life-cycle theory of consumption*) atau hipotesis siklus kehidupan (*life-cycle hypothesis* atau di singkat *LCH*) ini merupakan penyempurnaan dari teori pendapatan absolut dari teori pendapatan relatif yang dikemukakan sebelumnya. Ada dua penyempurnaan yang dilakukan LCH ini atas AIH dan RIH. Pertama,

adalah bahwa LCH ini perhatian utamanya adalah pada perilaku maksimisasi utilitas individual; dan kedua adalah, kekayaan (wealth) secara eksplisit dimasukkan di dalam keputusan konsumsi.

Menurut pencetus teori ini, tingkat konsumsi seseorang atau rumahtangga tidak hanya bergantung pada *current income* pada periode itu saja, akan tetapi juga dan bahkan yang lebih penting adalah pada pendapatan yang diharapkan diterima dalam jangka panjang (*long-term or whole life time expected income*). Dalam hal ini, individu diasumsikan merencanakan suatu pola pengeluaran konsumsi semasa hidup (*lifetime*) yang didasarkan atas *expected earnings* selama selama hidup mereka.

Menurut teori ini, faktor sosial ekonomi seseorang atau rumahtangga sangat mempengaruhi pola konsumsi orang atau rumah tangga tersebut. Teori ini membagi pola konsumsi seseorang menjadi 3 bagian, yaitu (1) sebelum seseorang dapat menghasilkan sendiri pendapatan, maka ia akan mengalami tabungan negatif (*dissaving*) (ia berkomunikasi akan tetapi tidak menghasilkan pendapatan), (2) dimana seseorang berusia kerja dan dapat menghasilkan sendiri pendapatan sampai ia tepat pada saat berusia tidak bisa bekerja lagi, dan dalam kondisi ini orang tersebut akan mengalami *saving*, (3) saat dimana seseorang pada usia tua dan tidak mampu lagi untuk menghasilkan sendiri pendapatan. Pada saat ini orang tersebut kembali mengalami *dissaving*.

Teori konsumsi atau hipotesis siklus kehidupan (LCH) dari Modigliani, Ando dan Brumberg tersebut dapat disimak lebih lanjut melalui grafik berikut:



Gambar 2.4 : Teori Life –Cycle dari Modigliani, dkk
 Sumber: Muana Nanga (2005:118)

Fungsi konsumsi dari Modigliani, Ando dan Brumberg dapat ditulis sebagai berikut:

$$C_t = \frac{1}{T} \left[Y_t^1 + (N-1)Y_{-1e} + A_t \right] \dots\dots\dots(2.4)$$

dimana C_t adalah konsumsi pada periode waktu t. Elemen dalam kurung menunjukkan *expected lifetime resources*, yang terdiri dari:

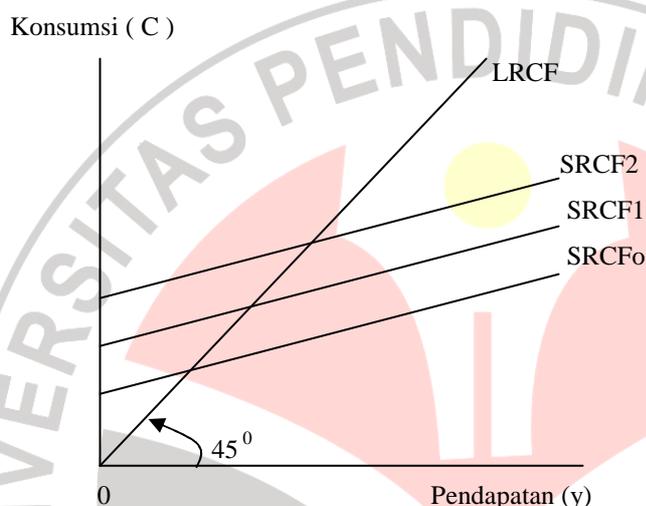
Y_t^1 = Pendapatan tenaga kerja individual pada periode waktu t

Y_{-1e} = Pendapatan rata-rata tenaga kerja yang diharapkan pada masa yang akan datang (selama periode N-1)

A_t = Nilai aset yang dimiliki sekarang

Dari persamaan diatas, jelas bahwa menurut LCH, konsumsi tidak hanya bergantung pada *current income*, akan tetapi juga pada *expected future income* dan *current asset holdings* (i.e. current wealth).

Fungsi konsumsi jangka pendek dan jangka panjang menurut teori konsumsi atau LCH adalah sebagai berikut:



Gambar 2.5 :LCH dan Pendapatan (Jangka Panjang dan jangka pendek)

Sumber: Muana Nanga (2005:119)

Dalam gambar 2.5 di atas terlihat bahwa fungsi konsumsi jangka pendek (SRCF) sejajar satu sama lainnya, yang menunjukkan MPC adalah stabil, tetapi *intercept* terus mengalami peningkatan yang ditunjukkan pergeseran ke atas dari SRCF tersebut. Sedangkan fungsi konsumsi jangka panjang (LRCF) tidak memiliki *intercept* dan melalui titik asal (*titik origin*) yang menunjukkan bahwa $APC = MPC$ sebagaimana juga dikemukakan oleh teori pendapatan relatif dari Duesenberry.

4. Teori Pendapatan Permanen tentang Konsumsi

Teori konsumsi yang dikembangkan oleh Milton Friedman di dalam bukunya yang berjudul *A Theory of Consumption Function* (1957) dan dikenal

dengan teori pendapatan permanen tentang konsumsi (*permanent income theory of consumption*) atau hipotesis pendapatan permanen (*permanent income hypothesis, PIH*), mengemukakan bahwa pengeluaran konsumsi sekarang (*current consumption*) bergantung pada pendapatan sekarang (*current income*) dan pendapatan yang diperkirakan dimasa yang akan datang (*anticipated future income*). Friedman mempostulatkan bahwa konsumsi adalah proporsional terhadap pendapatan, dan dinyatakan sebagai berikut

$$C_p = kY_p \dots\dots\dots(2.5)$$

dimana C_p adalah konsumsi permanen (*permanen consumption*), Y_p adalah pendapatan permanen (*permanen income*) dan k adalah faktor proporsionalitas ($k > 0$) yang menunjukkan proporsi dari Y_p yang dikonsumsi. Pendapatan permanen adalah pendapatan rata-rata yang diharapkan diterima seseorang selama masa hidupnya, baik yang berasal dari kekayaan manusia (*human wealth*) maupun kekayaan bukan manusia (*nonhuman wealth atau physical wealth*) yaitu baik *expected labor income* (pengembalian atau return terhadap human wealth atau human capital) dan *expected earnings* dari pemilikan assets (*nonhuman wealth*)

Proporsi atau fraksi dari Y_p yang dikonsumsi menurut Friedman tergantung pada faktor-faktor berikut:

- Tingkat suku bunga (*rate of interest*)
- Jumlah relatif pendapatan dari physical assets (*nonhuman wealth*) dan pendapatan tenaga kerja (*human wealth*)
- Rasio antara *human* dan *non human wealth*.

- Preferensi rumahtangga untuk konsumsi langsung dihubungkan dengan keinginan untuk menambah stok kekayaan atau aset.

Dalam bentuk persamaan dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$C_p = k(i, w, u) Y_p \dots\dots\dots(2.6)$$

dimana i adalah tingkat bunga, w adalah rasio antara *human* dan *nonhuman wealth*, dan u adalah preferensi rumahtangga untuk konsumsi langsung dan keinginan untuk menambah kekayaan atau stok aset.

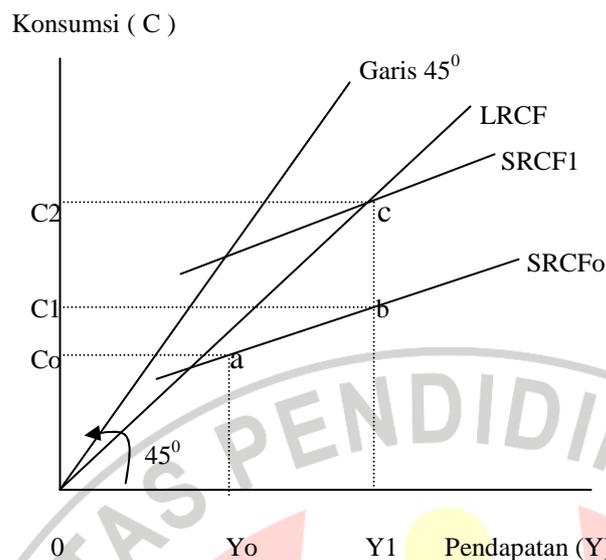
Pendapatan oleh Friedman dibedakan ke dalam pendapatan permanen (Y_p) dan pendapatan transitori (*transitory income*, Y_t), atau dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = Y_p + Y_t \dots\dots\dots(2.7)$$

Menurut PIH konsumsi tidak hanya dipengaruhi oleh pendapatan permanen (*permanen income*, Y_p), akan tetapi juga oleh pendapatan transitory (Y_t).

Dalam jangka panjang menurut teori PIH, pengeluaran konsumsi adalah proporsional terhadap pendapatan dikarenakan *permanen income* dan *actual income* adalah sama secara rata-rata. Dalam jangka pendek, variasi di dalam *actual income* yang terjadi adalah independent terhadap Y_p . Dalam hal ini perubahan-perubahan di dalam pendapatan aktual (*actual income*) tidak menyebabkan perubahan yang proporsional di dalam pengeluaran konsumsi

Fungsi konsumsi jangka pendek dan jangka panjang dalam kerangka PIH dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.6 : Fungsi Konsumsi jangka Pendek dan Jangka Panjang dari Friedman

Sumber: Muana Nanga (2005:121)

Pada gambar 2.6 di atas Ketika pendapatan permanen dan pendapatan terukur (*measured income*) adalah sama, maka konsumsi akan berada pada konsumsi jangka panjang (LRCF) yaitu pada titik a ketika pendapatan naik menjadi Y_1 , maka konsumen hanya akan membelanjakan sebagian kecil pendapatannya. Hal ini akan meningkatkan konsumsi sebesar C_0 ke C_1 yaitu dari titik b pada SRCF. Sekali konsumen percaya bahwa C_1 akan permanen maka SRCF akan bergeser memotong kurva LRCF di atas tingkat pendapatan sebesar Y_1 yaitu di titik c dan konsumsi meningkat ke C_2 .

5. Teori Konsumsi dari Kaldor

Sesuai namanya, teori ini dikembangkan oleh seorang ahli ekonomi dari Universitas Cambridge yaitu Nicholas Kaldor. Dengan pengecualian RIH, teori-teori konsumsi modern umumnya mengkonsentrasikan pada analisis time series dan memperlakukan distribusi pendapatan dan analisis *cross section* sebagai

sesuatu yang memang sudah begitu adanya atau sesuatu yang tidak perlu dipersoalkan.

Kaldor adalah salah seorang ahli ekonomi aliran *Post Keynesian*, yang memulai modelnya dengan membagi masyarakat ke dalam dua kelas yaitu kelas pekerja dan kelas kapitalis. Pekerja diasumsikan mendapat seluruh pendapatan mereka dari (tenaga) kerja (QW_t), sedangkan kapitalis mendapatkan pendapatan mereka dari kekayaan (property) ($Q\Pi_t$), dimana total pendapatan selanjutnya dapat dinyatakan dalam bentuk persamaan berikut:

$$Q_t = QW_t + Q\Pi_t \dots\dots\dots(2.8)$$

Pekerja diasumsikan memiliki suatu APC yang tinggi dari pendapatan tenaga (c_w), sedangkan kapitalis memiliki APC yang rendah (c_Π). ini berarti bahwa fungsi konsumsi KH dapat ditulis menjadi:

$$C_t = c_w QW_t + c_\Pi Q_t \quad (< c_\Pi < 1 \text{ dan } c_w > c_\Pi \dots\dots\dots(2.9)$$

Untuk mendapat APC, maka pertama-tama kita akan membagi persamaan tersebut dengan Q_t , dan akan diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$\frac{C_t}{Q_t} = c_w \left(\frac{QW_t}{Q_t} \right) + c_\Pi \left(\frac{Q\Pi_t}{Q_t} \right) \dots\dots\dots(2.10)$$

Jika ingin memecahkan persamaan diatas, untuk $QW_t = Q_t - Q\Pi_t$, dan mensubstitusikan QW_t ini ke dalam persamaan maka akan mendapatkan persamaan sebagai berikut:

$$\frac{C_t}{Q_t} = c_w \left(\frac{Q_t - Q\Pi_t}{Q_t} \right) + c_\Pi \left(\frac{Q\Pi_t}{Q_t} \right) \dots\dots\dots(2.11)$$

Persamaan di atas dapat ditulis kembali menjadi:

$$\frac{C_t}{Q_t} = c_w \left(\frac{1 - Q\Pi_t}{Q_t} \right) + c_\Pi \left(\frac{Q\Pi_t}{Q_t} \right) \dots\dots\dots(2.12)$$

Yang selanjutnya dapat disederhanakan menjadi:

$$\frac{C_t}{Q_t} = c_w(c_n - c_w) \left(\frac{Q\Pi_t}{Q_t} \right) \dots\dots\dots(2.13)$$

Persamaan di atas menunjukkan bahwa APC bergantung pada pembagian pendapatan antara upah dan keuntungan atau distribusi pendapatan fungsional (*functional distribution of income*). Lebih lanjut, APC akan mengalami perubahan yang berkebalikan dengan rasio antara pendapatan laba (*profit income*) terhadap total pendapatan sebab $C_\Pi < C_w$.

Pendapatan merupakan faktor terpenting dan penentu utama (*main determination*) dari konsumsi. Namun demikian, konsumsi juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain selain pendapatan seperti selera, faktor sosial kultural, kekayaan, hutang pemerintah, *capital gains*, tingkat suku bunga, tingkat harga, kredit, *money illusion*, penduduk, distribusi umur, dan lokasi geografis, dan distribusi pendapatan.

2.1.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi

Menurut William A. Mc Eachern (2000:176) Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi diantaranya :

1. Kekayaan bersih

Pada tingkat pendapatan tertentu dari suatu perekonomian, satu faktor penting yang mempengaruhi konsumsi adalah kekayaan bersih yaitu nilai seluruh kekayaan yang dimiliki setelah dikurangi dengan seluruh kewajiban atau

utang. Contohnya aset keluarga anda meliputi mobil, rekening bank, uang tunai, dan dana pensiunan. Kewajiban keluarga anda mungkin adalah kredit mobil, kartu kredit dan yang sejenisnya.

2. Tingkat harga

Sebagian kekayaan rumah tangga adalah aset bermilai dolar, seperti rekening bank dan uang tunai. Jika tingkat harga berubah, maka nilai riil rekening bank dan uang tunai juga berubah. Kenaikan tingkat harga mengurangi daya beli dari kekayaan yang nilai dolarnya tetap, sehingga rumah tangga mengurangi konsumsi dan menaikan tabungan pada semua tingkat pendapatan sebaliknya penurunan tingkat harga akan menaikan nilai riil kekayaan dalam dolar karena rumah tangga menjadi lebih kaya, mereka akan mau dan mampu mengkonsumsi lebih banyak pada semua tingkat pendapatannya.

3. Tingkat bunga

Bunga adalah imbalan bagi penabung karena menunda konsumsi. Bunga juga dapat berarti sejumlah imbalan yang dibayar peminjam atas daya beli saat ini. Jika tingkat bunga naik dan hal lain diasumsikan konstan, penabung atau pemberi pinjaman diberi imbalan lebih banyak dan peminjam dipungut lebih banyak. Semakin tinggi tingkat bunga, semakin sedikit yang dibelanjakan atas dasar kredit, seperti rumah dan mobil. Pada tingkat bunga yang lebih tinggi, rumah tangga akan menabung lebih banyak, meminjam lebih sedikit dan berbelanja lebih sedikit.

4. Ekspektasi

Perubahan ekspektasi atas harga dan tingkat bunga mempengaruhi konsumsi contohnya, perubahan yang menyebabkan rumah tangga berekspektasi adanya kenaikan harga mobil atau kenaikan tingkat bunga di masa mendatang akan mendorong beberapa orang untuk segera membeli mobil saat ini begitupun sebaliknya perubahan yang menyebabkan rumah tangga berekspektasi adanya penurunan tingkat harga dan tingkat bunga akan menyebabkan beberapa orang menunda pembelian mobil. Jadi ekspektasi mempengaruhi belanja pada semua tingkat pendapatan.

2.2 Pendapatan

Menurut William A. Mc Eachern (2000:146) mengemukakan bahwa pendapatan adalah seluruh penerimaan baik berupa uang atau barang dan hasil usaha atau produksi. Sedangkan Menurut Ujang Sumarwan (2004:204) pendapatan merupakan imbalan yang diterima seseorang dari pekerjaan yang dilakukannya untuk mencari nafkah. Pendapatan umumnya diterima dalam bentuk uang. Pendapatan adalah sumber daya material yang sangat penting bagi masyarakat karena dengan pendapatan itulah, masyarakat bisa membiayai kegiatan konsumsinya.

Faktor yang paling mempengaruhi terhadap pengeluaran konsumsi masyarakat adalah pendapatan. Keynes sebagai orang pertama yang meneliti tentang konsumsi masyarakat mengemukakan bahwa pendapatan adalah faktor yang signifikan terhadap perubahan konsumsi masyarakat.

Menurut Keynes pengeluaran konsumsi masyarakat dipengaruhi oleh pendapatan absolut yaitu pendapatan yang diperoleh individu pada saat sekarang. Pada perkembangannya, banyak ilmuwan lain yang melakukan penelitian tentang konsumsi. Berdasarkan hasil penelitian empiriknya menyatakan bahwa pendapatan yang berpengaruh terhadap pengeluaran konsumsi masyarakat bukanlah pendapatan absolut seperti yang dikemukakan oleh Keynes.

Menurut James N. Duessenberry pengeluaran konsumsi rumah tangga dipengaruhi oleh pendapatan relatif yaitu pendapatan tertinggi yang pernah dicapai individu lainnya. Dalam masyarakat, seseorang dengan pendapatan tertentu akan mengkonsumsi lebih banyak bila dia hidup dilingkungan orang-orang kaya daripada jika ia hidup dalam lingkungan orang yang miskin. Sehingga Duessenberry memformulasikan fungsi sebagai berikut:

$$C = f(Y_c, Y_{pp})$$

Dimana:

Y_c : pendapatan sekarang

Y_{pp} : pendapatan tertinggi sebelumnya

Berbeda dengan Duessenberry, Milton Friedman mengemukakan bahwa faktor yang mempengaruhi pengeluaran konsumsi masyarakat adalah pendapatan permanen yaitu pendapatan rata-rata yang diharapkan diterima oleh seseorang selama hidupnya yang berasal dari *human wealth* dan *non human wealth*. Pengembalian terhadap *human wealth* contohnya adalah upah. Sedangkan kekayaan *non human wealth* yaitu *expected earning* dari kepemilikan aset. Contohnya sewa, laba, dan suku bunga. Menurut Friedman pengeluaran konsumsi

masyarakat mempunyai hubungan proporsional dengan pendapatan permanen yang diformulasikan sebagai berikut:

$$C = kY_p$$

Dimana:

C : Konsumsi masyarakat

Y_p : Pendapatan permanen.

K : Proporsionalitas yang menunjukkan proporsi dari Y_p yang dikonsumsi.

Proporsi dari Y_p yang dikonsumsi bergantung pada:

- a. Tingkat suku bunga (rate of interest)
- b. Jumlah relatif pendapatan dari physical asset dan pendapatan tenaga kerja antara human wealth dan non human wealth.
- c. Preferensi rumah tangga untuk konsumsi langsung dihubungkan dengan keinginan untuk menambah stok kekayaan atau asset.

Friedman juga membedakan antara pendapatan permanen dan pendapatan transitory, dan membedakan konsumsi menjadi konsumsi permanen dan konsumsi transitory. Dengan asumsi:

1. Tidak terdapat hubungan antara pendapatan permanen dan pendapatan transitory.
2. Tidak terdapat hubungan antara konsumsi permanen dan pendapatan transitory.
3. Tidak terdapat hubungan antara konsumsi transitory dan pendapatan permanen.

Sedangkan menurut Franco Modigliani, Albert Ando dan Richard Brumberg pengeluaran konsumsi masyarakat bergantung pada pendapatan yang diharapkan diterima dalam jangka panjang. Dengan asumsi bahwa individu merencanakan pola konsumsi semasa hidup didasarkan atas expected earning selama hidup mereka.

2.3 Jumlah Anggota Keluarga

Kasali (Sutisna, 2003:201) mengemukakan bahwa keluarga adalah sebuah rumah tangga yang anggota-anggotanya diikat oleh darah, perkawinan atau adopsi. Keluarga menurut Yan Mulyadi (1997:113) merupakan satuan sosial yang paling dasar dan terkecil didalam masyarakat yang terdiri atas ayah, ibu dan anak. Dalam perkembangannya, keluarga tidak hanya terdiri dari ayah, ibu dan anak saja tetapi juga kakek, nenek, paman, bibi, keponakan dan sebagainya yang hidup bersama-sama dalam satu rumah.

2.3.1 Ciri-ciri Keluarga

Menurut Robert M.Z Lawang (Cahyadi Takariawan, 2000:135), ada empat karakteristik keluarga yaitu:

1. Keluarga terdiri dari orang-orang yang bersatu karena ikatan perkawinan, darah atau adopsi.
2. mereka hidup bersama dalam satu rumah dan membentuk sebuah rumah tangga (*house hold*)
3. mereka merupakan satu kesatuan yang berinteraksi dan berkomunikasi

4. Tempat mempertahankan kebudayaan bersama yang sebagian besar berasal dari kebudayaan umum yang luas atau meeka menciptakan kebudayaan sendiri.

2.3.2 Fungsi Keluarga

Menurut Ujang Sumarwan (2004:244) keluarga mempunyai beberapa fungsi diantaranya:

1. Fungsi keagamaan.

Untuk mendorong dan mengembangkan anggotanya agar kehidupan keluarga menjadi wahana persemaian nilai-nilai luhur budaya bangsa untuk menjadi insan-insan agamis yang penuh iman dan taqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa.

2. Fungsi sosial budaya.

Memberikan kesempatan kepada keluarga dan seluruh anggotanya untuk mengembangkan kekayaan budaya bangsa yang beraneka ragam dalam satu kesatuan.

3. Fungsi cinta kasih.

Memberikan landasan yang kokoh terhadap hubungan anak dengan anak, suami dengan istri, orang tua dengan anaknya, serta hubungan kekerabatan antargenerasi sehingga keluarga menjadi wadah utama bersemainya kehidupan yang penuh cinta kasih lahir dan batin.

4. Fungsi melindungi.

Keluarga berkewajiban untuk melindungi seluruh anggotanya sehingga memperoleh rasa aman secara fisik dan psikis.

5. Fungsi sosialisasi dan pendidikan.

Memberikan pesan kepada keluarga untuk mendidik keturunan agar bisa melakukan penyesuaian dengan kehidupan di masa depan. Keluarga wajib memberikan pendidikan yang terbaik bagi anak-anaknya sehingga mereka memilih pengetahuan, keterampilan, dan keahlian yang bermanfaat baginya sebagai tenaga kerja masa depan.

6. Fungsi reproduksi.

Merupakan mekanisme untuk melanjutkan keturunan yang direncanakan dapat menunjang terciptanya kesejahteraan manusia.

7. Fungsi ekonomi.

Fungsi keluarga untuk menyediakan kebutuhan fisik yang cukup dan memadai bagi semua anggota keluarga. Keluarga berkewajiban menyediakan makanan, minuman, pakaian, rumah, pemeliharaan kesehatan, pendidikan yang baik bagi semua anggotanya. Kebutuhan tersebut bisa diperoleh jika keluarga memperoleh pendapatan dari hasil bekerja. Karena itu orang tua wajib untuk mencari nafkah untuk menghidupi semua anggotanya.

8. Fungsi pembinaan lingkungan.

Memberikan pada setiap keluarga kemampuan menempatkan diri secara serasi, selaras, dan seimbang sesuai daya dukung alam dan lingkungan yang berubah secara dinamis.

2.4 Pendidikan

Pendidikan menurut Yayat Achdiat (Ekonomi Pendidikan : 2002) adalah suatu proses untuk mengembangkan pengetahuan, kecerdaan, sikap karakter dan skill khususnya dalam pendidikan formal. Sedangkan menurut Spence (Ekonomi Pendidikan :2002) pendidikan adalah suatu sinyal untuk memperoleh kepercayaan atau *signal device*. Sedangkan menurut Nanang Fatah (2000:5) mengemukakan bahwa pendidikan sama dengan hidup. Pendidikan adalah keseluruhan pengalaman belajar setiap orang sepanjang hidupnya. Pendidikan berlangsung tidak dalam batas usia tertentu, tetapi berlangsung sepanjang hidup sejak lahir sampai mati.

Coombs (1999;86) mendefinisikan pendidikan formal adalah sistem pendidikan yang mempunyai struktur berjenjang dan bertingkat, mulai dari SD sampai universitas atau perguruan tinggi termasuk didalamnya kegiatan-kegiatan studi yang mempunyai orientasi umum dan akademik serta latihan profesional yang dilaksanakan dalam waktu yang terus menerus. Sedangkan pendidikan non formal adalah semua bentuk kegiatan pendidikan yang terorganisasi diluar sistem sekolah yang sudah mapan, yang dilaksanakan secara sengaja untuk melayani peserta didik guna mencapai tujuan belajarnya baik yang dilakukan secara terpisah maupun yang merupakan bagian terpenting dari suatu kegiatan yang luas.

Tingkat pendidikan formal kepala keluarga juga berpengaruh terhadap pola konsumsi. Pendidikan dapat merubah sikap dan perilaku seseorang dalam memenuhi kebutuhannya. Makin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka makin mudah ia dapat menerima informasi dan inovasi baru yang dapat merubah pola

konsumsinya. Disamping itu makin tinggi tingkat pendidikan formal maka kemungkinannya akan mempunyai tingkat pendapatan yang relatif lebih tinggi (Sumarwan, 1993).

Tidak dapat dipungkiri lagi bahwa tingkat pendidikan yang dicapai seseorang atau suatu masyarakat dapat menggambarkan keadaan perekonomiannya. Sebagian besar masyarakat di negara yang sudah maju pada umumnya berpendidikan tinggi, di negara sedang berkembang berpendidikan menengah dan dinegar terbelakang berpendidikan rendah. Dalam skala kecil, keadaan ini serupa dengan masyarakat Indonesia yang tinggal di kota besar, di kota kecil dan pedesaan.

2.5 Sistem Pembayaran.

Schiffman dan Kanuk (Ujang Sumarwan, 2004:289) mendefinisikan suatu keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Seseorang yang hendak melakukan pilihan maka ia harus memiliki pilihan alternatif termasuk keputusan cara pembayaran baik secara tunai maupun kredit dalam melakukan pembelian barang atau jasa. Pembelian meliputi keputusan konsumen mengenai apa yang dibeli, apakah membeli atau tidak, kapan membeli, di mana membeli dan bagaimana cara membayarnya. Apakah membayar tunai atau cicilan.

Peter dan Olson (Ujang Sumarwan, 2004:129) perilaku membeli memiliki urutan sebagai berikut: *store contact*, *product contact*, dan *transaction*. Dimana *transaction*, konsumen akan membayar produk tersebut dengan tunai, kartu kredit,

kartu debit, atau alat pembayaran lainnya. Pendapatan bukanlah satu-satunya sumber daya ekonomi konsumen. Kredit dan kartu kredit merupakan sumber daya ekonomi konsumen lainnya yang sangat penting. Melalui mekanisme kredit, konsumen bisa mengonsumsi produk dan jasa saat ini tanpa harus menunggu punya uang yang cukup. Kredit akan meningkatkan daya beli konsumen yang memperoleh sumber kredit akan punya peluang untuk meningkatkan konsumsi berbagai produk dan jasa.(Ujang Sumarwan, 2004:210). Selain kartu kredit kredit konsumtif yang disediakan oleh berbagai bank memiliki peranan penting dalam mempercepat proses konsumsi konsumen dan keluarganya. Karena kredit konsumen tersebut telah memungkinkan konsumen bisa meningkatkan daya belinya pada masa kini tanpa harus menunggu pendapatannya terkumpul.(Ujang Sumarwan, 2004:212)

Dewasa ini untuk melakukan transaksi, dapat digunakan berbagai sarana pembayaran mulai dari cara yang paling tradisional, sampai dengan cara yang paling modern sekaligus. Dengan adanya kartu plastik atau lebih dikenal dengan kartu kredit yang mampu menggantikan fungsi uang sebagai alat pembayaran kartu kredit ini dapat pula digunakan untuk berbagai keperluan yang berfungsi sebagai alat pembayaran tunai. Menurut Komaruddin Sastradipoera (2003: 116) Kartu kredit merupakan kartu plastik yang dikeluarkan oleh bank dan lembaga pembiayaan lainnya yang diberikan kepada nasabah untuk dapat dipergunakan sebagai alat pembayaran dan pengambilan uang tunai.

Salah satu bentuk kredit konsumen yang sangat populer saat ini adalah kartu kredit. Kartu kredit memiliki dua fungsi utama yaitu sebagai alat

pembayaran (*method of payment*) dan sumber kredit yang bergulir (*revolving credit*). Konsumen bisa menggunakan kartu kredit sebagai alat pembayaran dalam transaksinya, dan membayar penuh semua tagihan pada waktunya tanpa dikenakan bunga, denda dan hanya membayar fee transaksi dekatar 2-3%. Konsumen juga bisa menggunakan kartu kredit sebagai sumber kredit konsumen baginya, ia bisa membayar transaksinya mengambil uang tunai dengan kartu kredit, dan membayar jumlah minimum tagihan yang dipersyaratkan pada waktu yang ditentukan. (Ujang Sumarwan, 2004:215).

Menurut Kasmir (2004:178) keuntungan bagi pemegang kartu kredit antara lain: kemudahan sistem pembayaran, kemudahan memperoleh uang tunai dan bonafiditas.

2.6 Promosi

Promosi adalah sejenis komunikasi yang memberikan penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa. Buchari Alma (2004:102). Sedangkan menurut Komaruddin Sastradipoera (2004:186) Promosi adalah setiap upaya marketing yang fungsinya adalah untuk memberikan informasi atau meyakinkan para konsumen aktual atau potensial mengenai kegunaan (merits) suatu produk atau jasa tertentu dengan tujuan untuk mendorong konsumen baik melanjutkan maupun memulai produk atau jasa perusahaan pada harga tertentu. Faktor yang mendorong seseorang atau individu untuk melakukan keputusan membeli karena adanya masukan yang mendorong ke dalam diri individu. Masukan itu diantaranya: Adanya uang tunai, atau kemampuan membayar bila

akan membeli secara kredit, adanya pengaruh dari teman sejawat atau keinginan dari dalam diri sendiri, adanya pengaruh dari reklame atau alat promosi lainnya dan pengaruh dari lingkungan lainnya.

Menurut Kotler (1996:53) promosi pada hakekatnya adalah semua kegiatan yang dimaksudkan untuk menyampaikan atau mengkomunikasikan suatu produk kepada pasar sasaran untuk memberikan informasi tentang keistimewaan produk yang paling penting adalah keberadaannya untuk mendorong sikap ataupun mendorong orang untuk bertindak. Bertambah atau berkurangnya jumlah kegiatan penjualan dapat mempengaruhi volume total daripada pengeluaran konsumen. Jika tingkat pendapatan sudah tertentu. Misalnya dengan adanya iklan atau *advertising* maka masyarakat akan tertarik untuk mengkonsumsi barang walaupun sebenarnya ia tidak terlalu membutuhkan.

Kegiatan promosi dalam prakteknya menurut Basus Swastha (1995) adalah sebagai alat untuk:

a. Modifikasi tingkah laku;

Orang-orang yang melakukan komunikasi itu mempunyai beberapa alasan, antara lain mencari kesenangan, mencari bantuan, memberikan pertolongan atau intruksi, pengembangan ide dan pendapat. Sedangkan promosi dari segi lain berusaha merubah sikap tingkah laku dan pendapat, serta memperkuat sikap dan tingkah laku yang telah ada. Penjual sebagai sumber selalu berusaha menciptakan kesan yang baik yang ada pada dirinya (lembaganya) untuk mendorong peningkatan pembelian barang dan jasa yang ditawarkan.

b. Pemberitahuan

Kegiatan promosi dapat ditujukan untuk memberitahu pasar yang dituju tentang penawaran hasil produk suatu perusahaan. Promosi yang bersifat informasi ini harus dilakukan sejak tahap-tahap awal dari siklus kehidupan produk. Sebagian konsumen tidak akan membeli suatu produk, apabila mereka belum mengetahui apa bentuk produk tadi dan apa faedahnya produk tadi. Promosi yang bersifat informatif ini sangat penting dilaksanakan, karena akan sangat terkesan membantu konsumen dalam memutuskan untuk membeli atau tidak membeli.

c. Membujuk;

Promosi yang bersifat membujuk (persuasi) umumnya kurang disenangi oleh sebagian masyarakat. Namun kenyataannya dewasa ini promosi yang bersifat persuasif ini malah tumbuh dan berkembang, karena hasilnya sangat menguntungkan. Promosi ini terutama ditujukan untuk meningkatkan jumlah pembelian dari suatu produk yang telah mulai memasuki tahap pertumbuhan dalam siklus kehidupannya.

d. Mengingat

Promosi yang bersifat mengingat dilakukan terutama untuk mempertahankan merk suatu produk agar tetap diminati oleh para konsumen. Promosi macam ini sangat perlu dilakukan apabila produk tadi telah memasuki tahap kedewasaan dalam siklus kehidupannya.

2.6.1 Penggolongan Metode Promosi

Menurut Komarudin Sastra dipoera (2003:191) metode promosi yang paling banyak dipergunakan adalah:

a. Iklan (*Advertisiment*)

Bentuk presentasi dan promosi non pribadi tentang ide, barang maupun jasa yang dibayar oleh sponsor untuk memberikan informasi kepada masyarakat. Sebagai media dari iklan ialah surat kabar, majalah, radio, TV, papan reklame, dan lain sebagainya

b. Penjualan pribadi (*Personal selling*)

Penjualan pribadi (*Personal selling*) adalah bentuk presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan calon pembeli, untuk mempengaruhi sikap konsumen agar terjadi kegiatan penjualan. Merupakan komunikasi antara orang dengan orang antara penjual dan konsumen.

c. Promosi penjualan (*Sales promotion*)

Promosi penjualan (*Sales promotion*) adalah kegiatan pemasaran selain *personal selling*, periklanan dan publikasi yang digunakan untuk mendorong pembelian oleh konsumen maupun untuk mengefektivitaskan kegiatan para pengecer. Kegiatan-kegiatan ini dapat berupa peragaan, demonstrasi, pertunjukan dan lain sebagainya.