

Mempertimbangkan Elastisitas Permintaan untuk Menentukan Harga

Pertimbangan Mengubah Harga



Menjual Ide
Menentukan Strategi Pemasaran



HASIL KOLABORASI OLEH TIM:

DITULIS & DIADAPTASI OLEH:
Winda Senja

TERINSPIRASI DARI:
B2B International, Pricing Strategy: Name Your Price





Mempertimbangkan Elastisitas Permintaan untuk Menentukan Harga

Elastisitas permintaan yang biasa disebut sebagai sensitivitas permintaan terhadap harga, menggambarkan besarnya perubahan permintaan akibat perubahan harga.

Mengapa perlu mengetahui elastisitas permintaan produk Anda?

- Elastisitas permintaan akan membantu Anda mengevaluasi dan menentukan apakah Anda harus mengubah harga atau tidak.
- Elastisitas permintaan dapat membantu Anda menjawab pertanyaan apakah Anda harus mengubah harga, seberapa besar Anda harus menaikkan atau menurunkan harga. Misal, mengapa Anda menaikkan harga sebesar 10% bukan 5% atau 15%? Jawablah dengan elastisitas permintaan.

Bagaimana cara mengetahui elastisitas permintaan produk Anda?

Ada 2 cara yang bisa Anda lakukan untuk mengetahui sensitivitas permintaan produk Anda terhadap perubahan harga yang Anda lakukan. Anda boleh melakukan kedua cara ini sekaligus. Berikut penjelasannya:

1. Menggunakan perhitungan kuantitatif

$$\text{Elastisitas Permintaan} = \frac{\% \text{ Perubahan Permintaan}}{\% \text{ Perubahan Harga}}$$

Jika Anda memiliki semua data penjualan dalam kurun waktu tertentu, Anda bisa dengan mudah menghitung sensitivitas permintaan produk Anda terhadap perubahan harga. Barang disebut elastis ketika nilai elastisitasnya lebih dari 1 dan tidak elastis jika nilainya kurang dari 1.

2. Menggunakan *checklist* tabel penguji elastisitas produk

Cara lebih mudah yang bisa Anda gunakan untuk menentukan apakah permintaan terhadap produk Anda tergolong elastis atau tidak elastis adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut:

| | Elastis | Tidak Elastis |
|---|---------|---------------|
| Memiliki banyak barang pengganti | ✓ | |
| Dianggap sebagai barang komoditas, bukan barang yang unik/ terdiferensiasi | ✓ | |
| Memiliki paten yang kuat | | ✓ |
| Memiliki <i>brand</i> yang sangat kuat | | ✓ |
| Memiliki spesifikasi yang jelas | | ✓ |
| Ketersediaannya terbatas | | ✓ |
| Didukung dengan pelayanan personal kepada pembeli | | ✓ |



Mempertimbangkan Elastisitas Permintaan untuk Menentukan Harga



Bagaimana jika produk Anda tergolong Elastis?

Produk Anda disebut elastis ketika kita mudah menggantikan produk Anda dengan produk lainnya. Misalnya ketika Anda menjual produk sandwich rumahan lalu Anda menaikkan harga sandwich sebesar 30%, maka kita akan dengan mudah menemukan makanan lain untuk sarapan seperti roti atau sandwich merk lainnya.

Jadi, ketika Anda menaikkan harga di produk yang elastis, konsumen akan cenderung membeli produk lain dari kompetitor yang akan menyebabkan penurunan penjualan Anda. Pada akhirnya, Anda akan mengalami kerugian yang lebih dalam karena tambahan keuntungan yang Anda dapatkan tidak lebih banyak dari kerugian yang harus Anda tanggung karena kehilangan konsumen.



Bagaimana jika produk Anda tergolong tidak Elastis?

Produk Anda disebut tidak elastis ketika kita sulit menemukan pengganti dari produk Anda. Berdasarkan pertanyaan di tabel, produk Anda juga bisa disebut inelastis ketika barang tersebut sangat unik dan memiliki *brand* yang sangat kuat. Kendati Anda menaikkan harga, konsumen akan tetap membeli karena memang tidak ada pilihan lainnya, atau bisa juga karena konsumen terlanjur cinta dengan produk Anda.

Jadi, ketika Anda menaikkan harga di produk yang tidak elastis, konsumen akan tetap membeli produk Anda dan disanalah Anda dapat mengambil keuntungan lebih karena kerugian dari hilangnya beberapa konsumen masih bisa ditutup dengan kenaikan keuntungan yang lebih besar karena kenaikan harga.