

Implikasi dan Strategi Teori Elastisitas Permintaan dalam Ekonomi Manajerial

Dina Nurmala Hasan¹, Hesti Fauziah², Lidiyana Tasya Octaviani³, Fannisya amelia⁴,
Ayi Nurpadilah⁵, Suriyanti⁶

nourmaladina@gmail.com

^{1,2,3,4,5,6}Universitas Pelita Bangsa, Bekasi, Indonesia

Info Artikel

| Submitted: 14 Juli 2024 | Revised: 12 Agustus 2024 | Accepted: 27 Agustus 2024

How to cite: Dina Nurmala Hasan, Hesti Fauziah, Lidiyana Tasya Octaviani, Fannisya amelia, Ayi Nurpadilah, dan Suriyanti "Implikasi dan Strategi Teori Elastisitas Permintaan dalam Ekonomi Manajerial", *Benefits: Journal of Economics and Tourism*, Vol. 1 No. 2, November, 2024, hlm. 114-124

ABSTRACT

This article will discuss the factors influencing demand elasticity, the methods of measuring it, and the implications and strategies companies can apply based on this concept. The main factors affecting demand elasticity include the availability of substitute goods, the proportion of income spent on the good, and the time frame given to respond to price changes. The more alternatives available to consumers, the more elastic the demand for a good becomes. A deep understanding of demand elasticity enables companies to make smarter pricing decisions. By considering the factors influencing elasticity and analyzing market conditions, companies can maximize revenue and market share. This elasticity analysis helps identify market segments responsive to price changes to develop effective marketing strategies. Besides price, product quality, brand image, and customer service also affect demand. Integrating these factors into pricing decisions helps companies remain competitive and adaptive.

Keyword: *implication, elasticity, economy.*

ABSTRAK

Artikel ini akan membahas faktor-faktor yang mempengaruhi elastisitas permintaan, metode pengukurannya, serta implikasi dan strategi yang dapat diterapkan oleh perusahaan berdasarkan konsep ini. Faktor utama yang memengaruhi elastisitas permintaan di antaranya adalah ketersediaan barang substitusi, proporsi pendapatan yang dihabiskan untuk barang tersebut, serta jangka waktu yang diberikan untuk merespons perubahan harga. Semakin banyak alternatif yang tersedia bagi konsumen, semakin elastis permintaan suatu barang. Pemahaman mendalam tentang elastisitas permintaan memungkinkan perusahaan membuat keputusan harga lebih cerdas. Dengan mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi elastisitas dan menganalisis kondisi pasar, perusahaan dapat memaksimalkan pendapatan dan pangsa pasar. Analisis elastisitas ini membantu mengidentifikasi segmen pasar yang responsif terhadap perubahan harga untuk mengembangkan strategi pemasaran efektif. Selain harga, kualitas produk, citra merek, dan layanan pelanggan juga mempengaruhi permintaan. Mengintegrasikan faktor ini dalam keputusan harga membantu perusahaan tetap kompetitif dan adaptif.

Kata Kunci: *implikasi, elastisitas, ekonomi*

Pendahuluan

Dalam ranah ekonomi manajerial, teori elastisitas permintaan memegang peran penting dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan harga, penawaran, dan strategi pemasaran. Artikel ini akan membahas faktor-faktor yang mempengaruhi elastisitas permintaan, metode pengukurannya, serta implikasi dan strategi yang dapat diterapkan oleh perusahaan berdasarkan konsep ini.

Faktor utama yang memengaruhi elastisitas permintaan di antaranya adalah ketersediaan barang substitusi, proporsi pendapatan yang dihabiskan untuk barang tersebut, serta jangka waktu yang diberikan untuk merespons perubahan harga. Semakin banyak alternatif yang tersedia bagi konsumen, semakin elastis permintaan suatu barang. Demikian pula, barang-barang yang menghabiskan sebagian besar dari pendapatan konsumen cenderung memiliki permintaan yang lebih elastis. Seperti contoh pada penelitian oleh (Prediansya, 2020) ketika suatu kondisi di negara juga bisa mempengaruhi elastisitas permintaan dimana saat covid-19 menyebabkan terjadi kenaikan permintaan produk *handsanitizer*.

Salah satu contoh aplikasi praktis yang mencerminkan prinsip elastisitas adalah industri barang konsumsi cepat saji, yang dikenal dengan karakteristik khasnya dalam perilaku konsumen dan respons harga. Dalam sektor ini, perubahan kecil dalam harga dapat memicu fluktuasi yang signifikan dalam volume penjualan, menciptakan dinamika pasar yang menarik. Dalam konteks persaingan yang ketat, pengelola pemasaran harus tidak hanya mempertimbangkan struktur biaya mereka, tetapi juga mengevaluasi persepsi nilai yang dimiliki konsumen. Dengan demikian, pemahaman yang mendalam tentang elastisitas harga menjadi kunci untuk merancang promosi yang tepat sasaran serta diferensiasi produk yang mampu mempertahankan atau bahkan meningkatkan pangsa pasar, meskipun ada perubahan harga.

Metode pengukuran elastisitas permintaan biasanya melibatkan perhitungan koefisien elastisitas, yang menunjukkan persentase perubahan dalam jumlah yang diminta sebagai respons terhadap persentase perubahan harga (Battiti et al., 2023). Metode umum yang dipakai termasuk metode titik (*point method*) dan metode busur (*arc method*), yang masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan dalam berbagai konteks analisis. Implikasi dari pemahaman elastisitas permintaan bagi perusahaan sangat signifikan. Perusahaan dapat merancang strategi harga yang lebih efektif dengan memahami bagaimana perubahan harga akan mempengaruhi pendapatan mereka. Misalnya, jika permintaan produk bersifat inelastis, maka kenaikan harga dapat meningkatkan pendapatan total. Sebaliknya, bila permintaan elastis, penurunan harga mungkin lebih efektif untuk meningkatkan penjualan dan pangsa pasar.

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian studi literatur atau literature review. Penelitian studi literatur merupakan metode penelitian yang mengkaji berbagai sumber tertulis yang relevan dengan topik tertentu untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang perkembangan, temuan, dan tren penelitian di bidang tersebut. Jenis penelitian ini melibatkan pengumpulan, penilaian kritis, dan sintesis dari artikel ilmiah, buku, tesis, laporan, dan publikasi lainnya yang telah

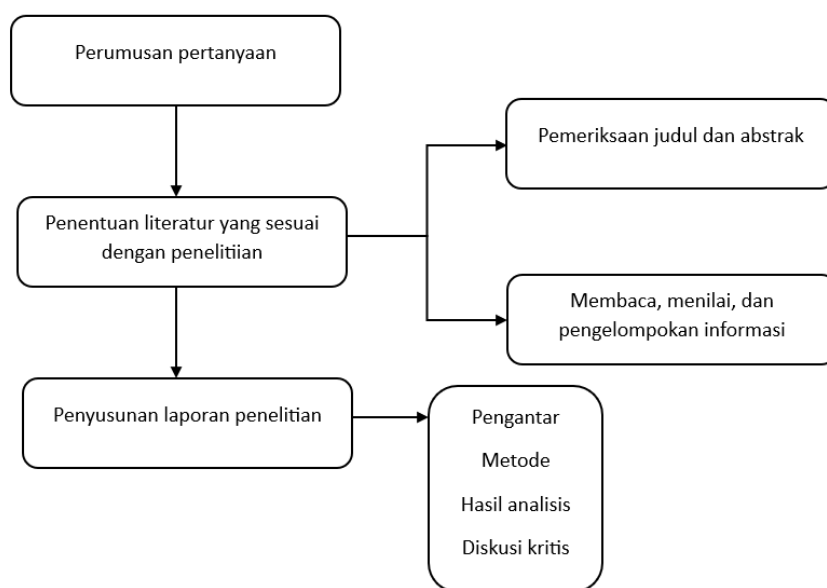
diterbitkan (Pillai & Kaushal, 2020). Tujuan utamanya adalah untuk mengidentifikasi kesenjangan penelitian, memperkuat dasar teori, serta menyediakan konteks bagi penelitian baru. Dalam studi literatur, peneliti menganalisis dan mengintegrasikan informasi yang diperoleh untuk merumuskan pertanyaan penelitian, hipotesis, dan kerangka konseptual yang jelas. Penelitian ini juga penting untuk memastikan bahwa penelitian baru didasarkan pada pengetahuan yang sudah ada, menghindari duplikasi, dan berkontribusi pada kemajuan ilmu pengetahuan secara umum (Habsy, 2017). Waktu penelitian dikerjakan mulai pada tanggal 1 Juli 2024 hingga 10 Juli 2024.

Langkah pertama dalam metode ini adalah merumuskan pertanyaan penelitian yang jelas dan spesifik, yang menjadi dasar dari seluruh proses penelitian. Pertanyaan penelitian ini harus dirancang sedemikian rupa sehingga dapat dijawab melalui analisis literatur yang ada. Setelah pertanyaan penelitian dirumuskan, peneliti menetapkan kriteria inklusi dan eksklusi yang digunakan untuk menentukan literatur mana yang relevan dan layak untuk dimasukkan dalam penelitian. Kriteria ini dapat mencakup aspek seperti rentang tahun publikasi, jenis studi, relevansi topik, dan kualitas metodologi (Adlini et al., 2022).

Selanjutnya, peneliti melakukan pencarian literatur secara sistematis. Proses ini melibatkan penggunaan berbagai database akademik, seperti PubMed, Scopus, dan Google Scholar, serta jurnal ilmiah, buku, dan sumber tepercaya lainnya. Peneliti harus menggunakan kata kunci yang tepat dan strategi pencarian yang efektif untuk memastikan cakupan yang komprehensif dari literatur yang ada. Pencarian literatur yang menyeluruh sangat penting untuk menghindari bias seleksi dan memastikan bahwa semua penelitian yang relevan telah diidentifikasi. Setelah literatur terkumpul, peneliti melakukan proses seleksi dan penyaringan untuk memastikan hanya studi yang memenuhi kriteria inklusi yang akan dianalisis lebih lanjut (Darmalaksana, 2020).

Proses seleksi ini melibatkan beberapa tahap, dimulai dengan pemeriksaan judul dan abstrak, diikuti dengan pembacaan penuh dari teks artikel yang dipilih. Peneliti kemudian membaca, menilai, dan mengelompokkan informasi berdasarkan tema atau topik yang relevan. Pengelompokan ini membantu dalam menyusun kerangka analisis yang terstruktur, yang memudahkan peneliti dalam mengidentifikasi pola, tren, dan kesenjangan dalam penelitian yang ada. Analisis literatur melibatkan sintesis informasi dari berbagai sumber untuk mengidentifikasi temuan-temuan kunci dan hubungan antar variabel yang telah diteliti. Peneliti juga melakukan evaluasi kritis terhadap metodologi, temuan, dan kesimpulan dari studi yang dianalisis, guna memastikan validitas dan reliabilitas hasil penelitian (Bakır & Aktas, 2022).

Setelah analisis selesai, peneliti menyusun laporan penelitian yang merangkum temuan utama. Laporan ini biasanya mencakup bagian pengantar yang menjelaskan latar belakang dan tujuan penelitian, metode yang digunakan dalam pencarian dan seleksi literatur, hasil analisis, dan diskusi kritis. Bagian diskusi berfokus pada interpretasi temuan, menghubungkan hasil studi dengan literatur yang ada, serta mengidentifikasi implikasi praktis dan teoritis dari temuan tersebut. Peneliti juga memberikan rekomendasi untuk penelitian lebih lanjut, yang dapat mencakup saran untuk metodologi yang lebih baik atau area penelitian yang kurang mendapat perhatian (Nurjaman et al., 2022).



Hasil dan pembahasan

1.1 Implikasi Elastisitas Permintaan terhadap Keputusan Harga

Memahami elastisitas permintaan memungkinkan perusahaan untuk membuat keputusan harga yang lebih efektif. Jika suatu produk memiliki permintaan yang inelastis, perusahaan dapat menaikkan harga tanpa khawatir kehilangan banyak pelanggan. Sebaliknya, jika permintaan elastis, perubahan harga yang kecil bisa menyebabkan perubahan besar dalam jumlah permintaan. Memahami elastisitas permintaan memungkinkan perusahaan untuk membuat keputusan harga yang lebih efektif (Li et al., 2023). Jika suatu produk memiliki permintaan yang inelastis, perusahaan dapat menaikkan harga tanpa khawatir kehilangan banyak pelanggan. Sebaliknya, jika permintaan elastis, perubahan harga yang kecil bisa menyebabkan perubahan besar dalam jumlah permintaan.

Penting juga bagi perusahaan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi elastisitas permintaan. Beberapa faktor utama termasuk ketersediaan substitusi, persentase pendapatan yang dihabiskan untuk barang tersebut, dan sejauh mana barang tersebut dianggap keperluan. Misalnya,

untuk produk yang memiliki banyak substitusi yang mudah diakses, konsumen akan lebih sensitif terhadap perubahan harga, sehingga permintaan cenderung lebih elastis (Andreyeva et al., 2010).

Faktor waktu juga memainkan peran krusial dalam elastisitas permintaan. Dalam jangka pendek, konsumen seringkali lebih sulit untuk mengubah perilaku pembelian mereka, sehingga permintaan cenderung lebih inelastis. Namun, dalam jangka panjang, mereka dapat menemukan alternatif atau menyesuaikan anggaran mereka, yang menyebabkan permintaan menjadi lebih elastis.

Memahami dinamika ini bukan hanya membantu dalam penetapan harga tetapi juga dalam strategi pemasaran dan perencanaan bisnis secara keseluruhan. Dengan mengantisipasi respons pasar terhadap perubahan harga, perusahaan dapat mengoptimalkan pendapatan dan meminimalkan risiko (Kravchyk, 2022). Oleh karena itu, analisis elastisitas permintaan menjadi alat yang penting dalam manajemen bisnis modern.

1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Elastisitas Permintaan

Elastisitas permintaan dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti ketersediaan barang substitusi, proporsi pendapatan yang dihabiskan untuk barang tersebut, dan durasi waktu. Misalnya, barang yang memiliki banyak substitusi cenderung memiliki elastisitas permintaan yang lebih tinggi. Selain itu, barang-barang yang mengambil bagian besar dari pendapatan konsumen biasanya juga lebih elastis. Fenomena ini terjadi karena konsumen lebih sensitif terhadap perubahan harga barang-barang yang membutuhkan pengeluaran besar (Miftahuddin, 2020). Satu faktor lain yang mempengaruhi elastisitas permintaan adalah durasi waktu. Dalam jangka pendek, permintaan cenderung lebih inelastis karena konsumen memerlukan waktu untuk menyesuaikan kebiasaan pembelian dan mencari alternatif lain.

Di sisi lain, dalam jangka panjang, konsumen memiliki waktu yang cukup untuk merespons perubahan harga dengan mencari barang substitusi yang lebih murah atau bahkan mengubah pola konsumsi secara keseluruhan. Hal ini menyebabkan elastisitas permintaan barang-barang tersebut menjadi lebih tinggi dalam jangka panjang.

Selain faktor-faktor ini, ada juga beberapa elemen lain yang perlu dipertimbangkan. Misalnya, barang-barang yang dikategorikan sebagai kebutuhan pokok biasanya lebih inelastis dibandingkan barang-barang mewah. Sebaliknya, barang-barang yang bersifat mewah atau non-esensial lebih rentan terhadap perubahan harga (Ali, 2022). Ini karena konsumen dapat

menunda pembelian atau mencari alternatif jika harga barang-barang mewah meningkat secara signifikan

Dengan memahami elastisitas permintaan, produsen dan pemasar dapat membuat keputusan yang lebih baik dalam hal penetapan harga dan strategi pemasaran. Misalnya, jika sebuah perusahaan mengetahui bahwa permintaan untuk produk mereka sangat elastis, mereka mungkin akan lebih berhati-hati dalam menaikkan harga agar tidak kehilangan pelanggan

1.3 Metode Mengukur Elastisitas Permintaan

Elastisitas permintaan dapat diukur melalui beberapa metode, termasuk metode titik dan metode busur. Metode titik mengukur elastisitas pada satu titik harga dan kuantitas, sedangkan metode busur mempertimbangkan perubahan harga dan kuantitas selama rentang yang tertentu. Penggunaan rumus koefisien elastisitas juga memainkan peran penting dalam analisis ini. Metode titik lebih cocok digunakan ketika perubahan harga relatif kecil, dan sering dianggap lebih sederhana untuk analisis cepat (Mahyuddin & Zain, 2010).

Di sisi lain, metode busur lebih tepat dan berguna dalam analisis yang melibatkan perubahan harga yang cukup signifikan. Misalnya, perubahan harga yang disebabkan oleh faktor eksternal seperti kebijakan pemerintah atau fluktuasi pasar global (Anjani et al., 2023). Selain metode di atas, elastisitas permintaan juga dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor lain seperti jenis barang, waktu, dan substitusi barang. Barang-barang esensial seperti beras dan bahan bakar biasanya memiliki elastisitas yang rendah karena permintaan terhadap barang-barang tersebut cenderung tetap tinggi meskipun harga naik. Sebaliknya, barang-barang mewah seperti perhiasan atau kendaraan mewah biasanya memiliki elastisitas yang tinggi karena permintaan terhadap barang-barang tersebut lebih sensitif terhadap perubahan harga. Waktu juga memegang peran penting dalam elastisitas permintaan (Heriswanto & Membaka, 2022).

Dalam jangka pendek, konsumen mungkin lebih sulit mengubah kebiasaan konsumsi mereka, sehingga elastisitas cenderung lebih rendah. Namun, dalam jangka panjang, konsumen memiliki lebih banyak waktu untuk menyesuaikan diri, mencari alternatif, atau mengubah kebiasaan konsumsi mereka, sehingga elastisitas cenderung lebih tinggi. Selain itu, adanya barang substitusi juga sangat mempengaruhi elastisitas permintaan. Jika terdapat banyak substitusi yang mudah didapatkan, maka permintaan akan lebih elastis. Sebaliknya, jika tidak banyak pilihan substitusi, permintaan barang tersebut akan cenderung inelastis. Secara keseluruhan, memahami elastisitas permintaan sangat penting

bagi produsen dan analis ekonomi untuk merencanakan strategi harga dan produksi yang lebih efektif. Dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi elastisitas, mereka dapat membuat keputusan yang lebih baik terkait penetapan harga, produksi, dan kebijakan pemasaran

1.4 Strategi Penentuan Harga Berdasarkan Elastisitas Permintaan

Perusahaan bisa menerapkan berbagai strategi harga berdasarkan analisis elastisitas permintaan. Strategi seperti harga diskriminatif, bundling, dan promosi harga dapat disesuaikan untuk memaksimalkan pendapatan. Dengan mengetahui elastisitas, manajer dapat menentukan harga yang paling cocok untuk menarik keuntungan maksimal sambil mempertahankan kesetiaan pelanggan. Pentingnya analisis elastisitas permintaan tidak hanya terbatas pada penetapan harga saja. Manajer perusahaan juga bisa menggunakan informasi ini untuk merancang kampanye pemasaran yang lebih efektif (Amanah, 2010).

Dengan membuat simulasi berdasarkan berbagai tingkat elastisitas, perusahaan bisa lebih siap menghadapi fluktuasi pasar dan menjaga stabilitas keuangan. Penggunaan analisis elastisitas juga dapat merambah ke bidang lain seperti pengembangan produk baru. Dengan memahami bagaimana perubahan harga mempengaruhi permintaan, perusahaan bisa merancang produk yang tidak hanya menarik bagi konsumen tetapi juga memberikan margin keuntungan yang lebih tinggi. Ini terutama penting dalam industri yang kompetitif di mana inovasi produk bisa menjadi kunci keberhasilan. Di sisi lain, analisis elastisitas juga membantu dalam segmentasi pasar yang lebih baik.

Dengan mengetahui bagaimana berbagai segmen pasar merespons perubahan harga, perusahaan dapat menargetkan promosi dan penawaran khusus ke segmen yang tepat, homogen. Misalnya, segmen pasar yang lebih sensitif terhadap harga bisa diberikan diskon atau program keanggotaan, sementara segmen pasar yang tidak terlalu sensitif bisa ditawarkan produk atau layanan premium dengan harga yang lebih tinggi. Dalam jangka panjang, pemanfaatan analisis elastisitas permintaan bisa menjadi pilar utama dalam membangun strategi bisnis yang berkelanjutan. Ini akan membantu perusahaan tidak hanya dalam bertahan, tetapi juga berkembang di berbagai kondisi ekonomi

1.5 Dampak Perubahan Kondisi Pasar pada Elastisitas Permintaan

Kondisi pasar yang berbeda, seperti perubahan dalam pendapatan konsumen atau kebijakan pemerintah, dapat mempengaruhi elastisitas permintaan (Maulana et al., 2021). Misalnya, peningkatan pendapatan konsumen cenderung menurunkan elastisitas permintaan untuk barang-barang normal, sementara kebijakan pajak yang baru bisa meningkatkan

elastisitas permintaan untuk barang-barang mewah Selain itu, elastisitas permintaan juga dapat terpengaruh oleh faktor-faktor lain seperti substitusi barang dan preferensi konsumen. Misalnya, jika ada peningkatan ketersediaan barang substitusi yang lebih murah, elastisitas permintaan untuk barang asli mungkin akan meningkat karena konsumen memiliki lebih banyak pilihan. Di sisi lain, preferensi konsumen yang berubah akibat tren atau kampanye pemasaran juga bisa mengubah elastisitas permintaan. Lebih jauh lagi, perubahan dalam teknologi produksi juga bisa berdampak pada elastisitas permintaan. Dengan teknologi yang lebih efisien, produsen dapat menurunkan harga, yang pada gilirannya mempengaruhi elastisitas permintaan. Faktor-faktor ini menunjukkan betapa kompleksnya dinamika pasar dan pentingnya analisis yang detil untuk memahami bagaimana berbagai elemen dapat saling mempengaruhi

Penutup

Dapat disimpulkan bahwa pemahaman terhadap konsep ini sangat penting bagi perusahaan dalam membuat keputusan harga yang strategis. Perusahaan dapat meningkatkan pendapatan dengan menaikkan harga jika permintaan bersifat inelastis atau sebaliknya, dapat mempertahankan atau meningkatkan pangsa pasar dengan menurunkan harga jika permintaan elastis. Faktor-faktor seperti ketersediaan barang substitusi, proporsi pendapatan yang dihabiskan untuk barang tertentu, dan jangka waktu yang diberikan kepada konsumen untuk merespons perubahan harga memainkan peran kunci dalam menentukan elastisitas permintaan.

Selain itu, elastisitas permintaan juga memiliki implikasi luas terhadap strategi pemasaran dan perencanaan bisnis, di mana perusahaan perlu mengantisipasi respons pasar terhadap perubahan harga untuk mengoptimalkan pendapatan dan meminimalkan risiko. Dengan demikian, analisis elastisitas permintaan bukan hanya penting dalam penetapan harga, tetapi juga dalam pengembangan produk, segmentasi pasar, dan perancangan kampanye pemasaran yang lebih efektif.

Di era digital, teknologi dan data analitik penting dalam memahami elastisitas permintaan. Alat analisis data membantu perusahaan menangkap pola pembelian dan merespon perubahan perilaku konsumen untuk mengoptimalkan strategi harga. Monitoring dan evaluasi strategi pricing yang berkelanjutan penting mengingat perubahan elastisitas akibat faktor eksternal. Pemahaman elastisitas permintaan mendukung keputusan harga, inovasi, dan pertumbuhan, mencapai keseimbangan antara profitabilitas dan kepuasan pelanggan, serta memperkuat posisi di pasar

Saran

Perusahaan perlu fokus pada pemahaman mendalam tentang elastisitas permintaan untuk membuat keputusan harga yang lebih cerdas. Faktor-faktor seperti ketersediaan barang substitusi, proporsi pendapatan yang dihabiskan, dan durasi waktu harus dianalisis dengan cermat. Dalam jangka pendek, permintaan cenderung lebih inelastis, namun bisa lebih elastis dalam jangka panjang seiring konsumen menyesuaikan kebiasaan pembelian mereka. Metode pengukuran elastisitas, baik metode titik maupun busur, harus disesuaikan dengan konteks perubahan harga yang dihadapi. Selain itu, perusahaan juga harus mempertimbangkan dampak perubahan kondisi pasar seperti kebijakan pemerintah dan perubahan teknologi produksi terhadap elastisitas permintaan. Dengan strategi harga yang tepat, analisis data yang mendalam, serta pemantauan berkelanjutan terhadap faktor eksternal, perusahaan dapat mengoptimalkan pendapatan, meningkatkan pangsa pasar, dan menjaga daya saing di pasar yang dinamis.

Daftar Pustaka

- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 6(1), 974–980. <https://doi.org/10.33487/edumaspul.v6i1.3394>
- Ali, N. N. (2022). *Teori Elastisitas Permintaan dan Penawaran*. OSF.
<https://doi.org/10.31219/osf.io/tkp9z>
- Amanah, D. (2010). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Majestyk Bakery & Cake Shop Cabang H.M. Yamin Medan. *Jurnal Keuangan & Bisnis*, 2, 71–87. <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/HNGVJ>
- Andreyeva, T., Long, M. W., & Brownell, K. D. (2010). The Impact of Food Prices on Consumption: A Systematic Review of Research on the Price Elasticity of Demand for Food. *American Journal of Public Health*, 100(2), 216–222.
<https://doi.org/10.2105/AJPH.2008.151415>
- Anjani, N. K. G., Soerdato, T., & Syah, M. A. (2023). Persepsi Petani Terhadap Elastisitas Permintaan Bunga Potong Krisan. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(2), Article 2. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i2.5661>

- Battiti, R., Brunato, M., & Battiti. (2023). Pragmatic Estimation of the Elasticity of Demand in Hospitality From Noisy Reservations. *Transactions on Machine Learning and Artificial Intelligence*, 11(3). <https://doi.org/10.14738/tecs.113.14739>
- Heriswanto, H., & Membaka, R. A. K. (2022). ANALISIS ELASTISITAS PERMINTAAN PRODUK TEMPE DI KELURAHAN SENDANG MULYASARI KECAMATAN TONGAUNA KABUPATEN KONAWE. *Jurnal GeoEkonomi*, 13(1), Article 1. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v13i1.174>
- Kravchyk, Y. (2022). Justification of the Marketing Strategy of the Business Plan of the Enterprise. *Scientific Bulletin of the National Academy of Statistics, Accounting and Audit*, 3–4, Article 3–4. <https://doi.org/10.31767/nasoa.3-4-2022.07>
- Li, Y., Shao, M., Sun, L., Wang, X., & Song, S. (2023). Research on Demand Price Elasticity Based on Expressway ETC Data: A Case Study of Shanghai, China. *Sustainability*, 15(5), 4379. <https://doi.org/10.3390/su15054379>
- Mahyuddin, nFN, & Zain, M. M. (2010). Elastisitas Permintaan Tenaga Kerja Dan Kekakuan Upah Riil Sektoral Di Sulawesi Selatan. *Jurnal Agro Ekonomi*, 28(2), 113–132. <https://doi.org/10.21082/jae.v28n2.2010.113-132>
- Maulana, A., Fahriansah, & Safarida, N. (2021). Analisis Tingkat Elastisitas Permintaan dan Penawaran Ayam Potong Di Pasar Kota Langsa. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 173–198. <https://doi.org/10.32505/jim.v3i2.3482>
- Miftahuddin, L. (2020). ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN CABAI RAWIT MERAH (*Capsicum frutescens L.*) TINGKAT RUMAH TANGGA DI KABUPATEN SEMARANG [Other, Program Studi : S1 Agribisnis Departemen pertanian]. <http://eprints.undip.ac.id/80391/>
- Prediansya, M. A. W. (2020). ELASTISITAS PERMINTAAN PENGARUH PERUBAHAN HARGA PERMINTAAN TERHADAP KEBUTUHAN

HANDSANITIZER AKIBAT TERJADINYA COVID-19. *ELASTISITAS
PERMINTAAN PENGARUH PERUBAHAN HARGA PERMINTAAN TERHADAP
KEBUTUHAN HANDSANITIZER AKIBAT TERJADINYA COVID-19.*

<https://eprints.umsida.ac.id/7058/>