

**PENGARUH CC MOBIL DAN KENAIKAN HARGA BBM TERHADAP DAYA BELI  
MASYARAKAT DI KABUPATEN GROBOGAN**

**Geofanny Thaufik Nowyhan<sup>1</sup>, Sriyanto<sup>2</sup>**  
**STIE Atma Bhakti Surakarta**  
**sriyanto@gmail.com**

---

***Info Artikel***

*Masuk: 17/01/2023*  
*Revisi: 18/01/2023*  
*Diterima: 19/01/2023*  
*Terbit: 27/01/2023*

***Keywords:***

*car cc, price, purchasing power*

***Kata kunci:***

*mobil, harga, daya beli*

*P-ISSN: 2550-0171*  
*E-ISSN: 2580-5019*  
*DOI : 10.33061*

---

***Abstract***

*This research aims to examine empirically the effects of car cc and fuel price increases on people's purchasing power, both partial and simultaneous tests. 100 people from Grobogan Regency were used as samples. All data from this research construct were collected via a questionnaire. From the collected data, all construct items have fulfilled the validity and reliability tests. Multiple regression is used as a data analyze technique. Research has drawn several conclusions (1) car cc has a significant effect on purchasing power. (2) the increase in fuel prices has a significant effect on purchasing power. (3) car cc and fuel price increases simultaneously have a significant effect on purchasing power.*

---

***Abstrak***

Riset ini memiliki tujuan untuk mengkaji secara empiris efek dari cc mobil dan kenaikan harga BBM pada daya beli masyarakat baik pengujian partial dan serempak. 100 masyarakat Kabupaten Grobogan dipakai sebagai sampel. Seluruh data dari konstruk riset ini dikumpulkan via kuesioner. Dari data terkumpul, item seluruh konstruk telah memenuhi validty dan reliability test. Regresi ganda dipakai sebagai teknik data analyze. Riset memperoleh beberapa simpulan (1) cc mobil memiliki efek signifikan pada daya beli. (2) kenaikan harga BBM memiliki efek signifikan pada daya beli. (3) cc mobil dan kenaikan harga BBM secara serempak memiliki efek signifikan pada daya beli.

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Daya beli dalam aktivitas perusahaan sebagai suatu faktor penentu kesuksesan bisnis, namun di bagian lain hal tersebut juga hal penting bagi individu ataupun kelompok, dan masyarakat sebagai penentu terpenuhinya kebutuhan. Dalam aktivitas keseharian manusia akan senantiasa memenuhi kebutuhannya melalui pembelian pada suatu barang ataupun jasa. Prayuda & Sasongko (2013) berpandangan, daya beli sebagai suatu potensi individu untuk memutuskan pembelian barang atau jasa, didasari maksud sebagai pemenuhan kebutuhannya.

Dalam lingkup makro Panjaitan & Wardoyo (2016) menegaskan, daya beli dikaitkan dengan suatu pengeluaran. Selain itu juga berhubungan dengan factor harga ataupun tingkat pendapatan. Bagi masyarakat dengan pendapatan rendah ada kecenderungan mengkonsumsi barang dengan harga relative rendah dan jumlahnya relative lebih sedikit, hal ini menunjukkan bahwa masyarakat bawah cenderung memiliki daya beli rendah. Konsumsi tersebut sebagai aktivitas pengeluaran biaya untuk memenuhi kebutuhannya sehari-hari.

Pertambahan jumlah penduduk yang terus mengalami peningkatan, menimbulkan berbagai dampak terhadap aspek kehidupan manusia. Salah satu aspek yang cukup terpengaruh adalah kendaraan roda empat sebagai sarana transportasi untuk menunjang kebutuhan hidup. Demikian halnya peningkatan jumlah penduduk di Kabupaten Grobogan juga berakibat pada meningkatnya kebutuhan penggunaan mobil sebagai sarana untuk menunjang aktivitas setiap sehari-hari.

Daya beli masyarakat membeli mobil dipengaruhi oleh berbagai faktor diantaranya adalah variasi ukuran CC mobil. Wicaksono (2022) berpandangan, CC (*Cubicle Centimeter*) terkait kapasitas mesin yang bermula dari proses kerja piston, letaknya pada silinder mesin pembakaran dengan satuan  $\text{cm}^3$ . Semakin besar cc mobil, penggunaan bahan bakar ada kecenderungan lebih boros, dikarenakan isi silinder diameter cenderung lebih besar.

Sebelum membeli mobil, variasi ukuran CC mobil sering dijadikan pertimbangan masyarakat, dimana pilihan pada cc besar cenderung lebih boros

bahan bakar disbanding cc kecil. Kotler & Keller (2010) berpendapat, variasi dari suatu produk bias berupa ukuran dari yang paling kecil hingga paling besar. Riset sebelumnya Saraswati dkk (2021); Siregar (2022) variasi produk memiliki efek signifikan terhadap daya beli konsumen. Dengan mempertimbangkan tingkat pendapatan masyarakat dan preferensi (kesukaan), variasi ukuran CC mobil akan turut mempengaruhi tinggi rendahnya daya beli masyarakat.

Berawal dari pandangan semakin besarnya cc mobil berdampak pada borosnya penggunaan bahan bakar sehingga bisa saja terjadi daya beli masyarakat semakin rendah. Untuk membuktikannya, riset ini bertujuan menganalisis apakah cc mobil memiliki efek pada daya beli masyarakat di Kabupaten Grobogan.

Harga juga turut mempengaruhi daya beli masyarakat (Nainggolan, 2019). Adanya kenaikan harga dapat mempengaruhi konsumen dalam membeli suatu barang/produk. Seperti dinyatakan pada hukum permintaan, jika harga barang semakin rendah akibatnya permintaan akan makin banyak. Namun jika harga barang semakin tinggi akibatnya permintaan akan makin sedikit (Sukirno, 2013).

Kenaikan harga Bahan Bakar Minyak (BBM) sering terjadi di berbagai negara, termasuk Indonesia. Fenomena di Indonesia baru-baru ini terjadi kenaikan harga BBM bersubsidi dan nonsubsidi sejak 3 September 2022 (Nurfida, 2022). Hubungan kenaikan harga BBM dengan daya beli masyarakat berdasarkan hukum permintaan, semakin tinggi harga BBM maka makin akan sedikit permintaan terhadap barang tersebut sehingga daya beli masyarakat menurun. Untuk membuktikannya, riset ini bertujuan menganalisis apakah kenaikan harga BBM memiliki efek pada daya beli masyarakat di Kabupaten Grobogan. Riset sebelumnya Yustiawan (2016); Supriadi (2013) harga berpengaruh signifikan terhadap daya beli konsumen. Riset Pomantow dkk (2019); Pigome dkk (2016) kenaikan harga BBM Pertalite berpengaruh signifikan terhadap daya beli masyarakat.

Berdasarkan fenomena dan hasil penelitian sebelumnya, permasalahan dalam penelitian ini apakah cc mobil dan kenaikan harga BBM berpengaruh terhadap daya beli masyarakat di Kabupaten Grobogan.

## **Tujuan**

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang ada, tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh cc mobil dan terhadap daya beli masyarakat di Kabupaten Grobogan.
2. Untuk mengetahui pengaruh kenaikan harga BBM terhadap daya beli masyarakat di Kabupaten Grobogan.

## **Luaran**

Penelitian yang telah dilakukan ini memiliki target luaran, diantaranya:

1. Memberikan pengetahuan dan informasi riil mengenai variasi cc mobil dan kenaikan BBM yang akan turut mempengaruhi daya beli masyarakat.
2. Jurnal hasil penelitian
3. Seminar hasil penelitian.

## **TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### **Landasan Teori**

#### **1. Daya Beli Masyarakat**

Suatu barang yang diperoleh guna memenuhi kebutuhan bersifat heterogen, karena adanya perbedaan perilaku untuk mendapatkannya. Daya beli dapat merujuk pada suatu potensi mendapatkan produk bias laanan ataupun barang hingga terpenuhinya kebutuhan dalam hidup setiap hari, hal ini bisa terjadi pada perorangan, ataupun masyarakat (Mowen & Minor, 2002).

#### **2. CC Mobil**

Suatu pertimbangan dalam membelanjakan untuk mendapatkan produk akan diawali dengan suatu pemikiran dan plihan, misalnya produk mobil. *Cubicle centimetre* menekankan kapasitas suatu mesin dengan ketersediaan variasi ukuran, besar kecilnya ukuran dipertimbangkan karena memiliki efek pada penggunaan irit atau boros bahan bakar, sedangkan satuannya dalam  $\text{cm}^3$  (Wicaksono, 2012).

#### **3. Variasi Produk**

Produk beragam di pasaran menjadi pilihan konsumen sebelum mereka membelinya, variasi bisa menyangkut produk berbagai ukuran. Dari ketersediaan

variasi/aneka produk akan menjadi pilihan konsumen menurut yang disukai sehingga mendorong timbulnya pembelian (Indrasari, 2019).

#### **4. Harga**

Harga bisa menjadi pertimbangan penting pembeli, dalam pandangan umum murahnya barang lebih memicu permintaan yang meningkat. Kotler & Amstrong (2013) memberi batasan harga pada pengeluaran dari jumlah uang dengan tujuan memperoleh kepemilikan suatu produk maupun suatu jasa.

#### **Pengembangan Hipotesis**

Temuan Saraswati dkk (2021); Siregar (2022) mengkonfirmasi adanya link positif variasi produk pada daya beli. Dibagian lain, Yustiawan (2016); Supriadi (2013) mengkonfirmasi adanya link positif harga pada daya beli. Kedua konstruk yang diteliti dalam penelitian ini diduga akan mempengaruhi daya beli masyarakat di Kab. Grobogan. Pengajuan hipotesis:

H<sub>1</sub> : CC mobil berpengaruh terhadap daya beli masyarakat

H<sub>2</sub> : Kenakan harga BBM berpengaruh terhadap daya beli masyarakat

H<sub>3</sub> : CC mobil dan kenakan harga BBM berpengaruh secara simultan terhadap daya beli masyarakat

#### **METODE PENELITIAN**

Riset ini memakai descriptive kuantitatif sebagai metode penelitian. Populasi semua masyarakat Kab. Grobogan, sampel diambil 100 secara purposive. Semua item konstruk diuji kualitasnya melalui validity dan reliabiliti test. Linier Regresion sebagai alat analisis, dan uji prasarata dilakukan sebelumnya hingga model dikatakan *BLUE* yang menunjuk bebas dari masalah.

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

##### **Uji Instrumen**

Dari item konstruk semuanya melalui olah data dan teruji validity maupun reliability, dibuktikan dari output olahan data SPSS 24.

Tabel 1

### Validity tes

Item	r-hit X1	r-hit X2	r-hit X	r-tab
1	0,891	0,914	0,953	
2	0,914	0,916	0,908	
3	0,816	0,887	0,902	0,195
4	0,895	0,921	0,898	
5			0,905	
6			0,906	

Semua konstruk (variabel prediktor) dan variabel dependen, seperti table 1 telah memenuhi kualitas data dalam hal validity instrumen ( $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ ).

Tabel 2  
Uji Reliability

Variabel	Alpha	Standar
X1	0,902	
X2	0,930	0,6
Y	0,960	

Dari hasil diatas, dinyatakan seluruh konstruk ini sudah memenuhi kehandalan atau reliability instrumen, terlihat alpha lebih besar standard ditetapkan oleh peneliti sebesar 0,6.

### Uji Asumsi Klasik

Asumsi yang mempersyaratkan suatu model dari riset ini dapat terpenuhi secara BLUE. Indikasinya, model tidak bias karena resiudalnya normal. Model terbebas juga dari korelasi antar prediktor, hasil uji lain juga seluruh prediktor tidak memberika efek signifikan pada residual absolut sehingga bebas dari bias *heterocedastisity*. Bukti dari olahan SPSS bias dilihat sebagai berikut.

Tabel 3  
Asumption tes Model

Asumption tes	Hasil	Kesimpulan
Normalitas	$p\text{ value } (0,477) > 0,05$	Residual normal
Multikolinieritas	$Tolerance\ 0,993; 0,993 > 0,1$ $VIF\ (1,007; 1,007)$	Bebas multikolinieritas

Heteroskedastisitas	$p \text{ value } (0,160; 0,812) > 0,05$	Bebas Heteroskedastisitas
---------------------	--	------------------------------

### Pengujian Hipotesis

Untuk selanjutnya tahap analisis data, kelanjutnya dilakukan testing setiap hipotesa melalui hasil olahan SPSS seperti berikut.

Tabel 4  
Regresi Linier Berganda Analysis

Variabel Independen	<i>Standardized Coefficients</i>	t-hitung	Sig.
Konstanta	7,317		
X1	0,335	3,892	0,000
X2	0,390	4,526	0,000
F hitung		19,413	0,000
Adjusted R <sup>2</sup>		0,271	

*Adjusted R<sup>2</sup>* 0,217 mengindikasikan semua prediktor ini memiliki kontribusi pada daya beli 21,7 lalu sisanya dijelaskan factor-factor lain. Faktor lain yang dimaksud bisa berupa pendapatan, rate SBI dan factor-faktor lainnya.

Uji hipotesis:

1. CC mobil berpengaruh signifikan terhadap daya beli masyarakat,  $\text{Sig. } t\text{-test} < 0,05$  (H1 diterima). Selain itu parameter yang dihasilkan tandanya positif, jika cc mobil semakin besar maka daya beli masyarakat juga akan meningkat.
2. Kenaikan harga BBM berpengaruh signifikan terhadap daya beli masyarakat,  $\text{Sig. } t\text{-test} < 0,05$  (H2 diterima). Selain itu parameter yang dihasilkan tandanya positif, jika kenaikan harga BBM semakin tinggi maka daya beli masyarakat juga akan meningkat.
3. Secara bersama cc mobil dan kenaikan harga BBM memiliki efek signifikan pada daya beli,  $\text{Sig. } F\text{-test} < 0,05$  (H3 diterima). Secara holistik dari dua predictor yang diteliti jika menunjukkan peningkatan, maka daya beli juga akan semakin meningkat.

## **Pembahasan**

Temuan riset ini cc mobil memiliki pengaruh signifikan pada daya beli masyarakat, bukti statistic  $p (0,000) < 0,05$ . Dari temuan ini, masyarakat dihadapkan pada berbagai variasi ukuran cc mobil yang dapat mendorong timbulnya daya beli. Seperti Kotler dan Keller (2010) variasi menyangkut ukuran produk sedangkan teori Mowen & Minor (2002), daya beli suatu kemampuan masyarakat untuk mendapatkan barang sebagai pemenuhan kebutuhan.

Dalam penelitian ini semakin tinggi cc mobil, masyarakat di Kabupaten Grobogan akan tetap membeli dengan pertimbangan berbagai faktor yaitu (1) masyarakat membutuhkan kecepatan dalam memenuhi kebutuhan transportasi sehingga memerlukan kapasitas silinder mesin dengan cc besar. (2) kapasitas mesin cc besar bermanfaat bagi masyarakat di perbukitan atau pegunungan yang melewati medan penuh tanjakan (3) ketersediaan pendapatan masyarakat untuk membeli cc mobil ukuran besar. (4) pengaruh promosi iklan dari produsen yang menawarkan keunggulan fitur mobil dengan cc besar. Temuan riset ini, kemampuan daya beli masyarakat dengan tingkat pendapatan yang relatif rendah lebih mempertimbangkan besarnya pendapatan untuk membelanjakan uangnya, sehingga ada kecenderungan masyarakat memilih cc mobil ukuran kecil. Dengan mempertimbangkan tingkat pendapatan masyarakat dan preferensi, variasi ukuran CC mobil turut mempengaruhi tinggi rendahnya daya beli masyarakat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kenaikan harga BBM berpengaruh signifikan terhadap daya beli masyarakat di Kabupaten Grobogan. Hasil ini dibuktikan dari perhitungan uji t dengan nilai signifikansi  $(0,000) < 0,05$ , berarti semakin tinggi kenaikan harga BBM maka daya beli masyarakat akan semakin tinggi.

Sukirno (2013) memperjelas, kenaikan harga salah satu hal yang mempengaruhi pembelian barang dan dari hukum permintaan semakin rendah harga makin banyak permintaan. Riset ini, kenaikan harga BBM berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya beli masyarakat di Kabupaten Grobogan. Implikasinya dari hasil temuan penelitian ini, meskipun terjadi kenaikan harga

BBM pada 3 September 2022, masyarakat tetap akan membeli sehingga permintaan BBM oleh masyarakat akan tetap meningkat.

Kondisi ini dapat terjadi karena (1) bahan bakar minyak (BBM) telah menjadi kebutuhan utama masyarakat dalam mendukung sarana transportasi setiap hari. (2) kenaikan harga BBM merupakan kebijakan pemerintah, sehingga meskipun banyak reaksi penolakan kenaikan harga BBM namun masyarakat tetap akan membeli.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

Terdapat efek signifikan cc mobil dan kenaikan harga BBM pada daya beli masyarakat di Kabupaten Grobogan terbukti secara parsial maupun bersama. Temuan ini konsisten dengan riset sebelumnya, semua prediktor memiliki link positif pada daya beli.

Masyarakat dalam memilih variasi ukuran cc mobil hendaknya tetap mempertimbangkan kebutuhan, manfaat, dan tingkat pendapatan yang dimiliki sehingga akan menghasilkan keputusan pembelian yang tepat. Dalam mewujudkan kesejahteraan dan kestabilan perekonomian, Pemerintah diharapkan meningkatkan daya beli masyarakat melalui kebijakan harga BBM yang tidak membebani masyarakat menengah ke bawah.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Indrasari, Meithiana. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kotler, P., dan Keller, K. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Alih Bahasa Bob Sabran. Edisi 13, jilid 2. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2013). *Dasar-dasar Pemasaran, Edisi Kesembilan Jilid 1*. Indeks, Jakarta.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*, edisi Kelima, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Nainggolan, E. M. S. (2019). Pengaruh Merek dan Iklan Terhadap Daya Beli Konsumen di PT.Indiko Trading COY Krakatau Medan (Studi kasus pada

konsumen Honda yang membeli unit CB150 ). *Mutiara Manajemen*, 4, 371-379.

Panjaitan, M., & Wardoyo W. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Inflasi Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 21(3), 72-84.

Pomantow, R. A. P., Willem J. F. A. Tumbuan, dan Sjendry S. R. Loindong. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Daya Beli Bahan Bakar Jenis Pertalite (Studi Pada Konsumen PT. Pertamina (Persero) Manado). *Jurnal Emba*, 7(1), 521-530.

Prayuda, & Sasongko. (2013). Variabel-Variabel Yang Mempengaruhi Kemampuan Daya Beli Rumah (Studi Pada PT. Jamsostek, Kota Malang), *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 1(1), 1-11.

Sukirno, Sadono.(2013). *MikroEkonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga*. Jakarta: Rajawali Pers.

Supriadi, V. (2013). Kualitas Produk, Merek, Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Daya Beli Konsumen Konsumen Pada Percetakan Mitra Card Di Manado. *Jurnal EMBA.*, 1(4), 831-840.

Yustiawan, O. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Daya Beli Konsumen Honda Vario. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. 5(2), 1-12.

*Website :*

Nurfida, Rahmah. (2022). *Resmi Naik! Ini Daftar Terbaru Harga BBM Pertamina September 2022*. Diupload: 4 September 2022.  
<https://ekonomi.bisnis.com/read/20220904/44/1573854/resmi-naik-ini-daftar-terbaru-harga-bbm-pertamina-september-2022>

Wicaksono, Yogi. (2012). *Mengenal Apa Itu CC Mobil dan Cara Menghitungnya*. Diupload: 17 Januari 2022. <https://lifepal.co.id/media/cc-mobil/>