



Eri Febriani¹

PENGARUH INFLASI TERHADAP ELASTISITAS PERMINTAAN DAN DAYA BELI MASYARAKAT (STUDI KASUS: UMKM KOTA BANDUNG)

Eri Febriani¹

¹Akuntansi, Politeknik ICB Pajajaran, Bandung, Indonesia

erifebriani@poljan.ac.id¹

Abstract

The sustainability of MSMEs also contributes to the local economy, however these MSMEs often face challenges related to people's purchasing power which is influenced by increasing inflation. The aim of this research is to analyze the effect of inflation on the elasticity of demand and people's purchasing power. The research method uses a descriptive qualitative approach by collecting data through interviews (involving 15 MSME owners in the food and beverage sector in Bandung City, selected by purposive sampling) and observation. Data analysis uses interactive qualitative analysis models with stages of data collection, data reduction, data presentation and drawing conclusions. The research results show that inflation has an impact on reducing consumer purchasing power in the city of Bandung. MSME owners realize that inflation has a big influence on the elasticity of demand and people's purchasing power. However, they face challenges in maintaining stable demand amidst price fluctuations. In the city of Bandung, the impact of inflation and decreasing purchasing power can be seen from changes in people's consumption patterns, who are becoming more selective, choosing more economical products, reducing the frequency of purchases, and switching to online shopping to get more competitive prices.

Keywords: Inflation; Elasticity of Demand; Purchasing power

Abstrak

Keberlangsungan UMKM turut berkontribusi dalam perekonomian lokal, namun UMKM ini seringkali menghadapi tantangan terkait daya beli masyarakat yang dipengaruhi oleh inflasi yang semakin naik. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis pengaruh inflasi terhadap elastisitas permintaan dan daya beli masyarakat. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan pengambilan data melalui wawancara (melibatkan 15 pemilik UMKM sektor makanan dan minuman di Kota Bandung, yang dipilih secara *purposive sampling*) dan observasi. Analisis data menggunakan analisis kualitatif model interaktif dengan tahapan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inflasi memiliki dampak penurunan daya beli konsumen di Kota Bandung. Pemilik UMKM menyadari bahwa inflasi memiliki pengaruh besar terhadap elastisitas permintaan dan daya beli masyarakat. Namun, mereka menghadapi tantangan dalam menjaga kestabilan permintaan di tengah fluktuasi harga. Di Kota Bandung, dampak inflasi dan penurunan daya beli terlihat dari perubahan pola konsumsi masyarakat yang menjadi lebih selektif, memilih produk yang lebih ekonomis, mengurangi frekuensi pembelian, serta beralih ke belanja daring untuk mendapatkan harga yang lebih kompetitif.



Keywords: Inflasi; Elastisitas Permintaan; Daya Beli

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan bisnis berskala kecil yang dimiliki oleh individu, rumah tangga, atau badan usaha. UMKM berperan penting dalam perekonomian masyarakat dan menjadi sumber penghasilan bagi sebagian besar penduduk Indonesia. Tingkat inflasi yang tinggi dan tidak stabilnya ekonomi suatu negara merupakan cerminan dari ketidak stabilan perekonomian suatu negara yang berakibat pada naiknya harga barang dan jasa secara terus menerus dan menyebabkan penurunan omset pendapatan UMKM. Hal ini dapat terjadi karena menurunya daya beli konsumen yang disebabkan oleh naiknya harga barang dan jasa sehingga daya beli konsumen cenderung menurun. Semakin tinggi tingkat inflasi, maka semakin rendah daya beli masyarakat, dan sebaliknya semakin rendah tingkat inflasi, maka semakin tinggi daya beli masyarakat.

KAJIAN PUSTAKA

Perilaku konsumen merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Untuk produk dengan harga jual rendah (low-involvement), keputusan pembelian biasanya dibuat dengan cepat dan mudah. Sebaliknya, untuk produk dengan harga jual tinggi (high-involvement), konsumen cenderung mempertimbangkan berbagai aspek sebelum memutuskan untuk membeli. Teori ini juga digunakan dalam analisis kurva permintaan. Pada dasarnya, teori perilaku konsumen berusaha memahami alasan di balik tindakan konsumen sebagaimana dijelaskan dalam hukum permintaan. Oleh karena itu, teori ini menjelaskan dua hal utama: alasan konsumen

cenderung membeli lebih banyak barang saat harga rendah dan mengurangi pembelian ketika harga naik, serta bagaimana konsumen menentukan jumlah serta kombinasi barang yang akan dibeli berdasarkan pendapatannya.

Inflasi merupakan kecenderungan meningkatnya harga barang dan jasa secara berkelanjutan dalam periode tertentu. Menurut Bank Indonesia, inflasi terjadi ketika kenaikan harga tidak hanya terbatas pada beberapa barang atau jasa, tetapi meluas dan memengaruhi berbagai sektor ekonomi. Kondisi ini menunjukkan bahwa hampir seluruh sektor, termasuk kebutuhan pokok dan barang konsumsi lainnya, terdampak. Sebagai ilustrasi, jika harga bahan baku atau energi meningkat, maka biaya produksi barang yang bergantung pada kedua faktor tersebut juga ikut naik, sehingga mendorong kenaikan harga secara keseluruhan.

Elastisitas permintaan adalah konsep penting dalam ekonomi yang mengukur sejauh mana perubahan harga suatu barang atau jasa akan mempengaruhi jumlah permintaan terhadap barang atau jasa tersebut. Konsep ini pertama kali dikemukakan oleh Alfred Marshall pada tahun 1890, dan hingga saat ini masih relevan dalam memahami perilaku konsumen serta strategi harga yang diambil oleh produsen, termasuk pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) [9]. Secara matematis, elastisitas harga permintaan (E) dihitung dengan rumus:

$$E = \frac{\% \text{ Perubahan dalam Jumlah Permintaan}}{\% \text{ Perubahan dalam Harga}}$$

Dari rumus ini, elastisitas permintaan dapat dikategorikan ke dalam tiga jenis berdasarkan nilai E :

- a. Elastis ($E > 1$): Permintaan dikatakan elastis jika perubahan harga



Eri Febriani¹

menyebabkan perubahan yang lebih besar pada jumlah permintaan. Artinya, konsumen sangat sensitif terhadap perubahan harga. Dalam hal ini, jika harga suatu barang dinaikkan, jumlah permintaan akan turun secara signifikan. Sebaliknya, jika harga turun, jumlah permintaan akan meningkat secara substansial. Barang dengan permintaan elastis umumnya adalah barang-barang sekunder atau barang yang memiliki banyak alternatif pengganti. Misalnya, barang-barang konsumsi yang tidak terlalu esensial bagi konsumen.

- b. Inelastis ($E < 1$): Permintaan dikatakan inelastis jika perubahan harga tidak banyak mempengaruhi jumlah permintaan. Artinya, konsumen tidak terlalu sensitif terhadap perubahan harga. Biasanya, barang yang masuk dalam kategori ini adalah barang kebutuhan pokok yang esensial dan memiliki sedikit atau bahkan tidak ada pengganti. Contoh barang inelastis adalah bahan makanan pokok seperti beras atau minyak goreng.
- c. Uniter ($E = 1$): Permintaan dikatakan unitary elastis jika perubahan harga menyebabkan perubahan permintaan yang sebanding. Artinya, jika harga naik atau turun sebesar 1%, maka jumlah permintaan akan berubah sebesar 1%.

Daya beli ditentukan oleh jumlah uang yang dimiliki seseorang serta harga barang dan jasa di pasar. Jika jumlah uang tetap tetapi harga naik, daya beli akan menurun, dan sebaliknya. Keynes menyatakan bahwa daya beli masyarakat dipengaruhi oleh jumlah uang yang beredar dan kecepatan

peredarannya dalam ekonomi. Jika uang beredar meningkat tanpa peningkatan produksi, daya beli riil akan menurun akibat inflasi.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian yang dilakukan menggunakan metode pendekatan kualitatif karena penelitian ini bertujuan untuk memahami fenomena yang terjadi dalam konteks yang alami dan menggali makna yang lebih dalam dari kejadian atau peristiwa yang diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti bertindak sebagai instrumen utama dalam pengumpulan data, yang berarti peneliti berperan aktif dalam menginterpretasikan dan menganalisis data yang diperoleh. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dan *snowball sampling*, yang memungkinkan peneliti untuk memilih sumber data yang dianggap relevan dengan tujuan penelitian dan mendapatkan informasi yang mendalam melalui referensi atau rekomendasi dari informan lain.

Informan dalam penelitian ini adalah para pemilik UMKM sektor makanan dan minuman di Kota Bandung. Pemilihan informan ini dilakukan berdasarkan pertimbangan bahwa sektor makanan dan minuman merupakan salah satu sektor yang sangat dipengaruhi oleh perubahan harga, inflasi, dan daya beli masyarakat. Selain itu, UMKM di sektor ini juga menghadapi tantangan terkait elastisitas permintaan dan perilaku konsumsi masyarakat yang sering kali berubah-ubah akibat fluktuasi harga. Dengan menggunakan *purposive sampling*, informan dipilih secara sengaja sebanyak 30 UMKM yang memenuhi kriteria yaitu telah menjalankan usaha lebih dari 5 tahun; memiliki karyawan lebih dari 3 orang; dan memiliki pengetahuan dan pengalaman



Eri Febriani¹

yang relevan mengenai pengaruh inflasi terhadap usaha UMKM. Melalui wawancara mendalam dengan informan, penelitian ini bertujuan untuk menggali pandangan dan pengalaman mereka mengenai bagaimana inflasi mempengaruhi daya beli, keputusan harga, serta permintaan produk mereka, yang pada gilirannya berhubungan dengan keberlanjutan dan perkembangan usaha UMKM di Kota Bandung.

Data yang telah diperoleh kemudian di uji keabsahan data dengan menggunakan teknik triangulasi sumber. Triangulasi sumber dalam penelitian ini digunakan dengan membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang atau dengan kata lain informasi penelitian akan dibandingkan dengan beberapa informan. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara deskriptif kualitatif yang terdiri dari tiga aktivitas yaitu: reduksi data, penyajian data, dan verifikasi. Reduksi Data (*Data Reduction*), Pada tahap ini, data yang diperoleh dari penelitian yang bersifat luas dan kompleks akan disaring dan dipilih untuk fokus pada aspek-aspek yang relevan dengan tujuan penelitian. Penyajian Data (*Data Display*), setelah data direduksi, langkah selanjutnya adalah menyajikan data dalam bentuk yang lebih sistematis dan terorganisir. Penyajian ini bisa berupa narasi, tabel, diagram, atau bentuk visual lainnya yang membantu peneliti dan pembaca untuk memahami dan menganalisis informasi yang ada dengan lebih jelas. Verifikasi (*Conclusion Drawing/Verification*), peneliti mencoba menarik makna dari data yang telah disusun dan dianalisis. Pada tahap ini, peneliti memeriksa apakah kesimpulan yang diambil konsisten dengan data yang ada, serta

memastikan bahwa temuan yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara dengan kelima belas pemilik UMKM sektor makanan dan minuman di Kota Bandung serta pengamatan peneliti di lapangan, diperoleh informasi mengenai dampak inflasi dan daya beli terhadap perubahan harga, elastisitas permintaan, dan perilaku konsumsi sebagai berikut:

1. Dampak Inflasi terhadap Daya Beli Masyarakat

Menurut para pemilik UMKM sektor makanan dan minuman di Kota Bandung, pengaruh inflasi dan daya beli terhadap perubahan harga sangat signifikan. Berdasarkan wawancara yang dilakukan, beberapa hal yang diungkapkan oleh pemilik UMKM sektor makanan dan minuman adalah sebagai berikut:

a. Dampak Inflasi Terhadap Harga Produk

Sebagian besar pemilik UMKM sektor makanan dan minuman di Bandung melaporkan bahwa inflasi menyebabkan kenaikan harga bahan baku yang mereka gunakan dalam proses produksi. Beberapa bahan baku penting, seperti tepung, minyak goreng, daging, dan sayuran, mengalami lonjakan harga yang cukup signifikan. Hal ini memaksa mereka untuk menaikkan harga jual produk mereka agar tetap dapat mempertahankan margin keuntungan. Namun, kenaikan harga tersebut sering kali tidak diikuti oleh peningkatan daya beli konsumen, sehingga banyak



Eri Febriani¹

- pemilik usaha yang merasa kesulitan untuk menjaga kestabilan penjualan.
- b. Penurunan Daya Beli Konsumen
- Banyak pemilik UMKM mengungkapkan bahwa meskipun mereka menaikkan harga produk, daya beli konsumen cenderung menurun. Masyarakat Bandung, yang mengalami penurunan daya beli akibat inflasi dan kondisi ekonomi yang tidak stabil, menjadi lebih selektif dalam mengeluarkan uang mereka untuk konsumsi makanan dan minuman. Mereka lebih memilih produk dengan harga lebih terjangkau atau mengurangi frekuensi pembelian. Beberapa pemilik usaha makanan dan minuman juga mencatat penurunan pelanggan tetap, terutama yang sebelumnya membeli produk mereka secara rutin.
- c. Pengaruh Perubahan Harga Terhadap Permintaan
- Para pemilik UMKM juga menyatakan bahwa kenaikan harga produk mereka sering kali diikuti dengan penurunan permintaan. Mereka menyebutkan bahwa produk yang dianggap tidak esensial, seperti makanan ringan atau minuman kemasan, sangat dipengaruhi oleh perubahan harga. Konsumen yang merasa harga produk mereka terlalu tinggi akan mencari alternatif lain yang lebih murah. Akibatnya, UMKM sektor makanan dan minuman di Bandung harus menyesuaikan strategi harga dan mempertimbangkan penurunan volume penjualan, serta mencoba untuk tetap menarik minat konsumen dengan menawarkan variasi produk atau diskon khusus.

2. Dampak Inflasi Terhadap Elastisitas Permintaan

Menurut para pemilik UMKM sektor makanan dan minuman di Kota Bandung, inflasi dan daya beli sangat mempengaruhi elastisitas permintaan terhadap produk mereka. Berdasarkan wawancara dan pengamatan yang dilakukan, beberapa hal yang diungkapkan oleh mereka adalah sebagai berikut:

a. Sensitivitas Konsumen Terhadap Kenaikan Harga

Para pemilik UMKM menyatakan bahwa elastisitas permintaan terhadap produk makanan dan minuman mereka sangat tinggi, terutama untuk barang yang dianggap sekunder atau tidak esensial. Mereka mencatat bahwa kenaikan harga yang signifikan menyebabkan penurunan permintaan yang cukup tajam, karena konsumen lebih sensitif terhadap harga, terutama ketika daya beli mereka menurun akibat inflasi. Sebagai contoh, ketika harga makanan atau minuman ringan mereka naik, banyak konsumen yang beralih ke produk dengan harga lebih murah, atau mengurangi frekuensi pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa permintaan terhadap produk mereka cukup elastis, karena konsumen dapat dengan mudah beralih ke alternatif yang lebih terjangkau.

b. Perubahan Daya Beli Mengurangi Permintaan

Pemilik UMKM juga mencatat bahwa daya beli yang menurun sebagai akibat dari inflasi turut mempengaruhi elastisitas permintaan. Mereka mengungkapkan bahwa ketika daya beli konsumen menurun, permintaan



Eri Febriani¹

terhadap produk mereka tidak hanya menurun dalam jumlah, tetapi juga dalam kualitas. Konsumen cenderung memilih produk dengan harga yang lebih rendah atau mengurangi pembelian produk dengan harga lebih tinggi. Produk yang harganya lebih sensitif terhadap perubahan daya beli seperti makanan cepat saji dan minuman kemasan sangat terpengaruh, dengan permintaan yang semakin elastis seiring dengan menurunnya daya beli.

c. Strategi untuk Mengurangi Dampak Elastisitas Permintaan

Beberapa pemilik UMKM mencoba untuk menanggulangi dampak dari elastisitas permintaan yang tinggi dengan melakukan inovasi produk atau menawarkan promo dan diskon. Mereka menyadari bahwa untuk menjaga pelanggan, mereka perlu memberikan nilai lebih meskipun harga naik. Beberapa usaha mengurangi ukuran kemasan atau memperkenalkan varian produk dengan harga lebih terjangkau untuk menarik konsumen yang lebih sensitif terhadap harga. Ada juga yang mencoba meningkatkan kualitas produk untuk membenarkan harga yang sedikit lebih tinggi, sehingga konsumen merasa masih mendapatkan nilai yang sepadan.

Para pemilik UMKM sektor makanan dan minuman di Kota Bandung mengakui bahwa elastisitas permintaan mereka sangat dipengaruhi oleh inflasi dan daya beli konsumen. Tantangan yang dihadapi oleh UMKM sektor makanan dan minuman di Kota Bandung dalam menghadapi inflasi dan penurunan daya

beli sangat berkaitan erat dengan elastisitas permintaan yang tinggi terhadap perubahan harga. Untuk dapat bertahan di pasar yang semakin sensitif terhadap harga, para pemilik usaha harus jeli dalam menyesuaikan harga, strategi pemasaran, serta inovasi produk mereka. Keberhasilan dalam menghadapi dinamika pasar ini akan sangat bergantung pada kemampuan UMKM untuk menjaga keseimbangan antara harga yang kompetitif dan kualitas produk yang tetap baik.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil pembahasan diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa, Inflasi mempengaruhi daya beli konsumen sektor makanan minuman para UMKM. Para pemilik usaha dituntut untuk cermat dalam menyesuaikan harga serta merancang strategi pemasaran yang efektif agar tetap bertahan dan bersaing di pasar yang semakin sensitif terhadap harga. Pemilik UMKM menyadari bahwa elastisitas permintaan sangat dipengaruhi juga oleh inflasi. Namun, tantangan utama yang mereka hadapi adalah menjaga kestabilan permintaan di tengah fluktuasi harga yang terjadi.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriyanti, N., & Prasetyo, L. (2021). Pengaruh Inflasi Dan Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Nilai Tukar Rupiah Dalam Jangka Pendek Dan Jangka Panjang Tahun 2010-2018.
Agnes, Yuki, dan Reny. "Inflasi dan daya beli terhadap perubahan harga, elastisitas

Eri Febriani¹

permintaan dan perilaku konsumsi." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, vol. 2, no. 2, 2024.

Anas dan Isnain. "Dinamika Inflasi Di Indonesia Terhadap Daya Beli Masyarakat." Pada Tinjauan Ekonomi Makro *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, vol. 10, no. 2, 2025.

Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung, "Jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Berdasarkan Jenis Usaha di Kota Bandung _." 2024, [Online]. Available:
<https://opendata.bandung.go.id/dataset/jumlah-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-berdasarkan-jenis-usaha-di-kota-bandung>.

F. Sitompul, F. M. Khairia, J. M. L. Tobing, and K. A. Matondang, "Analisis Elastisitas Permintaan, Elastisitas Silang, dan Elastisitas Pendapatan pada UMKM Medan," *J. Ilm. Ekon. dan Manaj.*, vol. 3, no. 1, pp. 24–28, 2025.

S. Purnomo, *Teori Ekonomi Mikro*. Bandung: Widina Bhakti Persada, 2022.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 2nd ed. Bandung: Alfabeta, 2019.

Syahputra, E. (2019). Pengaruh Inflasi Dan Produk Domestik Bruto Terhadap Nilai Tukar Rupiah Di Indonesia. In Skripsi. Iain Padangsidiimpuan (Issue 23). Etd.Uinsyahada.Ac.Id.
<Http://Etd.Uinsyahada.Ac.Id/Id/Eprint/5685>