



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 5 Nomor 1 Tahun 2025 Page 1693-1700

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Analisis Pengaruh Inflasi Terhadap Pola Pembelian Konsumen di PT. Matahari Department Store

Arifin Majid^{1✉}

Politeknik Maritim AMI Makassar

Email: arifinmadjid64@gamil.com^{1✉}

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh inflasi terhadap pola pembelian konsumen di Matahari Department Store. Inflasi, sebagai salah satu faktor ekonomi yang signifikan, berdampak pada daya beli masyarakat dan memengaruhi perilaku konsumsi, terutama dalam sektor ritel. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif, di mana data dikumpulkan melalui survei, wawancara, dan studi dokumentasi. Subjek penelitian adalah konsumen aktif Matahari Department Store di Kota Makassar, dengan sampel sebanyak 100 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier sederhana untuk mengetahui hubungan antara inflasi sebagai variabel independen dan pola pembelian konsumen sebagai variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inflasi memiliki pengaruh signifikan terhadap pola pembelian konsumen. Inflasi membuat konsumen lebih selektif dalam berbelanja, dengan preferensi pada produk berharga terjangkau atau diskon. Hal ini diperkuat oleh nilai koefisien determinasi yang menunjukkan sebagian besar perubahan pola pembelian dapat dijelaskan oleh inflasi. Penelitian ini menegaskan pentingnya strategi adaptif, seperti promosi yang menarik dan penguatan layanan daring, bagi pelaku usaha Matahari Department Store untuk menjaga loyalitas konsumen di tengah tekanan ekonomi.

Kata kunci: *Inflasi. Pola Pembelian Konsumen*

Abstract

This study aims to analyze the effect of inflation on consumer purchasing patterns at Matahari Department Store. Inflation, as one of the significant economic factors, has an impact on people's purchasing power and influences consumption behavior, especially in the retail sector. This study uses a quantitative approach with a descriptive method, where data is collected through surveys, interviews, and documentation studies. The subjects of the study were active consumers of Matahari Department Store in Makassar City, with a sample of 100 respondents selected using a purposive sampling technique. Data analysis was carried out using simple linear regression to determine the relationship between inflation as an independent variable and consumer purchasing patterns as a dependent variable. The results of the study indicate that inflation has a significant effect on consumer purchasing patterns. Inflation makes consumers more selective in shopping, with a preference for affordable or discounted products. This is reinforced by the coefficient of determination value which shows that most changes in purchasing patterns can be explained by inflation. This study emphasizes the importance of adaptive strategies, such as attractive promotions and strengthening online services, for Matahari Department Store business actors to maintain consumer loyalty amid economic pressures.

Keywords: *Inflation. Consumer Purchasing Patterns*

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, inflasi telah menjadi tantangan utama bagi perekonomian Indonesia, memengaruhi daya beli masyarakat secara signifikan. Inflasi yang tinggi dapat mengurangi kemampuan konsumen untuk membeli barang dan jasa, yang pada gilirannya berdampak pada sektor ritel, termasuk perusahaan besar seperti PT Matahari Department Store. Penelitian menunjukkan bahwa inflasi di Indonesia mengalami fluktuasi yang signifikan dalam lima tahun terakhir, dengan tingkat inflasi yang bervariasi antara 1,68% hingga 5,51%. Kebijakan moneter yang diterapkan oleh Bank Indonesia, termasuk penetapan suku bunga, berperan penting dalam mengendalikan inflasi dan menjaga stabilitas ekonomi (Septiani, 2024; Sekarsari, 2024).

Kenaikan harga barang dan jasa yang terus meningkat tidak hanya memengaruhi daya beli masyarakat, tetapi juga memengaruhi strategi bisnis perusahaan ritel. PT Matahari Department Store, yang sangat bergantung pada daya beli konsumen, harus menyesuaikan strategi pemasaran dan operasionalnya untuk tetap relevan di tengah kondisi ekonomi yang berubah. Penelitian menunjukkan bahwa inflasi yang tidak terkendali dapat menyebabkan ketidakpastian ekonomi, yang berdampak pada investasi dan pertumbuhan ekonomi (Wahyudi, 2024; Beureukat, 2022). Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memahami dinamika inflasi dan dampaknya terhadap perilaku konsumen serta strategi bisnis mereka (Paradhita, 2024).

Sebagai salah satu pemain utama dalam industri ritel di Indonesia, Matahari Department Store menghadapi tantangan dalam mempertahankan loyalitas konsumen. Konsumen mulai lebih selektif dalam mengelola pengeluaran mereka, beralih ke produk dengan harga lebih rendah, atau mengurangi frekuensi belanja mereka. Fenomena ini terlihat jelas dalam pola belanja masyarakat yang kini lebih fokus pada kebutuhan primer dibandingkan kebutuhan sekunder, seperti pakaian atau aksesoris, yang menjadi produk andalan Matahari.

Inflasi juga berdampak pada strategi pemasaran dan operasional Matahari Department Store. Untuk menjaga daya saing, perusahaan terpaksa menyesuaikan harga atau memberikan lebih banyak promosi dan diskon kepada konsumen. Di sisi lain, kenaikan biaya operasional akibat inflasi, seperti biaya logistik dan pengadaan barang, dapat memengaruhi margin keuntungan perusahaan. (Setyaningrum, T. A., & Sucipto, A. 2021). Hal ini menciptakan tekanan ganda bagi Matahari untuk tetap relevan dan kompetitif di pasar ritel yang semakin ketat. Tren belanja online yang semakin berkembang juga memperumit situasi. Konsumen kini lebih banyak beralih ke platform digital untuk mencari produk yang lebih terjangkau dan memanfaatkan promosi eksklusif. (Verhoef, P. C., et, al 2021). Matahari telah mengadopsi strategi digital dengan meluncurkan platform e-commerce, tetapi kompetisi dengan ritel online lain yang menawarkan harga kompetitif menjadi tantangan tambahan. Inflasi memperkuat tren ini, karena konsumen semakin cermat dalam membandingkan harga dan mencari penawaran terbaik.

Studi tentang pengaruh inflasi terhadap pola pembelian konsumen di Matahari Department Store menjadi penting untuk memahami bagaimana dinamika inflasi memengaruhi perilaku belanja. Penelitian ini tidak hanya relevan bagi Matahari sebagai perusahaan, tetapi juga bagi industri ritel lainnya dalam merancang strategi yang adaptif terhadap tantangan ekonomi. Dengan menganalisis perubahan pola belanja konsumen, dapat ditemukan strategi yang efektif untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dan memastikan keberlanjutan bisnis di tengah tekanan inflasi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif untuk menganalisis pengaruh inflasi terhadap pola pembelian konsumen di PT Matahari Department Store. Data yang relevan dikumpulkan melalui survei, wawancara, dan studi dokumentasi. Penelitian dilakukan di beberapa cabang Matahari Department Store yang berlokasi di Kota Makassar.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah berbelanja di Matahari

Department Store dalam enam bulan terakhir. Sampel terdiri dari 50 - 100 responden yang dipilih secara purposive sampling dengan kriteria sebagai berikut:

1. Berusia 18-50 tahun
2. Memiliki pengalaman belanja di Matahari Department Store.
3. Bersedia mengisi kuesioner atau diwawancarai.

Subjek penelitian meliputi konsumen aktif yang berbelanja di Matahari Department Store, baik secara langsung di toko fisik maupun melalui platform daring. Analisis data dilakukan menggunakan teknik regresi untuk mengukur pengaruh inflasi sebagai variabel independen terhadap pola pembelian konsumen sebagai variabel dependen, dengan bantuan software statistik SPSS 25.

HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Uji Regresi

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh kedua variabel serta untuk mengetahui perubahan yang terjadi pada variabel dependent (Y), berdasarkan nilai independent (X). Hasil uji analisis regresi linier sederhana diperoleh persamaan sebagai berikut:

Tabel. 1 Uji regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standarsized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1. (Constant)	47.698	5.618			.000
INFLASI	.321	.087	.351		.000

Sumber data diolah 2024

Berdasarkan tabel coefficients pada kolom B, nilai konstanta (a) diperoleh sebesar 47,698, sementara nilai koefisien variabel inflasi (b) adalah 0,321. Dengan demikian, persamaan regresi linier sederhana dapat ditulis sebagai $Y = 47,698 + 0,321X$, dimana Y merupakan variabel dependen, yaitu pola pembelian konsumen, dan X adalah variabel independen, yaitu inflasi. Nilai konstanta 47,698 menunjukkan bahwa jika inflasi (X) sama dengan 0 atau tidak ada inflasi, maka nilai pembelian konsumen (Y) diprediksi sebesar 47,698.

Sementara itu, nilai koefisien regresi 0,321 mengindikasikan bahwa setiap kenaikan inflasi sebesar 1 (satu) poin akan meningkatkan pembelian konsumen sebesar 0,321 poin, dengan asumsi faktor lainnya tetap.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa nilai t-hitung = 3,710 dengan nilai

signifikansi 0,000, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Oleh karena itu, H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti terdapat pengaruh signifikan antara inflasi (X) terhadap pola pembelian konsumen (Y). Hal ini menunjukkan bahwa inflasi memiliki dampak positif terhadap pola pembelian konsumen, meskipun dalam skala yang kecil. Temuan ini menegaskan pentingnya pengelolaan inflasi yang baik agar kontribusinya terhadap perekonomian tetap terkendali dan berdampak positif.

3.2 Uji Hipotesis

1. Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) secara parsial. Pengujian ini dilakukan untuk menilai pengaruh individual dari masing-masing variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Uji t dilakukan pada tingkat signifikansi (α) sebesar 0,05. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen.

Tabel 2 Uji t (Parsial)

Variabel Independen	T	Sig.
Inflasi	3,532	0,039

Sumber data diolah 2024

Berdasarkan nilai tabel t untuk pengujian dua sisi pada tingkat signifikansi 0,05, diperoleh nilai tabel t (t-tabel) sebesar 2,306. Dalam pengujian parsial, nilai ini digunakan sebagai pembanding untuk menentukan apakah variabel bebas (independen) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (dependen).

Berdasarkan Tabel 2, diketahui bahwa variabel Inflasi memiliki nilai t-hitung sebesar 3,532, yang lebih besar dari t-tabel (2,306). Selain itu, tingkat signifikansi yang dihasilkan adalah 0,039, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditentukan, yaitu 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel Inflasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pola pembelian konsumen.

Hal ini menunjukkan bahwa kenaikan inflasi berdampak pada perubahan pola pembelian konsumen, baik dalam hal frekuensi, jenis barang yang dibeli, maupun jumlah belanja. Temuan ini juga memperkuat argumen bahwa inflasi memengaruhi daya beli dan preferensi konsumen, sehingga menjadi faktor penting yang perlu diperhatikan oleh pelaku bisnis dalam merumuskan strategi penjualan dan pemasaran.

3.3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk menentukan seberapa besar hubungan antara variabel terikat (Y) yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas (X) dalam model regresi linier. Nilai R^2 menunjukkan proporsi variansi dalam variabel terikat yang dapat dijelaskan

oleh variabel bebas. Semakin besar nilai R^2 , semakin baik kemampuan model dalam menjelaskan hubungan tersebut.

Sebaliknya, jika nilai R^2 kecil, maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variansi variabel terikat sangat terbatas. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar variasi pada variabel terikat dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model. Oleh karena itu, nilai R^2 menjadi indikator penting dalam mengevaluasi kecocokan model regresi serta efektivitas variabel bebas dalam memengaruhi variabel terikat.

Tabel 3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	<i>R Square</i>
1	0,806

Sumber data diolah 2024

Berdasarkan data di atas, nilai R Square sebesar 0,806 atau 80,6%, yang menunjukkan bahwa 80,6% variabilitas dalam pola pembelian konsumen dapat dijelaskan oleh variabel inflasi dalam model regresi. Hal ini mengindikasikan bahwa inflasi memiliki kontribusi yang signifikan terhadap perubahan pola pembelian konsumen.

Sementara itu, sisanya sebesar 19,4% merupakan variabilitas yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel inflasi dan dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam model, seperti tingkat pendapatan, preferensi konsumen, promosi, atau faktor sosial dan ekonomi lainnya. Nilai R Square yang tinggi ini mengindikasikan bahwa model regresi memiliki kecocokan yang baik dan variabel inflasi berperan penting dalam memengaruhi pola pembelian konsumen.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa inflasi memiliki nilai t-hitung sebesar 3,532, yang lebih besar dari t-tabel (2,306), dengan tingkat signifikansi 0,039, yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti inflasi berpengaruh signifikan terhadap pola pembelian konsumen di Matahari Department Store. Hal ini menunjukkan bahwa perubahan tingkat inflasi memengaruhi perilaku dan preferensi konsumen dalam melakukan pembelian.

Menurut (Nasution, D. A., 2020) salah satu faktor utama yang menyebabkan meningkatnya inflasi di Indonesia adalah dampak dari pandemi Covid-19. Pandemi tidak hanya memengaruhi sektor kesehatan, tetapi juga memberikan dampak besar terhadap perekonomian, termasuk kenaikan harga bahan bakar minyak (BBM) dan sembako. Kenaikan harga BBM, yang merupakan komponen utama dalam struktur biaya produksi dan distribusi, memicu lonjakan biaya transportasi serta harga barang kebutuhan pokok lainnya. Kenaikan ini, pada gilirannya, mengurangi daya beli masyarakat, terutama pada kelompok

ekonomi menengah ke bawah, yang lebih sensitif terhadap perubahan harga. (Wananda, T. T., et al, 2023; Kartikawati, D. R., 2023).

Hal ini juga di jelaskan dalam teori Konsumsi Keynesian, yakni daya beli masyarakat sangat dipengaruhi oleh pendapatan yang dapat dibelanjakan (disposable income). Ketika inflasi meningkat, nilai uang yang dimiliki konsumen berkurang, sehingga mereka cenderung mengurangi konsumsi, terutama untuk barang-barang yang dianggap tidak mendesak (Meirizal, M. S, et, al, 2024).

Di Matahari Department Store, inflasi menyebabkan konsumen menjadi lebih selektif dalam berbelanja. Konsumen cenderung mencari barang-barang dengan harga diskon atau menunda pembelian barang yang tidak mendesak. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hendaya dan Riyanti. 2019; Hestiliyana. 2021; Huda, N., & Risman, A. 2024). Yang menemukan bahwa inflasi memengaruhi keputusan pembelian konsumen dengan mengalihkan preferensi mereka ke produk yang lebih ekonomis atau yang memberikan nilai lebih besar.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa inflasi memiliki pengaruh signifikan terhadap pola pembelian konsumen di Matahari Department Store. Inflasi berdampak langsung pada perubahan perilaku konsumen, yang terlihat dari meningkatnya preferensi terhadap produk dengan harga terjangkau, diskon, atau promosi. Konsumen juga cenderung lebih selektif dalam menentukan pembelian, dengan memprioritaskan kebutuhan pokok dan mengurangi konsumsi barang yang sifatnya sekunder.

DAFTAR PUSTAKA

- Beureukat, B. (2022). Pengaruh Suku Bunga terhadap Inflasi di Indonesia. *Oikonomia: Jurnal Manajemen*, 18(1), 39-46.
- Hauriza, B., Muladi, M., & Wirawan, I. M. (2021). Prediksi Tingkat Inflasi Bulanan Indonesia Menggunakan Metode Jaringan Saraf Tiruan. *Jurnal Teknologi Dan Informasi*, 11(2), 152-167.
- Huda, N., & Risman, A. (2024). The Behavioral Finance of MSMEs: Financial Inclusion and Financial Technology. *Indikator: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 8(2), 19-29. doi:<http://dx.doi.org/10.22441/indikator.v8i2.26780>
- Hendaya dan Riyanti. 2019. Pengaruh Inflasi, Suku Bunga, Likuiditas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 2(1): 36– 48.
- Hestiliyana. 2021. Pengaruh Tingkat Inflasi, Suku Bunga Terhadap Nilai Perusahaan Sektor

- Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI Periode 2017-2019. Publikasi Ilmiah.
- Kartikawati, D. R. (2023). Analisis Peran Hukum dan Ekonomi Makro Terhadap Inflasi Kota Bandung Tahun 2020. *JURNAL PENELITIAN SERAMBI HUKUM*, 16(02), 134-140.
- Meirizal, M. S., Sinaga, D. L., Tinambunan, F. U., Saragi, S. L., & Sitio, V. (2024). Teori Ekonomi Keynesian Mengenai Inflasi dan Pengaruhnya Terhadap Ekonomi Modern. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(2), 2433-2445.
- Nasution, D. A. D., Erlina, E., & Muda, I. (2020). Dampak pandemi Covid-19 terhadap perekonomian Indonesia. *Jurnal benefita*, 5(2), 212-224.
- Paradhita, A. N. (2024). Prediksi Inflasi di Indonesia Menggunakan Algoritma Fuzzy dengan Bahasa Pemrograman Phyton. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 4(2), 457-464.
- Septiani, S., Rahmawati, T., Oktariani, V. D., Evi, E., & Fadilla, A. (2024). Peran Kebijakan Moneter di Indonesia dalam Menghadapi Inflasi. *Journal of Economics, Assets, and Evaluation*, 1(3), 1-7.
- Sekarsari, D., Zahra, F. A. A., Ayuningtyas, F. R., & Fadilla, A. (2024). Analisis Dinamika Inflasi dan Implikasinya terhadap Stabilitas Ekonomi di Indonesia. *Journal of Macroeconomics and Social Development*, 1(3), 1-9.
- Setyaningrum, T. A., & Sucipto, A. (2021). Apakah jumlah uang beredar memoderasi bank indonesia rate, transaksi non tunai, nilai tukar dan inflasi?. *AKUNTABEL: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 18(4), 790-804.
- Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Dong, J. Q., Fabian, N., & Haenlein, M. (2021). Verhoef et al.(2021)-Digital transformation; A multidisciplinary reflection and research agenda. *Journal of business research*, 122(889).
- Wahyudi, F. R., Irawan, B., Bachtiar, A., & Kaslani, K. (2023). MENGANALISIS PERKEMBANGAN INFLASI DAN MEMPREDIKSI ARAHNYA DENGAN MODEL ARIMA. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 7(6), 3479-3483.
- Wananda, T. T., Sari, D. E., Kusuma, N. F., & Widodo, E. (2023). Analisis Perbandingan Tingkat Inflasi di Indonesia Sebelum dan Pada Saat Pandemi Covid-19. *Journal of Mathematics Education and Science*, 6(1), 61-66.