

ANALISIS ELASTISITAS PERMINTAAN PRODUK *FASHION* MUSLIM RIAMIRANDA DI KOTA MATARAM

Demand Elasticity Analysis of Riamiranda Muslim Fashion Products in Mataram City

Didi Suwardi¹; Fitria Permata Cita²

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Mataram, Mataram, Indonesia.

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Teknologi Sumbawa, Sumbawa.

Email: didisuwardi@uinmataram.ac.id; Fitriahpermatacita@yahoo.co.id

Abstract

This study aims to analyze the elasticity of demand for Muslim fashion products at the House of Riamiranda Boutique, Mataram City. From price elasticity and income elasticity. This type of research is descriptive qualitative. Sampling using purposive sampling. The research data was obtained through observation, interviews, financial reports, and distributing questionnaires to 30 respondents who had purchased Muslim fashion products at the House Of Riamiranda Boutique, Mataram City at least twice in a period of 3 months. The data obtained is processed using the economic analysis equation in the form of demand elasticity. The results of the study show that the price elasticity of Muslim fashion products at the House Of Riamiranda Boutique in Mataram City shows elastic results, which means that consumers are sensitive to price changes. For income elasticity on Muslim fashion products at the House Of Rimiranda Boutique, Mataram City, it shows luxury or superior goods.

Key: Price Elasticity, Income Elasticity.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis elastisitas permintaan produk *fashion* Muslim di Butik *House of Riamiranda* Kota Mataram. Dari elastisitas harga dan elastisitas pendapatan. Jenis penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Pengambilan sampel menggunakan *purposive samplings*. Data penelitian diperoleh melalui observasi, wawancara, laporan keuangan, dan penyebaran kuesioner kepada 30 responden yang sudah melakukan pembelian produk *fashion* Muslim di Butik *House Of Riamiranda* Kota Mataram minimal dua kali dalam kurun waktu 3 bulan. Data yang didapatkan diolah menggunakan persamaan analisis ekonomi berupa elastisitas permintaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa elastisitas harga pada produk *Fashion* Muslim Di Butik *House Of Riamiranda* Kota Mataram menunjukkan hasil yang elastis yang artinya konsumen peka terhadap perubahan harga dan Untuk elastisitas pendapatan pada produk *fashion* Muslim di Butik *House Of Rimiranda* Kota Mataram menunjukkan barang mewah atau superior.

Kata Kunci: Elastisitas Harga, Elastisitas Pendapatan.

PENDAHULUAN

Perubahan gaya dan model desain busana muslim dari waktu ke waktu terus mengalami kemajuan. Perusahaan yang bergerak di industri *fashion* mampu memahami apa yang diinginkan konsumen (Hasnawati, 2022). Dengan perkembangan *trend fashion* Muslim mampu menimbulkan pengaruh positif yaitu hasil produksi dan penjualan *fashion* Muslim mampu meningkatkan perekonomian di Indonesia (Rania linda, 2018). Salah satu perancangan busana di Indonesia yang cukup berpengaruh dalam memotivasi muslimah dalam menggunakan busana Muslim adalah Ria Miranda dengan

nama brand yaitu Riamiranda. Riamiranda sudah memiliki kurang lebih 34 cabang butik di 25 Kota di Indonesia termasuk di Nusa Tenggara Barat, kondisi ini mengindikasikan tingginya permintaan terhadap produk RiaMiranda.

Di Lombok sendiri ada banyak toko yang menjual produk fashion muslim namun produk yang dijual tidak update atau sesuai dengan trend kekinian, begitu juga dengan butik, ada banyak butik namun hanya Riamiranda yang fokus menjual produk fashion muslim, selain itu riamiranda juga rutin mengeluarkan produk-produk koleksi terbarunya setiap

musim pertahunnya. Hal ini yang menjadi alasan kenapa produk fashion muslim Riamiranda banyak digemari. Terdapat 2 butik *house of* Riamiranda, keduanya berlokasi di kota Mataram, diantaranya, Lombok Epicentrum Mall dan Riamiranda, Jalan Catur Warga, No. 5 Kota Mataram. Meskipun produk yang dijual termasuk golongan kelas menengah ke atas, namun banyak produk yang sudah laku habis terjual. Bahkan, untuk mendapatkan produk, konsumen sampai berebutan untuk mendapatkan produk yang diinginkan, hal ini bisa dilihat dari penjualan produknya yang ada di toko online atau *e-commerce* dan website resminya.

Munculnya konsep elastisitas membantu untuk menjelaskan bagaimana efek perubahan harga maupun pendapatan terhadap permintaan suatu barang. Elastisitas adalah suatu yang dapat diartikan dengan derajat kepekaan perubahan suatu variabel sebagai akibat dari perubahan variabel yang lain (Procoyo, 2006). Sedangkan yang dimaksud dengan elastisitas permintaan adalah mengukur seberapa peka jumlah permintaan barang tertentu apabila harga barang tersebut berubah-ubah (Novasari, 2018).

Tujuan penelitian ini dilakukan adalah (1) untuk mengetahui elastisitas permintaan harga produk pada *fashion muslim* di butik *House Of* Riamiranda Kota Mataram dan (2) Untuk mengetahui elastisitas pendapatan produk pada *fashion muslim* di butik *House Of* Riamiranda Kota Mataram.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dan sumber data yang digunakan adalah data primer (kuesiner dan wawancara dengan pihak butik, karyawan dan konsumen) dan data skunder). Teknik analisis data menggunakan :

Elastisitas Harga. Elastisitas harga yaitu nilai persentase perubahan kuantitas yang diminta, hal itu terjadi karena adanya perubahan harga barang tersebut. atau persentase perubahan kuantitas yang diminta dibagi persentase perubahan harga (Khusaini, 2013)

$$Ed = \frac{\% \text{ perubahan jumlah permintaan atas suatu barang}}{\% \text{ perubahan harga}}$$

Dengan menggunakan notasi matematika, koefisien elastisitas permintaan adalah sebagai berikut:

$$Ed = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \frac{P}{Q}$$

- Ed = koefisien elastisitas permintaan
- AQ = perubahan jumlah perminta
- AP = perubahan harga
- P = harga
- Q = jumlah permintaan awal

Apabila nilai dari perhitungan:

Jika $Ed > 1$ maka permintaan elastis

Jika $Ed < 1$ maka permintaan inelastic

Jika $Ed = 1$ maka elastisitas tunggal (*unitary*

elasticity)

Elastisitas Pendapatan

Elastisitas pendapatan yaitu yaitu persentase perubahan kuantitas barang yang diminta karena perubahan pendapatan. Atau persentase perubahan kuantitas yang diminta dibagi dengan persentase perubahan pendapatan (Khusaini, 2013). Pendapatan yang dimaksud pada penelitian ini adalah pendapatan yang di dapatkan oleh Keluarga, jadi bukan hanya

dari konsumen yang berbelanja pada Butik Riamiranda tetapi pendapatan keluarga konsumen yang membeli produk *Fashion Muslim* Di Butik Riamiranda.

$$Ed = \frac{\% \text{ perubahan jumlah barang yang diminta}}{\% \text{ perubahan pendapatan}}$$

Dengan menggunakan notasi matematika, koefisien elastisitas permintaan adalah sebagai berikut:

$$Ei = \frac{\Delta Qx}{\Delta Py} \frac{Y}{Q}$$

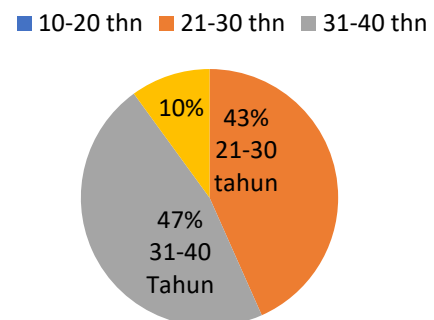
- AQ = perubahan jumlah barang yang diminta
- AY = perubahan pendapatan
- Q = jumlah barang yang diminta
- Y = pendapatan

Tulislah metode secara rinci sehingga penulis lain dapat melakukan penelitian yang sama dengan menggunakan metode tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

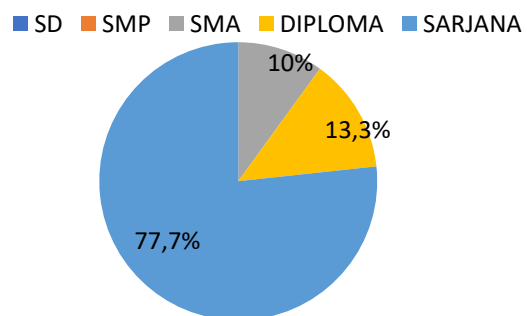
Gambaran Umum Responden

Analisis deskriptif karakteristik responden dalam penelitian ini berdasarkan karakteristik yang ditinjau dari usia, jenjang pendidikan, pekerjaan dan pendapatan keluarga. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah melakukan pembelian produk muslim di butik *house of riamiranda* Kota Mataram.



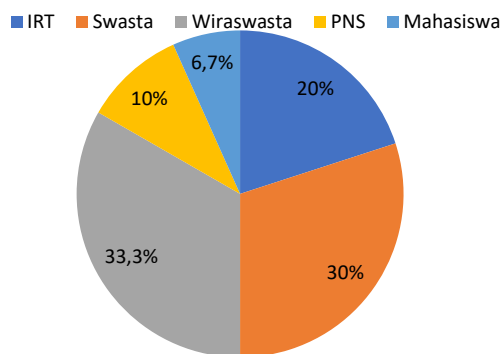
Gambar 1 Responden Berdasarkan Umur

Gambar 1 diatas menunjukkan bahwa umur responden pada umur 31-40 tahun 14 orang atau 47%. Pada umur 21-30 tahun sebanyak 13 orang atau 43%. Dan yang berumur 41-50 tahun sebanyak 3 orang atau 10%. Dapat dilihat sebagian besar responden berusia 31-40 tahun. Jika dilihat dari diagram di atas rata-rata peminat produk Riamiranda berusia di atas 21 tahun hingga 40 tahun. Hal ini membuktikan peminat produk Riamiranda di dominasi oleh kaum milenial.



Gambar 2 Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan

Gambar 2 diatas menunjukkan responden dengan jenjang pendidikan SD dan SMP tidak ada. Responden dengan pendidikan SMA berjumlah 3 orang atau 10%. Jumlah responden dengan jenjang pendidikan Diploma sebanyak 4 orang atau 13,3%. Dan Responden dengan jenjang pendidikan Sarjana berjumlah 23 orang atau 77,7%. Tingkat jenjang sarjana memiliki tingkat paling tinggi membuktikan bahwa semakin tinggi jenjang pendidikan, maka semakin tinggi pengetahuan dan kebutuhan seseorang.



Gambar 3 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Gambar 3 diatas menunjukkan pekerjaan responden sebagai Ibu Rumah Tangga (IRT) sebanyak 6 orang atau 20%. Responden berdasarkan pekerjaan Swasta sebanyak 9 orang atau 30%. Responden dengan pekerjaan wiraswasta sebanyak 10 orang atau 33,3%. Responden dengan pekerjaan Pegawai Negri Sipil (PNS) sebanyak 3 orang atau 10%. Dan responden sebagai Mahasiswa sebanyak 2 orang atau 6,7%.

Elastisitas Permintaan Produk *Fashion* Riamiranda

Hasil dari elastisitas harga dan elastisitas pendapatan terhadap produk fashion muslim disajikan pada tabel berikut:

Tabel 1. Hasil Elastisitas Harga dan elastisitas pendapatan

No	Produk Fashion Muslim	Harga (Ed)	Pendapatan (Ei)
1	Dress	1,02	2,28
2	Blouse	1,01	1,63
3	Scarf	1,16	1,04

Sumber: Data primer yang diolah menggunakan rumus elastisitas permintaan.

Tabel 1 diatas menunjukkan Hasil perhitungan elastisitas harga untuk tiga produk Riamiranda. Untuk produk dress menunjukkan hasil sebesar $E_d = -1,02 > 1$ yang artinya produk dress memiliki sifat yang elastis. dalam hal ini konsumen cenderung peka terhadap perubahan harga yang terjadi pada produk dress. Selanjutnya hasil perhitungan elastisitas harga pada produk blouse menunjukkan hasil $E_d = -1,01 > 1$, yaitu produk blouse memiliki sifat yang elastis. Yang terakhir Hasil perhitungan elastisitas harga pada produk scarf menunjukkan hasil $E_d = -1,16 > 1$, pada jenis ini elastisitas harga menunjukkan hasil yang elastis dan konsumen sangat Peka terhadap perubahan harga yang terjadi pada produk scarf di butik house of riamiranda.

Semua nilai koefisien dari produk muslim di butik House Of Riamiranda menunjukkan hasil yang elastis, artinya perubahan harga dapat mengakibatkan perubahan kecil pada produk yang diminta. Hal ini sesuai dengan hukum permintaan yang menjelaskan apabila harga suatu barang meningkat maka jumlah barang yang diminta oleh konsumen akan turun, ceteris paribus, sebaliknya apabila harga mengalami penurunan maka jumlah permintaan akan meningkat. Oleh sebab itu, hubungan antara harga dan jumlah barang yang diminta adalah negatif. hasil penelitian searah dengan peneliti mengenai elastisitas permintaan harga yang dilakukan oleh Aroy Maulana dkk (2021), Cut Risty dkk (2008), Khairil Aeni Asmal (2018), Neila Soraya (2021), Nazly A Lubis (2016).

Masih berdasarkan tabel 1 menunjukkan Nilai elastisitas pendapatan konsumen pada produk dress di butik Riamiranda menunjukkan hasil $E_i = 2,28 > 1$. hasil elastisitas pendapatan ini menunjukkan jika pendapatan bertambah maka permintaan produk dress akan mengalami peningkatan permintaan.

Nilai elastisitas pendapatan konsumen pada produk blouse di butik *House Of Riamiranda* menunjukkan hasil $E_i = 1,63 > 1$. hasil ini menunjukkan bahwa peningkatan pendapatan mengakibatkan meningkatnya jumlah permintaan pada produk blouse di butik House Of Riamiranda.

Nilai elastisitas pendapatan konsumen pada produk scarf di butik *House Of Riamiranda* menunjukkan hasil $E_i = 1,04 > 1$. hasil ini menunjukkan bahwa peningkatan pendapatan mengakibatkan meningkatnya jumlah permintaan pada produk scarf di butik House Of Riamiranda.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil perhitungan elastisitas harga pada tiga produk muslim di butik *house of Riamiranda* yaitu dress, blouse dan scarf menunjukkan hasil yang elastis yang berate bahwa konsumen peka terhadap perubahan narga yang terjadi. Semetara untuk Elastisitas permintaan pendapatan untuk ketiga produk di butik *house of Riamiranda* menunjukkan hasil bahwa produk dress, blouse dan scarf adalah termasuk barang mewah atau superior karena permintaan terhadap ketiga produk tersebut mengalami peningkatan seiring dengan meningkatnya pendapatan konsumen.

Saran

Diharapkan pihak manajemen riamiranda terus memperhatikan perubahan elastis yang terjadi pada produk-produk *fashion* Muslim. Karena dari hasil penelitian didapatkannya hasil yg elastis pada elastisitas harga, artinya konsumen peka terhadap perubahan sebesar 1% terhadap perubahan harga yang terjadi.

Daftar pustaka

Cut Risty dkk, "Elastisitas Permintaan Beras Organic Di Kota Medan", *Journal Of Agriculture and Agribusiness*, Vol. 2, No. 2, Februari 2013.

Dian Novita Sari, "Pengaruh Trend Fashion Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Wanita Butik Ria Miranda Cabang Malang)", *Skripsi*, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya, 2018.

Djaelani Mustofa, *Metode Penelitian Bagi Pendidik*, Jakarta: Multi Kreasi Satudelapan, 2010.

Dr. Muhammad Khusaini, SE., M.Si., M.A. *Ekonomi Mikro: Dasar-Dasar Teori*, Malang: UB Press, 2013.

- Hasnawati, dkk, “Pengaruh Kesadaran Merek dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Riamiranda (Studi Kasus Konsumen Di Kota Palopo)”, *Jurnal Mantik*, Vol. 5, No. 4, Februari 2022.
- Hasri Yolanda, “Pengaruh *Trend Fashion* dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslimah Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Khayal *Boutique* Di Kota Duri)”, *Skripsi*, Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau-Pekanbaru, Pekanbaru, 2020.
- Heriswanto, Radiasi Alam Kendek Membaka, “Analisis Elastisitas Permintaan Produk Tempe Di Kelurahan Sendang Mulyasari Kecamatan Tongauna Kabupaten Konawe”, *Jurnal Geoekonomi*, Vol. 13, No. 01, Maret 2022.
- Khairil Aeni Asmal, “Elastisitas Permintaan dan Penawaran Dodol Markisa Di UD. Wisaata Malindo Desa Tonas Kecamatan Tombolo Pao Kabupaten Gowa”, *Skripsi*, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Makasar, Makasar, 2018.
- Linda Rania, “Pengaruh Trend Busana Muslimah Terhadap Gaya Busana Kuliah Muslimah Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta”, *Skripsi*, Fakultas Teknik, Universitas Yogyakarta, Yogyakarta, 2018.
- Malcolm Barnard, *Fashion Sebagai Komunikasi Cara Mengkomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas, dan Gender*, Yogyakarta: Jalasutra, 2011.
- Neila Soraya, Bambang Eko Afiatno, “Elastisitas Harga dan Elastisitas Pendapatan Permintaan Energi Listrik Pada Rumah Tanggan Di Indonesia”, *Jurnal Sains Sosio Humanira*, Vol. 5, No. 2, Desember 2021.
- Nur Laili Niswa, “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Fashion Muslim Pada Took Antaradinhibabs Di Shopee”, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Surabaya, 2020.
- Styawan, dkk, “Analisis Elastisitas Permintaan Konsumen Terhadap Produk dan Harga keripik Pada UKM Di Kecamatan Baturaja Ogan
- Tri Kunawangsih Procoyo, Antoyo Procoyo, *Aspek Dasar Ekonomi Mikro*, Jakarta: PT Grasindo, 2006.
- Yunita Novasari, *Seri Penngayaan Pembelajaran Ekonomi: Ilmu Ekonomi Mikro*, Surakarta: PT. Aksara Sinergi Media, 2018