Department of Digital Business
Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)
Homepage: https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS
Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 28260- 28269
P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Pengaruh Kenaikan Harga Bahan Pokok terhadap Daya Beli Konsumen di Pasar Lakessi Kota Parepare

Irvan Anshar[1], Fitriani[2], Rudy Arfah[3]
[1-3]Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Parepare
[1]irvananshar50@gmail.com, [2]fitri.fa29@gmail.com, [3]andirudyarfah87@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi daya beli konsumen, kondisi kenaikan harga bahan pokok, serta menganalisis pengaruh kenaikan harga bahan pokok terhadap daya beli konsumen di Pasar Lakessi Kota Parepare. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner dan wawancara kepada 40 konsumen yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan bantuan program SPSS melalui beberapa tahapan pengujian, yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, analisis regresi linear sederhana, uji t, uji F, serta koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel kenaikan harga bahan pokok dan daya beli konsumen dinyatakan valid. Nilai Cronbach's Alpha masing-masing sebesar 0,713 untuk variabel kenaikan harga bahan pokok dan 0,799 untuk variabel daya beli konsumen, sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel. Hasil analisis regresi menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,587. Uji t menghasilkan nilai t hitung sebesar 3,433 dengan nilai signifikansi 0,001 < 0,05, sehingga kenaikan harga bahan pokok terbukti berpengaruh signifikan terhadap daya beli konsumen. Hasil uji F menunjukkan nilai sebesar 11,787 dengan signifikansi 0,001. Sementara itu, nilai R Square sebesar 0,237 menunjukkan bahwa kenaikan harga bahan pokok mampu menjelaskan 23,7% variasi daya beli konsumen, sedangkan 76,3% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa perubahan harga bahan pokok memiliki keterkaitan nyata dengan kemampuan konsumen dalam melakukan pembelian, sehingga stabilitas harga menjadi aspek penting dalam menjaga daya beli masyarakat.

***Kata Kunci**: Kenaikan Harga, Bahan Pokok, Daya Beli Konsumen.*

1. Latar Belakang

Pasar tradisional memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat, terutama bagi kelompok masyarakat berpendapatan menengah ke bawah. Keberadaan pasar tradisional tetap menjadi pilihan masyarakat karena menawarkan harga yang relatif terjangkau, produk yang beragam dan segar, serta lokasi yang umumnya dekat dengan permukiman. Paramarta (2026) menjelaskan bahwa pasar tradisional masih menjadi pilihan utama sebagian masyarakat karena mampu menyediakan kebutuhan dengan harga yang relatif terjangkau. Alfadhillah dan Julia (2024) menunjukkan bahwa harga bahan pokok di pasar tradisional mengalami volatilitas, sehingga perubahan harga menjadi salah satu aspek yang perlu diperhatikan dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat. Meskipun demikian, pasar tradisional juga memiliki sejumlah kelemahan, seperti kondisi lingkungan yang kurang higienis, keterbatasan fasilitas, rendahnya standar pelayanan, serta aspek keamanan yang dapat memengaruhi kenyamanan konsumen.

Salah satu pasar tradisional yang memiliki peran penting dalam aktivitas perdagangan masyarakat Kota Parepare adalah Pasar Lakessi. Aktivitas perdagangan di pasar tersebut sangat berkaitan dengan perubahan harga berbagai kebutuhan pokok masyarakat. Harga bahan pokok yang mengalami kenaikan secara terus-menerus dapat memberikan tekanan terhadap kemampuan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Kondisi tersebut menjadi semakin penting untuk dikaji karena bahan pokok merupakan kebutuhan utama yang permintaannya relatif tinggi dan bersifat terus-menerus.

Kenaikan harga sejumlah bahan pokok di Kota Parepare menunjukkan adanya tekanan terhadap stabilitas ekonomi masyarakat. Beberapa komoditas pangan mengalami perubahan harga, antara lain beras medium, beras premium, minyak goreng curah, telur ayam ras, tepung terigu, dan gula pasir. Berdasarkan data harga bahan pokok tahun 2026, beras medium mengalami kenaikan dari sekitar Rp12.000/kg menjadi Rp13.000/kg, beras premium dari Rp14.000/kg menjadi Rp15.200/kg, minyak goreng curah dari Rp16.500/kg menjadi Rp18.900/kg, telur ayam ras dari Rp28.000/kg menjadi Rp32.300/kg, tepung terigu dari Rp8.800/kg menjadi Rp9.659/kg, serta gula pasir dari

Rp16.500/kg menjadi Rp18.211/kg. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa kenaikan harga tidak hanya terjadi pada satu jenis komoditas, tetapi mencakup berbagai kebutuhan pokok yang dikonsumsi masyarakat.

Kenaikan harga bahan pokok tersebut dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti meningkatnya permintaan masyarakat, keterbatasan stok, gangguan distribusi, meningkatnya biaya transportasi dan logistik, serta kenaikan biaya produksi. Kondisi tersebut sejalan dengan pendapat Lestari dan Winarto (2023) yang menyatakan bahwa kenaikan harga bahan pokok, khususnya beras, dapat memberikan pengaruh terhadap perekonomian masyarakat dan menyebabkan masyarakat mengalami kesulitan dalam memenuhi kebutuhan makanan dibandingkan sebelum terjadinya kenaikan harga. Dengan demikian, perubahan harga bahan pokok menjadi salah satu indikator penting dalam melihat tekanan ekonomi yang dihadapi masyarakat.

Selain faktor permintaan dan penawaran, perkembangan harga pangan juga berkaitan dengan kondisi pasokan dan distribusi. Badan Pangan Nasional (2026) menjelaskan bahwa stabilitas harga pangan perlu didukung melalui pemantauan harga, intervensi pasar, pengelolaan cadangan pangan pemerintah, serta penguatan distribusi antarwilayah. Pada tahun 2026, pemerintah juga memperkuat berbagai instrumen stabilisasi, seperti Stabilisasi Pasokan dan Harga Pangan (SPHP), Gerakan Pangan Murah (GPM), dan Fasilitasi Distribusi Pangan (FDP). Kebijakan tersebut menunjukkan bahwa perubahan harga pangan merupakan persoalan yang perlu ditangani secara terpadu karena berkaitan langsung dengan keterjangkauan pangan dan daya beli masyarakat.

Fenomena kenaikan harga bahan pokok juga terjadi di berbagai daerah dan dapat memengaruhi pola konsumsi masyarakat. Penelitian Andriani, Rahayu, dan Masradin (2025) menunjukkan bahwa kenaikan harga bahan pokok memberikan dampak terhadap daya beli masyarakat dan menyebabkan perubahan pola konsumsi. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Sitohang et al. (2026) yang menunjukkan bahwa kenaikan harga komoditas seperti beras, cabai, minyak goreng, gula, dan telur berpengaruh terhadap perubahan pola konsumsi rumah tangga. Kondisi ini menunjukkan bahwa ketika harga kebutuhan pokok meningkat, masyarakat cenderung melakukan penyesuaian terhadap jumlah, frekuensi, maupun jenis barang yang dibeli.

Fenomena kenaikan harga bahan pokok tersebut berkaitan erat dengan inflasi. Dalam perspektif ekonomi mikro, harga terbentuk melalui interaksi antara permintaan dan penawaran. Amir (2025) menjelaskan bahwa perilaku permintaan dan penawaran merupakan konsep fundamental dalam aktivitas perekonomian karena mekanisme pasar terbentuk melalui hubungan timbal balik antara konsumen sebagai pihak yang melakukan permintaan dan produsen sebagai pihak yang melakukan penawaran. Perubahan pada permintaan maupun penawaran dapat memengaruhi harga barang yang selanjutnya berdampak terhadap kemampuan masyarakat dalam memperoleh barang dan jasa.

Kondisi inflasi di Kota Parepare pada tahun 2026 menunjukkan bahwa tekanan harga masih menjadi persoalan yang perlu diperhatikan. Berdasarkan data yang digunakan dalam penelitian, inflasi *year-on-year* (y-on-y) Kota Parepare tercatat sebesar 3,85%, sedangkan kelompok makanan, minuman, dan tembakau mengalami inflasi sebesar 6,60%. Sementara itu, inflasi Kota Parepare pada April 2026 tercatat sebesar 2,18%. Tingginya inflasi pada kelompok makanan, minuman, dan tembakau menunjukkan bahwa perubahan harga komoditas konsumsi masyarakat menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi kondisi daya beli.

Inflasi yang terjadi secara berkelanjutan dapat menyebabkan penurunan daya beli masyarakat karena pendapatan yang dimiliki harus digunakan untuk memperoleh barang dan jasa dengan harga yang lebih tinggi. Ketika harga kebutuhan pokok meningkat sementara pendapatan masyarakat relatif tetap, kemampuan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan lainnya menjadi semakin terbatas. Kondisi tersebut dapat mendorong masyarakat melakukan penyesuaian pola konsumsi, mengurangi jumlah pembelian, memilih barang dengan harga lebih rendah, atau mengurangi pengeluaran untuk kebutuhan yang bersifat sekunder (Nasir, 2025).

Dampak inflasi terhadap daya beli menjadi semakin penting pada masyarakat yang memiliki tingkat pendapatan terbatas karena sebagian besar pendapatannya dialokasikan untuk memenuhi kebutuhan pokok. Kenaikan harga pangan secara langsung meningkatkan beban pengeluaran rumah tangga dan berpotensi menurunkan kesejahteraan masyarakat. Selain itu, perubahan daya beli akibat inflasi juga dapat memengaruhi keputusan masyarakat dalam melakukan konsumsi, menabung, maupun investasi. Oleh karena itu, inflasi tidak hanya menjadi persoalan perubahan harga, tetapi juga berkaitan dengan kemampuan masyarakat dalam mempertahankan tingkat konsumsi dan kesejahteraannya.

Hubungan antara inflasi, kenaikan harga pangan, dan daya beli juga didukung oleh hasil penelitian terbaru. Irmayanti dan Santosa (2025) menemukan bahwa inflasi, khususnya kenaikan harga pangan, memberikan dampak terhadap penurunan daya beli masyarakat. Rumah tangga merespons kondisi tersebut melalui berbagai strategi,

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.13920
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

seperti mengurangi konsumsi, mengubah pola konsumsi, meningkatkan pendapatan, dan menggunakan tabungan. Penelitian Wulandari et al. (2025) juga menunjukkan bahwa peningkatan harga kebutuhan pokok menimbulkan kekhawatiran terhadap melemahnya daya beli masyarakat. Temuan tersebut memperkuat bahwa perubahan harga bahan pokok tidak hanya berdampak pada pengeluaran rumah tangga, tetapi juga memengaruhi kemampuan masyarakat dalam mempertahankan tingkat konsumsi.

Kenaikan harga bahan pokok juga dapat mendorong masyarakat melakukan berbagai strategi penyesuaian dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Penelitian Pangestu et al. (2026) menjelaskan bahwa kenaikan harga bahan pokok berkaitan dengan daya beli, pola konsumsi, dan kebutuhan terhadap kebijakan stabilisasi harga. Penelitian lain oleh Ilmaliya, Fawaid, dan Sulton (2026) menunjukkan bahwa kenaikan harga beras, minyak goreng, telur, dan cabai dapat mendorong rumah tangga mengganti bahan pangan dengan alternatif yang lebih murah, mengurangi frekuensi belanja, serta mengurangi pengeluaran non-esensial. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa daya beli masyarakat tidak hanya dapat dilihat dari besarnya pendapatan, tetapi juga dari kemampuan pendapatan tersebut dalam memenuhi kebutuhan ketika terjadi perubahan harga.

Pasar Lakessi sebagai salah satu pusat perdagangan masyarakat Kota Parepare menjadi lokasi yang relevan untuk melihat keterkaitan antara perubahan harga bahan pokok, inflasi, dan daya beli masyarakat. Aktivitas transaksi yang berlangsung secara langsung antara pedagang dan konsumen memungkinkan perubahan harga kebutuhan pokok dapat dirasakan secara nyata oleh masyarakat. Fluktuasi harga yang terjadi di pasar dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen, terutama ketika kenaikan harga terjadi pada komoditas yang merupakan kebutuhan utama.

Kondisi tersebut semakin relevan karena stabilitas harga pangan masih menjadi perhatian pemerintah pada tahun 2026. Badan Pangan Nasional menekankan pentingnya pemantauan harga, stok, distribusi, dan kondisi produsen di masing-masing wilayah untuk menjaga keseimbangan harga pada seluruh rantai pasok serta menjaga inflasi pangan tetap terkendali. Penguatan koordinasi antara pemerintah pusat dan pemerintah daerah diperlukan agar gejolak harga dan pasokan dapat dideteksi lebih awal. Dengan demikian, pengendalian harga pangan pada tingkat daerah memiliki peran penting dalam menjaga keterjangkauan kebutuhan pokok dan daya beli masyarakat.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian mengenai pengaruh inflasi terhadap daya beli masyarakat di Pasar Lakessi Kota Parepare menjadi penting dilakukan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai sejauh mana perubahan tingkat harga dan inflasi memengaruhi kemampuan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Selain itu, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan informasi empiris bagi pemerintah daerah dalam merumuskan kebijakan pengendalian harga, menjaga stabilitas pasokan bahan pokok, meningkatkan efektivitas distribusi, serta menjaga daya beli dan kesejahteraan masyarakat Kota Parepare.

Dengan demikian, fenomena kenaikan harga bahan pokok dan tingkat inflasi di Kota Parepare menunjukkan adanya persoalan ekonomi yang perlu dikaji lebih lanjut, khususnya terkait dampaknya terhadap daya beli masyarakat. Atas dasar tersebut, penelitian ini diarahkan untuk menganalisis pengaruh inflasi terhadap daya beli masyarakat di Pasar Lakessi Kota Parepare.

2. Metode Penelitian

2.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian bertujuan mengukur hubungan dan pengaruh antara variabel kenaikan harga bahan pokok sebagai variabel independen (X) terhadap daya beli konsumen sebagai variabel dependen (Y). Subhaktiyasa (2024) menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif merupakan pendekatan yang menggunakan data berbentuk angka, pengolahan melalui analisis statistik, serta penarikan kesimpulan berdasarkan hasil pengujian empiris.

2.2. Lokasi danWaktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada Mei–Juli 2026. Lokasi penelitian berada di Pasar Lakessi Kota Parepare, yang digunakan sebagai tempat pengumpulan data dari konsumen. Data mengenai inflasi diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Parepare. Pemilihan Pasar Lakessi didasarkan pada perannya sebagai salah satu pusat aktivitas perdagangan dan pemenuhan kebutuhan pokok masyarakat di Kota Parepare.

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.13920
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

2.3. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan keseluruhan individu atau objek yang menjadi sasaran penelitian (Hutami, 2024). Sampling merupakan proses pemilihan sebagian elemen dari populasi untuk dijadikan sampel penelitian (Sukabumi, 2022). Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, yaitu penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Sampel penelitian adalah konsumen yang berbelanja bahan pokok di Pasar Lakessi Kota Parepare. Adapun kriteria responden meliputi: (1) konsumen yang berbelanja bahan pokok di Pasar Lakessi; (2) membeli komoditas seperti beras, minyak goreng, gula, telur, atau tepung terigu; (3) mengetahui atau merasakan kenaikan harga bahan pokok; dan (4) melakukan pembelian bahan pokok secara rutin. Kriteria tersebut ditetapkan untuk memperoleh responden yang memiliki pengalaman langsung terkait perubahan harga bahan pokok dan daya beli konsumen.

2.4. Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu kenaikan harga bahan pokok (X) sebagai variabel independen dan daya beli konsumen (Y) sebagai variabel dependen. Kenaikan harga bahan pokok didefinisikan sebagai peningkatan harga barang kebutuhan dasar yang menyebabkan konsumen mengeluarkan biaya lebih besar dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Bahan pokok yang dimaksud meliputi beras, minyak goreng, gula, telur, dan tepung terigu. Secara operasional, variabel kenaikan harga bahan pokok diukur berdasarkan persepsi konsumen terhadap perubahan harga yang terjadi di Pasar Lakessi Kota Parepare, dengan indikator meliputi besarnya kenaikan harga, frekuensi perubahan harga, stabilitas harga, dan keterjangkauan harga bahan pokok.

Daya beli konsumen merupakan kemampuan konsumen dalam menggunakan pendapatan yang dimiliki untuk memenuhi kebutuhan bahan pokok sehari-hari. Daya beli tercermin dari kemampuan konsumen dalam mempertahankan jumlah dan frekuensi pembelian serta melakukan penyesuaian konsumsi ketika terjadi perubahan harga. Secara operasional, variabel daya beli konsumen diukur berdasarkan persepsi konsumen terhadap kemampuannya memenuhi kebutuhan bahan pokok setelah terjadi kenaikan harga di Pasar Lakessi Kota Parepare, dengan indikator meliputi kemampuan membeli bahan pokok, jumlah atau volume pembelian, frekuensi pembelian, dan penyesuaian konsumsi akibat kenaikan harga.

2.5. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka dan selanjutnya diolah serta dianalisis secara statistik untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis penelitian. Jailani dan Saksitha (2024) menjelaskan bahwa data kuantitatif yang diperoleh dari lapangan pada dasarnya merupakan data mentah (*raw data*) yang perlu melalui proses pengolahan, penyajian, perhitungan, dan analisis sebelum digunakan sebagai dasar penarikan kesimpulan.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari konsumen yang berbelanja bahan pokok di Pasar Lakessi Kota Parepare melalui kuesioner dan wawancara. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Parepare, terutama data mengenai inflasi dan perkembangan harga bahan pokok yang relevan dengan penelitian.

2.6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dan wawancara. Kuesioner merupakan instrumen berupa pertanyaan atau pernyataan tertulis yang dijawab responden berdasarkan kondisi, pengalaman, dan persepsi mereka (Fajri, 2022). Kuesioner disusun berdasarkan teori, penelitian terdahulu, dan kondisi lapangan untuk memperoleh data mengenai kenaikan harga bahan pokok dan daya beli konsumen.

Selain kuesioner, wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam mengenai pengalaman dan pandangan responden terkait kenaikan harga bahan pokok dan daya beli konsumen. Wawancara merupakan proses tanya jawab secara lisan untuk memperoleh informasi, pendapat, dan pandangan mengenai objek penelitian (Sutikno, Hosan, & Irawati, 2021). Wawancara yang digunakan adalah wawancara terstruktur dengan pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya.

Pengukuran kuesioner menggunakan skala Likert 1–5, yaitu: 1 = sangat tidak setuju, 2 = tidak setuju, 3 = netral, 4 = setuju, dan 5 = sangat setuju. Skala tersebut digunakan untuk mengukur tanggapan responden secara kuantitatif.

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.13920
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

2.7. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan kuantitatif. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik data melalui nilai rata-rata, persentase, distribusi, dan kecenderungan data (Padmadikara & Febrianti, 2025). Selanjutnya, analisis kuantitatif digunakan untuk mengolah data numerik dengan teknik statistik guna mengetahui hubungan dan pengaruh antarvariabel (Waruwu et al., 2025).

Sebelum analisis dilakukan, instrumen penelitian diuji melalui uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan ketepatan dan konsistensi alat ukur (Nurzalza et al., 2024). Uji validitas digunakan untuk mengetahui ketepatan instrumen dalam mengukur variabel penelitian (Rosita et al., 2021), sedangkan validitas konstruk mengacu pada kesesuaian indikator dengan definisi variabel yang berlandaskan teori (Yusup, 2018). Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat konsistensi hasil pengukuran instrumen (Forester et al., 2024).

Selanjutnya dilakukan uji normalitas untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal sebagai salah satu prasyarat penggunaan analisis statistik parametrik (Sianturi, 2025). Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji t untuk mengetahui pengaruh variabel kenaikan harga bahan pokok (X) terhadap daya beli konsumen (Y) secara parsial. Pengambilan keputusan dilakukan pada tingkat signifikansi 5% (0,05); apabila nilai signifikansi < 0,05, maka terdapat pengaruh yang signifikan (Padegogik, 2025).

Karena penelitian ini hanya memiliki satu variabel independen, pengaruh X terhadap Y dianalisis menggunakan regresi linier sederhana dengan persamaan:

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan:
Y = Daya Beli Konsumen
X = Kenaikan Harga Bahan Pokok
a = Konstanta
b = Koefisien regresi
e = Error term
Selain itu, koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel kenaikan harga bahan pokok dalam menjelaskan variasi daya beli konsumen (Nabella et al., 2022). Uji F tidak menjadi analisis utama karena penelitian hanya menggunakan satu variabel independen.

3. Hasil dan Diskusi

3.1. Prosedur Pengumpulan dan Analisis Data

Penelitian dilaksanakan di Pasar Lakessi Kota Parepare dengan menggunakan kuesioner dan wawancara sebagai instrumen pengumpulan data. Sebelum pengumpulan data, peneliti mengurus izin penelitian dari Universitas Muhammadiyah Parepare yang ditujukan kepada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Parepare dan selanjutnya didisposisikan kepada UPTD Pasar Kota Parepare. Setelah memperoleh izin, peneliti melakukan koordinasi dengan pihak UPTD Pasar Lakessi terkait pelaksanaan penelitian.

Kuesioner disebarkan secara langsung kepada konsumen Pasar Lakessi yang memenuhi kriteria sampel. Sebanyak 40 kuesioner berhasil dikumpulkan kembali sehingga tingkat pengembalian mencapai 100%. Setelah dilakukan pemeriksaan kelengkapan jawaban, seluruh kuesioner dinyatakan layak untuk dianalisis. Data selanjutnya ditabulasi dan dianalisis menggunakan program SPSS 27 dengan skala Likert 1–5.

3.2. Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendapatan per bulan, dan frekuensi belanja bahan pokok. Dari 40 responden konsumen Pasar Lakessi Kota Parepare, diperoleh karakteristik sebagai berikut.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Jumlah (n)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	15	37,5
	Perempuan	25	62,5
Usia	< 20 tahun	0	0

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.13920
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

	20–30 tahun	6	15
	31–40 tahun	7	17,5
	41–50 tahun	15	37,5
	> 50 tahun	12	30
Pekerjaan	Ibu rumah tangga	10	25
	Pelajar/Mahasiswa	6	15
	PNS/ASN	9	22,5
	Karyawan swasta	9	22,5
	Wiraswasta	6	15
Pendapatan/Bulan	< Rp1.000.000	5	12,5
	Rp1.000.000–Rp3.000.000	20	50
	Rp3.000.000–Rp5.000.000	13	32,5
	Rp5.000.000–Rp7.000.000	2	5
	> Rp7.000.000	0	0
Frekuensi Belanja	Setiap hari	0	0
	2–3 kali seminggu	10	25
	1 kali seminggu	12	30
	2–3 kali sebulan	11	27,5
	1 kali sebulan	7	17,5

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 1, karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendapatan per bulan, dan frekuensi belanja bahan pokok. Berdasarkan jenis kelamin, responden perempuan merupakan kelompok yang paling dominan, yaitu sebanyak 25 orang (62,5%), sedangkan responden laki-laki berjumlah 15 orang (37,5%). Komposisi tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden penelitian adalah perempuan.

Berdasarkan usia, responden paling banyak berada pada kelompok usia 41–50 tahun, yaitu sebanyak 15 orang (37,5%), kemudian kelompok usia >50 tahun sebanyak 12 orang (30%). Responden berusia 31–40 tahun berjumlah 7 orang (17,5%), sedangkan usia 20–30 tahun sebanyak 6 orang (15%). Tidak terdapat responden yang berusia di bawah 20 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa responden didominasi oleh kelompok usia dewasa.

Berdasarkan pekerjaan, responden didominasi oleh ibu rumah tangga sebanyak 10 orang (25%). Selanjutnya, PNS/ASN dan karyawan swasta masing-masing berjumlah 9 orang (22,5%), sedangkan pelajar/mahasiswa dan wiraswasta masing-masing sebanyak 6 orang (15%). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa konsumen yang menjadi responden memiliki latar belakang pekerjaan yang beragam.

Berdasarkan pendapatan per bulan, mayoritas responden memiliki pendapatan Rp1.000.000–Rp3.000.000, yaitu sebanyak 20 orang (50%). Selanjutnya, 13 orang (32,5%) memiliki pendapatan Rp3.000.000–Rp5.000.000, 5 orang (12,5%) berpendapatan kurang dari Rp1.000.000, dan 2 orang (5%) berpendapatan Rp5.000.000–Rp7.000.000. Tidak terdapat responden dengan pendapatan di atas Rp7.000.000. Dengan demikian, sebagian besar responden berada pada kelompok pendapatan Rp1.000.000–Rp3.000.000 per bulan.

Berdasarkan frekuensi belanja bahan pokok, responden paling banyak melakukan pembelian 1 kali seminggu, yaitu 12 orang (30%). Selanjutnya, 11 orang (27,5%) berbelanja 2–3 kali sebulan, 10 orang (25%) berbelanja 2–3 kali seminggu, dan 7 orang (17,5%) berbelanja 1 kali sebulan. Tidak terdapat responden yang melakukan pembelian bahan pokok setiap hari. Kondisi ini menunjukkan adanya variasi frekuensi belanja konsumen dalam memenuhi kebutuhan bahan pokok.

3.3. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan setiap item pernyataan dalam mengukur variabel penelitian. Pengujian menggunakan korelasi Pearson Product Moment dengan jumlah responden sebanyak 40 orang. Pada taraf signifikansi 5%, diperoleh r tabel sebesar 0,312. Item dinyatakan valid apabila nilai *r hitung* > *r tabel* dan nilai signifikansi < 0,05.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	**Item Pernyataan**	**Jumlah Item**	**Kriteria**	**Hasil**
Kenaikan Harga Bahan Pokok (X)	X1–X12	12	*r hitung* > 0,312; Sig. < 0,05	Valid
Daya Beli Konsumen (Y)	Y1–Y12	12	*r hitung* > 0,312; Sig. < 0,05	Valid

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.13920
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 27.

Berdasarkan Tabel 2, seluruh 12 item pernyataan variabel Kenaikan Harga Bahan Pokok (X) dinyatakan valid. Nilai *r hitung* berada pada rentang 0,372–0,635, lebih besar daripada *r tabel* 0,312, dengan nilai signifikansi < 0,05. Demikian pula, seluruh 12 item pernyataan variabel Daya Beli Konsumen (Y) dinyatakan valid karena nilai *r hitung* masing-masing item lebih besar dari 0,312 dan nilai signifikansinya < 0,05. Dengan demikian, seluruh 24 item pernyataan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

3.4. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang diteliti. Pengujian dilakukan menggunakan Cronbach's Alpha, dengan kriteria instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha > 0,60. Menurut Forester (2024) uji reliabilitas adalah suatu metode uji untuk menilai konsistensi suatu alat ukur kuesioner mengukur faktor penelitian.

Tabel 3.Uji Reabilitas

Variabel	**Cronbach's Alpha**	**Jumlah Item**	**Keterangan**
Kenaikan Harga Bahan Pokok (X)	0,713	12	Reliabel
Daya Beli Konsumen (Y)	0,799	12	Reliabel

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 27.

Berdasarkan Tabel 3, variabel Kenaikan Harga Bahan Pokok (X) memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,713, sedangkan variabel Daya Beli Konsumen (Y) sebesar 0,799. Kedua nilai tersebut lebih besar dari 0,60, sehingga seluruh item pernyataan pada kedua variabel dinyatakan reliabel. Dengan demikian, instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi yang memadai dan layak digunakan sebagai alat pengumpulan data.

3.5. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah residual dalam model regresi berdistribusi normal. Pengujian dilakukan menggunakan metode One-Sample Kolmogorov-Smirnov dengan taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Kriteria pengujian adalah apabila nilai signifikansi > 0,05, residual dinyatakan berdistribusi normal, sedangkan apabila nilai signifikansi < 0,05, residual dinyatakan tidak berdistribusi normal (Padegogik, 2025).

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	**Unstandardized Residual**
N	40
Mean	0,0000000
Std. Deviation	4,76691198
Most Extreme Differences – Absolute	0,168
Positive	0,074
Negative	-0,168
Test Statistic	0,168
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,006
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	0,006
99% CI – Lower Bound	0,004
99% CI – Upper Bound	0,008

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 27.

Berdasarkan Tabel 4, hasil uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai statistik sebesar 0,168 dan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,006. Dengan menggunakan pendekatan Monte Carlo pada tingkat kepercayaan 99%, hasil analisis berdasarkan hasil uji normalitas, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,006. Karena nilai Asymp. Sig. (2-tailed) maupun Monte Carlo Sig. (2-tailed) lebih besar dari $\alpha = 0,05$, maka data riset memenuhi asumsi normalitas atau berdistribusi normal. memenuhi persyaratan pengujian normalitas dan dapat digunakan sebagai dasar analisis selanjutnya.

3.6. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh kenaikan harga bahan pokok (X) terhadap daya beli konsumen (Y).

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.13920
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
Konstanta	19,078	8,705	–	2,192	0,035
Kenaikan Harga Bahan Pokok	0,587	0,171	0,487	3,433	0,001

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 27.

Berdasarkan Tabel 5.10, diperoleh persamaan regresi Y = 19,078 + 0,587X. Nilai konstanta sebesar 19,078 menunjukkan nilai daya beli konsumen ketika kenaikan harga bahan pokok bernilai nol. Koefisien regresi sebesar 0,587 menunjukkan adanya hubungan positif antara kenaikan harga bahan pokok dan daya beli konsumen berdasarkan arah pengukuran variabel dalam penelitian. Hasil regresi tersebut selanjutnya diperkuat melalui uji t dan uji F.

3.7. Uji t dan Uji F

Tabel 6. Hasil Uji T

Variabel	Koefisien Regresi	t hitung	t tabel	Sig.	Keterangan
Kenaikan Harga Bahan Pokok	0,587	3,433	2,024	0,001	Signifikan

Sumber: Diolah menggunakan SPSS 27.

Berdasarkan Tabel 5.10, nilai t hitung sebesar 3,433 > t tabel 2,024 dan nilai signifikansi 0,001 < 0,05. Dengan demikian, kenaikan harga bahan pokok berpengaruh signifikan terhadap daya beli konsumen di Pasar Lakessi Kota Parepare.

Tabel 7. Hasil Uji F

F hitung	F tabel	Sig.	Keterangan
11,787	4,10	0,001	Signifikan

Sumber: Diolah menggunakan SPSS 27.

Hasil uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 11,787 dengan signifikansi 0,001 < 0,05. Dengan demikian, model regresi signifikan dan kenaikan harga bahan pokok berpengaruh terhadap daya beli konsumen.

3.7. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of Estimate
1	0,487	0,237	0,217	4,829

Sumber: Diolah menggunakan SPSS 27.

Berdasarkan Tabel 8, diperoleh nilai R Square sebesar 0,237 atau 23,7%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kenaikan harga bahan pokok mampu menjelaskan variasi daya beli konsumen sebesar 23,7%, sedangkan 76,3% lainnya dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian, seperti tingkat pendapatan, kebutuhan rumah tangga, harga barang lainnya, kebiasaan konsumsi, dan kondisi ekonomi konsumen.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kenaikan harga bahan pokok berpengaruh signifikan terhadap daya beli konsumen di Pasar Lakessi Kota Parepare. Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung 3,433 > t tabel 2,024 dengan signifikansi 0,001 < 0,05, sedangkan uji F menunjukkan F hitung 11,787 dengan signifikansi 0,001 < 0,05. Nilai R Square sebesar 0,237 menunjukkan bahwa kenaikan harga bahan pokok menjelaskan 23,7% variasi daya beli konsumen, sementara 76,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Referensi

1. Alfadhillah, F. H., & Julia, A. (2024). Volatilitas 9 harga bahan pokok di pasar tradisional Kota Bandung. Dinamika Ekonomi: Jurnal Kajian Ekonomi dan Pembangunan, 15(1), 9–16. https://doi.org/10.29313/jde.v15i1.3073
2. Amir. (2025). Ekonomi Mikro: Konsep Dasar Permintaan dan Penawaran. Penerbit Erlangga.
3. Andriani, A., Rahayu, F. S., & Masradin, A. A. (2025). Dampak kenaikan harga bahan pokok terhadap daya beli masyarakat di Kecamatan Bontomatene Kepulauan Selayar. KAIZEN: Kajian Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, dan Kewirausahaan, 4(1).
4. Badan Pangan Nasional. (2026, 13 Januari). Ini strategi Bapanas di 2026 untuk menjaga stabilitas harga pangan. Badan Pangan Nasional.
5. Fajri, L. (2022). Metodologi Penelitian dan Instrumen Pengumpulan Data. Penerbit.

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.13920
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

6. Forester, B. J., Khater, A. I. A., Afgani, M. W., & Isnaini, M. (2024). Penelitian kuantitatif: Uji reliabilitas. EDU SOCIETY: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial Dan Pengabdian Kepada Masyarakat, 4(3), 1812-1820. https://www.jurnal.permapendis-sumut.org/index.php/edusociety/article/download/577/463
7. Hutami, W. F. (2024). Populasi dan Sampel dalam Penelitian. Jurnal Public Relations Mercu Buana, Query date, 21, 23. https://www.researchgate.net/profile/Wanda-Femila/publication/350958488_POPULASI_DAN_SAMPEL_DALAM_PENELITIAN/links/607c61eb8ea909241e0c64bf/POPULASI-DAN-SAMPEL-DALAM-PENELITIAN
8. Ilmaliya, A., Fawaid, M., & Sulton, M. A. (2026). Dampak kenaikan harga bahan pokok terhadap pola konsumsi rumah tangga di Desa Brongkal, Malang. Jurnal Media Akademik (JMA), 4(6). https://doi.org/10.62281/0xhy9k48
9. Irmayanti, I., & Santosa, D. (2025). Inflasi dan daya beli masyarakat: Analisis strategi adaptasi rumah tangga terhadap kenaikan harga pangan. *ASEFBA: Advanced Studies in Economic, Finance and Banking*, *1*(1), 51–60.
10. Jailani, M. S., & Saksitha, D. A. (2024). Tehnik analisis data kuantitatif dan kualitatif dalam penelitian ilmiah. Jurnal Genta Mulia, 15(2), 79–91. https://ejournal.uncm.ac.id/index.php/gm/article/download/1147/722
11. Nasir, N. (2025). Analisis dampak inflasi terhadap daya beli masyarakat berpenghasilan menengah ke bawah di Makassar. *Journal of Economic Research*, *1*(1), 1–8. https://doi.org/10.56799/joer.v1i1.1
12. Lestari, R. D., & Winarto, W. W. A. (2023). Pengaruh kenaikan harga bahan pokok terhadap kesejahteraan Masyarakat Kedungwuni. Sahmiyya: Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 117–124. https://e-journal.uingusdur.ac.id/sahmiyya/article/download/882/604
13. Padegogik, J. (2025). KAJIAN TENTANG UJI ASUMSI KLASIK BERBANTUAN SPSS Kartini Hutagaol. 8(2), 15–28.
14. Pangestu, R. A. D., Jonathan, R., Aditya, I. T., Sugiyono, S., & Yasin, V. (2026). Kerangka pemikiran warga negara factor ekonomi studi kasus: Pengaruh kenaikan harga bahan pokok terhadap daya beli masyarakat di era modern. Publikasi Pengabdian Masyarakat Komputer dan Teknologi (PUNDIMASKOT), 5(1). https://doi.org/10.63893/pundimaskot.v5i1.350
15. Paramarta, I. M. A. (2026). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Jual Beli Bahan Pangan Di Pasar Tradisional Tibubeneng Badung Bali. Kertha Desa: Journal Ilmu Hukum, 14(1), 1–7. https://ejournal2.unud.ac.id/index.php/kerthadesa/article/download/783/702
16. Sitohang, J. O., Sitinjak, T. L., Syakier, M. H., Gultom, H., & Ruslan, D. (2026). Analisis dampak kenaikan harga kebutuhan pokok terhadap perubahan pola konsumsi masyarakat Indonesia pada tahun 2025. Didaktik: Jurnal Ilmiah PGSD STKIP Subang, 12(2), 244–253. https://doi.org/10.36989/didaktik.v12i02.14713.
17. Subhaktiyasa, P. G. (2024). Menentukan populasi dan sampel: Pendekatan metodologi penelitian kuantitatif dan kualitatif. Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan, 9(4), 2721–2731. https://www.researchgate.net/profile/Putu-Gede-Subhaktiyasa/publication/385922236_Menentukan_Populasi_dan_Sampel_Pendekatan_Metodologi_Penelitian_Kuantitatif_dan_Kualitatif/links/673c0f4088177c79e8314657/Menentukan-Populasi-dan-Sampel-Pendekatan-Metodologi-Penelitian-Kuantitatif-dan-Kualitatif.pdf
18. Sukabumi, S. P. (2022). Teknik pengambilan sampel umum dalam metodologi penelitian: Literature review. Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH), 1(2), 85–114. https://pdfs.semanticscholar.org/29b3/5e4d4f9b4233edb9f11b6aef7935f36ce46c.pdf
19. Sutikno, Y., Hosan, H., & Irawati, I. (2021). Implementasi Metode Penugasan untuk Meningkatkan Kemampuan Melakukan Wawancara untuk Mahasiswa STAB Maitreyawira. Jurnal Maitreyawira, 2(2), 1–8. https://jurnal.maitreyawira.ac.id/jm/article/download/40/47
20. Wulandari, P., Karnendra, D. G., Albani, M. Y., Anggraeni, F. N., Pangaribuan, A. D. B., Pratama, M. A. E., & Hamka. (2025). Dampak kebijakan kluster Pajak Pertambahan Nilai (PPN) pada bahan pokok terhadap daya beli masyarakat di DKI Jakarta. Journal of Business Administration Economics & Entrepreneurship, 7(2), 87–96. https://doi.org/10.32834/jbest.v7i2.983

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.13920
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)