



Persepsi Konsumen terhadap Perubahan Harga Beras di Kecamatan Medan Pancing

Muhammad Reyhan Hersya, Nathasya Regina Gultom, Miftahul Jannah, Karendya Zivilia Br.Ginting, Syairah Juwita Sari, Deni Adriani

Universitas Negeri Medan

muhammadreyhanhersya@gmail.com, nathasyareginagltm@gmail.com, miptajannah1301@gmail.com,
karendyazivilia@gmail.com, syairahjuwwi07@gmail.com, deni_adriani@unimed.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap perubahan harga beras di Kecamatan Medan Pancing. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 50 responden yang merupakan konsumen beras di sekitar Kecamatan Medan Pancing. Instrumen penelitian terdiri atas 20 pernyataan yang diukur menggunakan skala Likert dan mencakup lima indikator, yaitu perubahan harga yang dirasakan, keterjangkauan harga, kewajaran harga, dampak terhadap pengeluaran, serta dampak terhadap pembelian dan konsumsi. Data dianalisis secara deskriptif melalui perhitungan skor dan nilai rata-rata pada setiap indikator untuk menggambarkan kecenderungan persepsi responden terhadap perubahan harga beras. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata keseluruhan persepsi konsumen sebesar 3,38 dan berada pada kategori netral. Indikator dampak terhadap pengeluaran memperoleh rata-rata tertinggi sebesar 3,62 dengan kategori setuju, diikuti indikator perubahan harga yang dirasakan sebesar 3,59 dengan kategori setuju. Sementara itu, keterjangkauan harga memperoleh rata-rata sebesar 3,33, dampak terhadap pembelian dan konsumsi sebesar 3,29, serta kewajaran harga sebesar 3,10 yang seluruhnya berada pada kategori netral. Hasil tersebut menunjukkan bahwa perubahan harga beras paling dirasakan konsumen melalui aspek pengeluaran dan pengelolaan keuangan sehari-hari. Pada aspek pembelian dan konsumsi, penyesuaian yang lebih terlihat berkaitan dengan pilihan jenis atau merek beras dibandingkan dengan pengurangan jumlah pembelian atau konsumsi. Dengan demikian, persepsi konsumen terhadap perubahan harga beras mencakup aspek perubahan harga, keterjangkauan, kewajaran, pengeluaran, serta penyesuaian pembelian dan konsumsi.

Kata kunci: Persepsi Konsumen, Perubahan Harga, Beras, Pengeluaran, Kecamatan Medan Pancing

Abstract

This study aims to determine consumer perceptions of rice price changes in Medan Pancing District. The study used a quantitative approach with a descriptive research type. Data were obtained through distributing questionnaires to 50 respondents who are rice consumers around Medan Pancing District. The research instrument consisted of 20 statements measured using a Likert scale and covered five indicators: perceived price change, price affordability, price fairness, impact on expenditure, and impact on purchase and consumption. Data were analyzed descriptively through score and mean calculations on each indicator to describe the tendency of respondent perceptions toward rice price changes. The results show that the overall average consumer perception is 3.38, falling into the neutral category. The impact on expenditure indicator obtained the highest average of 3.62 in the agree category, followed by the perceived price change indicator at 3.59 in the agree category. Meanwhile, price affordability obtained an average of 3.33, impact on purchase and consumption 3.29, and price fairness 3.10, all of which are in the neutral category. These results indicate that rice price changes are most perceived by consumers through aspects of expenditure and daily financial management. On purchase and consumption aspects, visible adjustments relate to choices of rice types or brands rather than reductions in the total amount purchased or consumed.

Keywords: Consumer Perception, Price Change, Rice, Expenditure, Medan Pancing District

1. Pendahuluan

Beras merupakan salah satu bahan pangan utama yang memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat Indonesia (Ariyanti et al., 2024). Karena dikonsumsi secara rutin oleh sebagian besar rumah tangga, perubahan harga beras dapat memengaruhi pengeluaran dan keputusan pembelian konsumen. Harga beras dapat mengalami perubahan karena berbagai faktor, seperti ketersediaan pasokan, kondisi distribusi, pola musiman, serta perubahan permintaan masyarakat (Popalo et al., 2026). BPS Provinsi Sumatera Utara mencatat

bahwa pergerakan harga sejumlah bahan pangan di wilayah Sumatera Utara mengalami variasi yang antara lain dipengaruhi oleh kondisi pasokan, distribusi, dan faktor musiman.

Indonesia merupakan salah satu negara penghasil beras terbesar di Asia setelah India, Vietnam, dan beberapa negara Asia lainnya. Jumlah penduduk Indonesia yang besar menyebabkan beras menjadi salah satu makanan pokok yang paling banyak dikonsumsi oleh masyarakat (Khoiriyah et al., 2020; Sa'diyah et al., 2019). Oleh karena itu, pemerintah memberikan perhatian terhadap usahatani padi dan bisnis perberasan. Tingkat konsumsi beras masyarakat Indonesia pada tahun 2013 mencapai 90,62 kg/kapita/tahun, meningkat menjadi 97,204 kg/kapita/tahun pada tahun 2014, dan mencapai 98,05 kg/kapita/tahun pada tahun 2015 (BPS, 2017). Sementara itu, berdasarkan data Susenas 2016, tingkat konsumsi beras rumah tangga pada lima tingkat kemiskinan di Indonesia mencapai 21,09 gram/kapita/hari (Khoiriyah et al., 2020). Data tersebut menunjukkan bahwa beras memiliki posisi yang sangat penting dalam pola konsumsi pangan masyarakat Indonesia.

Beras tidak hanya berfungsi sebagai bahan pangan pokok, tetapi juga memiliki peran penting dalam ketahanan pangan, stabilitas ekonomi, dan kehidupan masyarakat. Menurut Sawit (2016) dalam Ariani (2010), beras dapat dipandang sebagai barang yang memiliki kepentingan publik karena berkaitan dengan kebutuhan dasar masyarakat. Dari sisi produsen, usahatani padi di Indonesia melibatkan sekitar 25,4 juta rumah tangga, sedangkan dari sisi konsumen, sekitar 30% dari total pengeluaran rumah tangga miskin digunakan untuk membeli beras (Bustaman, 2011). Selain itu, lebih dari 90% penduduk Indonesia mengonsumsi beras sebagai makanan pokok. Dari sisi gizi, beras juga memiliki kandungan energi dan protein yang mendukung kebutuhan pangan masyarakat. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa beras memiliki posisi strategis dalam menunjang ketahanan pangan di Indonesia.

Perubahan harga beras tidak hanya menjadi persoalan dari sisi ekonomi, tetapi juga dapat memengaruhi cara konsumen memandang dan menyikapi harga tersebut. Konsumen dapat memiliki persepsi yang berbeda ketika menghadapi kenaikan maupun penurunan harga beras. Perubahan harga dapat mendorong konsumen untuk mempertimbangkan kembali jumlah pembelian, memilih jenis atau merek beras yang berbeda, serta menyesuaikan pengeluaran untuk kebutuhan pangan lainnya. Oleh karena itu, persepsi konsumen menjadi salah satu aspek yang penting untuk diperhatikan dalam memahami dampak perubahan harga beras terhadap perilaku konsumen.

Selain perubahan harga, perkembangan pasar beras juga ditandai dengan semakin beragamnya jenis dan kualitas beras yang tersedia, termasuk beras premium. Kondisi tersebut membuat konsumen perlu mempertimbangkan berbagai atribut dalam menentukan pilihan pembelian. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan dan pemahaman konsumen mengenai kualitas beras masih cenderung terbatas pada aspek harga, rasa, dan penampilan fisik (Prakarsa et al., 2010). Hal serupa juga ditemukan oleh My et al. (2017), yang menunjukkan bahwa pengetahuan konsumen di Vietnam Utara mengenai produk beras berkualitas dan bersertifikat masih relatif terbatas. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keputusan konsumen dalam memilih beras dapat dipengaruhi oleh berbagai pertimbangan, termasuk harga, kualitas, pendapatan, dan pengetahuan konsumen mengenai produk beras.

Dalam konteks Kecamatan Medan Pancing, persepsi konsumen terhadap perubahan harga beras menjadi penting untuk diteliti karena konsumen dapat memiliki tanggapan yang berbeda terhadap perubahan harga yang mereka hadapi. Persepsi tersebut dapat dilihat dari bagaimana konsumen mengetahui perubahan harga, menilai keterjangkauan harga beras, merasakan dampaknya terhadap pengeluaran rumah tangga, serta menyesuaikan keputusan pembelian. Penelitian pada tingkat lokal diperlukan agar dapat memberikan gambaran yang lebih spesifik mengenai bagaimana konsumen merespons perubahan harga beras dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap perubahan harga beras di Kecamatan Medan Pancing. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai tanggapan konsumen terhadap perubahan harga beras, khususnya dalam hal keterjangkauan harga, dampak terhadap pengeluaran, serta penyesuaian keputusan pembelian. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi informasi yang bermanfaat dalam memahami kondisi konsumen terhadap perubahan harga beras pada tingkat lokal.

Landasan teori

Fluktuasi Harga Bahan Pangan Pokok

Harga bahan pangan pokok dapat mengalami perubahan dari waktu ke waktu karena dipengaruhi oleh kondisi pasokan, permintaan, distribusi, dan faktor lainnya. Beras merupakan salah satu bahan pangan pokok yang memiliki tingkat konsumsi tinggi di masyarakat, sehingga perubahan harganya dapat dirasakan secara langsung oleh konsumen. Fluktuasi harga pangan juga dapat memengaruhi kemampuan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Resnia (2012) menjelaskan bahwa fluktuasi harga bahan pangan pokok memiliki hubungan dengan daya beli masyarakat, terutama pada kelompok masyarakat berpendapatan rendah. Ketika harga pangan meningkat, masyarakat perlu mengeluarkan pendapatan yang lebih besar untuk memenuhi kebutuhan pokok. Kondisi tersebut dapat menyebabkan berkurangnya kemampuan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan lainnya. Oleh karena itu, perubahan harga beras menjadi salah satu kondisi yang dapat memengaruhi pengeluaran dan kemampuan konsumen dalam memenuhi kebutuhan pangan.

Dalam penelitian ini, konsep fluktuasi harga digunakan untuk memahami perubahan harga yang dirasakan konsumen, khususnya dalam melihat apakah konsumen menyadari adanya kenaikan atau penurunan harga beras yang mereka beli.

Persepsi Konsumen terhadap Harga

Persepsi konsumen merupakan proses ketika konsumen memahami, menilai, dan memberikan tanggapan terhadap suatu kondisi yang mereka hadapi. Dalam hal harga, persepsi konsumen tidak hanya berkaitan dengan tinggi atau rendahnya harga, tetapi juga bagaimana konsumen menilai keterjangkauan dan kewajaran harga tersebut berdasarkan kondisi yang mereka alami.

Fernandes et al. (2024) dalam penelitiannya mengenai persepsi konsumen terhadap harga dan kualitas pangan di Pasar Rakyat Gianyar menunjukkan bahwa harga menjadi salah satu aspek yang diperhatikan konsumen dalam menentukan pilihan pangan. Penilaian konsumen terhadap harga dapat berbeda-beda karena setiap konsumen memiliki kondisi dan kemampuan ekonomi yang berbeda.

Dalam penelitian ini, konsep persepsi harga digunakan untuk melihat bagaimana konsumen di Kecamatan Medan Pancing menilai keterjangkauan dan kewajaran harga beras yang mereka hadapi. Dengan demikian, persepsi konsumen tidak hanya dilihat dari perubahan harga yang dirasakan, tetapi juga dari penilaian konsumen terhadap harga tersebut.

Konsumsi dan Perilaku Konsumen Beras

Konsumsi merupakan kegiatan masyarakat dalam menggunakan barang atau produk untuk memenuhi kebutuhan. Dalam memenuhi kebutuhan pangan, keputusan konsumen dalam membeli dan mengonsumsi beras dapat dipengaruhi oleh kondisi harga, pendapatan, kebutuhan, serta kebiasaan konsumsi.

Aditya dan Hadi (2026) membahas pola dan perilaku konsumsi beras pada rumah tangga peserta Program Keluarga Harapan di Kota Pekanbaru. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa beras memiliki peran penting dalam pemenuhan kebutuhan pangan rumah tangga. Pola konsumsi beras juga berkaitan dengan kondisi rumah tangga dalam memenuhi kebutuhan pangan sehari-hari.

Perubahan harga beras dapat menyebabkan konsumen menyesuaikan pengeluaran maupun keputusan pembelian. Ketika harga meningkat, konsumen dapat mempertimbangkan kembali jumlah beras yang dibeli atau menyesuaikan pengeluaran untuk kebutuhan lainnya. Oleh karena itu, konsep konsumsi dan perilaku konsumen digunakan dalam penelitian ini untuk melihat dampak perubahan harga terhadap pengeluaran serta pembelian dan konsumsi beras.

Persepsi Konsumen terhadap Perubahan Harga Beras

Persepsi konsumen terhadap perubahan harga beras merupakan penilaian dan tanggapan konsumen terhadap perubahan harga beras yang mereka temui dalam kehidupan sehari-hari. Persepsi tersebut dapat berbeda antara konsumen satu dengan konsumen lainnya karena setiap konsumen memiliki pengalaman, kebutuhan, dan kondisi pengeluaran yang berbeda.

Dalam penelitian ini, persepsi konsumen terhadap perubahan harga beras di Kecamatan Medan Pancing diukur melalui lima indikator, yaitu perubahan harga yang dirasakan, keterjangkauan harga, kewajaran harga, dampak terhadap pengeluaran, serta dampak terhadap pembelian dan konsumsi.

Perubahan harga yang dirasakan menunjukkan sejauh mana konsumen menyadari adanya kenaikan atau penurunan harga beras. Keterjangkauan harga berkaitan dengan kemampuan konsumen untuk tetap memenuhi kebutuhan beras pada harga yang berlaku. Kewajaran harga berkaitan dengan penilaian konsumen mengenai apakah harga beras yang mereka hadapi dianggap wajar. Selanjutnya, dampak terhadap pengeluaran melihat perubahan pengeluaran yang dirasakan konsumen akibat perubahan harga beras, sedangkan dampak terhadap pembelian dan konsumsi melihat apakah perubahan harga memengaruhi jumlah pembelian atau konsumsi beras.

Berdasarkan uraian tersebut, persepsi konsumen terhadap perubahan harga beras dapat digunakan untuk menggambarkan bagaimana konsumen di Kecamatan Medan Pancing merasakan, menilai, dan merespons perubahan harga beras dalam kehidupan sehari-hari. Kelima indikator tersebut menjadi dasar dalam penyusunan instrumen penelitian untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap perubahan harga beras.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan kuantitatif digunakan karena data penelitian diperoleh melalui kuesioner dengan pengukuran menggunakan skala Likert, sedangkan penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan persepsi konsumen terhadap perubahan harga beras berdasarkan tanggapan responden. Penelitian dilakukan pada konsumen beras di sekitar Kecamatan Medan Pancing.

Variabel dalam penelitian ini adalah persepsi konsumen terhadap perubahan harga beras. Variabel tersebut diukur melalui lima indikator, yaitu (1) perubahan harga yang dirasakan, (2) keterjangkauan harga, (3) kewajaran harga, (4) dampak terhadap pengeluaran, serta (5) dampak terhadap pembelian dan konsumsi. Kelima indikator tersebut digunakan sebagai dasar penyusunan instrumen penelitian. Masing-masing indikator terdiri atas empat pernyataan sehingga keseluruhan instrumen penelitian terdiri atas 20 pernyataan.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen beras yang berada di sekitar Kecamatan Medan Pancing. Responden penelitian berjumlah 50 orang yang merupakan konsumen beras, baik mahasiswa atau anak kos maupun masyarakat yang tinggal bersama keluarga. Pemilihan responden dilakukan berdasarkan ketersediaan responden yang dapat dijangkau dalam pelaksanaan penelitian. Karena penelitian ini menggunakan data yang diperoleh dari responden yang tersedia dan sesuai dengan karakteristik penelitian, hasil penelitian digunakan untuk menggambarkan persepsi responden yang diteliti dan tidak dimaksudkan untuk mewakili seluruh konsumen beras di Kecamatan Medan Pancing.

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Kuesioner terdiri atas bagian karakteristik responden dan bagian pernyataan mengenai persepsi konsumen terhadap perubahan harga beras. Pernyataan penelitian disusun berdasarkan lima indikator yang telah ditetapkan dalam penelitian. Pengukuran setiap pernyataan menggunakan skala Likert dengan lima tingkat jawaban, yaitu 1 = sangat tidak setuju, 2 = tidak setuju, 3 = netral, 4 = setuju, dan 5 = sangat setuju.

Data yang terkumpul kemudian diolah secara kuantitatif menggunakan analisis deskriptif. Analisis dilakukan dengan menghitung skor jawaban responden pada setiap pernyataan dan nilai rata-rata pada masing-masing indikator. Nilai rata-rata tersebut digunakan untuk menggambarkan kecenderungan persepsi responden terhadap perubahan harga beras, meliputi perubahan harga yang dirasakan, keterjangkauan harga, kewajaran harga, dampak terhadap pengeluaran, serta dampak terhadap pembelian dan konsumsi. Selanjutnya, rata-rata keseluruhan digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai persepsi responden terhadap perubahan harga beras.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Hasil Penelitian

Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 50 responden. Sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan (78,0%). Usia responden berkisar antara 16 sampai 49 tahun dengan rata-rata 23,92 tahun (SD = 8,79) dan median 20 tahun. Berdasarkan status, responden terbanyak adalah mahasiswa (42,0%), diikuti pekerja (32,0%). Berdasarkan tempat tinggal, 40,0% responden tinggal sendiri atau sebagai anak kos dan 36,0% tinggal bersama orang tua. Uang atau penghasilan per bulan yang paling banyak berada pada rentang Rp500.000 sampai Rp1.000.000 (38,0%). Sebanyak 60,0% responden membeli beras sendiri, dan sebagian besar responden atau keluarganya membeli beras 1 sampai 2 kali dalam sebulan (52,0%).

Tabel 1. Karakteristik Responden (N = 50)

Karakteristik	Kategori	f	%
Jenis kelamin	Perempuan	39	78,0
	Laki-laki	11	22,0
Status	Mahasiswa	21	42,0
	Pekerja	16	32,0
	Ibu rumah tangga	6	12,0
	Lainnya	5	10,0
	Pelajar	2	4,0
Tempat tinggal	Sendiri atau anak kos	20	40,0
	Bersama orang tua	18	36,0
	Bersama keluarga	8	16,0
	Lainnya	4	8,0
Uang/penghasilan per bulan	Kurang dari Rp500.000	10	20,0
	Rp500.000 – Rp1.000.000	19	38,0
	Rp1.000.001 – Rp2.000.000	11	22,0
	Rp2.000.001 – Rp3.000.000	2	4,0
	Lebih dari Rp3.000.000	8	16,0
Membeli beras sendiri	Ya	30	60,0
	Tidak	20	40,0
Frekuensi pembelian beras	Lebih dari 1 kali seminggu	5	10,0
	1 kali seminggu	10	20,0
	1 sampai 2 kali dalam sebulan	26	52,0
	Kurang dari 1 kali dalam sebulan	9	18,0

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji validitas disajikan pada Tabel 1. Seluruh 20 pernyataan memiliki nilai korelasi item-total terkoreksi yang lebih besar dari r tabel (0,279), dengan rentang 0,293 sampai 0,637 dan $p < 0,05$, sehingga seluruh pernyataan dinyatakan valid. Dua pernyataan dengan nilai terendah adalah X3.2 ($r = 0,296$) dan X4.1 ($r = 0,293$). Keduanya tetap valid menurut kriteria yang digunakan dan tetap dipertahankan karena sesuai dengan indikatornya.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas ($r_{\text{tabel}} = 0,279$)

Kode	Indikator	r_{hitung}	p	Keputusan
X1.1	Perubahan harga yang dirasakan	0,400	0,004	Valid
X1.2	Perubahan harga yang dirasakan	0,541	<0,001	Valid
X1.3	Perubahan harga yang dirasakan	0,510	<0,001	Valid
X1.4	Perubahan harga yang dirasakan	0,463	0,001	Valid
X2.1	Keterjangkauan harga	0,554	<0,001	Valid
X2.2	Keterjangkauan harga	0,637	<0,001	Valid
X2.3	Keterjangkauan harga	0,573	<0,001	Valid
X2.4	Keterjangkauan harga	0,491	<0,001	Valid
X3.1	Kewajaran harga	0,615	<0,001	Valid
X3.2	Kewajaran harga	0,296	0,037	Valid
X3.3	Kewajaran harga	0,446	0,001	Valid
X3.4	Kewajaran harga	0,364	0,009	Valid
X4.1	Dampak terhadap pengeluaran	0,293	0,039	Valid
X4.2	Dampak terhadap pengeluaran	0,312	0,027	Valid
X4.3	Dampak terhadap pengeluaran	0,451	0,001	Valid
X4.4	Dampak terhadap pengeluaran	0,357	0,011	Valid
X5.1	Dampak terhadap pembelian dan konsumsi	0,502	<0,001	Valid
X5.2	Dampak terhadap pembelian dan konsumsi	0,459	0,001	Valid
X5.3	Dampak terhadap pembelian dan konsumsi	0,565	<0,001	Valid
X5.4	Dampak terhadap pembelian dan konsumsi	0,403	0,004	Valid

Hasil uji reliabilitas disajikan pada Tabel 2. Nilai Cronbach's Alpha untuk 20 pernyataan adalah 0,868, sedangkan nilai untuk kelima indikator berkisar antara 0,829 sampai 0,877. Seluruh nilai berada di atas 0,70 sehingga instrumen dinyatakan reliabel. Penghapusan pernyataan tertentu tidak diperlukan karena tidak ada pernyataan yang jika dihapus meningkatkan nilai Alpha keseluruhan secara berarti.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Cakupan	Jumlah pernyataan	Cronbach's Alpha	Keputusan
Seluruh instrumen	20	0,868	Reliabel
Perubahan harga yang dirasakan	4	0,840	Reliabel
Keterjangkauan harga	4	0,877	Reliabel
Kewajaran harga	4	0,829	Reliabel
Dampak terhadap pengeluaran	4	0,867	Reliabel
Dampak terhadap pembelian dan konsumsi	4	0,830	Reliabel

Persepsi Konsumen terhadap Perubahan Harga Beras

Hasil pengolahan jawaban responden terhadap 20 pernyataan disajikan pada Tabel 3. Rata-rata keseluruhan dari 20 pernyataan adalah 3,38 ($SD = 0,445$) dan termasuk kategori netral. Rata-rata pernyataan berkisar antara 2,96 sampai 3,68. Nilai tertinggi terdapat pada pernyataan kesadaran akan kenaikan atau penurunan harga beras saat

membeli ($X1.3 = 3,68$), sedangkan nilai terendah terdapat pada pernyataan kesesuaian harga beras dengan kondisi pasar ($X3.1 = 2,96$).

Tabel 4. Rata-rata dan Standar Deviasi Skor Jawaban Responden Berdasarkan Pernyataan

No.	Pernyataan	Mean	SD	Kategori
Indikator 1: Perubahan Harga yang Dirasakan				
1	Saya merasakan adanya perubahan harga beras dalam beberapa waktu terakhir.	3,56	0,861	Setuju
2	Harga beras yang saya beli saat ini berbeda dibandingkan sebelumnya.	3,56	0,861	Setuju
3	Saya menyadari adanya kenaikan atau penurunan harga beras ketika melakukan pembelian.	3,68	0,794	Setuju
4	Perubahan harga beras mudah saya rasakan dalam kehidupan sehari-hari.	3,56	0,787	Setuju
Rata-rata indikator 1		3,59		Setuju
Indikator 2: Keterjangkauan Harga				
5	Harga beras saat ini masih dapat saya jangkau sesuai dengan kemampuan ekonomi saya.	3,38	0,923	Netral
6	Saya masih mampu membeli beras meskipun terjadi perubahan harga.	3,44	0,907	Setuju
7	Harga beras saat ini masih sesuai dengan anggaran yang saya miliki untuk kebutuhan pangan.	3,26	0,944	Netral
8	Perubahan harga beras tidak membuat saya kesulitan memenuhi kebutuhan beras.	3,22	0,887	Netral
Rata-rata indikator 2		3,33		Netral
Indikator 3: Kewajaran Harga				
9	Menurut saya, harga beras saat ini sesuai dengan kondisi pasar.	2,96	0,925	Netral
10	Menurut saya, harga beras yang saya bayar sesuai dengan kualitas beras yang diperoleh.	3,24	0,771	Netral
11	Saya menganggap perubahan harga beras masih dalam batas yang wajar.	3,20	0,728	Netral
12	Harga beras saat ini menurut saya cukup adil bagi konsumen.	2,98	0,892	Netral
Rata-rata indikator 3		3,10		Netral
Indikator 4: Dampak terhadap Pengeluaran				
13	Perubahan harga beras memengaruhi jumlah pengeluaran saya untuk kebutuhan pangan.	3,62	0,725	Setuju
14	Kenaikan harga beras membuat pengeluaran saya untuk membeli beras menjadi lebih besar.	3,60	0,833	Setuju
15	Perubahan harga beras membuat saya perlu menyesuaikan anggaran untuk kebutuhan lainnya.	3,64	0,663	Setuju
16	Harga beras yang berubah memengaruhi pengelolaan keuangan saya sehari-hari.	3,62	0,725	Setuju
Rata-rata indikator 4		3,62		Setuju
Indikator 5: Dampak terhadap Pembelian dan Konsumsi				

No.	Pernyataan	Mean	SD	Kategori
17	Perubahan harga beras memengaruhi keputusan saya dalam membeli beras.	3,26	0,723	Netral
18	Ketika harga beras naik, saya mempertimbangkan untuk membeli beras dalam jumlah yang lebih sedikit.	3,20	0,969	Netral
19	Perubahan harga beras dapat memengaruhi pilihan saya terhadap jenis atau merek beras.	3,58	0,785	Setuju
20	Perubahan harga beras memengaruhi pola konsumsi beras saya atau keluarga.	3,12	0,872	Netral
Rata-rata indikator		3,29		Netral
Rata-rata keseluruhan (20 pernyataan)		3,38		Netral

Ringkasan pada tingkat indikator disajikan pada Tabel 4. Indikator dampak terhadap pengeluaran memiliki rata-rata tertinggi (3,62), diikuti perubahan harga yang dirasakan (3,59); keduanya termasuk kategori setuju. Indikator keterjangkauan harga (3,33), dampak terhadap pembelian dan konsumsi (3,29), dan kewajaran harga (3,10) termasuk kategori netral, dengan kewajaran harga sebagai indikator dengan rata-rata terendah.

Tabel 5. Rata-rata Persepsi Konsumen Berdasarkan Lima Indikator

No.	Indikator	Mean	SD	Kategori
1	Perubahan harga yang dirasakan	3,59	0,679	Setuju
2	Keterjangkauan harga	3,33	0,783	Netral
3	Kewajaran harga	3,10	0,677	Netral
4	Dampak terhadap pengeluaran	3,62	0,625	Setuju
5	Dampak terhadap pembelian dan konsumsi	3,29	0,686	Netral
Rata-rata keseluruhan		3,38	0,445	Netral

3.2. Pembahasan

Perubahan Harga yang Dirasakan

Indikator perubahan harga yang dirasakan memperoleh rata-rata 3,59 dan berada pada kategori setuju. Berdasarkan persepsi responden, perubahan harga beras cukup dikenali dalam pembelian sehari-hari. Pada pernyataan dengan nilai tertinggi, yaitu kesadaran akan kenaikan atau penurunan harga saat membeli beras (3,68), sebanyak 66% responden menjawab setuju atau sangat setuju. Kecenderungan ini sejalan dengan landasan teori bahwa beras dikonsumsi secara rutin sehingga perubahan harganya dapat dirasakan langsung oleh konsumen. Konsep fluktuasi harga yang digunakan dalam penelitian ini juga mengarah pada apakah konsumen menyadari adanya kenaikan atau penurunan harga yang mereka hadapi.

Keterjangkauan Harga

Indikator keterjangkauan harga memperoleh rata-rata 3,33 dan berada pada kategori netral. Responden cenderung belum menunjukkan penilaian yang tegas bahwa harga beras terjangkau maupun tidak terjangkau. Pernyataan dengan nilai tertinggi adalah kemampuan tetap membeli beras meskipun terjadi perubahan harga (3,44; 54% setuju atau sangat setuju), sedangkan pernyataan bahwa perubahan harga tidak membuat responden kesulitan memenuhi kebutuhan beras memperoleh nilai 3,22. Resnia (2012) menjelaskan bahwa fluktuasi harga pangan pokok berkaitan dengan daya beli masyarakat, terutama kelompok berpendapatan rendah. Karena penelitian ini tidak membandingkan kelompok responden berdasarkan penghasilan, penjelasan mengenai perbedaan keterjangkauan antarkelompok belum dapat dibuktikan dari data ini.

Kewajaran Harga

Indikator kewajaran harga memperoleh rata-rata 3,10 (kategori netral), yang merupakan nilai terendah di antara lima indikator. Pada empat pernyataan indikator ini, 46% sampai 52% responden memilih jawaban netral. Pernyataan kesesuaian harga dengan kondisi pasar (2,96) dan keadilan harga bagi konsumen (2,98) memiliki nilai di bawah 3,00, sedangkan kesesuaian harga dengan kualitas beras memperoleh nilai 3,24. Berdasarkan persepsi responden, penilaian terhadap kewajaran harga beras belum jelas mengarah pada setuju maupun tidak setuju. Temuan ini dapat dikaitkan dengan konsep persepsi harga yang tidak hanya berkaitan dengan tinggi atau rendahnya harga, tetapi juga penilaian konsumen terhadap keterjangkauan dan kewajarannya (Fernandes et al., 2024).

Dampak terhadap Pengeluaran

Indikator dampak terhadap pengeluaran memperoleh rata-rata tertinggi, yaitu 3,62 (kategori setuju). Keempat pernyataan pada indikator ini memiliki nilai yang berdekatan (3,60 sampai 3,64), dengan 56% sampai 62% responden menjawab setuju atau sangat setuju. Nilai tertinggi terdapat pada pernyataan perlunya menyesuaikan anggaran untuk kebutuhan lainnya (3,64). Hasil ini menunjukkan bahwa responden cenderung merasakan perubahan harga beras melalui aspek pengeluaran dan pengelolaan keuangan. Kecenderungan tersebut sejalan dengan uraian Resnia (2012) bahwa ketika harga pangan meningkat, masyarakat perlu mengeluarkan pendapatan yang lebih besar untuk memenuhi kebutuhan pokok sehingga dapat berkurang kemampuan memenuhi kebutuhan lainnya.

Dampak terhadap Pembelian dan Konsumsi

Indikator dampak terhadap pembelian dan konsumsi memperoleh rata-rata 3,29 dan berada pada kategori netral. Pernyataan mengenai perubahan pilihan jenis atau merek beras memiliki nilai tertinggi (3,58; 56% setuju atau sangat setuju), sedangkan pernyataan mempertimbangkan pembelian dalam jumlah lebih sedikit ketika harga naik bernilai 3,20 dan perubahan pola konsumsi bernilai 3,12. Secara deskriptif, responden cenderung lebih setuju pada penyesuaian pilihan jenis atau merek beras daripada pengurangan jumlah pembelian atau konsumsi. Perbedaan ini didasarkan pada perbandingan nilai rata-rata dan tidak diuji secara statistik. Kecenderungan tersebut sejalan dengan landasan teori bahwa perubahan harga dapat membuat konsumen menyesuaikan keputusan pembelian, baik dari sisi jumlah maupun pilihan produk (Aditya & Hadi, 2026), meskipun pola penyesuaian pada penelitian ini tidak sama kuat pada seluruh pernyataan.

Catatan Interpretasi Skor Keseluruhan

Rata-rata keseluruhan sebesar 3,38 (netral) perlu dibaca bersama hasil per indikator. Pernyataan pada indikator keterjangkauan dan kewajaran harga bernada penilaian terhadap harga (skor tinggi berarti harga dinilai terjangkau atau wajar), sedangkan pernyataan pada indikator perubahan harga yang dirasakan dan dampak bernada kesadaran dan dampak perubahan harga. Korelasi antarindikator juga menunjukkan bahwa indikator dampak terhadap pengeluaran hampir tidak berkorelasi dengan indikator keterjangkauan dan kewajaran harga ($r = -0,04$ dan $-0,07$). Oleh karena itu, interpretasi utama dalam penelitian ini berdasarkan masing-masing indikator, dan rata-rata keseluruhan digunakan sebagai gambaran umum saja.

3.3. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, jumlah responden hanya 50 orang sehingga hasil uji validitas dan reliabilitas perlu ditafsirkan dengan hati-hati dan hasil penelitian tidak dimaksudkan untuk digeneralisasi ke seluruh konsumen di Kecamatan Medan Pancing. Kedua, komposisi responden didominasi perempuan (78,0%) serta mahasiswa dan pekerja. Ketiga, sebanyak 11 responden (22,0%) memberikan jawaban yang sama pada seluruh 20 pernyataan (tujuh responden semuanya netral, tiga responden semuanya setuju, dan satu responden semuanya sangat setuju). Seluruh jawaban tersebut tetap dianalisis. Sebagai pembanding, tanpa 11 responden tersebut ($n = 39$) nilai Cronbach's Alpha 20 pernyataan menjadi 0,746 dan rata-rata keseluruhan menjadi 3,36. Instrumen tetap reliabel ($\alpha \geq 0,70$), tetapi nilai Alpha pada analisis utama sebagian dipengaruhi oleh pola jawaban tersebut. Keempat, penelitian ini bersifat deskriptif sehingga tidak dapat menjelaskan hubungan sebab-akibat maupun perbedaan persepsi antarkelompok responden.

4. Kesimpulan

Berdasarkan keseluruhan hasil penelitian mengenai persepsi konsumen terhadap perubahan harga beras di Kecamatan Medan Pancing, dapat disimpulkan bahwa perubahan harga beras merupakan kondisi yang dapat dirasakan secara langsung oleh konsumen dalam kehidupan sehari-hari. Sebagai salah satu kebutuhan pokok, perubahan harga beras tidak hanya berkaitan dengan harga yang dibayarkan saat membeli, tetapi juga berkaitan dengan kemampuan konsumen dalam mengatur pengeluaran, menilai keterjangkauan dan kewajaran harga, serta menyesuaikan pembelian dan konsumsi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek yang paling terasa bagi konsumen berkaitan dengan pengeluaran. Hal ini menunjukkan bahwa perubahan harga beras dapat menjadi bagian dari pertimbangan konsumen dalam mengatur anggaran untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Sementara itu, persepsi mengenai keterjangkauan dan kewajaran harga belum menunjukkan penilaian yang sepenuhnya kuat. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa penilaian konsumen terhadap harga tidak hanya bergantung pada besarnya harga beras, tetapi juga dapat berkaitan dengan kemampuan ekonomi dan pengalaman konsumen ketika melakukan pembelian. Pada aspek pembelian dan konsumsi, kebutuhan terhadap beras tetap menjadi pertimbangan utama sehingga perubahan harga tidak selalu diikuti dengan pengurangan konsumsi secara langsung. Bentuk penyesuaian yang lebih terlihat dalam hasil penelitian berkaitan dengan pilihan jenis atau merek beras yang dianggap lebih sesuai dengan kondisi konsumen. Dengan demikian, konsumen tidak hanya merespons perubahan harga dengan mengurangi kebutuhan, tetapi juga dapat melakukan penyesuaian terhadap pilihan produk yang dibeli. Secara keseluruhan, penelitian ini memperlihatkan bahwa persepsi konsumen terhadap perubahan harga beras merupakan hal yang bersifat multidimensional. Persepsi tersebut terbentuk melalui pengalaman konsumen dalam merasakan perubahan harga, kemampuan menjangkau harga, penilaian terhadap kewajaran harga, dampaknya terhadap pengeluaran, serta penyesuaian dalam pembelian dan konsumsi. Oleh karena itu, perubahan harga beras pada tingkat konsumen tidak cukup dipahami hanya dari perubahan nominal harga, tetapi juga perlu dilihat dari bagaimana perubahan tersebut dirasakan dan dihadapi dalam kehidupan sehari-hari.

Reference

1. Aditya, Z., & Hadi, S. (2026). Analisis pola dan perilaku konsumsi beras oleh rumah tangga peserta Program Keluarga Harapan di Kota Pekanbaru. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 12(2).
2. Ariani, M. (2010). Diversifikasi konsumsi pangan pokok mendukung swasembada beras. *Prosiding Pekan Sereal Nasional*.
3. Ariyanti, S. D., Nabila, U., & Rahmawati, L. (2024). Pemenuhan Kebutuhan Produksi Beras Nasional Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, 7(1), 82-93.
4. Bustaman, A. D. (2003). Analisis integrasi pasar beras di Indonesia [Skripsi, Institut Pertanian Bogor]. Institut Pertanian Bogor.
5. Fernandes, V., Martiningsih, N. G. A. G. E., & Susanti, I. A. M. D. (2024). Persepsi konsumen terhadap harga dan kualitas pangan di Pasar Rakyat Gianyar. *AGRIFARM: Jurnal Agribisnis dan Sosial Ekonomi Pertanian*, 3(1), 9–17.
6. Firdausi, I. (2021). Analisis Pola Konsumsi Pangan Pokok Rumah Tangga di Indonesia Tahun 2000-2014. *Jurnal Ekonomi Indonesia*, 10(1), 71–90. <https://doi.org/10.52813/jei.v10i1.60>
7. Jayanti, F. C., & Hayuningtias, K. A. (2023). PERAN LOKASI, KELENGKAPAN PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 20(02), 158-168. <https://doi.org/10.25134/equi.v20i02.7725>
8. My, N. H. D., Rutsaert, P., Van Loo, E. J., & Verbeke, W. (2017). Consumers' familiarity with and attitudes towards food quality certifications for rice and vegetables in Vietnam. *Food Control*, 82, 74–82. <https://doi.org/10.1016/j.foodcont.2017.06.011>
9. PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN PADA PEMBELIAN BERAS DI KOTA MAKASSAR. (2019). *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 15(1), 1-16. <https://doi.org/10.20956/jsep.v15i1.5800>
10. Popalo, M. S. S., Indriani, R., & Bakari, Y. (2026). Analisis peramalan harga dan produksi beras di Provinsi Gorontalo. *AGRINESIA: Jurnal Ilmiah Agribisnis*, 133-146.
11. Prakarsa, Y., Sumarwan, U., & Bawono, S. (2010). Analisis pengaruh butir patah dan menir terhadap penjualan beras premium di Pasar Induk Beras Cipinang. *Pangan*, 19(4), 383–397.
12. Resnia, R. (2012). Fluktuasi harga bahan pangan pokok (BAPOK) dan daya beli kelompok masyarakat berpendapatan rendah. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, 6(2), 169–188. <https://doi.org/10.30908/bilp.v6i2.130>
13. Sa'diyah, A. A., Anindita, R., Hanani, N., & Muhaimin, A. W. (2019). Strategic food consumption patterns of household in Indonesia. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 87(3), 79–83. <https://doi.org/10.18551/rjoas.2019-03.10>
14. Saliem HP, Hermanto nFN, Suryani E, Suhaeti RN, Ariani M. The Dynamics of Indonesian Consumption Patterns of Rice and Rice-Based Food Eaten Away From Home. *Analisis Kebijakan. Pertan*. [Internet]. 2023 Jan. 25 [cited 2026 Sep. 28];17(2):95-110. Available from: <https://epublikasi.pertanian.go.id/berkala/akp/article/view/830>
15. Wijaya, T. A., & Budiani, M. S. (2022). HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI HARGA DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA MARKETPLACE SHOPEE DI DAERAH SURABAYA. *Character Jurnal Penelitian Psikologi*, 9(5), 79–88. <https://doi.org/10.26740/cjpp.v9i5.47350>