

BAB II. KERANGKA PEMIKIRAN

A. Tinjauan pustaka

1. Konsepsi Sikap Atau Perilaku

Sikap adalah istilah psikologis yang berhubungan dengan persepsi dan perilaku. Istilah perilaku disebut sikap dalam bahasa Inggris. Sikap adalah cara menanggapi rangsangan. Kesamaan dalam menanggapi bereaksi terhadap stimulasi yang dihadapi dari kebiasaan-kebiasaan yang terdapat pada masyarakat dan pada umumnya kebiasaan-kebiasaan keagamaan.

Sikap juga didefinisikan sebagai "sebuah konstruksi untuk dapat memungkinkan munculnya suatu aktivitas." Pengertian perilaku itu sendiri dapat dilihat menurut unsur yang terkait, misalnya perilaku menggunakan kepribadian, motif, perilaku, keyakinan dan lain-lain. Namun dapat diambil makna yang memiliki dalam ciri-ciri yang sama; Perilaku adalah perilaku yang berkaitan dengan menggunakan kesediaan untuk menanggapi objek sosial yang mengarah pada dan mengarah pada perilaku konkret menurut seseorang (Suharyat; 2009).

Sikap yaitu suatu bentuk penilaian atau bentuk ekspresi perasaan konsumen yang terhadap suatu objek yang disukai atau tidak. dengan Di amatin, bahwa sikap adalah ungkapan hati seseorang yang mencerminkan rasa suka atau tidak atau suka terhadap suatu objek. Oleh karena itu, sikap dapat menggambarkan suatu kepercayaan konsumen terhadap berbagai atribut dan manfaat dari objek tersebut (Siregar *et al.*, 2020).

Menurut Ahmadi (2007) Sikap adalah kesiapan merespon yang bersifat positif atau negatif terhadap objek atau situasi secara konsisten. Pendapat ini memberikan gambaran bahwa Sikap merupakan reaksi mengenai objek atau situasi yang relatif stagnan yang disertai dengan adanya perasaan tertentu dan memberi dasar pada orang tersebut untuk membuat respon atau perilaku dengan cara tertentu yang dipilihnya. Sedangkan menurut Secord dan Backman dalam Azwar (2005) bahwa Sikap adalah keteraturan tertentu dalam hal perasaan (afeksi), pemikiran (kognisi) dan predisposisi tindakan (konasi) seseorang terhadap satu aspek dilingkungan sekitarnya.

Sikap (*attitude*) menurut Purwanto (2000) merupakan suatu cara bereaksi terhadap suatu perangsang. Suatu kecenderungan untuk bereaksi dengan cara tertentu terhadap suatu perangsang atau situasi yang dihadapinya. Dalam hal ini, Sikap merupakan penentuan penting dalam tingkah laku manusia untuk bereaksi. Oleh karena itu, orang yang memiliki Sikap positif terhadap suatu objek atau situasi tertentu ia akan memperlihatkan kesukaaan atau kesenangan (*like*), sebaliknya orang yang memiliki Sikap negatif ia akan memperlihatkan ketidaksukaan atau ketidaksenangan (*dislike*).

Menurut Shalahuddin (1990) ada beberapa faktor yang mempengaruhi Sikap yaitu:

1. Sikap sebagai hasil belajar, yaitu Sikap yang diperoleh melalui pengalaman yang mempunyai unsur-unsur emosional.
2. Sikap mempunyai dua unsur yang bersifat perseptual dan afektif. Artinya bahwa Sikap itu bukan saja yang diamati oleh seorang siswa melainkan juga bagaimana ia mengamatinya.
3. Sikap mempengaruhi pengajaran lainnya, yang berarti bahwa apabila seorang siswa mempunyai Sikap positif terhadap gurunya maka anak tersebut akan senang pada pelajaran yang diberikan oleh guru yang berangkutan. Situasi ini akan memberi jalan kepada anak ke arah pengalaman belajar yang sukses dan akan menyebabkan ia belajar lebih efektif dan menimbulkan sukses yang besar.

Sebagai lanjutan pembahasan tulisan saya terkait Pengertian Sikap, Unsur-unsur dan Fungsi Sikap serta cara Mengukur Sikap. Berikut ini uraian tentang Unsur-unsur dan Fungsi Sikap .

Menurut Azwar (2005) terdapat beberapa metode pengungkapan (mengukur) Sikap, diantaranya:

1. Observasi perilaku

Untuk mengetahui Sikap seseorang terhadap sesuatu dapat diperhatikan melalui perilakunya, sebab perilaku merupakan salah satu indikator Sikap individu.

2. Pertanyaan langsung

Ada dua asumsi yang mendasari penggunaan metode pertanyaan langsung guna mengungkapkan Sikap. Pertama, asumsi bahwa individu merupakan orang yang paling tahu mengenai dirinya sendiri. Kedua, asumsi keterusterangan bahwa manusia akan mengemukakan secara terbuka apa yang dirasakannya. Oleh karena itu dalam metode ini, jawaban yang diberikan oleh mereka yang ditanyai dijadikan indikator Sikap mereka. Akan tetapi, metode ini akan menghasilkan ukuran yang valid hanya apabila situasi dan kondisinya memungkinkan kebebasan berpendapat tanpa tekanan psikologis maupun fisik.

3. Pengungkapan langsung

Pengungkapan langsung (*direct assessment*) secara tertulis dapat dilakukan dengan menggunakan item tunggal maupun dengan menggunakan item ganda.

4. Skala Sikap

Skala Sikap (*attitude scales*) berupa kumpulan pernyataan-pernyataan mengenai suatu objek Sikap. Salah satu sifat skala Sikap adalah isi pernyataannya yang dapat berupa pernyataan langsung yang jelas tujuan pengukurannya akan tetapi dapat pula berupa pernyataan tidak langsung yang tampak kurang jelas tujuan pengukurannya bagi responden.

5. Pengukuran terselubung

Dalam metode pengukuran terselubung (*covert measures*), objek pengamatan bukan lagi perilaku yang tampak didasari atau sengaja dilakukan oleh seseorang melainkan reaksi-reaksi fisiologis yang terjadi di luar kendali orang yang bersangkutan.

2. Konsepsi Masyarakat

Masyarakat adalah sistem interaksi yang disiplin (masyarakat berarti sistem hubungan yang teratur). Masyarakat adalah sekelompok orang yang saling berinteraksi dan saling membutuhkan satu sama lain. Dalam pengertian ini, orang-orang yang mendengarkan ceramah dan rapat, dan orang-orang yang berkumpul dalam suatu kecelakaan contohnya seperti gesekan antara mobil dan sepeda motor tidak saling membutuhkan. Alasannya adalah mereka bersama, tetapi mereka tidak benar-benar mengenal satu sama lain, tidak saling membutuhkan, dan tidak memiliki hubungan satu sama lain. Berkumpulan orang-orang itu dianggap kumpulan massa. (Siswanto, 2010).

Masyarakat adalah sekelompok orang yang saling berinteraksi dan saling membutuhkan. Hubungan adalah interaksi sosial antara yang menggunakan individu, antara individu yang menggunakan kelompok, antara kelompok yang menggunakan kelompok, baik formal maupun material, tidak aktif dan dinamis. Masyarakat adalah sekelompok banyak orang yang kurang lebih secara sadar dan aktif terlibat dalam hubungan timbal balik menuju tujuan bersama yang harus dicapai secara teratur, aman, dan bertahap (Siswanto, 2010).

menyimpulkan bahwa masyarakat pada dasarnya mencakup semua interaksi dan kelompok dalam suatu daerah dengan tujuan yang sama. Hubungan sosial antara individu yang menggunakan individu, antara individu yang menggunakan kelompok, dan antara kelompok yang menggunakan kelompok. Oleh karena itu, sosialitas (interaksi antar manusia) dan realitas sosial menjadi perbincangan utama pada masyarakat (Siswanto, 2010).

3. Konsepsi Harga

Harga merupakan jumlah uang yang wajib dibayar sang pelanggan untuk memperoleh produk. Mekanisme harga yaitu proses yang berjalan atas dasar gaya atau kekuatan tarik-menarik antara konsumen dan produsen yg bertemu dipasar tersebut. Hasil netto menurut kekuatan tarik-menarik tersebut adalah terjadinya harga untuk setiap faktor produksi atau pada pasar faktor produksi. Dalam teori ekonomi mikro yang disebutkan apabila harga barang naik, maka permintaan konsumen akan turun atau berkurang. Sebaliknya bila harga suatu barang turun maka permintaan naik ataupun meningkat. (Gapari, 2021).

Harga didefinisikan sebagai jumlah uang (mungkin ditambah barang) yang diperlukan untuk memperoleh kombinasi barang dan jasa tertentu. Harga adalah nilai suatu jasa atau barang yang diukur dalam satuan uang dan diukur menurut nilai di mana seseorang atau perusahaan bersedia untuk meninggalkan barang atau jasa milik pihak lain. (Gapari, 2021).

Harga yaitu kesepakatan nilai yang merupakan syarat pertukaran dalam suatu transaksi pembelian. Harga juga diartikan bagaimana yang harus dibayar pembeli untuk menerima produk. Harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang mendatangkan pendapatan bagi organisasi . Harga dapat didefinisikan dalam istilah yang disingkat sebagai jumlah (satuan moneter) atau aspek lain (non-moneter) yang mencakup penggunaan atau kegunaan tertentu untuk memperoleh suatu produk. Harga memiliki yang pengaruh yang signifikan terhadap minat konsumen untuk membeli bisnis A-36.

Hasil survei ini menjelaskan bahwa harga berpengaruh positif atau signifikan terhadap motivasi beli. Di sini, motivasi beli yang tinggi dapat dibentuk oleh harga yang ditawarkan oleh penyedia layanan atau produk (Kasanti *et al*, 2019).

Harga adalah jumlah uang yang dapat diharapkan untuk menerima sejumlah besar barang untuk layanan tertentu atau kombinasi keduanya. Harga merupakan faktor kendali kedua yang dapat ditangani oleh manajemen penjualan atau pemasaran untuk memahami inti penetapan harga. Jika harganya terlalu tinggi, akan memberi kesan kepada pelanggan bahwa produk kami termasuk dalam kategori barang glamor kelas atas. Jika harga yang ditawarkan terlalu rendah, maka konsumen mungkin akan percaya bahwa produk kami di dalam ruangan (kualitas tinggi). Jika harga yang ditawarkan terlalu rendah dapat menimbulkan persepsi konsumen bahwa produk merupakan interior kualitas rendah (Kasanti *et al.*, 2019).

Ilmu Ekonomi Mikro tak jarang pula diklaim menggunakan teori harga. Menurut Mubyarto (1995) berkata bahwa secara teoritis kebijakan harga bisa mencapai beberapa tujuan yaitu :

1. Stabilitas harga hasil – hasil Pertanian terutama dalam tingkat Petani.
2. Meningkatkan Pendapatan Petani melalui Perbaikan dasar.

Sukirno (2000) dan Boediono (1990) mengemukakan bahwa harga suatu barang yang diperjualbelikan merupakan dipengaruhi menggunakan melihat keadaan ekuilibrium pada suatu pasar. Keseimbangan pasar tadi terjadi jika jumlah barang yang ditawarkan sama menggunakan jumlah barang yang diminta.

Menurut Kotler (2001) harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah menurut nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena mempunyai atau memakai produk atau jasa tersebut. Harga hasil-output pertanian cenderung mengalami naik turun yang relatif besar. Harganya mampu mencapai tingkat yang tinggi sekali dalam suatu masa dan mengalami kemerosotan yang sangat tidak baik dalam masa berikutnya. Sifat perubahan harga misalnya itu ditimbulkan karena penawaran atas barang-barang pertanian misalnya pula permintaan merupakan tidak elastis, yang merupakan persentase perubahan harga jauh lebih akbar daripada perubahan jumlah barang yang diminta ataupun ditawarkan (Paita *et al*, 2015).

4. Konsepsi Pasar Beras Tradisional dan Moderen

Peraturan Menteri Perdagangan No. 53/M-DAG/PER/12/2008 dijelaskan bahwa pasar tradisional merupakan pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah yaitu, pemerintah daerah, swasta, badan usaha milik negara dan juga badan usaha milik daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar.

Pasar tradisional merupakan salah satu proses masih terjadi tawar menawar harga yang memungkinkan terjalinnya kedekatan personal dan emosional antar penjual dengan pembeli yang tidak mungkin didapatkan ketika berbelanja di pasar modern, dikarenakan di pasar modern yaitu terdapat

harga yang sudah pasti yang ditandai dengan label harga. Salah satu keunggulan pasar modern dan pasar tradisional yaitu kemampuan menjalin kerjasama dengan pemasok besar dan biasanya untuk jangka waktu yang cukup lama, yang dikarnakan dapat meningkatkan efisiensi melalui skala ekonomi yang besar. jenis barang pasar tradisional dan moderen saat berbelanja menjumpai kebutuhan pangan seperti beras,sayuran,minyak dan beberapa cemilan yang umum diminati oleh pelanggan.

Sinaga (2004), Pasar modern merupakan pasar , dimana dikelola oleh manajemen modern, umumnya di perkotaan, barang, dan jasa, dan pemasok. Kualitas dan Pelayanan yang baik kepada Konsumen (umumnya anggota masyarakat kelas menengah ke atas). Pasar modern memiliki pusat perbelanjaan, supermarket, department store, pusat perbelanjaan, waralaba, mini market, supermarket, pasar all-in-one, toko, toko dan . Seperti.

Dari item yang terjual memiliki variasi tipe di antaranya beragam. Pasokan Kecuali barang lokal, pasar moderen juga memasok Barang impor. Barang yang dijual memiliki kualitas, relatif lebih dijamin karena secara ekonomis ditolak jika tidak memenuhi persyaratan klasifikasi setelah seleksi ketat. Dalam hal jumlah , di pasar modern , biasanya ada persediaan terukur di gudang. Dari segi harga, ada label harga yang jelas di pasar modern (harga dicantumkan sebelum dan sesudah pajak) (Sarwoko, 2008).

5. Konsepsi Masa Pandemi Covid 19

Pandemi Covid-19 yang sedang melanda dunia, dan September 2020 sudah merasakan dampak pandemi di 215 negara, ada 215 negara, termasuk Indonesia, yang merasakan dampak pandemi tersebut sejak pertama kali muncul di kota Wuhan, China pada akhir tahun 2019. Semua negara terdampak Covid-19 -19 mengalami masa sulit untuk mengatasi wabah tersebut, sementara pandemi ini tidak dapat diprediksi kapan akan berakhir pandemi. Presiden Republik Indonesia dalam pidato kenegaraan di Sidang Umum MPR pada 14 Agustus 2020, bahwa pandemi Covid-19 menyebabkan krisis ekonomi terparah dalam sejarah dunia.

Pemerintah Indonesia telah menerapkan serangkaian langkah stimulus ekonomi untuk mengantisipasi agar negara tidak semakin terpuruk dalam resesi ekonomi. Sementara itu, pemerintah juga bekerja keras untuk menghentikan penyebaran wabah Covid-19.

Program Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang dilaksanakan mulai Maret hingga Mei 2020 dan kebijakan implementasi lanjutan penerapan normal baru (new normal adatasu rra)setelah Juni 2020 akan efektif menekan penyebaran wabah penyakit Covid-19.

Saat ini, semua negara di dunia sedang mengkhawatirkan penyebaran virus yang dikenal dengan nama virus corona. Coronavirus (CoV) termasuk dalam keluarga virus yang menyebabkan penyakit mulai dari influenza hingga penyakit yang lebih parah seperti Middle East Respiratory Syndrome (MERSCoV) dan Severe Acute Respiratory Syndrome atau SARSCoV. (Yuana *et al.*, 2020).

B. Penelitian Terdahulu

Yusuf *et al.*, (2018) dalam penelitiannya yang berjudul “Perilaku Konsumen Membeli Beras di Kota Makassar”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat pendapatan konsumen, menganalisis hubungan antara atribut beras yang dipilih oleh konsumen dan tingkat pendapatan konsumen dan atribut beras. Metode analisis yang digunakan yaitu deskriptif dan chi-square. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa atribut kualitas, kemasan, dan harga berhubungan dengan tingkat pendapatan. Padahal ciri fisik beras tidak ada hubungannya dengan tingkat pendapatan.

Parastry *et al.* (2017) Dalam penelitian yang berjudul “Pengambilan Keputusan dan Sikap Konsumen Rumah Tangga Saat Membeli Beras Siger Sari Mekar Sari”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis tahapan pengambilan keputusan dan sikap konsumen saat membeli Toga Sari dan Mekar Sari Sigerreis, hasil penelitian ini dilakukan dengan menggunakan survei. Akibatnya, keputusan konsumen rumah tangga untuk membeli beras mungkin berawal dari persepsi bahwa kebutuhan konsumen akan beras didorong oleh konsumsi beras untuk mencari keuntungan.

Ivan *et al.* (2021) Dalam penelitian yang berjudul “Potret Perbandingan Kebijakan Harga Pangan di Tahun Pertama Pandemi Covid19 Indonesia Dengan Realita Harga Beras, Gula, dan Kedelai”. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk membandingkan kebijakan harga produk beras, gula dan kedelai dengan realitas harga pada tahun pertama pandemi Covid19. Metode analisis yang digunakan untuk menjawab tujuan pertama adalah analisis deskriptif yang menyajikan

riwayat regulasi untuk setiap produk (beras, gula, kedelai). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada tahun pertama pandemi Covid 19, kebijakan penetapan harga beras, gula, dan kedelai tidak menunjukkan selera petani.

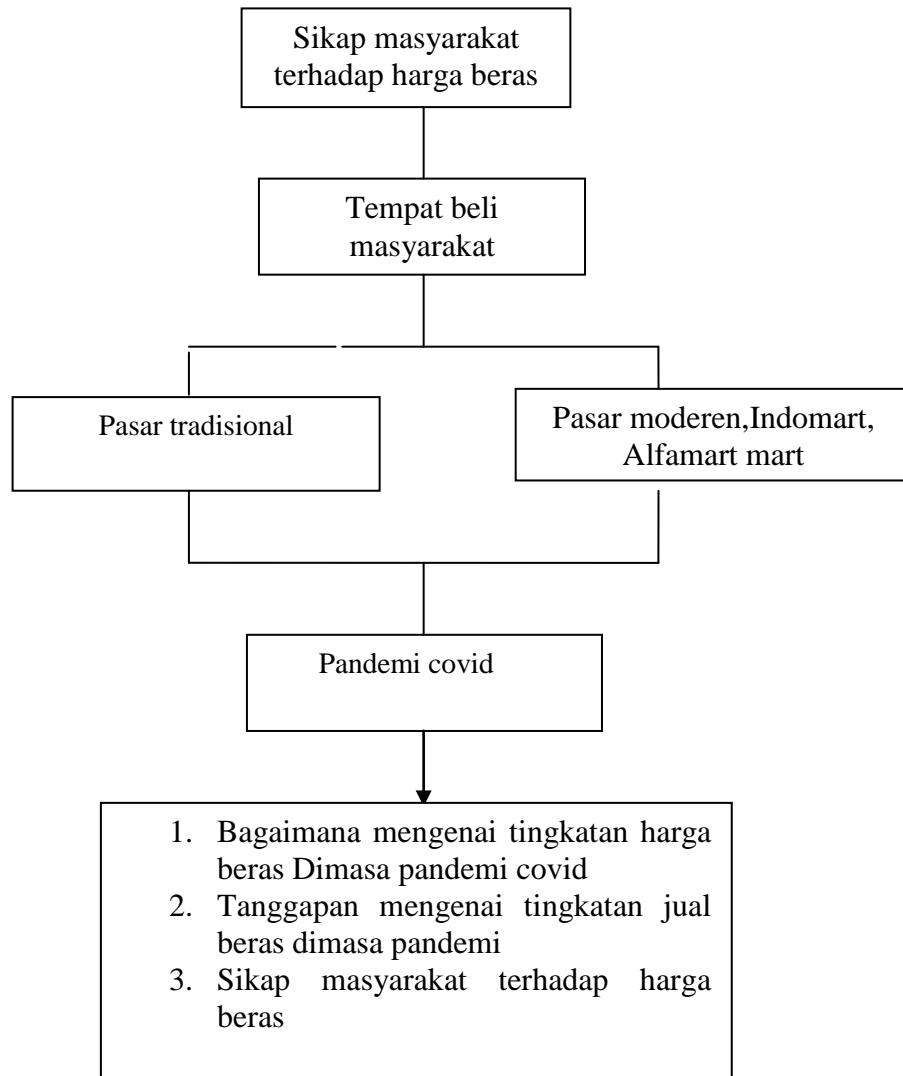
Kamila *et al*, (2019) dalam penelitian yang berjudul Analisis Sikap Konsumen Saat Membeli Beras Di Kota Salatiga. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis sikap konsumen terhadap atribut-atribut, yang paling mempengaruhi pembelian beras dan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian beras organik dan non-organik kota Salatiga. Analisis data menggunakan model multi-atribut Fishbein dan regresi logistik biner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden beras di Kota Salatiga lebih menyukai beras non organik.

Larasati *et al*, (2021) pada penelitiannya yg berjudul “Analisis Sikap Konsumen Terhadap Pembelian Beras Organik Melalui *E-Commerce* Di Kota Semarang (Studi Kasus Pada Konsumen Beras Organik Eka Farm Produksi Cv Agro Sukses Abadi)” Tujuan penelitian ini merupakan buat menganalisis konduite konsumen terhadap atribut-atribut produk Beras organik Eka Farm & buat mengetahui faktor-faktor yang pengaruh keputusan konsumen buat membeli beras organik yang dipasarkan melalui sistem *e-commerce* pada Kota Semarang. Pengumpulan data dilakukan menggunakan memakai survey online dan dianalisis memakai analisis multi atribut Fishbein & regresi linier. Hasil penelitian memberitahuakn bahwa nilai agama misalnya kemasan, varian, rona & harga masing-masing sebanyak 4,34, 4,29, 4,15, & 3,72. Nilai total konduite konsumen sebanyak 69,2065 merupakan netral.

Saputro *et al*, (2020) dalam penelitiannya yang berjudul Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ketahanan Pangan pada Rumah Tangga Petani di Kabupaten Klaten. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi ketahanan pangan. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi berganda. Analisis ketahanan pangan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan food spending share. Hasil survei menunjukkan bahwa ada tiga variabel yang mempengaruhi ketahanan pangan, yaitu tingkat pendapatan, harga beras, dan dummy pengetahuan gizi ibu rumah tangga. Ada juga empat variabel yang tidak mempengaruhi ketahanan pangan, yaitu jumlah keluarga, pendidikan ibu rumah tangga, harga minyak, dan harga tempe

Maqfirah (2019), penelitian ini berjudul “Menilai Peran Lembaga Distribusi Pangan Daerah Dalam Menetralisir Harga Beras”. Peningkatan nilai tambah gabah atau beras bagi anggota Gapoktan dan terbatasnya modal kerja yang dimiliki oleh Gapoktan. Survei ini dilakukan melalui wawancara dan observasi lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran LDPM dalam mengatasi rendahnya nilai tawar gabah dan beras bagi anggota Gapoktan adalah dengan memberikan harga beli yang tetap hingga akhir musim panen.

C. Model Pendekatan



Keterangan :

————— : Terdiri dari

—————> : ditanyakan

Gambar 1 : Model pendekatan diagrametrik Sikap Masyarakat Terhadap Harga Beras Dimasa Pandemi Covid 19 Di Kabupaten Ogan Komering Ulu.

D. Batasan Operasional

1. Sikap masyarakat yaitu diukur dengan kognitif, afektif, konatif, yaitu berkaitan dengan pengetahuan, pandangan keyakinan, yang berhubungan dengan rasa senang atau tidak senang dan merupakan cenderung bertindak terhadap objek sikap. Dengan demikian dipakai menjadi sampel penelitian di Rt 04 Kelurahan Sukaraya.
2. Sikap adalah merupakan ekspresi perasaan yang berasal dari dalam diri individu yang mencerminkan apakah seseorang senang atau tidak senang, suka atau tidak suka dan setuju atau tidak setuju
3. Data primer berarti teknik penelitian yang digunakan dengan cara rician pengamatan secara langsung dengan menyebarkan kuensioner dengan daftar pertanyaan yang sudah dibuat.
4. Data sekunder yaitu dengan penelitian dengan cara diperoleh dari badan pusat statistik Kabupaten Ogan Komering Ulu.