

II. KERANGKA PEMIKIRAN

A. Tinjauan Pustaka

1. Konsepsi Beras

Beras adalah makanan pokok utama bagi masyarakat Indonesia. Setiap tahun, kebutuhan beras terus bertambah seiring dengan pertumbuhan jumlah penduduk. Jika kebutuhan ini tidak terpenuhi, dapat menyebabkan masalah seperti kekurangan gizi, gangguan kesehatan, dan penurunan kualitas sumber daya manusia. Oleh sebab itu, pemerintah terus berupaya menjaga dan meningkatkan ketahanan pangan, terutama dalam hal ketersediaan beras (Santosa *et al.* 2011).

2. Konsepsi Keputusan Pembelian

Menurut Tjiptono (2019), keputusan pembelian konsumen adalah proses memilih atau menentukan pilihan sebagai solusi. Hal ini juga diartikan sebagai aktivitas pribadi yang mencakup memperoleh dan menggunakan barang atau jasa untuk membuat keputusan atau mempersiapkan tindakan terkait (Dharmesta dan Irawan, 2017).

Menurut Sari (2020), keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan konsumen setelah mengenal sebuah produk dan memutuskan untuk membelinya. Daya tarik suatu produk sangat mempengaruhi keputusan ini. Semakin banyak manfaat yang ditawarkan oleh produk, semakin besar juga minat konsumen untuk membelinya.

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

a. Konsepsi Harga

Harga secara umum dapat diartikan sebagai nilai yang diberikan untuk memperoleh barang atau jasa. Dalam pengertian yang lebih luas, harga mencakup total nilai yang bersedia dibayar konsumen untuk mendapatkan manfaat dari kepemilikan atau penggunaan suatu produk atau layanan. Bagi konsumen, harga menjadi indikator penting dalam pengambilan keputusan pembelian karena juga mencerminkan kualitas barang atau jasa. Biasanya, semakin tinggi harga yang ditawarkan, semakin baik pula kualitas yang diharapkan. Sementara itu, bagi produsen, harga merupakan sumber pendapatan dari produk yang dijual. Ada empat aspek penghargaan bagi produsen, yaitu kualitas produk, kesesuaian harga dengan kualitas, kesesuaian harga dengan manfaat, serta daya saing harga (Dimas, 2023).

b. Konsepsi Kualitas Beras (Premium dan Medium)

Beras premium adalah jenis beras berkualitas tinggi yang memiliki kadar air maksimal 12%. Beras ini memiliki tingkat sosoh minimal 100%, kepalan beras minimal 95%, butir patah tidak lebih dari 5%, dan tidak mengandung butir menir atau benda asing. Ciri khas beras premium adalah tidak berbau, bebas dari serangga, bersih, dan murni tanpa ada kotoran lain. Beras ini juga kaya akan nutrisi penting seperti mineral, vitamin, karbohidrat, dan protein. Saat dimasak, beras premium ini mampu menyerap air dengan baik sehingga menghasilkan tekstur yang pulen (Pratiwi, 2022).

Beras medium adalah jenis beras dengan kualitas baik yang diklasifikasikan dalam standar mutu beras di Indonesia berada di bawah beras premium. Beras medium merupakan beras yang lebih banyak dikonsumsi masyarakat Indonesia dibandingkan dengan beras premium. Ciri-ciri beras medium yaitu beras yang memiliki derajat sosoh minimal 95%, kepalan beras minimal 75%, butiran patah maksimal 25%, total butiran beras lainnya maksimal terdiri dari butir menir, merah, kuning/rusak kapur, butir gabah maksimal 1 butir/100 gram.

Menurut Qothrunnada (2022), beras medium memiliki warna yang cenderung lebih kusam atau kurang cerah dibandingkan dengan beras premium. Pada beras medium sering ditemukan butiran yang tercampur dengan kotoran seperti batu atau gabah, sedangkan beras premium biasanya bebas dari kotoran tersebut. Selain itu, nasi yang dimasak dari beras premium biasanya lebih pulen dibandingkan dengan nasi dari beras medium. Meskipun demikian, beras medium yang harganya lebih terjangkau sebenarnya memiliki kandungan gizi yang tidak jauh berbeda dengan beras premium.

c. Konsepsi Brand atau Merek

Merek adalah kumpulan keyakinan yang dimiliki konsumen, yang tercermin dalam ingatan atau asosiasi mereka. Menurut Tjiptono (2015), merek memiliki peran penting dalam memengaruhi keputusan pembelian. Citra merek menggambarkan bagaimana konsumen mengasosiasikan dan mempercayai merek tertentu.

Saat memilih merek produk, konsumen biasanya melalui tahap uji coba terlebih dahulu. Pada tahap ini, mereka cenderung mencoba beberapa merek yang

berbeda. Jika mereka merasa merek tertentu sesuai dengan harapan dan kebutuhan mereka, maka mereka cenderung setia pada merek tersebut. Selain itu, harga juga menjadi faktor penting yang dipertimbangkan dalam memilih produk (Cahyono, 2018).

d. Konsepsi Pendapatan Keluarga

Pendapatan adalah jumlah uang atau nilai ekonomi yang diterima oleh individu, rumah tangga, atau perusahaan dalam suatu periode tertentu sebagai hasil dari kegiatan ekonomi, seperti penjualan barang atau jasa, pemberian jasa, bunga, dan sewa. Menurut Madji *et al.* (2019), pendapatan yang juga dikenal sebagai income adalah pembayaran yang diterima semua rumah tangga di semua tingkat sosial suatu negara. Pendapatan ini diperoleh dari hasil penyediaan faktor-faktor produksi atau setelah melakukan aktivitas ekonomi. Masyarakat menggunakan pendapatan tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumsi sehari-hari dan sisanya sebagai tabungan masa depan.

e. Konsepsi Pendidikan

Pendidikan adalah proses pembelajaran yang terencana dan sistematis untuk mengembangkan potensi dan kemampuan individu agar dapat hidup lebih baik dan berkontribusi positif dalam masyarakat. Pendidikan dalam arti sempit biasanya diartikan sebagai proses pembelajaran yang berlangsung di sekolah atau lembaga pendidikan formal, seperti universitas. Sistem ini berlaku bagi orang yang berstatus sebagai siswa atau peserta didik. Ki Hajar Dewantara, tokoh pendidikan Indonesia, mengajarkan prinsip penting dalam mendidik, yaitu: "Ing Ngarso Sung Tulodo" (di

depan memberi contoh), "Ing Madyo Mangun Karso" (di tengah membangun semangat), dan "Tut Wuri Handayani" (di belakang memberikan dorongan). Prinsip ini menggambarkan peran guru sebagai teladan, motivator, dan pendukung dalam proses pendidikan (Febriyanti, 2021).

f. Konsepsi Jumlah Anggota Keluarga

Besar kecilnya sebuah keluarga biasanya ditentukan oleh jumlah anggota, terutama jumlah anak. Keluarga dengan anggota yang terlalu banyak sering menghadapi kesulitan dalam memenuhi kebutuhan dasar sehari-hari. Semakin banyak anggota keluarga, semakin besar pula pengeluaran yang harus dikeluarkan. Namun, pendapatan per orang (per kapita) dan pengeluaran untuk makanan cenderung menurun ketika jumlah anggota keluarga bertambah. Jumlah anggota keluarga juga memengaruhi pola konsumsi barang dan jasa. Keluarga yang memiliki lebih banyak anggota biasanya mengonsumsi makanan dalam jumlah lebih banyak dibandingkan keluarga yang anggotanya sedikit. Menurut Sadono Sukirno (2000), pertumbuhan jumlah anggota keluarga bisa menjadi faktor yang mendukung maupun penghambat pembangunan. Sebagai faktor pendukung, jumlah anggota keluarga yang banyak berarti tersedia lebih banyak tenaga kerja. Selain itu, pasar barang dan jasa bisa berkembang lebih luas karena dipengaruhi oleh pendapatan masyarakat dan jumlah penduduk. Namun, jumlah penduduk yang

terlalu besar juga bisa menjadi hambatan pembangunan karena dapat menurunkan produktivitas dan menyebabkan tingginya angka pengangguran.

Menurut Lestari (2016), Semakin banyak anggota keluarga yang menjadi tanggungan dalam sebuah rumah tangga, maka kebutuhan yang harus dipenuhi juga akan bertambah. Hal ini menyebabkan tingkat pengeluaran konsumsi rumah tangga tersebut menjadi lebih besar karena kebutuhan yang meningkat seiring dengan jumlah tanggungan keluarga.

B. Penelitian Terdahulu

Navis (2018), Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Beras Bagi Pedagang Pengecer di Lambaro Kaphee. Hasil analisis menunjukkan bahwa harga dan merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian beras bagi pedagang pengecer di Lambaro Kaphee.

Mamilianti (2020), Persepsi Konsumen dan Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Beras Premium. Hasil analisis menunjukkan bahwa pendidikan, pendapatan dan jumlah anggota keluarga menjadi faktor penentu konsumen dalam memutuskan pembelian beras premium.

Eviani *et al.* (2023), Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Permintaan Beras Medium di Pasar Tradisional Baturaja Timur Kabupaten Ogan Komering Ulu. Hasil analisis menunjukkan bahwa harga beras medium, harga beras substitusi, pendapatan dan jumlah anggota keluarga berpengaruh signifikan terhadap permintaan beras medium di Pasar Tradisional Baturaja Timur Kabupaten Ogan Komering Ulu.

Pitaloka *et al.* (2024), Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pengambilan Keputusan Konsumen dalam Pembelian Beras Premium Pandan Wangi di Pasar Tradisional Kota Bandar Lampung. Hasil analisis menunjukkan bahwa citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian beras premium harga pandan wangi, sedangkan harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian beras premium pandan wangi di Pasar Tradisional Kota Bandar Lampung.

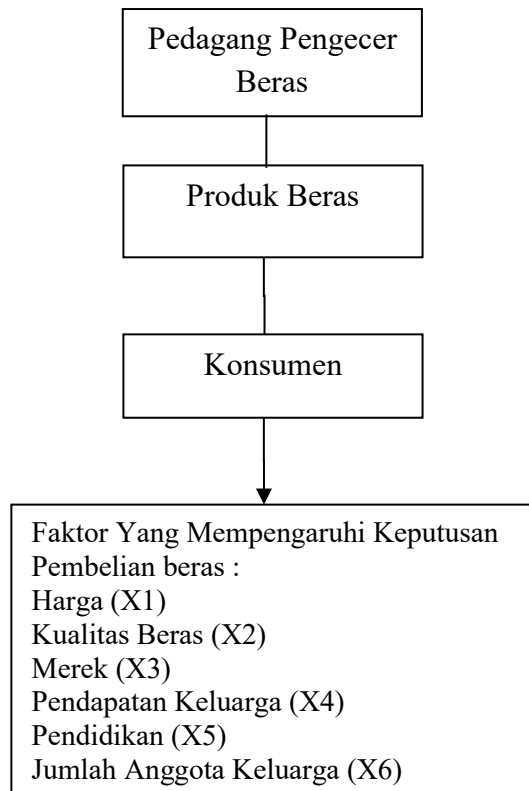
Nurindra *et al.* (2024), Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Beras di Pasar Jambu Dua Kota Bogor. Hasil analisis menunjukkan bahwa usia dan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian beras di Pasar Jambu Dua Kota Bogor, sedangkan jarak dan pendapatan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan.

Oktaviani *et al.* (2024), Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Beras di Kota Banda Aceh. Hasil analisis uji simultan menunjukkan bahwa pendapatan, harga beras, dan kualitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian beras dan hasil analisis uji wald (Uji t) menunjukkan bahwa hanya pendapatan dan kualitas beras berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian beras.

Firdausiah dan Susilowati (2024), Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Konsumen dalam Pembelian Beras Organik. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas, kemasan, harga, gaya hidup dan pendidikan mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian beras organik.

C. Model Pendekatan

Adapun model pendekatan yang digunakan untuk menggambarkan sasaran penelitian yang merupakan pokok permasalahan diagramatik dapat dilihat sebagai berikut:



Keterangan : ———— Terdiri dari
 —————> Mempengaruhi

Gambar 1. Model pendekatan penelitian analisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian beras bagi pedagang pengecer di Pasar Baru Kecamatan Baturaja Timur.

D. Hipotesis

Diduga faktor harga (X1), kualitas beras (X2), merek (X3), pendapatan (X4), pendidikan (X5), dan jumlah anggota keluarga (X6) memengaruhi konsumen untuk membeli beras di pedagang pengecer pasar baru Kecamatan Baturaja Timur.

E. Batasan Operasional

1. Beras adalah bagian dari bulir padi (gabah) yang telah dipisahkan dari sekam serta lapisan dedak atau bekatul.
2. Keputusan pembelian adalah keputusan dalam membeli beras premium atau tidak membeli beras premium.
0 : Tidak membeli beras premium
1 : Membeli beras premium
3. Harga beras adalah harga yang ditetapkan pedagang pengecer untuk dijual kepada konsumen mulai dari harga Rp.12.000 - Rp.15.000.
4. Kualitas beras adalah serangkaian karakteristik fisik dan kimia serta sifat-sifat lainnya yang mempengaruhi daya terima konsumen seperti aroma dan tekstur.
1 : Rendah
2 : Sedang
3 : Tinggi
5. Merek adalah nama yang dimiliki produk beras digunakan sebagai pembanding dalam produk beras seperti Raja, Selancar, dan merek beras lainnya.
1 : Tidak terkenal
2 : Cukup terkenal

3 : Terkenal

6. Pendapatan adalah hasil atau penerimaan yang diperoleh konsumen dalam suatu periodetertentu yang berupa uang (Rp/bulan).
7. Pendidikan dalam penelitian ini menggunakan data dari tingkat SD, SMP, SMA, dan Perguruan Tinggi.

1 : SD

2 : SMP

3 : SMA

4 : Perhuruan Tinggi

8. Jumlah anggota keluarga yaitu jumlah orang yang tinggal dan menjadi tanggungan dalam satu rumah tangga.

