

Ade Nugraha¹, Sudirman², Yugi Sadrah Septian³, Ira Murwenie⁴

**PERSFEKTIF EKONOMI DAN SOSIAL KONSUMEN TERHADAP
DAYA BELI BERAS MERAH DAN BERAS PUTIH DI PASAR
BAYONGBONG KABUPATEN GARUT**

Ade Nugraha¹, Sudirman², Yugi Sadrah Septian³, Ira Murwenie⁴

¹Program Studi, Manajemen-Fakultas Ekonomi, Universitas Garut

²Program Studi, Manajemen-Fakultas Ekonomi, Universitas Garut

³Program Studi, Manajemen-Fakultas Ekonomi, Universitas Garut

⁴Program Studi, Manajemen-Fakultas Ekonomi, Universitas Garut

24023122004@fekon.uniga.ac.id¹, 24023122033@fekon.uniga.ac.id², 24023122059@fekon.uniga.ac.id³,
iramurwenie@uniga.ac.id⁴

Abstract

This study sought to evaluate the buying power of brown rice with white rice at the Bayongbong market in Garut Regency. From the economic and social perspectives of consumers. The consumption of brown rice is increasing, reflecting the rising public awareness of the need of a healthy diet. This study employed a quantitative technique to evaluate the degree to which consumer purchasing power is affected by economic and social perceptions of two rice varieties, highlighting economic aspects (price and purchasing power) and social factors (health awareness). The study's results demonstrated that the price of brown rice influences consumer purchasing power by 88.0% (R^2) and that of white rice by 83.0% (R^2). Consumer decisions about the acquisition of brown rice vs white rice are influenced by price fluctuations, although are primarily based on the economic and social perspectives of consumers.

Keywords: *purchasing power; brown rice; white rice; economic perspective; social perspective.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi daya beli beras merah dengan beras putih di pasar Bayongbong Kabupaten Garut. Dari perspektif ekonomi dan sosial konsumen. Konsumsi beras merah semakin meningkat, mencerminkan meningkatnya kesadaran masyarakat akan perlunya pola makan yang sehat. Penelitian ini menggunakan teknik kuantitatif untuk mengevaluasi sejauh mana daya beli konsumen dipengaruhi oleh persepsi ekonomi dan sosial terhadap dua varietas padi, dengan menyoroti aspek ekonomi (harga dan daya beli) dan faktor sosial (kesadaran kesehatan). Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga beras merah mempengaruhi daya beli konsumen sebesar 88,0% (R^2) dan harga beras putih sebesar 83,0% (R^2). Keputusan konsumen tentang perolehan beras merah vs beras putih dipengaruhi oleh fluktuasi harga, meskipun terutama didasarkan pada perspektif ekonomi dan sosial konsumen.

Kata kunci : *daya beli; beras merah; beras putih; perspektif ekonomi; perspektif social.*

Corresponding author : *iramurwenie@uniga.ac.id⁴.*

PENDAHULUAN

Secara nutrisi dan budaya, masyarakat Indonesia sangat menekankan pada nasi, makanan pokok. Sementara nasi putih telah lama menjadi makanan pokok keluarga Indonesia, popularitas beras merah terus meningkat karena profil nutrisinya yang lebih baik dan manfaat kesehatannya. Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan bahwa dari tahun 2021 hingga 2023, masyarakat Indonesia makan berbagai jenis nasi, dengan preferensi yang semakin besar untuk pilihan yang lebih sehat termasuk beras merah dan kesadaran kesehatan yang tinggi. Namun karena lebih banyak tersedia dan lebih murah, nasi putih terus menguasai pasar. (BPS 2021-2022)

Menurut data BPS, (BPS 2021-2022) Beras putih terus menjadi jenis yang disukai konsumen Indonesia pada tahun 2021, dengan konsumsi per kapita tahunan berkisar 114,9 kg. (BPS 2021-2022). Namun, tren konsumsi beras merah mulai meningkat, seiring dengan meningkatnya tingkat pengetahuan masyarakat tentang manfaat kesehatan beras merah, yang kaya akan serat, vitamin, dan mineral. Beras merah sering dipilih oleh konsumen yang memiliki kesadaran lebih tinggi terhadap pola makan sehat meskipun harga jualnya lebih mahal dibandingkan beras putih (BPS 2023)

Kejadian ini dipengaruhi oleh beberapa faktor sosial dan ekonomi. Dari perspektif ekonomi, kemampuan masyarakat untuk membeli berbagai jenis beras merupakan faktor utama dalam pilihan mereka. Pelanggan dengan kemampuan finansial yang rendah mungkin akan kecewa dengan harga beras merah yang lebih tinggi dibandingkan dengan beras putih. Rata-rata belanja pangan rumah tangga pada tahun 2022 tumbuh sebesar 4,8%,

menurut Data BPS. (BPS 2023), yang turut mempengaruhi daya beli konsumen terhadap berbagai komoditas pangan, termasuk beras.

Selain faktor ekonomi, faktor sosial juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pola konsumsi beras. Menurut penelitian (Suryana, 2021) dan (Budianto, 2023), pola konsumsi pangan, khususnya beras, sangat dipengaruhi oleh tingkat pendidikan, kesadaran kesehatan, serta tradisi budaya yang berkembang dalam masyarakat. Individu dengan pencapaian pendidikan yang tinggi dan pemahaman tentang nutrisi yang optimal cenderung menyukai beras merah, meskipun harganya lebih mahal, karena pemahaman mereka tentang keuntungan jangka panjang yang terkait dengan konsumsi beras yang lebih bergizi. Ini sejalan dengan temuan. (Sumiarti, 2022) yang menyatakan bahwa kesadaran akan pentingnya konsumsi makanan sehat, termasuk beras merah, meningkat seiring dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi dan informasi yang lebih mudah diakses.

Selain masalah ekonomi, pengaruh sosial juga berdampak pada preferensi konsumen dalam pemilihan beras. Peningkatan pemahaman masyarakat tentang pentingnya pola makan bergizi mendorong transformasi kebiasaan konsumsi, khususnya beras. (Soeharso, 2020) menunjukkan bahwa kesadaran akan dampak buruk konsumsi beras putih yang berlebihan terhadap kesehatan, seperti peningkatan risiko diabetes dan obesitas, mendorong sebagian konsumen untuk beralih ke beras merah. Peningkatan tren ini didorong oleh informasi kesehatan yang lebih mudah diakses serta kampanye mengenai manfaat beras merah

Tabel 1 Faktor sosial ekonomi dalam pilihan konsumen

Faktor Sosial Ekonomi	Pilihan BM	Pilihan BP
Pendapatan Tinggi	50%	20%
Pendapatan Rendah	30%	55%
Pendapatan Rendah	10%	25%

Sumber : (BPS 2021-2022)

Keterangan, dari tabel 1 terlihat bahwa konsumen dengan pendidikan tinggi lebih memilih beras merah (50%), sementara konsumen dengan pendapatan menengah dan rendah lebih memilih beras putih.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Handayani, 2021), ditemukan bahwa konsumen di daerah perkotaan lebih cenderung memilih beras merah karena dianggap lebih sehat, meskipun harga lebih tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa faktor sosial yang berkaitan dengan kesehatan dan pola hidup sehat sangat memengaruhi preferensi konsumen, terutama di kalangan konsumen dengan tingkat pendidikan dan kesadaran kesehatan yang lebih tinggi.

Menurut penelitian oleh (Suryani, 2021), Beras merah memiliki konsentrasi serat, vitamin, dan mineral yang lebih tinggi daripada beras putih. Peningkatan kandungan serat dalam beras merah dapat membantu menurunkan kadar gula darah, mencegah sembelit, dan meningkatkan kesehatan pencernaan. Selain itu, beras merah memiliki indeks glikemik yang lebih rendah, sehingga lebih disarankan untuk penderita diabetes (Suryani, 2021). Berbeda dengan beras putih yang telah melalui proses penggilingan yang lebih intensif, beras merah lebih alami karena hanya melalui proses pengupasan sekam, sehingga mempertahankan lebih banyak kandungan gizi.

Tabel 2 Kandungan Gizi

Komponen Gizi	BM	BP
Serat (gr)	3,5	1,5
Kalori (cal)	340	360
Vitamin B	Tinggi	Rendah
Mineral	Tinggi	Sedang

Sumber : (BPS 2021-2022)

Keterangan dari tabel 2, dapat dilihat bahwa beras merah lebih unggul dalam kandungan serat dan mineral, menjadikannya pilihan yang lebih sehat bagi konsumen yang mengutamakan Kesehatan.

Jika kita ingin mengetahui berapa harga beras merah dan beras putih, kita perlu pergi ke pasar Bayongbong, salah satu pusat distribusi beras di Kabupaten Garut. Orang-orang dari semua lapisan masyarakat dan tingkat pendapatan dapat dilihat di pasar ini mengkonsumsi beras dengan cara yang sama. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat secara sosiologis dan ekonomi pasar Bayongbong dan membandingkan daya beli beras merah dengan beras putih. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan evaluasi yang komprehensif terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi pilihan masyarakat untuk makan nasi dan pengaruhnya terhadap kesejahteraan masyarakat yang mengikutinya.

Penelitian yang dilakukan di pasar-pasar tradisional seperti Pasar Bayongbong dapat memberikan gambaran yang lebih konkret mengenai bagaimana faktor ekonomi dan sosial berinteraksi dalam mempengaruhi pilihan konsumsi beras. Pasar Bayongbong merupakan salah satu pasar yang mencerminkan keragaman sosial dan ekonomi masyarakat pedesaan di Jawa Barat, tempat di mana konsumen dengan latar belakang

ekonomi yang berbeda memilih jenis beras yang sesuai dengan daya beli mereka.

Menurut penelitian yang dilakukan (Rizal, 2022), perbedaan preferensi antara beras merah dan beras putih di pasar Bayongbong sangat dipengaruhi oleh harga dan pengetahuan konsumen tentang manfaat kesehatan beras merah

Dengan menggunakan data pendapatan dan harga serta informasi variabel sosial seperti kesadaran kesehatan dan budaya konsumen, penelitian ini akan menunjukkan seberapa besar perbedaan daya beli antara beras merah dan beras putih di pasar Bayongbong. Pembuat kebijakan dan pelaku pasar dapat menggunakan temuan penelitian ini untuk menginformasikan upaya mempromosikan konsumsi beras yang sehat di masyarakat.

Dalam kajian tentang daya beli beras merah dan beras putih di pasar Bayongbong, Garut, terdapat beberapa celah yang perlu diidentifikasi untuk memperkaya pemahaman kita mengenai perilaku konsumsi masyarakat. Meskipun banyak penelitian telah dilakukan mengenai konsumsi beras, masih terdapat sejumlah aspek yang belum sepenuhnya dieksplorasi.

Kurangnya penelitian mengenai persepsi konsumen terhadap kualitas dan manfaat kesehatan dari beras merah dibandingkan dengan beras putih menjadi perhatian penting. Memahami bagaimana konsumen memandang kedua jenis beras ini dapat memberikan wawasan tambahan mengenai keputusan pembelian mereka.

Meskipun beberapa penelitian telah melihat berapa banyak nasi yang dimakan orang secara keseluruhan, sangat sedikit yang membandingkan berapa banyak uang yang dapat dihabiskan orang untuk nasi merah vs nasi putih. Tujuan dari penelitian ini adalah

untuk mengatasi kekosongan pengetahuan tersebut dengan menyelidiki peran variabel sosial ekonomi dalam proses pengambilan keputusan pasar lokal mengenai kedua varietas padi tersebut.

Tujuan menyeluruh dari studi ini adalah untuk mengisi kesenjangan pengetahuan ini dalam literatur akademis sekaligus menawarkan saran yang dapat ditindaklanjuti kepada produsen dan pemangku kebijakan untuk meningkatkan permintaan dan pemasaran produk beras lokal.

KAJIAN PUSTAKA

Teori Permintaan

Istilah "permintaan" sering digunakan dalam ilmu ekonomi untuk merujuk pada kerinduan pembeli akan suatu produk atau jasa tertentu. (Nisa, 2015). Istilah "permintaan" menggambarkan jumlah produk atau layanan yang bersedia dan dapat dibeli konsumen pada titik harga dan waktu tertentu di pasar. (Rolobesi, 2011).

Permintaan berdasarkan kapasitas beli. Permintaan Berdasarkan Daya Beli, Menurut (Febrianti, 2014). Tiga jenis permintaan yang dapat diklasifikasikan menurut daya belinya adalah sebagai berikut: pertama, ada permintaan efektif, yaitu keinginan akan barang dan jasa dari konsumen yang dapat dipenuhi oleh daya belinya. Keinginan konsumen untuk memenuhi kebutuhan sesuai kemampuannya tercermin dalam permintaan semacam ini. Orang yang mampu membeli suatu produk atau jasa tetapi menundanya hingga nanti dianggap memiliki potensi permintaan terhadap produk atau jasa tersebut. Ketika seorang konsumen menginginkan suatu produk atau jasa tetapi tidak mampu membelinya, itu disebut permintaan mutlak.

Ketika semua faktor lain, kecuali harga, adalah sama, hukum permintaan ikut berperan. Ini dikenal sebagai kondisi ceteris paribus. Menurut aturan permintaan, ketika harga barang atau jasa naik, orang menginginkannya lebih sedikit. Kebalikannya benar ketika harga suatu layanan atau barang turun: lebih banyak lagi yang akan dibutuhkan.” (Nisa, 2015).

Permintaan dan penawaran adalah istilah yang sering digunakan oleh economists. An penawaran muncul ketika penjual atau produsen mengirimkan sejumlah produk atau layanan tertentu dalam suatu perekonomian. (Nisa, 2015). Harga komoditas memiliki korelasi positif dengan jumlah yang disediakan oleh produsen. Dengan asumsi situasi ini berlaku, kenaikan harga suatu produk atau layanan akan menghasilkan pasokan yang lebih besar dari produsen. Oleh Tangkere, Palar, dan Pangemanan (2016).

Teori Penawaran

Pasokan mengacu pada jumlah barang yang siap dijual oleh produsen di pasar tertentu pada titik harga yang berbeda selama jangka waktu yang ditentukan. Faktor-faktor penentu penawaran antara lain harga jual barang dan unsur-unsur lain yang dikategorikan sebagai faktor penentu non-harga. (Rolobesi, 2011).

Banyak variabel yang mempengaruhi permintaan dan penawaran. Sesuai dengan (Sukimo, 2011), Enam hal yang dapat mempengaruhi permintaan sebagai berikut:

1. Biaya produk atau layanan itu sendiri
2. Biaya produk atau layanan alternatif yang secara signifikan mempengaruhi barang atau jasa primer.
3. Rata-rata pendapatan masyarakat dan pendapatan keluarga,
4. Faktor-faktor yang mempengaruhi distribusi pendapatan di seluruh masyarakat,
5. Citarasa masyarakat, demografi, dan

6. Prakiraan tentang keadaan di masa depan.

Menurut (Rahmanta, 2018) Selain itu, permintaan dipengaruhi oleh beberapa keadaan; khususnya, penurunan harga akan menambah permintaan, sedangkan kenaikan harga akan mengurangi permintaan.

Teori Daya Beli

Daya beli merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi pilihan konsumsi masyarakat terhadap berbagai jenis beras. Penelitian oleh (Suryani, 2021) Beras merah lebih mahal daripada beras putih, yang menjadi masalah bagi pelanggan berpenghasilan rendah. Beras merah lebih bergizi daripada nasi putih, tetapi harganya yang lebih mahal membuatnya tidak terjangkau oleh kebanyakan orang, terutama di daerah berpenghasilan rendah.

Daya beli seseorang, keluarga, atau masyarakat adalah kemampuannya untuk membeli kebutuhan hidup sehari-hari. Daya beli konsumen merupakan indikator keinginan mereka untuk membeli suatu produk atau melakukan suatu tindakan. (Minor, 2002), Saat membuat pilihan sebagai komunitas, Anda sering kali harus mempertimbangkan dua alternatif atau lebih. Daya beli konsumen dievaluasi setelah fakta, ketika pengalaman aktual mereka dikontraskan dengan harapan mereka (Zulian, 2016).

Teori Perspektif Ekonomi dan Sosial Konsumen

Istilah "konsumen" digunakan dalam bidang ekonomi konsumen untuk menggambarkan orang atau organisasi yang memutuskan untuk membeli produk dan layanan tergantung pada faktor-faktor seperti preferensi pribadi, pendapatan, dan harga yang ditawarkan. Konsumen bertujuan untuk mengoptimalkan kebahagiaan mereka dengan mempertimbangkan sejumlah aspek, termasuk

anggaran dan pemilihan produk, menurut teori ekonomi perilaku konsumen. Menurut aliran pemikiran ini, model ekonomi mikro yang merinci interaksi antara pendapatan, harga, dan keputusan konsumsi dapat menjelaskan perilaku konsumen. (Setiadi, 2019).

Perspektif Sosial Konsumen : Sementara itu, perspektif sosial tekanan bagaimana faktor-faktor sosial, budaya, dan psikologis mempengaruhi perilaku konsumen. Ini mencakup pengaruh dari norma sosial, nilai-nilai budaya, serta interaksi dengan kelompok sosial. Konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan individu tetapi juga oleh harapan masyarakat dan lingkungan sosial di sekitarnya. Dalam hal ini, perilaku konsumen dapat dipahami sebagai hasil dari proses kompleks yang melibatkan interaksi antara individu dan konteks sosialnya (Dewi, 2022).

Hipotesis atau dugaan sementara, Terdapat pengaruh antara daya beli konsumen terhadap beras merah dan beras putih di pasar Bayongbong Garut.

H_0 : Tidak terdapat perbedaan yang signifikan dalam daya beli konsumen terhadap beras merah dan beras putih di pasar Bayongbong Garut, yang dipengaruhi oleh faktor ekonomi dan sosial.

H_1 : Terdapat perbedaan yang signifikan dalam daya beli konsumen terhadap beras merah dan beras putih di pasar Bayongbong Garut, yang dipengaruhi oleh faktor ekonomi dan sosial.

METODE PENELITIAN .

Dengan memanfaatkan pendekatan statistik kuantitatif deskriptif dan pengolahan data numerik, penelitian ini menggunakan teknik asosiatif sebagai metodologi penelitiannya. Regresi linier sederhana, juga dikenal sebagai regresi korelasi sederhana,

digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini. Jika hubungan antara kedua variabel tersebut positif atau negatif, dan jika arah pengaruhnya jelas, maka analisis regresi sederhana dapat menggunakan variasi variabel bebas untuk memprediksi nilai variabel dependen. (Sekaran, 2016). Bentuk Persamaan pada Regresi linier sederhana adalah:

$$\hat{Y} = a + \beta X$$

Keterangan:

\hat{Y} = Menunjukkan nilai persamaan dari variabel Y (dependen/terikat) berdasarkan nilai tertentu dari variabel X (independen/bebas)

a = Nilai Intercept atau merupakan nilai konstanta yang menunjukkan \hat{Y} pada saat nilai variabel X sama dengan nol.

β = Menunjukkan slope atau merupakan perubahan rata-rata nilai \hat{Y} untuk setiap perubahan nilai variabel X.

X = Menunjukkan nilai tertentu dari variabel independen yang dipilih untuk menaksir nilai dari variabel dependen. Sehingga persamaan diatas dapat di artikan bahwa setiap penambahan variabel X sebesar 1 poin akan menambah nilai variabel Y sebesar b poin.

Secara manual, nilai a dan b dapat dicari dengan menggunakan formula (Sarstedt & Mooi, 2019):

$$a = \bar{Y} - b\bar{X} \text{ dan}$$

$$\beta = \frac{n \cdot (\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{n \cdot (\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

Bentuk Hipotesis untuk regresi linier sederhana adalah:

$H_0 : \beta = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

$H_1 : i. \beta > 0$, artinya terdapat pengaruh positif antara variabel bebas dengan variabel terikat

ii. $\beta < 0$, artinya terdapat pengaruh negatif antara variabel bebas dengan variabel terikat.

iii. $\beta \neq 0$, artinya terdapat pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat

Populasi sampel, data Primer ini terdiri dari konsumen yang membeli baik beras merah maupun beras putih di pedagang beras (besar), untuk memperoleh representasi yang cukup luas mengenai kebiasaan konsumen dalam memilih jenis beras

Penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data, yaitu data sekunder. Berupa harga beras merah dan beras putih selama 2021-2024.

Sedangkan data primer dilakukan dalam bentuk wawancara untuk mengetahui perspektif konsumen terhadap perbedaan konsumsi beras merah dan beras putih.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Beras merupakan komoditas pangan primer di Indonesia. Data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan konsumsi beras per kapita di Indonesia pada tahun 2021 sekitar 114,9 kg per tahun, menunjukkan bahwa beras tetap menjadi makanan pokok utama penduduk Indonesia. (BPS 2021-2022). Namun, dalam beberapa tahun terakhir, terjadi peningkatan minat terhadap beras merah sebagai alternatif sehat dari beras putih. Beberapa studi menunjukkan bahwa beras merah mengandung serat lebih tinggi, indeks glikemik yang lebih rendah, serta berbagai vitamin dan mineral yang bermanfaat untuk kesehatan (Kurniawan, 2021).

Karena harganya yang lebih murah dan ketersediaannya yang lebih luas, nasi putih terus menjadi jenis nasi yang paling banyak dikonsumsi. Data (BPS 2023), menunjukkan bahwa sekitar 85% konsumsi beras di Indonesia masih didominasi oleh beras putih, sementara beras merah hanya menyumbang

sebagian kecil dari total konsumsi beras. Oleh karena itu, ada ketimpangan antara konsumsi beras sehat dan beras dengan harga yang lebih rendah, yang berkaitan dengan daya beli konsumen yang bervariasi.

Dalam hal ini, pendapatan masyarakat memiliki peranan penting dalam menentukan jenis beras yang akan dibeli. (Budianto, 2023), dalam kondisi ekonomi yang tidak stabil, konsumen cenderung lebih memilih produk pangan yang lebih murah, meskipun produk tersebut tidak memiliki manfaat kesehatan sebanyak beras merah. Di sisi lain, konsumen dengan pendapatan yang lebih tinggi dan pengetahuan tentang kesehatan cenderung memilih beras merah meskipun harganya lebih mahal (Sumiarti, 2022). Temuan dan kemajuannya diartikulasikan dalam paragraf yang terorganisir secara metodis, disertai dengan analisis yang kritis dan mencerahkan.

Berdasarkan data (BPS 2023) juga menunjukkan bahwa pengeluaran rumah tangga untuk pangan di Indonesia mengalami kenaikan dalam beberapa tahun terakhir, yang turut mempengaruhi daya beli terhadap berbagai komoditas pangan, termasuk beras. Kenaikan harga beras, baik merah maupun putih, menjadi tantangan tersendiri bagi keluarga dengan pengeluaran terbatas, yang memaksa mereka untuk memilih beras yang lebih terjangkau.

Di samping masalah ekonomi, faktor sosial juga mempengaruhi preferensi individu terhadap varietas padi. Kesadaran akan manfaat kesehatan dari beras merah, yang lebih banyak mengandung serat, vitamin, dan mineral, secara signifikan memengaruhi perubahan kebiasaan makan nasi. (Wulandari, 2021), menyatakan bahwa tingkat pendidikan yang lebih tinggi berhubungan dengan kesadaran yang lebih besar terhadap manfaat

konsumsi pangan sehat, termasuk beras merah. Masyarakat yang lebih teredukasi cenderung lebih memilih beras merah karena mereka memahami dampaknya terhadap kesehatan jangka panjang, seperti pencegahan penyakit jantung, diabetes, dan obesitas.

Di sisi lain, budaya konsumsi juga mempengaruhi pilihan antara beras merah dan beras putih. Sebagian besar masyarakat Indonesia sudah terbiasa dengan beras putih sebagai makanan pokok, sehingga ada kecenderungan untuk tetap memilih beras putih meskipun informasi mengenai manfaat beras merah telah tersebar. Hal ini sesuai dengan temuan dari (Puspaningrum, 2022) yang mengungkapkan bahwa kebiasaan dan budaya lokal memainkan peran dominan dalam menentukan jenis pangan yang dikonsumsi, meskipun faktor kesehatan dan informasi semakin mempengaruhi pola konsumsi.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Kurniawan, 2021), Individu yang tinggal di lingkungan metropolitan dengan pencapaian pendidikan yang tinggi lebih cenderung beralih ke beras merah. Sebaliknya, masyarakat di daerah pedesaan, terutama yang pendidikannya lebih rendah, masih cenderung mempertahankan kebiasaan mengonsumsi beras putih, meskipun harga beras merah semakin terjangkau.

Kombinasi antara faktor ekonomi dan sosial berpengaruh besar terhadap pilihan jenis beras yang dikonsumsi. Penelitian oleh (Suryani, 2021), menunjukkan bahwa meskipun beras merah lebih dipilih oleh konsumen yang memiliki tingkat pengetahuan yang lebih tinggi tentang kesehatan, harga yang lebih mahal tetap menjadi hambatan utama. Oleh karena itu, meskipun ada kesadaran yang semakin meningkat tentang pentingnya pola makan sehat, daya beli yang terbatas tetap

menjadi faktor pembatas dalam adopsi beras merah secara masif di kalangan masyarakat Indonesia.

Berdasarkan penelitian (Budianto, 2023), Selain itu, ditunjukkan bahwa perubahan pola konsumsi beras tidak semata-mata ditentukan oleh harga. tetapi juga oleh budaya konsumsi yang telah lama tertanam dalam masyarakat. Dalam konteks ini, meskipun kesadaran terhadap kesehatan semakin meningkat, perubahan budaya konsumsi beras memerlukan waktu yang panjang, terutama di daerah dengan tradisi konsumsi beras putih yang kuat.

Daya beli Beras Merah dan Beras Putih di Pasar, dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk harga, kualitas, dan preferensi konsumen.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Santosa et al. (2021), daya beli beras merah lebih rendah dibandingkan dengan beras putih di pasar tradisional, terutama karena perbedaan harga yang signifikan. Beras putih memiliki harga yang lebih terjangkau, sementara beras merah umumnya dijual dengan harga lebih tinggi. Penelitian Santosa et al. (2021) menunjukkan bahwa meskipun beras merah lebih diminati oleh konsumen yang peduli dengan kesehatan, harga yang lebih mahal membuatnya sulit bersaing dengan beras putih di kalangan masyarakat dengan daya beli rendah.

Namun, dalam pasar yang lebih modern dan di kalangan konsumen dengan tingkat kesadaran kesehatan yang lebih tinggi, beras merah mulai menunjukkan peningkatan permintaan. Penelitian oleh (Handayani, 2021), mencatat bahwa konsumen yang lebih sadar akan pentingnya pola makan sehat cenderung memilih beras merah meskipun harus membayar lebih. Hal ini menunjukkan bahwa daya beli beras merah tidak hanya dipengaruhi

oleh harga, tetapi juga oleh manfaat kesehatan yang lebih unggul.

Faktor Ekonomi dalam Preferensi Konsumen, Aspek ekonomi, terutama harga dan daya beli, memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap keputusan konsumen dalam memilih jenis beras. Menurut (Widodo, 2021), harga beras merupakan faktor utama yang mempengaruhi preferensi konsumen di Indonesia. Pada umumnya, beras putih lebih banyak dipilih oleh konsumen karena harga yang lebih murah dan ketersediaannya yang lebih luas di pasar. Dalam situasi ekonomi yang menantang, konsumen cenderung memilih beras putih yang lebih terjangkau dibandingkan dengan beras merah. Meskipun demikian, penelitian oleh Santosa et al. (2021) juga menunjukkan bahwa ada peningkatan permintaan terhadap beras merah di kalangan konsumen yang memiliki daya beli lebih tinggi dan lebih memperhatikan faktor kesehatan dalam memilih produk pangan.

Selain masalah ekonomi, pengaruh sosial juga berdampak pada preferensi konsumen dalam pemilihan beras. Pengetahuan publik yang meningkat tentang pentingnya diet bergizi mendorong transformasi dalam perilaku konsumsi, terutama dalam hal beras. Penelitian oleh (Soeharso, 2020), menunjukkan bahwa kesadaran akan dampak buruk konsumsi beras putih yang berlebihan terhadap kesehatan, seperti peningkatan risiko diabetes dan obesitas, mendorong sebagian konsumen untuk beralih ke beras merah. Peningkatan tren ini didorong oleh informasi kesehatan yang lebih mudah diakses serta kampanye mengenai manfaat beras merah

Permintaan beras merah dan beras putih ini akan berbeda terhadap daya belinya karena ketika harga sedang melonjak naik, untuk beras putih mungkin akan sangat menguntungkan

bagi para pedagang karena konsumen pasti akan membelinya meskipun harga sedang melonjak naik. Beda dengan ketika harga beras merah tetap atau turun, daya beli konsumen terhadap beras merah hanya dikonsumsi oleh orang tertentu saja, tidak semua konsumen menyukai atau mengonsumsi beras merah.

Hasil survei di beberapa pedagang beras, untuk harga beras merah Rp.20.000 per kilogramnya, Sedangkan untuk harga beras putih Rp.12.000- Rp. 15.000 per Kg

Data harga beras merah diambil dari penelitian terkait biaya bahan baku, sedangkan harga beras putih merupakan harga rata-rata yang dilaporkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Garut.

Pada tabel 3 hasil output di atas, dalam uji validitas nilai *corrected item* total correlation disebut juga sebagai *rhitung*. Maka $df = 30 - 2 = 28$. Lihat dalam distribusi nilai *rtabel* untuk $n = 28$ pada signifikansi 5%. Maka diketahui nilai *rtabel* nya sebesar 0,3610. Berdasarkan perbandingan antara nilai *rhitung* dengan *rtabel*, maka dapat disimpulkan bahwa semua butir soal untuk variabel Faktor Ekonomi (X) dinyatakan valid. Karena semua $rhitung > 0,3610$. Berdasarkan perbandingan antara nilai *rhitung* dengan *rtabel*, maka dapat disimpulkan bahwa semua butir soal untuk variabel Daya Beli (Y) dinyatakan valid. Karena semua $rhitung > 0,3610$.

Tabel 3 Uji Validitas (X)

Validitas		
R Hitung	R Tabel	Keputusan
,626	,361	VALID
,431	,361	VALID
,588	,361	VALID
,783	,361	VALID
,672	,361	VALID
,638	,361	VALID
,600	,361	VALID

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	56,43	62,392	,626	,906
X2	57,13	63,292	,431	,915
X3	56,70	62,424	,588	,908
X4	56,30	59,597	,783	,900
X5	56,73	60,754	,672	,905
X6	56,77	63,289	,638	,906
X7	56,37	62,792	,600	,907

Pada tabel 4 perbandingan antara nilai *r*hitung dengan *r*tabel, maka dapat disimpulkan bahwa semua butir soal untuk variabel Daya Beli (Y) dinyatakan valid. Karena semua *r*hitung > 0,3610

Tabel 4 Uji Validitas (Y)

Validitas		
R Hitung	R Tabel	Keputusan
,622	,361	VALID
,380	,361	VALID
,670	,361	VALID
,757	,361	VALID
,669	,361	VALID
,766	,361	VALID

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	20,77	8,254	,622	,789
Y2	20,73	9,651	,380	,886
Y3	20,97	7,757	,670	,777
Y4	20,50	7,638	,757	,759
Y5	20,47	8,120	,669	,779
Y6	20,57	7,495	,766	,756

Pada 5 tabel output “*Reliability Statistics*” diketahui nilai Guttman Split-Half Coefficient adalah sebesar 0,850 > 0,80, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa butir soal untuk variabel Prspektif Ekonomi dan Sosial Konsumen (X) dinyatakan reliabel.

Tabel 5 Uji Reliability (X)

Reliability Statistics			
Cronbach's Alpha	Part 1	Value	,739
		N of Items	3 ^a
	Part 2	Value	,650
		N of Items	3 ^b
	Total N of Items		6
Correlation Between Forms			,750
Spearman-Brown Coefficient	Equal Length		,857
	Unequal Length		,857
Guttman Split-Half Coefficient			,850

a. The items are: X1, X2, X3.

b. The items are: X4, X5, X6.

Pada 6 tabel output “*Reliability Statistics*” diketahui nilai Guttman Split-Half Coefficient adalah sebesar 0,815 > 0,80, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa butir soal untuk variabel Daya Beli (Y) dinyatakan reliabel.

Tabel 6 Uji Reliability (Y)

Reliability Statistics			
Cronbach's Alpha	Part 1	Value	,782
		N of Items	3 ^a
	Part 2	Value	,903
		N of Items	3 ^b
	Total N of Items		6
Correlation Between Forms			,662
Spearman-Brown Coefficient	Equal Length		,820
	Unequal Length		,820
Guttman Split-Half Coefficient			,815

a. The items are: Y1, Y2, Y3.

b. The items are: Y4, Y5, Y6.

Pada tabel 7. Hasil analisis data yang diolah dengan software SPSS menunjukkan bahwa nilai R Square (R^2) Beras merah dan beras putih adalah untuk beras merah sebesar 0,880 (Tabel 2). Dikarenakan 0,880 mendekati 1 maka dapat di katakan elastis. Hal itu dapat diartikan bahwa perbandingan daya beli dapat menjelaskan perubahan permintaannya sebesar 88,0%, sedangkan 12,0% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak terdapat dalam model. Selain itu, dapat di artikan pula bahwa variabel daya beli akan mengakibatkan perbandingan permintaan pada daya beli beras merah. Diketahui juga dari hasil analisis nilai $R = 0,993$ artinya bahwa korelasi antara daya beli dengan kuantitas beras putih memiliki derajat

hubungan yang kuat. Dan untuk beras putih dapat diketahui bahwa nilai *R Square* (R^2) sebesar 0,830, artinya variabel independent dapat menjelaskan variabel dependent sebesar 83,0 %, sedangkan 17,0% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak terdapat dalam model. Nilai $R = 0,956$ ini berarti bahwa korelasi antara variabel independent dengan dependent adalah 0,956 yang berarti bahwa derajat hubungan antara kedua variabel kuat

Tabel 7 Uji R^2 Beras Merah & Beras Putih

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.993 ^a	.880	.861	2.471

a. Predictors: (Constant), DAYA BELI Beras Merah

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.956 ^a	.830	.810	3.212

a. Predictors: (Constant), DAYA BELI Beras Putih

Pada Tabel 8 Tingkat signifikansi lebih rendah dari tingkat probabilitas ($0,000 < 0,05$) dilihat dari t count sebesar 5,083 untuk beras merah dan nilai SIG sebesar 0,000. Akibatnya, kita dapat mengatakan bahwa pertimbangan ekonomi memiliki dampak yang cukup besar terhadap daya beli konsumen (H1), dan kita menolak hipotesis nol (Ho). Kenaikan variabel x setara dengan peningkatan variabel y, menurut temuan yang menguntungkan, yang menunjukkan bahwa daya beli beras merah memiliki pengaruh yang menguntungkan terhadap sikap ekonomi dan sosial konsumen. Nilai signifikansi untuk beras putih lebih rendah dari ambang probabilitas ($0,000 < 0,05$) seperti yang ditunjukkan oleh t count sebesar 4,595 dan nilai SIG sebesar 0,000. Akibatnya,

kita dapat mengatakan bahwa pertimbangan ekonomi memiliki dampak yang cukup besar terhadap daya beli konsumen (H1), dan kita menolak hipotesis nol (Ho). Hasil positif menunjukkan bahwa perspektif ekonomi dan sosial konsumen dipengaruhi secara positif oleh daya beli beras putih, menunjukkan bahwa kenaikan variabel x setara dengan kenaikan variabel y.

Tabel 8 Hasil Uji t Beras Merah & Beras Putih

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12,077	2,543		4,749	.000
	DAYA BELI Beras Merah	.558	.110	.693	5,083	.000

a. Dependent Variable: PERSPEKTIF EKONOMI DAN SOSIAL KONSUMEN

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	217.879	1	217.879	21.115	.000 ^b
	Residual	288.921	28	10.319		
	Total	506.800	29			

a. Dependent Variable: PERSPEKTIF EKONOMI DAN SOSIAL KONSUMEN

b. Predictors: (Constant), DAYA BELI Beras Putih

KESIMPULAN DAN SARAN

Tingkat signifikansi di bawah ambang probabilitas ($0,000 < 0,05$) ditunjukkan oleh fakta bahwa T dihitung dengan nilai SIG 0,000, seperti yang terlihat pada data yang dikutip sebelumnya. Oleh karena itu, Ho ditolak, menyarankan agar I Buy secara signifikan memengaruhi pandangan ekonomi dan sosial konsumen (diterima H1). Karena beras merah dan putih memiliki efek positif, temuan menunjukkan bahwa peningkatan variabel X menyebabkan peningkatan variabel Y yang sesuai.

Terlepas dari keterbatasan ketersediaan dan keterjangkauan, pelanggan yang sadar kesehatan memilih beras merah karena kualitasnya yang tinggi. Ada persaingan yang lebih besar untuk nasi putih karena lebih murah dan sesuai dengan kapasitas belanja

masyarakat umum. Nasi putih lebih populer karena harganya yang terjangkau dan ketersediaannya yang mudah, sedangkan beras merah lebih disukai karena manfaat kesehatannya dan kualitasnya yang tinggi.

Temuan menunjukkan bahwa pelanggan yang sadar kesehatan memilih beras merah dan menghargai kualitas di atas harga dan ketersediaan. Karena harga nasi putih lebih terjangkau dan sejalan dengan daya beli masyarakat, nasi putih memiliki keunggulan di pasar. Popularitas beras merah berasal dari keunggulan kesehatan dan kualitasnya yang tinggi, sedangkan popularitas beras putih didorong oleh variabel seperti harga dan ketersediaan.

Penting untuk meningkatkan upaya promosi kesehatan dengan menginformasikan kepada masyarakat tentang banyak manfaat kesehatan dari beras merah. Beras merah dapat dibuat lebih terjangkau dengan efisiensi produksi, subsidi harga, atau inisiatif pemerintah yang memberikan bantuan keuangan. Meningkatkan ketersediaan beras merah dengan melakukan diversifikasi pasar dan meningkatkan penyebarannya. Tujuan dari upaya terkoordinasi ini adalah untuk meningkatkan daya beli beras merah tanpa mengurangi pangsa pasar beras putih.

DAFTAR PUSTAKA

Badan Ketahanan Pangan. (2020). *LAPORAN STATISTIK KETAHANAN PANGAN 2020*. JAKARTA: BADAN KETAHANAN PANGAN I

Badan Pusat Statistik (BPS). (2022). *SURVEI SOSIAL EKONOMI NASIONAL (SUSENAS) 2022*. JAKARTA: BADAN PUSAT STATISTIK

BPS (2023). *STATISTIK KONSUMSI BERAS DI INDONESIA*. BADAN PUSAT STATISTIK

Boal, K. B., & Hooijberg, R. (2001). *Strategic Leadership Research: Moving On*. *The Leadership Quarterly*, 12(2), 175-197.

Dewi, W. W. A., Febriani, N., Destriy, N. A., Tamitiadini, D., Illahi, A. K., Syaumi, W. R., ... & Prasetyo, B. D. (2022). *Teori Perilaku Konsumen*. Universitas Brawijaya Press.

Gulati, R. (2007). *Managing Network Resources: Alliances, Affiliations, and Other Relational Assets*. *Strategic Management Journal*, 28(6), 617-637.

Hadiyati, E., Wijayanti, T., & Prasetyo, (2020). "Manfaat Kesehatan dari Konsumsi Beras Merah dibandingkan Beras Putih". *Jurnal Pangan dan Gizi*, 18(2), 134-142

Herlina, Wita, et al. "INDIKASI INFLASI PADA ELASTISITAS HARGA CABAI RAWIT DOMBA DAN CABAI RAWIT HIJAU DI KECAMATAN TAROGONG KALER KABUPATEN GARUT." *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi: EMBA 2.2 (2024): 175-184*

Markides, C. (2013). *BUSINESS MODEL INNOVATION: HOW TO CREATE VALUE IN A DISRUPTIVE WORLD*. MIT PRESS

O'Reilly, C. A., & Tushman, M. L. (2013). Organizational Ambidexterity: Past, Present, and Future. *The Academy of Management Perspectives*, 27(4), 324-338

- Rizani, A., Norrahman, R. A., Harsono, I., Yahya, A. S., & Syifa, D. M. (2023). *Efek Inflasi terhadap Daya Beli Masyarakat pada Tinjauan Ekonomi Makro. Journal Of International Multidisciplinary Research, 1(2), 344-358.*
- Santosa, A., et al. (2021). Daya Saing Beras Merah dan Beras Putih di Pasar Tradisional: *Studi Kasus di Jawa Barat. Jurnal Ekonomi Pertanian, 19(2), 78-90*
- Setiadi, N. J., & Se, M. M. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga (Vol. 3). Prenada Media.*
- Soeharso, A. (2020). *Manfaat Beras Merah dalam Menurunkan Risiko Penyakit Metabolik. Jurnal Kesehatan Masyarakat, 19(3), 112-120*
- Suryani, A. (2021). Analisis Harga dan Preferensi Konsumen terhadap Beras di Pasar Tradisional. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan, 19(3), 91-98.*
- Prasetyo, M. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pilihan Konsumen terhadap Beras di Pasar Tradisional. *Jurnal Ekonomi Pertanian, 25(1), 58-65*
- Venny, Sisilia, and Nuraini Asriati. "Permintaan dan Penawaran dalam Ekonomi Mikro." *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI) 7.1 (2022): 184-194*
- Wahyudi, D., & Hidayat, R. (2022). *Peran Budaya dan Sosial dalam Preferensi*
- Konsumen terhadap Jenis Beras. Jurnal Sosial Ekonomi, 16(4), 105-112*
- Widodo, H. (2021). Tren Konsumsi Beras Merah dan Dampaknya terhadap Kesehatan Konsumen. *Jurnal Pangan dan Gizi, 15(2), 45-59*