

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Beras

Beras merupakan salah satu hasil pertanian yang menjadi kebutuhan dasar manusia. Penduduk Indonesia menjadikan beras sebagai bahan makanan pokok. Permintaan akan beras lebih tinggi dari pada hasil pangan lainnya (Darsan, 2018). Banyaknya penduduk Indonesia yang beralih mengkonsumsi beras sebagai makanan pokok meningkatkan jumlah permintaan akan beras. Peningkatan hasil produksi untuk memenuhi kebutuhan penduduk akan beras perlu ditingkatkan, dimana jumlah penduduk setiap tahunnya meningkat sehingga tingkat konsumsi beras pun semakin bertambah (Febriani, 2020).

Beras adalah butir padi yang telah dipisahkan dari kulit luarnya (sekamnya) dengan cara digiling dan disosoh menggunakan alat pengupas dan alat penggiling serta alat penyosoh. Beras merupakan komoditas pangan yang sangat strategis bagi negara-negara di wilayah Asia tidak terkecuali bagi negara Indonesia karena hingga saat ini sekitar 95% penduduk Indonesia masih memanfaatkan beras sebagai komoditas pangan utama (Ikasari *et al.*, 2016) . Beras merupakan salah satu kebutuhan pokok bagi masyarakat Indonesia. Beras sebagai bahan makanan mengandung nilai gizi cukup tinggi yaitu kandungan karbohidrat sebesar 360 kalori, protein sebesar 6,8 gr, dan kandungan mineral seperti kalsium dan zat besi masing-masing 6 dan 0,8 mg (Mamilianti, 2020).

Kandungan beras adalah pati dan hanya sebagian kecil pentosan, selulosa, hemiselulosa dan gula. Sebanyak 85% - 90% dari berat kering beras berupa pati. Kandungan pentosan berkisar 2,0 - 2,5% dan gula 0,6 - 1,4% dari berat beras pecah kulit. Sifat fisikokimiawi beras terutama ditentukan oleh sifat-sifat patinya, karena penyusun utamanya adalah pati (Namira *et al.*, 2016). Protein merupakan penyusun utama kedua beras setelah pati. Beras pecah kulit mengandung protein sekitar 8% pada kadar air 14%. Vitamin pada beras yang utama adalah *tiamin*, *riboflavin*, *niacin*, dan *piridoksin*, masing-masing terdapat dalam 4 µg/g, 0,6 µg/g dan 50 µg/g. Vitamin-vitamin tersebut tidak semuanya dalam bentuk bebas, melainkan terikat. Misalnya riboflavin sebanyak 75% terdapat dalam bentuk ester. Beras mengandung vitamin A dan vitamin D sangat sedikit, tidak mengandung vitamin C. Kadar abu dari beras giling sebanyak 0,5% atau kurang. Mineral pada beras terutama terdiri atas unsur-unsur fosfor, magnesium dan kalium. Kandungan kalsium, klor, natrium, silica, dan besi (Anggrayini, 2020).

Manfaat lain beras yaitu bebas kolesterol. mengkonsumsi beras atau nasi menguntungkan karena tidak mengandung lemak jahat yang dapat meningkatkan resiko terkena kolesterol. Beras memiliki kandungan vitamin yang banyak seperti *niacin*, vitamin D, kalsium, serat, zat besi, *thiamine*, dan *riboflavin*. Mengurangi risiko tekanan darah tinggi. Nasi tidak banyak mengandung sodium dan dianggap sebagai makanan terbaik untuk mereka yang menderita tekanan darah tinggi. Kandungan asam lemak yang menjaga kesehatan usus bahkan mengurangi risiko terkena kanker kolorektal (Febriani, 2020) .

Beras adalah suatu bahan makanan yang merupakan sumber pemberi energi untuk manusia. Zat-zat gizi yang terkandung dalam beras sangat mudah dicerna, oleh karena itu beras dipilih menjadi makanan pokok. Sumber daya alam lingkungan mendukung penyediaannya dalam jumlah yang cukup, mudah cepat pengolahannya, memberikan kenikmatan pada saat menyantap, dan aman dari segi Kesehatan (Gumanti dan Naully, 2022).

Beras lokal memiliki ciri khas unggul yang spesifik seperti aroma wangi, rasa pulen, lebih tahan kekeringan dan salinitas. Pemanfaatan jenis varietas lokal dalam program pemuliaan sudah sering dilakukan, tujuannya adalah untuk memperluas keragaman *genetic kultivar* unggul hasil persilangan yang akan dihasilkan (Hernawan 2016). Masyarakat Indonesia menjadikan beras sebagai makanan pokok sehari-hari. Penempatan beras sebagai bahan pokok dilibatkan luas terhadap bahan pokok lainnya seperti gula, kedelai, daging dan lain-lain. Secara aspek ekonomi, sosial, maupun politik, peningkatan kualitas produk untuk meningkatkan penggunaan beras sehingga meningkatkan nilai yang dirasakan konsumen beras dan meningkatkan konsumsi beras itu sendiri (Septiadi, 2019).

Perbedaan mutu dan kualitas beras mempengaruhi perbedaan harga setiap jenis varietas beras, dari beras mutu premium dijual lebih tinggi dipasaran dikenal lebih tinggi. Beras kualitas terbaik biasanya dijual dengan harga yang lebih tinggi dan beras kualitas rendah biasanya dijual di pasar tradisional yang ditujukan untuk kalangan menengah (Aji, 2020). Beras merupakan bahan baku utama untuk memenuhi kebutuhan gizi bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Hasil ini dinilai sangat tinggi dibandingkan dengan konsumsi makanan pokok lainnya.

2.1.1 Beras IR 64

Beras IR 64 adalah salah satu varietas padi unggul yang dikembangkan oleh *International Rice Research Institute (IRRI)* di Filipina pada tahun 1985. Varietas ini menjadi salah satu varietas padi yang paling populer di banyak negara, termasuk Indonesia, karena kemampuannya untuk menghasilkan panen tinggi dan tahan terhadap berbagai penyakit tanaman. Varietas ini diperkenalkan di Indonesia pada akhir tahun 1980-an dan segera mendapatkan perhatian karena kualitas hasil gabah yang baik dan stabilitas produksinya dalam kondisi yang bervariasi. Secara agronomis, IR 64 memiliki beberapa keunggulan yang menjadi daya tarik bagi petani (Aribowo *et al.*, 2019).

Karakteristik penting IR 64 yaitu produktivitas tinggi, varietas ini dapat menghasilkan produksi mencapai 5-7 ton per hektar, tergantung pada kondisi lahan dan teknik budidaya. IR 64 dikenal memiliki ketahanan terhadap beberapa penyakit utama padi seperti wereng coklat dan hawar daun bakteri (BLB), yang merupakan ancaman serius bagi hasil panen. Umur tanaman sedang, umur tanaman dari varietas IR 64 berkisar terhadap 110-125 hari, sehingga memungkinkan dilakukan dua kali panen dalam setahun pada wilayah di Indonesia. Kualitas beras IR 64 memiliki tekstur nasi yang pulen, beraroma, dan berwarna putih bersih, yang menjadi salah satu faktor penting dalam penerimaan konsumen (Reyendra, 2017).

IR 64 memiliki beberapa kelebihan yang menyebabkan varietas ini menjadi pilihan utama petani dan konsumen, tetapi juga memiliki kekurangan yang penting untuk diperhatikan. Beras IR 64 memiliki rendemen yang tinggi saat diolah menjadi beras putih, yang berarti jumlah hasil penggilingan dari gabah menjadi

beras cukup tinggi (Fauzia, 2019). Beras IR 64 memiliki harga yang kompetitif sehingga dengan produktivitas yang tinggi dan kualitas beras yang baik dapat memberikan keuntungan yang signifikan bagi petani. Beras IR 64 memiliki karakteristik adaptabilitas sehingga dapat tumbuh baik di berbagai tipe lahan, termasuk sawah irigasi teknis maupun lahan tadah hujan. Kekurangan beras IR 64 adalah rentan kekeringan sehingga tidak toleran terhadap kondisi kekeringan ekstrem yang dapat mempengaruhi produktivitasnya (Hidayat *et al.*, 2017).

2.2 Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan individu maupun sekelompok orang yang ingin mendapatkan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan pribadi maupun kelompoknya. Perilaku konsumen adalah proses dan aktivitas seseorang berhubungan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan (Nangameka, 2018). Perilaku konsumen juga mencerminkan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Nilai barang berharga jual rendah (*low involvement*) proses pengambilan keputusan dilakukan dengan mudah, sedangkan untuk barang berharga jual tinggi (*high-involvement*) proses pengambilan keputusan dilakukan dengan pertimbangan yang matang (Aji dan Widodo, 2020).

Beberapa ide penting untuk memahami perilaku konsumen. Ide yang pertama adalah dinamis, yang mengartikan bahwa seorang konsumen akan berubah dan bergerak sepanjang waktu, sehingga strategi pemasaran akan selalu berubah mengikuti karakter konsumen sendiri. Ide yang kedua adalah pertukaran di terhadap

individu. Ide yang terakhir adalah interaksi, yang artinya untuk memahami konsumen, seseorang harus memahami apa yang konsumen pikirkan (*kognisi*) dan rasakan (*afeksi*), apa yang mereka lakukan, serta kejadian apa dan dimana yang mempengaruhi pikirannya (Dewi dan Hayati, 2021).

Perilaku Konsumen merupakan tindakan seseorang dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan suatu produk maupun jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini. Perilaku konsumen adalah tindakan yang timbul dari dalam diri konsumen untuk memilih, membeli, mencari, mengevaluasi, menggunakan, menghabiskan produk maupun jasa sesuai kebutuhannya. Mengetahui perilaku konsumen dapat mengetahui keinginan konsumen dalam pembelian beras (Kamila *et al.*, 2019). Perilaku konsumen dalam pembelian beras mencakup pencarian informasi, penentuan, pembelian, penggunaan, dan evaluasi produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka. Faktor-faktor seperti harga, kualitas, dan promosi berperan penting dalam keputusan pembelian. Kepuasan konsumen terhadap produk sangat mempengaruhi kemungkinan pembelian ulang. Produsen menyediakan beras yang sesuai dengan harapan konsumen, terutama dalam hal kualitas dan harga (Sarumaha, 2020).

2.3. Teori Permintaan

Permintaan konsumen didasarkan pada teori perilaku konsumen (*consumer behavior*), dimana menunjukkan perilaku konsumen dalam menentukan konsumsi barang. Sedangkan permintaan sendiri merupakan keinginan konsumen untuk membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga selama periode waktu tertentu.

Selain harga barang itu sendiri, harga barang lain yang terkait pun ikut berpengaruh terhadap permintaan konsumen (Pontoh, 2016). Fungsi permintaan adalah persamaan yang menunjukkan hubungan antara permintaan barang dan jasa dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Permintaan sendiri adalah jumlah barang/jasa yang ingin diminta oleh konsumen pada berbagai tingkatan harga selama periode waktu tertentu. Fungsi permintaan ada dua, yaitu (1) fungsi permintaan yang diderivasi dari fungsi kepuasan (fungsi permintaan Marshallian) yang diperoleh dari maksimisasi kepuasan dengan kendala berupa pendapatan, dan (2) fungsi permintaan yang diderivasi dari fungsi pengeluaran (fungsi permintaan Hicksian) diperoleh dari minimisasi pengeluaran dengan kendala berupa tingkat kepuasan (Rahmasuciana, 2015).

Penaksiran permintaan merupakan proses untuk menemukan nilai dari koefisien-koefisien fungsi permintaan akan suatu produk pada masa kini (*current value*). Sedangkan prakiraan permintaan merupakan proses penemuan nilai-nilai permintaan pada periode waktu yang akan datang (*future value*). Peramalan permintaan adalah upaya untuk mengetahui kemungkinan perubahan permintaan atau jumlah produk yang diminta oleh konsumen di masa yang akan datang. Peramalan permintaan dapat dibagi menjadi dua metode yaitu kuantitatif dan kualitatif (Armaini & Gunawan, 2016).

Permintaan sebuah barang adalah hubungan antara jumlah barang yang ingin dan mampu dibeli oleh pembeli (Q) dengan tingkat harga (P). Permintaan berkaitan dengan keinginan konsumen akan suatu barang dan jasa yang ingin dipenuhi. Dalam teori permintaan terdapat hukum permintaan (*law of demand*).

Hukum ini menyebutkan bahwa jika hal-hal lain tetap, maka jumlah barang yang diminta akan menurun apabila harga barang tersebut naik, dan sebaliknya ketika harga barang tersebut turun maka jumlah barang yang diminta akan naik. Hukum permintaan ini dapat digambarkan dalam suatu kurva yang disebut kurva permintaan. Kurva permintaan merupakan grafik yang menggambarkan hubungan antara harga barang (P) dengan jumlah barang diminta (Q_d) (Wibawa *et al.*, 2023)

Perilaku konsumen dalam hal ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah permintaan suatu produk oleh konsumen dan bagaimana pengaruh dari perubahan faktor-faktor tersebut terhadap permintaan produk tersebut. Ketika pendapatan total seseorang meningkat, dengan asumsi harga-harga tidak berubah, maka kuantitas barang yang dibeli untuk setiap barang juga akan meningkat. Barang-barang yang memiliki kecenderungan seperti ini disebut barang normal. Jika harga suatu jenis barang berubah, perubahan ini memiliki dua efek yang berbeda pada pilihan-pilihan seseorang (Riyanto *et al.*, 2016). Permintaan pasar atau permintaan agregat atas suatu komoditi menunjukkan jumlah alternatif dari komoditi yang diminta per periode waktu, pada berbagai harga alternatif oleh semua individu di dalam pasar.

2.4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Volume Pembelian Beras IR 64

Beras IR 64 merupakan salah satu varietas beras yang paling banyak dikonsumsi di Indonesia. Faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian beras ini melibatkan berbagai aspek, termasuk pendapatan, jumlah anggota keluarga. Faktor-faktor saling mempengaruhi keputusan pembelian beras IR 64, termasuk faktor

ekonomi seperti pendapatan dan harga, serta faktor sosial seperti jumlah anggota keluarga. Kombinasi dari faktor-faktor tersebut mempengaruhi perilaku konsumen secara holistik dalam memilih beras yang sesuai dengan kebutuhan dan kondisi ekonominya (Tamba *et al.*, 2023).

Faktor-faktor dapat menjadikan keputusan konsumen dalam membeli beras IR 64. Produsen dan distributor beras dapat memanfaatkan pemahaman ini untuk menyusun strategi pemasaran guna meningkatkan penjualan dan kepuasan konsumen. Faktor-faktor ini saling berkaitan dalam membentuk perilaku konsumen dalam memilih beras IR 64 sebagai pilihan utama mereka. Memahami dinamika dari faktor-faktor ini sangat penting bagi produsen dan penjual beras untuk dapat mengoptimalkan strategi pemasaran dan penjualan mereka (Mamilianti, 2020).

Konsumen melakukan berbagai macam keputusan tentang pencarian, pembelian, penggunaan beragam produk dan merek pada setiap periode tertentu. Konsumen berusaha mempelajari bagaimana mengambil keputusan dan memahami faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan tersebut (Kamila *et al.*, 2019).

2.4.1 Pendapatan

Pendapatan merupakan sejumlah uang yang diterima seseorang sebagai imbalan hasil kerjanya. Pendapatan seseorang akan mempengaruhi daya beli, sebab pendapatan mengetahui daya beli konsumen (Bayadi *et al.*, 2021). Pendapatan yang besar akan mengetahui besarnya jumlah produk yang dibeli konsumen. Besarnya pendapatan seseorang menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan pembelian produk dan barang (Kusumaningrum dan Prasetyowati, 2022).

Pendapatan keluarga merupakan faktor ekonomi yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Keluarga dengan pendapatan lebih tinggi cenderung membeli beras dengan kualitas yang lebih baik dan dalam jumlah yang lebih banyak, keluarga dengan pendapatan yang lebih rendah memilih beras dengan harga yang lebih terjangkau, meskipun kualitasnya mungkin lebih rendah.

Pendapatan mempengaruhi kemampuan konsumen untuk membeli barang dengan preferensi yang lebih baik. Pendapatan keluarga sangat mempengaruhi pola konsumsi, termasuk dalam pembelian beras (Wahyuni, 2020). Seiring dengan meningkatnya pendapatan, proporsi pengeluaran untuk kebutuhan dasar seperti makanan akan menurun, namun jumlah absolut yang dibelanjakan tetap meningkat. Konsumen dengan pendapatan lebih tinggi cenderung lebih sering membeli beras dalam kualitas premium seperti IR 64 dalam kuantitas lebih besar dibandingkan konsumen dengan pendapatan lebih rendah.

2.4.2 Jumlah Anggota Keluarga

Jumlah anggota keluarga mempengaruhi permintaan dan konsumsi terhadap barang yang dibeli. Ukuran jumlah keluarga maka akan semakin banyak jumlah barang tersedia untuk dikonsumsi, lebih cepat menghabiskan produk yang dibelinya dan diharuskan persediaan yang lebih banyak (Zamrodah, 2021). Anggota keluarga akan mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian barang. Besarnya tanggungan keluarga berpengaruh pada kebutuhan pokok keluarga akan bahan pangan yang akan mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian pangan (Yanti dan Murtala, 2019). Jumlah anggota keluarga berbanding

lurus dengan kuantitas beras yang dibutuhkan. Semakin besar jumlah anggota keluarga, maka konsumsi beras juga meningkat, yang berdampak pada peningkatan frekuensi pembelian dan kuantitas beras yang dibeli setiap kali berbelanja.

Jumlah anggota keluarga juga berkaitan dengan preferensi ukuran kemasan beras yang dipilih konsumen, di mana keluarga besar lebih cenderung membeli beras dalam kemasan besar (Suryani *et al.*, 2016). Jumlah anggota keluarga mempengaruhi tingkat konsumsi beras dalam rumah tangga. Keluarga dengan jumlah anggota lebih banyak akan membeli beras dalam jumlah yang lebih besar untuk memenuhi kebutuhan konsumsi harian. Jumlah anggota keluarga juga berpengaruh terhadap frekuensi pembelian beras. Keluarga besar cenderung membeli lebih sering dibandingkan keluarga kecil.

2.4.3 Harga

Harga merupakan sejumlah nominal berupa uang yang ditetapkan kepada konsumen untuk dapat memperoleh barang yang sudah diinginkan. Harga merupakan salah satu penentu pemilihan produk yang nantinya akan berpengaruh terhadap minat pembelian (Suryana, 2017). Harga seringkali dikaitkan dengan kualitas, konsumen cenderung menggunakan harga sebagai indikator kualitas atau kepuasan dari suatu produk. Penetapan harga haruslah sesuai dengan produk yang diinginkan konsumen. Harga yang terlalu tinggi membuat konsumen beralih ke produk sejenis maupun lokasi pembelian yang berbeda (Verdiyanto *et al.*, 2023).

Harga beras merupakan salah satu pertimbangan utama dalam keputusan pembelian beras. Fluktuasi harga beras IR 64 mempengaruhi perilaku konsumen,

di mana kenaikan harga cenderung membuat konsumen mencari alternatif beras yang lebih murah atau mengurangi kuantitas pembelian. Konsumen dengan pendapatan rendah lebih sensitif terhadap perubahan harga dibandingkan dengan konsumen berpenghasilan tinggi. Mekanisme pasar dan distribusi yang mempengaruhi harga beras juga memainkan peran penting dalam keputusan konsumen (Harsono, 2018).

Harga beras IR 64 menjadi pertimbangan penting bagi konsumen, terutama di segmen pasar menengah ke bawah. Harga beras yang terjangkau seringkali menjadi faktor penentu bagi konsumen. IR 64 dikenal sebagai beras dengan harga yang kompetitif, fluktuasi harga akibat pasokan dan permintaan pasar dapat mempengaruhi perilaku pembelian konsumen. Konsumen cenderung mencari keseimbangan terhadap harga dan kualitas beras (Pratama, 2017). Harga mempengaruhi pola konsumsi Masyarakat, termasuk dalam pembelian beras IR 64, seiring dengan naik turunnya harga beras IR 64, proporsi pengeluaran untuk pembelian beras IR 64 untuk kebutuhan dasar akan naik dan menurun. Harga merupakan penentu pemilihan produk yang nantinya akan berpengaruh terhadap minat beli dari konsumen. Penetapan harga haruslah sesuai dengan produk yang diinginkan oleh konsumen. Fluktuasi harga akan mempengaruhi konsumen dimana kenaikan harga akan membuat konsumen mencari alternatif dari barang yang akan dikonsumsi oleh konsumen.

2.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai sumber referensi dan perbandingan disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

| Nama Peneliti | Metode Penelitian | Hasil |
|--|--|---|
| Febriani (2020). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan pembelian beras di kecamatan tembilahan kabupaten Indragiri hilir. | Penelitian ini menggunakan metode <i>survey</i> dengan penentuan sampel menggunakan <i>random sampling</i> . Metode analisis data menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda | Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian beras di Kecamatan Tembilahan adalah variabel budaya (X1) $\alpha=1\%$, variabel sosial (X2) $\alpha=1\%$. 2. Pengaruh. Variabel budaya (X1) Hasil pengujian koefisien regresi untuk pengaruh variabel budaya (X1) terhadap Keputusan pembelian (Y) memiliki koefisien regresi negatif sebesar -.0234 b. Variabel sosial (X2) Hasil pengujian koefisien regresi untuk pengaruh variabel sosial (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) memiliki koefisien regresi positif sebesar 0.410. |
| Ferfiyanti Nangameka (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Beras IR 64 di Pasar Tradisional (Studi Kasus Di Pasar Tradisional Kecamatan Panji Kabupaten Situbondo). | Metode korelasional. Pengambilan Sampel dengan <i>Convenience Sampling</i> dan Analisis menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda | Faktor citarasa, kualitas fisik beras, lokasi pembelian, harga, pendapatan, sumber informasi dan motivasi secara keseluruhan dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian beras IR 64 di pasar tradisional Kecamatan Panji, Kabupaten Situbondo. |

Tabel 1. Lanjutan

| | | |
|---|---|--|
| Hasbi <i>et al.</i> , (2021). Analisis Keputusan konsumen dalam melakukan pembelian beras di kabupaten luwu | Metode pengambilan sampel dilakukan secara random, Metode analisis data menggunakan Analisis regresi linear berganda. | Faktor yang sangat dominan adalah faktor harga dan sumber informasi. Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa secara simultan atau bersama-sama harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian beras di Kabupaten Luwu, Harga secara parsial berpengaruh, Kualitas Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian beras di Kabupaten Luwu. |
|---|---|--|