Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2776-771X (Online)
ISSN 2962-570X (Printed)
6 (2) 2026, Page: 39082-39091

Persepsi Dan Strategi Adaptasi Masyarakat Terhadap Kenaikan Harga Bahan Pokok Periode 2025-2026

Riani Junita[1], Siti Nadila Novrianti[2]
[12]Program Studi Akuntansi, Universitas Nusa Putra, Sukabumi
Email: riani.junita_ak24@nusaputra.ac.id

Published: July , 2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis secara mendalam persepsi masyarakat terhadap kenaikan harga bahan pokok serta strategi adaptasi yang diterapkan dalam menghadapi tekanan ekonomi pada periode 2025-2026. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif-eksploratif, penelitian ini melibatkan tiga informan yang dipilih secara purposive dari wilayah Sukabumi dengan latar belakang ekonomi dan demografi yang beragam. Teknik pengumpulan data utama adalah wawancara mendalam (in-depth interview), didukung oleh observasi non-partisipatif dan studi dokumentasi. Analisis data menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga informan memiliki tingkat kesadaran harga yang tinggi terhadap kenaikan komoditas seperti beras, minyak goreng, dan telur, dengan penilaian kewajaran yang bervariasi berdasarkan kapasitas ekonomi dan akses informasi. Dampak ekonomi yang dirasakan bersifat nyata, mulai dari penurunan stok belanja hingga terkikisnya tabungan. Strategi adaptasi yang diterapkan mencakup tiga dimensi: adaptasi konsumsi (substitusi bahan pangan, pengurangan belanja non-esensial), adaptasi finansial (prioritas pengeluaran, diversifikasi pendapatan, optimalisasi strategi belanja), dan adaptasi sosial (pemanfaatan jaringan keluarga, arisan, koperasi, dan gotong royong). Penelitian ini menemukan bahwa semakin tajam persepsi terhadap kenaikan harga, semakin komprehensif strategi adaptasi yang diterapkan, namun hubungan ini dimoderasi oleh tingkat pendapatan, akses informasi digital, dan kekuatan jaringan sosial. Pelemahan nilai tukar rupiah yang mencapai level historis Rp18.049 per dolar AS turut memperkuat persepsi dan mempersempit ruang pilihan adaptasi, terutama bagi kelompok berpendapatan rendah. Penelitian ini merekomendasikan penguatan program perlindungan sosial, perbaikan rantai distribusi pangan, serta peningkatan literasi keuangan dan digital bagi kelompok rentan.

Kata Kunci: Persepsi Harga, Strategi Adaptasi, Kenaikan Harga Bahan Pokok, Inflasi Pangan, Perilaku Konsumen, Ketahanan Rumah Tangga

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Ketahanan pangan dan stabilitas harga bahan pokok merupakan dua pilar penting dalam menjaga kesejahteraan masyarakat Indonesia. Namun demikian, sejak pertengahan 2024 hingga memasuki tahun 2026, Indonesia menghadapi tekanan kenaikan harga bahan pokok yang berlangsung secara persisten dan dipicu oleh berbagai faktor yang saling bertautan, baik dari dimensi domestik maupun global. Kondisi ini menjadi perhatian serius tidak hanya bagi pemerintah, tetapi juga bagi masyarakat luas yang merasakan dampaknya secara langsung dalam kehidupan sehari-hari.

Dari sisi domestik, kenaikan harga bahan pokok di Indonesia pada periode 2025-2026 dipicu oleh kombinasi faktor musiman dan struktural. Faktor musiman yang paling dominan adalah lonjakan permintaan menjelang Ramadan dan Hari Raya Idul Fitri, yang secara historis selalu menjadi pemicu utama fluktuasi harga pangan. Berdasarkan data Badan Pangan Nasional (Bapanas) per Maret 2025, harga bawang merah mengalami kenaikan sebesar 12,74% dari Rp37.609 menjadi Rp42.397 per kilogram, sementara minyak goreng kemasan mencatat lonjakan signifikan. Pada awal 2026, bawang merah tercatat naik 11,8% secara tahunan (year-on-year), dan sejumlah komoditas seperti daging ayam, telur, cabai, serta gula turut mengalami kenaikan dengan intensitas yang bervariasi (Databoks/Katadata, 2026).

Dari sisi struktural domestik, berakhirnya kebijakan diskon tarif listrik pada awal 2026 turut mendorong kenaikan biaya produksi dan distribusi pangan. Hal ini tercermin dari tingkat inflasi tahunan Jawa Timur yang naik menjadi 3,29% pada awal 2026, melampaui angka Desember 2025, sementara inflasi nasional berada di angka 3,6% (Kompas, 2026). Ketergantungan pada impor untuk komoditas seperti kedelai,

bawang putih, dan gula rafinasi juga menjadikan harga dalam negeri rentan terhadap gejolak nilai tukar rupiah.

Salah satu faktor yang kini tengah menjadi perhatian luas adalah pelemahan nilai tukar rupiah terhadap dolar Amerika Serikat yang terjadi secara tajam pada pertengahan 2026. Berdasarkan data Bloomberg yang dikutip Bisnis.com, nilai tukar rupiah ditutup melemah ke level Rp18.049 per dolar AS pada 4 Juni 2026 — menyentuh level terlemah sepanjang sejarah. Pelemahan ini dipengaruhi oleh kombinasi faktor eksternal, antara lain eskalasi konflik geopolitik di Timur Tengah, penguatan indeks dolar AS, serta ekspektasi pasar terhadap kebijakan suku bunga tinggi Federal Reserve (Bisnis.com, 2026). Depresiasi rupiah yang melampaui level psikologis Rp18.000 ini secara langsung memperburuk tekanan harga bahan pokok, mengingat sekitar 30-40% kebutuhan pangan dan bahan industri Indonesia masih bergantung pada pasokan impor (Ikappi, 2026).

Selain faktor musiman dan struktural domestik, eskalasi konflik geopolitik di Timur Tengah yang melibatkan Iran, Amerika Serikat, dan Israel sejak Februari 2026 turut memperburuk tekanan inflasi pangan nasional. Penutupan Selat Hormuz sebagai dampak dari eskalasi konflik tersebut mengganggu rantai pasokan energi global secara signifikan, mendorong lonjakan harga minyak mentah dunia yang pada gilirannya meningkatkan biaya logistik dan distribusi dalam negeri secara tajam. Chartered Institute of Procurement and Supply (CIPS, 2025) dalam risetnya memproyeksikan bahwa harga kebutuhan pokok rumah tangga secara global, termasuk makanan dan minuman, berpotensi naik hingga 20% sepanjang 2025 akibat ketidakstabilan geopolitik, gangguan rantai pasokan, dan dampak kebijakan tarif perdagangan global.

Tekanan kenaikan harga bahan pokok yang berlangsung secara berkelanjutan ini memaksa masyarakat untuk menyesuaikan diri melalui berbagai strategi adaptasi dalam pengelolaan konsumsi dan keuangan rumah tangga. Penelitian Jurnal Masyarakat dan Desa (2025) menemukan bahwa rumah tangga berpendapatan rendah menerapkan tiga pola strategi adaptasi utama, yaitu strategi konsumsi (mengurangi porsi atau mengganti bahan makanan), strategi pendapatan (mencari sumber pendapatan tambahan), dan strategi sosial (memanfaatkan jaringan keluarga dan bantuan pemerintah). Sementara itu, studi Indonesian Economic Journal (2025) menunjukkan bahwa respons adaptasi masyarakat perkotaan lebih beragam, mencakup pemanfaatan teknologi digital dan peningkatan kesadaran finansial.

Yang menarik untuk dikaji lebih dalam adalah bagaimana masyarakat mempersepsikan fenomena kenaikan harga tersebut. Persepsi merupakan fondasi dari setiap tindakan adaptasi — cara seseorang memaknai dan menginterpretasikan kenaikan harga akan sangat menentukan strategi apa yang kemudian ia pilih dan terapkan. Penelitian yang secara khusus menggali pengalaman subjektif, pemaknaan, dan strategi adaptasi masyarakat terhadap kenaikan harga bahan pokok dalam konteks Indonesia periode 2025-2026 masih sangat terbatas, terutama yang menggunakan pendekatan kualitatif untuk memahami kedalaman pengalaman nyata informan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk: (1) mendeskripsikan dan menganalisis persepsi masyarakat terhadap kenaikan harga bahan pokok pada periode 2025-2026; (2) mendeskripsikan dan menganalisis strategi adaptasi yang dilakukan masyarakat dalam menghadapi kenaikan harga bahan pokok; dan (3) memahami secara mendalam hubungan antara persepsi masyarakat terhadap kenaikan harga bahan pokok dengan strategi adaptasi yang mereka terapkan.

TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori

Terdapat tiga teori utama yang menjadi fondasi dalam penelitian ini, yaitu teori persepsi harga, teori perilaku konsumen, dan teori sustainable livelihoods. Ketiga teori ini dipilih karena secara bersama-sama mampu menjelaskan mekanisme bagaimana individu memaknai tekanan harga dan meresponsnya melalui tindakan adaptasi ekonomi.

Teori Persepsi Harga (Monroe, 2003). Persepsi harga adalah proses kognitif di mana konsumen memaknai dan mengevaluasi informasi harga berdasarkan referensi internal yang dimilikinya, seperti pengalaman belanja sebelumnya, pendapatan, dan ekspektasi. Persepsi ini tidak bersifat objektif, melainkan sangat subyektif dan berbeda antar individu. Monroe membedakan dua dimensi persepsi harga: harga sebagai pengorbanan ekonomi (*perceived sacrifice*) dan harga sebagai indikator kualitas (*perceived quality*).

Dalam konteks bahan pokok, dimensi pertama mendominasi, di mana masyarakat mempersepsikan kenaikan harga sebagai peningkatan beban dan pengurangan daya beli.

Teori Perilaku Konsumen (Kotler & Keller, 2016). Teori ini menekankan bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor psikologis (persepsi, motivasi, keyakinan), faktor sosial (keluarga, kelompok referensi), dan faktor situasional (kondisi ekonomi). Dalam penelitian ini, strategi adaptasi dipandang sebagai manifestasi perilaku konsumen yang dilatarbelakangi oleh persepsi terhadap kenaikan harga. Konsumen yang mempersepsikan harga sebagai beban berat akan cenderung menunjukkan respons adaptasi yang lebih intens dibandingkan mereka yang mempersepsikannya sebagai kondisi yang masih dapat ditoleransi.

Teori Sustainable Livelihoods (Chambers & Conway, 1992). Teori ini menyatakan bahwa individu dan rumah tangga memiliki kapasitas untuk beradaptasi terhadap tekanan dan guncangan ekonomi eksternal dengan memanfaatkan berbagai aset penghidupan yang dimiliki — baik aset manusia, finansial, fisik, alam, maupun sosial. Strategi adaptasi merupakan ekspresi dari kapasitas tersebut, dan bentuknya sangat dipengaruhi oleh bagaimana individu mempersepsikan dan memaknai tekanan yang dihadapi serta sumber daya apa yang mereka miliki untuk meresponsnya.

Strategi Adaptasi Masyarakat

Strategi adaptasi dalam konteks ekonomi rumah tangga merujuk pada serangkaian tindakan aktif yang dilakukan individu atau keluarga sebagai respons terhadap tekanan ekonomi eksternal guna mempertahankan pemenuhan kebutuhan dasar. Penelitian Jurnal Masyarakat dan Desa (2025) mengidentifikasi tiga pola strategi adaptasi yang diterapkan rumah tangga berpendapatan rendah ketika menghadapi kenaikan harga pangan pokok.

Dimensi pertama adalah adaptasi konsumsi, yang meliputi pengurangan porsi makan, penggantian menu dengan bahan pangan yang lebih murah, eliminasi item belanja non-esensial, serta memasak sendiri sebagai pengganti membeli makanan jadi. Strategi ini merupakan respons paling langsung dan paling cepat yang dilakukan rumah tangga ketika menghadapi tekanan harga (Indonesian Economic Journal, 2025).

Dimensi kedua adalah adaptasi finansial, yang mencakup penyesuaian prioritas pengeluaran, pengurangan belanja non-esensial, diversifikasi sumber pendapatan, pemanfaatan tabungan, dan pencarian alternatif sumber pasokan yang lebih murah — termasuk pemanfaatan platform belanja digital untuk membandingkan harga (Fitriani, 2021; Indonesian Economic Journal, 2025).

Dimensi ketiga adalah adaptasi sosial, yaitu pemanfaatan jaringan sosial dan mekanisme dukungan eksternal sebagai *buffer* ekonomi. Ini meliputi akses pada bantuan pemerintah (Bansos, operasi pasar murah, subsidi pangan), dukungan dari keluarga besar dan komunitas, serta partisipasi dalam kelompok arisan atau koperasi (Lestari, 2022; Chambers & Conway, 1992).

Persepsi Masyarakat terhadap Kenaikan Harga

Persepsi merupakan proses kognitif di mana individu memilih, mengorganisir, dan menginterpretasikan stimuli dari lingkungan untuk membentuk gambaran yang bermakna (Kotler & Keller, 2016). Dalam penelitian ini, persepsi yang dimaksud adalah penilaian, interpretasi, dan pemaknaan masyarakat terhadap fenomena kenaikan harga bahan pokok, yang mencakup tiga dimensi utama.

Dimensi pertama adalah kesadaran terhadap kenaikan harga (*price awareness*), yaitu sejauh mana individu secara aktif menyadari, memperhatikan, dan memahami perubahan harga yang terjadi di lingkungan pasarnya. Tingkat kesadaran ini dipengaruhi oleh intensitas keterlibatan dalam kegiatan belanja, akses informasi, dan kepekaan terhadap perubahan harga referensi (Monroe, 2003).

Dimensi kedua adalah penilaian kewajaran harga (*perceived price fairness*), yaitu penilaian subyektif individu mengenai apakah kenaikan harga yang terjadi dianggap wajar atau berlebihan. Penilaian ini sangat dipengaruhi oleh pemahaman terhadap penyebab kenaikan harga, rasa keadilan yang dirasakan, dan perbandingan dengan harga referensi yang dimiliki (Bolton et al., 2003).

Dimensi ketiga adalah dampak yang dirasakan (*perceived economic impact*), yaitu penilaian subyektif individu mengenai seberapa besar kenaikan harga bahan pokok memengaruhi kondisi ekonomi rumah tangganya — mencakup penurunan daya beli, peningkatan beban pengeluaran, dan kesulitan dalam memenuhi kebutuhan dasar sehari-hari.

Hubungan Persepsi Harga terhadap Strategi Adaptasi

Persepsi masyarakat terhadap kenaikan harga dan strategi adaptasi yang dilakukan terhubung melalui mekanisme stimulus-respons dalam teori perilaku konsumen. Persepsi harga berperan sebagai stimulus

yang mengaktifkan proses kognitif dan emosional, yang kemudian mendorong munculnya tindakan adaptasi sebagai respons.

Maulana dan Hasibuan (2025) menemukan bahwa semakin besar dampak kenaikan harga yang dirasakan, semakin signifikan perubahan yang terjadi pada pola pengeluaran dan konsumsi rumah tangga. Indonesian Economic Journal (2025) memperkuat temuan ini dengan menyatakan bahwa konsumen yang memiliki persepsi lebih akurat dan tajam terhadap inflasi menunjukkan strategi adaptasi yang lebih terencana, beragam, dan efektif — termasuk pemanfaatan teknologi digital untuk mencari harga terbaik dan merasionalisasi pengeluaran rumah tangga.

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Persepsi dan Strategi Adaptasi

Persepsi masyarakat terhadap kenaikan harga dan pilihan strategi adaptasi yang diterapkan tidak terbentuk secara independen, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor kontekstual.

Faktor pertama adalah tingkat pendapatan dan kondisi ekonomi rumah tangga. Kelompok berpendapatan rendah memiliki ruang gerak yang jauh lebih sempit dalam memilih strategi adaptasi dan cenderung lebih rentan terhadap tekanan harga (Jurnal Masyarakat dan Desa, 2025). Sebaliknya, kelompok menengah memiliki lebih banyak pilihan adaptasi finansial yang tersedia, meskipun tetap merasakan tekanan secara nyata.

Faktor kedua adalah akses informasi. Masyarakat yang memiliki akses lebih baik terhadap informasi harga pasar — melalui media sosial, aplikasi belanja online, atau informasi dari pedagang — cenderung memiliki persepsi yang lebih akurat dan responsif, serta lebih cepat dalam mengidentifikasi alternatif pasokan yang lebih murah (Indonesian Economic Journal, 2025).

Faktor ketiga adalah jaringan sosial. Keberadaan komunitas yang kuat, jaringan keluarga besar, atau akses pada program sosial pemerintah memperluas kapasitas adaptasi sosial masyarakat dan menjadi penyangga tambahan di luar kemampuan finansial individu (Chambers & Conway, 1992).

Faktor keempat adalah konteks geopolitik global. Sebagaimana terjadi pada periode 2025-2026, eskalasi konflik di Timur Tengah yang melibatkan Iran, AS, dan Israel serta dampak penutupan Selat Hormuz menciptakan dimensi tekanan eksternal yang jauh di luar kendali individu maupun pemerintah daerah, namun dampaknya dirasakan secara nyata oleh masyarakat melalui kenaikan biaya logistik dan harga energi.

Faktor kelima adalah pelemahan nilai tukar rupiah. Pada awal Juni 2026, nilai tukar rupiah menembus level psikologis Rp18.000 per dolar AS dan mencatat rekor terlemah sepanjang sejarah di level Rp18.049 per dolar AS (Bisnis.com, 5 Juni 2026). Menurut analisis Center of Reform on Economics (CORE, 2026), transmisi depresiasi nilai tukar terhadap inflasi domestik memiliki jeda waktu tiga hingga enam bulan sebelum benar-benar dirasakan di tingkat konsumen ritel, sehingga tekanan biaya hidup diproyeksikan akan semakin signifikan pada semester II/2026.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif-eksploratif. Pendekatan kualitatif dipilih karena tujuan utama penelitian ini adalah untuk memahami secara mendalam pengalaman subjektif, pemaknaan, dan respons adaptif masyarakat terhadap kenaikan harga bahan pokok — hal-hal yang tidak dapat ditangkap secara memadai melalui angka dan instrumen statistik (Creswell, 2014). Menurut Sugiyono (2020), penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah, di mana peneliti berperan sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Informan Penelitian

Penentuan informan dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan informan secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang ditetapkan peneliti sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2020; Creswell, 2014). Jumlah informan dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 3 orang. Penetapan jumlah ini didasarkan pada prinsip kecukupan data dalam penelitian kualitatif, di mana yang diutamakan bukan kuantitas informan melainkan kedalaman dan kekayaan informasi yang diperoleh dari setiap informan (Moleong, 2017).

Kriteria pemilihan informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Warga Negara Indonesia berusia 18 tahun ke atas yang berdomisili di wilayah Sukabumi; (2) Berperan sebagai pengambil keputusan belanja kebutuhan pokok dalam rumah tangga; (3) Merasakan secara langsung dampak kenaikan harga bahan pokok dalam kehidupan sehari-hari selama periode 2025-2026; (4) Bersedia diwawancarai secara mendalam dan memberikan informasi secara jujur dan terbuka; (5) Mewakili keragaman latar belakang ekonomi (berpendapatan rendah dan menengah).

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data utama yang digunakan adalah wawancara mendalam (*in-depth interview*). Wawancara mendalam adalah teknik pengumpulan data kualitatif yang dilakukan melalui percakapan intensif dan terarah antara peneliti dengan informan, dengan tujuan menggali secara komprehensif pengalaman, perspektif, pemaknaan, dan cerita kehidupan informan terkait topik penelitian (Moleong, 2017). Wawancara dilakukan dengan panduan wawancara (*interview guide*) yang bersifat semi-terstruktur, sehingga peneliti memiliki fleksibilitas untuk menggali lebih dalam berdasarkan respons yang diberikan informan.

Setiap sesi wawancara berlangsung selama 45-90 menit per informan dan dilakukan secara tatap muka di lokasi yang nyaman bagi informan. Seluruh proses wawancara direkam (dengan persetujuan informan) dan kemudian ditranskripsikan secara verbatim untuk keperluan analisis. Selain wawancara mendalam, penelitian ini juga menggunakan studi dokumentasi terhadap data-data sekunder seperti laporan harga pangan dari Bapanas, BPS, dan Kementerian Perdagangan, serta data nilai tukar rupiah dari Bank Indonesia dan Bloomberg untuk memperkuat konteks faktual penelitian.

Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña (2014), yang terdiri dari empat tahapan yang berjalan secara bersamaan dan berulang selama proses penelitian berlangsung: (1) pengumpulan data (*data collection*); (2) reduksi data (*data reduction*) melalui proses pengkodean (*coding*) terhadap transkrip wawancara; (3) penyajian data (*data display*) dalam bentuk narasi deskriptif dan matriks tema; dan (4) penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing & verification*).

Untuk menjamin keabsahan (*trustworthiness*) data, penelitian ini menerapkan empat kriteria keabsahan data menurut Lincoln dan Guba (1985), yaitu: (1) kredibilitas (*credibility*) melalui triangulasi sumber dan metode, *member checking*, serta perpanjangan pengamatan; (2) transferabilitas (*transferability*) melalui penulisan deskripsi yang tebal dan kaya (*thick description*); (3) dependabilitas (*dependability*) melalui *audit trail* proses penelitian; dan (4) konfirmabilitas (*confirmability*) melalui audit eksternal terhadap data dan proses analisis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Informan Penelitian

Penelitian ini melibatkan tiga informan yang dipilih secara purposive berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan, yaitu warga Sukabumi yang berperan sebagai pengambil keputusan belanja rumah tangga, merasakan langsung dampak kenaikan harga bahan pokok selama periode 2025-2026, serta mewakili keragaman latar belakang ekonomi dan demografi.

Informan 1 adalah seorang karyawan PTPN IV berusia 43 tahun dengan pendapatan di atas Rp5 juta per bulan, menikah dengan 4 orang tanggungan. Beliau bertindak sebagai kepala keluarga yang aktif berbelanja bersama istri dan memiliki pengalaman menghadapi berbagai fluktuasi harga selama bertahun-tahun.

Informan 2 adalah seorang perempuan berusia 23 tahun yang berstatus ganda sebagai karyawan pabrik sekaligus mahasiswi dengan pendapatan di atas Rp5 juta per bulan. Beliau memiliki literasi ekonomi dan digital yang tinggi, serta bertanggung jawab atas pengelolaan keuangannya sendiri dan biaya kuliah.

Informan 3 adalah seorang ibu rumah tangga berusia 52 tahun dengan pendapatan di bawah Rp2 juta per bulan dari pekerjaan sebagai *baby sitter*. Beliau memiliki 4 orang tanggungan dan sangat mengandalkan dukungan dari anak-anaknya yang sudah bekerja, serta memiliki akses informasi yang terbatas.

Persepsi Masyarakat terhadap Kenaikan Harga Bahan Pokok

Dimensi Kesadaran terhadap Kenaikan Harga (Price Awareness)

Ketiga informan secara seragam menunjukkan kesadaran yang tinggi terhadap kenaikan harga bahan pokok, meskipun dengan kedalaman pemahaman yang berbeda-beda. Informan 1 langsung

mengidentifikasi minyak goreng sebagai komoditas yang paling terasa kenaikannya dan menghubungkan kondisi ini dengan konflik geopolitik. Informan 2 memberikan analisis yang jauh lebih mendalam dan sistematis, menjelaskan mekanisme penyebab kenaikan dari perspektif *supply chain* dan kondisi makroekonomi. Informan 3 mengandalkan pengalaman langsung dari grosir sebagai sumber informasi utamanya, dengan kepekaan yang paling langsung dan emosional karena keterbatasan ekonominya.

Temuan ini sejalan dengan teori *price awareness* Monroe (2003) yang menyatakan bahwa tingkat kesadaran harga dipengaruhi oleh intensitas keterlibatan dalam kegiatan belanja dan akses informasi. Informan 2 yang memiliki akses informasi digital terluas menunjukkan *price awareness* paling komprehensif, sementara Informan 3 dengan akses informasi terbatas tetap memiliki kepekaan harga yang tinggi berkat keterlibatan langsung dalam belanja harian.

Dimensi Penilaian Kewajaran Harga (Perceived Price Fairness)

Terdapat perbedaan yang menarik dalam penilaian kewajaran harga antara ketiga informan. Informan 1 cenderung bersikap menerima dan menilai kenaikan harga sebagai sesuatu yang "wajar" dengan mempertimbangkan konteks global. Informan 2 menunjukkan penilaian yang lebih *nuanced* — memahami secara rasional bahwa ada pola yang wajar di balik kenaikan, tetapi secara subjektif merasakan beban yang sangat berat karena harga satu komoditas belum turun saat komoditas lain sudah ikut naik. Informan 3 memberikan penilaian yang paling tajam dan emosional, menyatakan kenaikan harga sebagai "berlebihan" karena tidak sebanding dengan kemampuan daya beli.

Dari perspektif perbandingan historis, baik Informan 1 maupun 2 sepakat bahwa kondisi saat ini lebih berat dari sebelumnya. Informan 2 memberikan kontekstualisasi yang luas bahwa meskipun angka inflasi tidak separah krisis moneter dulu, beban yang dirasakan lebih berat karena hampir semua kebutuhan ikut naik sementara pendapatan stagnan. Informan 3 memberikan perbandingan yang paling historis dengan menyatakan bahwa "enakan zaman presiden Soeharto" karena mencari uang lebih mudah.

Dimensi Dampak Ekonomi yang Dirasakan (Perceived Economic Impact)

Dampak ekonomi yang dirasakan ketiga informan bervariasi dalam intensitas dan bentuk konkretnya. Informan 1 mengakui dampaknya pada pengurangan uang jajan anak dan pengurangan stok bahan pokok. Informan 2 menggambarkan dampaknya secara sangat konkret: uang Rp50.000 yang dulu bisa membawa pulang kantong belanjaan penuh kini hanya menghasilkan setengahnya, dan anggaran bulanan yang tadinya surplus kini kerap defisit. Informan 3 merespons dengan pasrah namun tetap menjaga semangat, dengan refleksi yang paling sederhana namun tidak kurang bermakna: "paling bedanya pusing aja ngebagi uangnya."

Dari dimensi psikologis, ketiga informan menunjukkan respons emosional yang berbeda: Informan 1 memilih bersabar dan berdoa; Informan 2 mengungkapkan perasaan campuran antara khawatir, stres, namun juga dipaksa kreatif; sementara Informan 3 merespons dengan pasrah namun tetap berusaha.

Strategi Adaptasi Masyarakat

Adaptasi Konsumsi

Adaptasi konsumsi merupakan strategi yang paling cepat dan paling langsung diterapkan oleh ketiga informan. Informan 1 dan keluarganya tetap mempertahankan frekuensi makan tiga kali sehari namun beralih ke bahan makanan yang lebih murah dan mengurangi rokok. Informan 2 menerapkan strategi yang paling terstruktur, termasuk substitusi bahan makanan secara cermat, beralih hampir 100% ke memasak sendiri, dan eliminasi pengeluaran non-esensial secara menyeluruh (skincare, makeup, fashion, hiburan, dan kopi kekinian). Informan 3 menerapkan strategi adaptasi konsumsi yang paling organik — memanfaatkan lahan dan lingkungan sekitar untuk menanam sayuran sendiri, serta mengurangi takaran bahan makanan.

Adaptasi Finansial

Adaptasi finansial mencerminkan kapasitas dan kreativitas setiap informan dalam mengelola tekanan ekonomi. Informan 1 memprioritaskan pengeluaran pokok dan memanfaatkan penghasilan ganda dalam rumah tangganya. Informan 2 menerapkan manajemen keuangan yang paling sistematis dengan skala prioritas mutlak, diversifikasi pendapatan melalui lembur dan *side hustle* digital, serta optimalisasi strategi belanja melalui kombinasi pasar tradisional, e-commerce, *bulk buying*, dan riset harga digital. Informan 3 mengandalkan grosir terdekat dan sesekali belanja online sebagai solusi untuk menekan pengeluaran, serta mengakui berkurangnya tabungan karena kebutuhan yang tidak tertutup.

Adaptasi Sosial

Adaptasi sosial mengungkap perbedaan paling mencolok di antara ketiga informan. Informan 1 tidak mendapatkan bantuan apapun dari pemerintah maupun jaringan sosial, dan lebih mengandalkan kemampuan finansial pribadi. Informan 2, meski tidak secara langsung menerima bansos, memahami nilai dan manfaatnya secara luas, serta menggambarkan kekuatan jaringan sosial yang ada di lingkungannya secara mendalam — mulai dari saling menopang kebutuhan harian, gerakan "Cantolan Sembako" (berbagi bahan makanan di pos ronda), patungan hajatan, hingga partisipasi aktif dalam arisan dan koperasi. Informan 3 mengandalkan jaringan keluarga inti (anak-anaknya yang sudah bekerja) sebagai penyangga utama, pernah mendapat bansos di era pemerintahan sebelumnya, dan aktif dalam arisan.

Hubungan Persepsi Harga dengan Strategi Adaptasi

Temuan penelitian menunjukkan hubungan yang kuat dan dinamis antara persepsi masyarakat terhadap kenaikan harga dengan strategi adaptasi yang mereka terapkan. Hubungan ini tidak bersifat linier-sederhana, melainkan diwarnai oleh faktor mediasi berupa tingkat pendapatan, akses informasi, dan kekuatan jaringan sosial.

Pada Informan 1, kesadaran harga yang muncul secara bertahap mendorong perubahan perilaku yang bersifat pragmatis — berhemat, memprioritaskan kebutuhan pokok, dan bersabar. Pada Informan 2, hubungan antara persepsi dan adaptasi paling eksplisit terlihat dari narasi evolusinya yang dibagi dalam tiga fase: fase denial (awal kenaikan), fase mulai khawatir (saat harga tidak turun dan barang lain ikut naik), dan fase sadar total & berubah (saat uang bulanan habis sebelum akhir bulan dan gaya hidup dirombak total). Pada Informan 3, hubungan persepsi-adaptasi bersifat lebih refleksif dan instingtif — sadar akan kenaikan, tetapi tidak memiliki banyak pilihan selain mengurangi takaran belanja dan mengandalkan keluarga.

Temuan ini memperkuat proposisi penelitian bahwa semakin tinggi kesadaran dan semakin berat dampak yang dirasakan, semakin intensif dan terencana strategi adaptasi yang diterapkan. Informan 2 dengan persepsi paling tajam dan akses informasi terluas menerapkan strategi adaptasi paling komprehensif; Informan 1 dengan persepsi moderat menerapkan adaptasi yang pragmatis; sementara Informan 3 dengan persepsi berat namun akses informasi terbatas dan kondisi pasrah menerapkan adaptasi yang lebih sederhana namun tetap fungsional.

Faktor Kontekstual: Pelemahan Rupiah dan Peran Informasi Digital

Ketiga informan menunjukkan kesadaran terhadap pelemahan nilai tukar rupiah, meskipun dengan derajat pemahaman yang berbeda-beda. Informan 1 secara langsung menghubungkan pelemahan rupiah dengan kenaikan harga yang dirasakannya. Informan 2 memberikan analisis yang paling mendalam, menjelaskan mekanisme transmisi dari pelemahan rupiah ke harga pangan melalui jalur barang impor — mulai dari kenaikan biaya impor jagung dan kedelai untuk pakan ternak hingga dampak berantainya pada harga telur dan daging ayam. Informan 3, meski jarang menggunakan HP, menunjukkan kesadaran yang cukup mengenai isu ini dari lingkungan sosialnya.

Perihal peran informasi digital dalam adaptasi, terdapat kesenjangan yang signifikan antara Informan 2 dan 3. Informan 2 sangat mengandalkan teknologi untuk mencari informasi harga, membandingkan promo, dan membuat strategi belanja yang lebih taktis. Informan 3 mengakui keterbatasannya dalam memanfaatkan teknologi digital karena hanya menggunakan HP untuk komunikasi dasar dengan anak-anaknya. Temuan ini mengonfirmasi bahwa akses informasi digital merupakan faktor moderasi yang signifikan dalam hubungan antara persepsi dan adaptasi.

Sintesis Temuan: Matriks Persepsi-Adaptasi

Untuk memberikan gambaran menyeluruh, berikut adalah matriks perbandingan persepsi dan strategi adaptasi ketiga informan:

Dimensi	Informan 1 (Kelas Menengah)	Informan 2 (Muda, Terdidik)	Informan 3 (Pendapatan Rendah)
Kesadaran Harga	Tinggi — via pengalaman & pasar	Sangat Tinggi — via analisis & berita digital	Tinggi — via pengalaman langsung di grosir

Dimensi	Informan 1 (Kelas Menengah)	Informan 2 (Muda, Terdidik)	Informan 3 (Pendapatan Rendah)
Penilaian Kewajaran	Wajar — konteks geopolitik	Nuanced — wajar struktural, berlebihan praktis	Berlebihan — beban sangat berat
Dampak Dirasakan	Sedang — stok dikurangi, uang jajan anak turun	Tinggi — daya beli turun signifikan, tabungan terkikis	Tinggi — tertekan, bergantung anak
Adaptasi Konsumsi	Substitusi bahan murah, kurangi jajan & rokok	Masak sendiri 100%, substitusi sayur & lauk, eliminasi skincare/fashion	Tanam sayur sendiri, kurangi takaran, masak sendiri
Adaptasi Finansial	Prioritas kebutuhan pokok, istri bekerja, tabungan cadangan, belanja online	Skala prioritas ketat, lembur/side hustle, bulk buying, riset harga digital	Kerja ngasuh anak, bergantung pada anak, grosir murah, sesekali online
Adaptasi Sosial	Mandiri — tidak ada bantuan pemerintah atau komunitas	Jaringan keluarga & tetangga aktif, arisan & koperasi, gotong royong cantolan	Bergantung anak, pernah bansos era Jokowi, arisan, gotong royong keluarga
Respons Emosional	Sabar & berdoa	Stres-khawatir tapi dipaksa kreatif & optimis	Pasrah namun tetap berusaha

Matriks di atas mengonfirmasi bahwa meskipun ketiga informan sama-sama merasakan tekanan kenaikan harga bahan pokok, intensitas strategi adaptasi berbanding lurus dengan kekuatan persepsi dan kapasitas ekonomi. Yang menarik adalah bahwa keterbatasan ekonomi tidak selalu berkorelasi dengan pasifnya strategi adaptasi — Informan 3 dengan pendapatan terbatas justru menerapkan strategi organik seperti berkebun sendiri, sementara Informan 2 yang lebih mampu secara ekonomi menerapkan strategi paling komprehensif didorong oleh literasi finansial dan digital yang tinggi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan melalui wawancara mendalam terhadap tiga informan di Sukabumi pada periode Mei-Juni 2026, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. **Persepsi Masyarakat terhadap Kenaikan Harga Bahan Pokok.** Ketiga informan secara seragam menunjukkan tingkat kesadaran harga yang tinggi terhadap kenaikan bahan pokok selama 2025-2026, dengan komoditas beras, minyak goreng, dan telur sebagai yang paling banyak disebut. Penilaian kewajaran harga bervariasi: Informan 1 menilainya wajar dalam konteks geopolitik, Informan 2 menilainya berlebihan secara praktis meski memahami alasan strukturalnya, dan Informan 3 menilainya jelas berlebihan karena tidak sebanding dengan kemampuan daya beli. Dampak ekonomi yang dirasakan bersifat nyata dan merata — dari penurunan stok belanja, pengurangan uang jajan, hingga terkikisnya tabungan. Secara emosional, respons informan berkisar dari sabar-pasrah hingga campuran stres-khawatir-namun-dipaksa-kreatif.
2. **Strategi Adaptasi Masyarakat.** Ketiga informan menerapkan strategi adaptasi yang mencakup tiga dimensi utama dengan intensitas berbeda. Dalam dimensi adaptasi konsumsi, semua

informan melakukan substitusi bahan pangan dan eliminasi belanja non-esensial, dengan Informan 2 paling sistematis dan Informan 3 paling organik (berkebun sendiri). Dalam dimensi adaptasi finansial, Informan 1 mengandalkan penghasilan ganda (istri bekerja), Informan 2 mengoptimalkan diversifikasi pendapatan dan strategi belanja digital, sementara Informan 3 sangat bergantung pada dukungan anak. Dalam dimensi adaptasi sosial, Informan 3 paling aktif memanfaatkan jaringan keluarga inti, Informan 2 terlibat dalam arisan-koperasi dan menggambarkan praktik gotong-royong komunitas yang kaya, sementara Informan 1 cenderung mandiri tanpa akses bantuan eksternal.

3. **Hubungan Persepsi dan Strategi Adaptasi.** Terdapat hubungan yang kuat antara persepsi masyarakat terhadap kenaikan harga dan strategi adaptasi yang mereka terapkan. Semakin tajam persepsi (kesadaran tinggi, dampak berat) maka semakin komprehensif dan terencana strategi adaptasi yang diterapkan. Namun hubungan ini dimoderasi oleh faktor pendapatan, akses informasi digital, dan kekuatan jaringan sosial. Informan 2 dengan literasi ekonomi-digital tertinggi menerapkan strategi paling komprehensif; Informan 1 dengan kapasitas finansial moderat menerapkan adaptasi yang pragmatis; dan Informan 3 dengan pendapatan terbatas menerapkan adaptasi yang sederhana-organik namun didukung jaringan keluarga yang kuat.

Implikasi Penelitian

Implikasi Teoritis. Penelitian ini memperkuat validitas tiga teori yang digunakan sebagai landasan. Pertama, Teori Persepsi Harga Monroe (2003) terkonfirmasi melalui temuan bahwa *perceived sacrifice* mendominasi cara masyarakat memaknai kenaikan harga. Kedua, Teori Perilaku Konsumen Kotler & Keller (2016) terbukti relevan — faktor psikologis (stres, pasrah, kreatif) dan faktor situasional (kondisi ekonomi rumah tangga) secara nyata memengaruhi pilihan strategi adaptasi. Ketiga, Teori Sustainable Livelihoods Chambers & Conway (1992) dikonfirmasi melalui temuan bahwa informan memanfaatkan berbagai aset penghidupan — finansial, manusia, sosial, dan fisik — dalam merespons tekanan harga.

Implikasi Praktis. Bagi pemerintah dan pembuat kebijakan, penelitian ini merekomendasikan: (1) memperkuat program distribusi pangan langsung yang merata dan konsisten, bukan hanya saat hari besar; (2) membenahi rantai distribusi untuk memotong rantai perantara yang memperlebar selisih harga produsen-konsumen; (3) meningkatkan subsidi pupuk dan teknologi pertanian untuk meningkatkan produksi pangan lokal dan mengurangi ketergantungan impor yang membuat harga rentan terhadap fluktuasi nilai tukar rupiah; (4) memperluas program literasi keuangan digital bagi kelompok rentan yang belum mampu memanfaatkan teknologi untuk berbelanja lebih efisien.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diakui secara terbuka. Pertama, jumlah informan yang terbatas (tiga orang) membatasi generalisasi temuan ke populasi yang lebih luas. Kedua, wawancara yang dilakukan dalam satu sesi tidak memungkinkan triangulasi melalui *member checking* secara mendalam. Ketiga, tidak adanya observasi lapangan langsung membuat penelitian sepenuhnya bergantung pada laporan diri informan yang berpotensi mengandung *social desirability bias*. Keempat, penelitian ini hanya mengambil *snapshot* pada satu titik waktu (Mei-Juni 2026), sehingga tidak dapat menangkap dinamika perubahan strategi adaptasi secara longitudinal.

Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan keterbatasan yang ada, penelitian lanjutan disarankan untuk: (1) memperluas jumlah dan keragaman informan dengan mencakup wilayah pedesaan, perkotaan besar, dan latar belakang profesi yang lebih beragam; (2) menggunakan metode triangulasi yang lebih kuat, termasuk observasi partisipatif di pasar tradisional dan studi dokumentasi catatan belanja informan; (3) menerapkan desain longitudinal untuk memotret evolusi strategi adaptasi dari waktu ke waktu seiring perubahan kondisi harga; (4) mengintegrasikan perspektif gender secara lebih sistematis, mengingat perbedaan peran perempuan dan laki-laki dalam pengelolaan keuangan rumah tangga sangat terlihat dalam penelitian ini; (5) memperluas analisis untuk memasukkan kelompok pelaku usaha mikro yang juga terdampak oleh kenaikan harga bahan baku.

DAFTAR PUSTAKA

Bolton, L. E., Warlop, L., & Alba, J. W. (2003). Consumer perceptions of price (un)fairness. *Journal of Consumer Research*, 29(4), 474-491.

Chambers, R., & Conway, G. R. (1992). *Sustainable rural livelihoods: Practical concepts for the 21st century*. IDS Discussion Paper No. 296. Brighton: Institute of Development Studies.

CIPS (Chartered Institute of Procurement and Supply). (2025). *Supply chain volatility report 2025: Household essential goods and commodity price outlook*. Peterborough: CIPS.

CORE Indonesia. (2026). *Transmisi depresiasi nilai tukar terhadap inflasi domestik dan harga pangan*. Jakarta: Center of Reform on Economics Indonesia.

Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.

Fitriani, R. (2021). Strategi rumah tangga miskin menghadapi inflasi pangan. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*, 21(2), 112-130.

Indonesian Economic Journal. (2025). Perilaku konsumen dalam menghadapi inflasi bahan pokok di wilayah perkotaan. *Indonesian Economic Journal*, 14(1), 45-62.

Jurnal Masyarakat dan Desa — APMD. (2025). Strategi rumah tangga berpendapatan rendah menghadapi kenaikan harga pangan pokok di Sidoarjo. *Jurnal Masyarakat dan Desa*, 7(1), 23-41.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Harlow: Pearson Education.

Lestari, M. (2022). Pengaruh inflasi terhadap pola konsumsi rumah tangga di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Indonesia*, 10(3), 88-105.

Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Beverly Hills, CA: SAGE Publications.

Maulana, A., & Hasibuan, R. (2025). Dampak kenaikan harga barang pokok terhadap pola pengeluaran masyarakat. *MENAWAN: Jurnal Ekonomi*, 3(1), 55-72.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.

Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif* (edisi revisi). Bandung: Remaja Rosdakarya.

Monroe, K. B. (2003). *Pricing: Making profitable decisions* (3rd ed.). New York: McGraw-Hill.

Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kualitatif: Untuk penelitian yang bersifat eksploratif, interpretif, interaktif, dan konstruktif*. Bandung: Alfabeta.