

BAB I

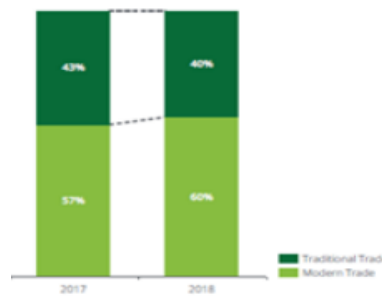
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah, termasuk kerjasama swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil dan dengan proses jual beli barang dagang melalui tawar-menawar (Prepres RI No. 112, 2007)

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya antara penjual dan pembeli secara langsung serta ditandai dengan adanya transaksi penjual dan pembeli. Dalam pasar tradisional biasanya terjadi proses tawar menawar dan bangunan terdiri dari kios- kios atau gerai, dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar untuk dijual berbagai macam jenis dagangan (Rapael, M Santoso dalam Rahman, 2019:8).

Persaingan yang terjadi pada pasar tradisional, pasar modern maupun pasar daring (*online*) membuat konsumen memiliki pilihan dalam berbelanja. Namun hal tersebut tidak mengurangi minat konsumen untuk berbelanja di pasar tradisional. Hal ini dapat diindikasikan bahwa keputusan konsumen berbelanja di pasar tradisional masih tinggi berdasarkan survey yang dilakukan oleh Deloitte pada tahun 2018.



Sumber: Deloitte Consumer Insights Survey (2018)

Pada Gambar diatas, terdapat survey yang dilakukan oleh Deloitte Consumer Insights pada tahun 2018 yang menggambarkan preferensi belanja warga di beberapa kota besar. Di kota Bandung misalnya, preferensi tempat belanja cukup berimbang, sebanyak 46% atau hampir setengah responden konsumen di kota tersebut lebih menyukai berbelanja di pasar tradisional. Ini merupakan persentase tertinggi penggemar pasar tradisional, di Medan dan Surabaya sebanyak 40% dibanding pasar modern yang bersamaan dengan pasar daring. Ketika didalami lebih lanjut, ternyata alasan konsumen suka berbelanja di pasar tradisional adalah karena harga yang cukup miring (Deloitte Consumer Insights Survey, 2018)

Harga yang ada pada pasar tradisional juga tidak sepenuhnya diterima oleh masyarakat, harga yang murah saja tidak selalu menjadi daya tarik masyarakat sebagai konsumen yang memiliki banyak pilihan dalam berbelanja. Masyarakat saat ini yang sudah semakin modern dengan gaya hidup yang semakin lama semakin konsumtif menuntut untuk dapat meningkatkan minat belinya memperoleh suatu produk.

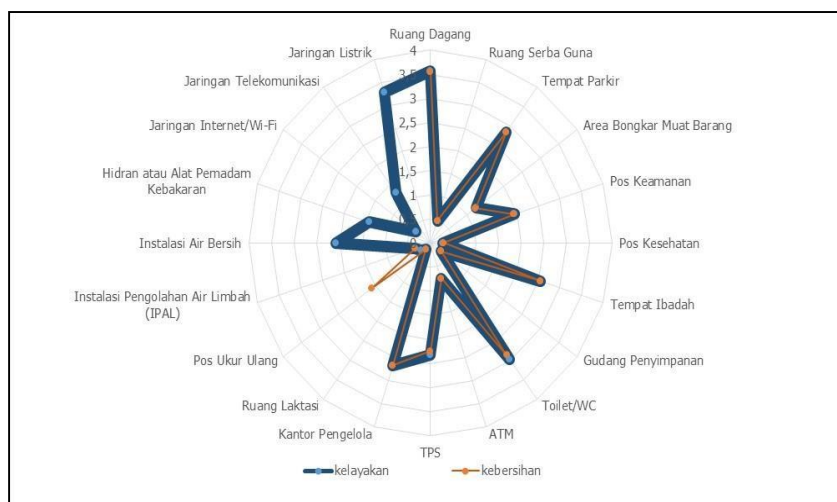
Kualitas produk merupakan salah satu kekuatan yang dapat ditawarkan pasar guna mendapat perhatian, permintaan atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan manusia yang dinyatakan atau yang tersirat (Kotler dan Armstrong, 2016:253). . Dengan kualitas yang baik dan terpercaya, sebuah produk senantiasa tertanam dibenak konsumen, karena dengan produk yang berkualitas konsumen bersedia mengeluarkan melakukan pembelian dan akan kembali membeli di tempat yang sama jika suatu produk atau jasa yang diberikan memuaskan pelanggan.

Disamping kualitas produk, tinjauan terhadap harga juga sangat penting karena harga yang ditentukan oleh perusahaan berdampak ke tingkat permintaan produk yang berbeda. Permintaan dan harga biasanya berbanding terbalik, yaitu semakin tinggi harga , semakin rendah permintaan terhadap produk.

Kenyamanan konsumen dalam berbelanja juga menjadi hal penting yang perlu diperhatikan. Tempat atau lokasi dalam berbelanja menjadi salah satu hal terpenting oleh konsumen, karena konsumen juga menginginkan tempat yang nyaman ataupun fasilitas-fasilitas seperti tempat parkir yang luas dan aman.

Pasar tradisional sendiri mempunyai banyak kekurangan dan kelemahan, seperti kumuh dan kotor, kemasan produk yang dijual kurang menarik sehingga calon konsumen berfikir ulang untuk mau berbelanja di pasar tradisional (Yamato, 2011:107). Namun masih banyak konsumen yang melakukan pembelian di pasar tradisional. Hal ini karena berbagai alasan seperti : harga yang terjangkau, adanya proses tawar menawar, keberagaman produk, areal penjualan yang luas serta kondisi barang masih segar tanpa pendingin di lemari es.

Gambar 1.1 Penilaian Kelayakan dan Kebersihan Fasilitas di Pasar Tradisional Menurut Para Pedagang Pasar Tradisional di Indonesia



Sumber : www.bps.go.id

Menurut Gambar diatas, survey yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik kepada para pedagang tradisional di seluruh Indonesia mengenai penilaian kelayakan dan kebersihan fasilitas pasar tradisional. Hasil survei terhadap 10.523 sampel pedagang di 390 pasar tradisional di Indonesia, menunjukkan bahwa beberapa fasilitas pasar cukup memadai sebagai standar kelayakan dan kebersihan. Fasilitas tersebut adalah ruang dagang, jaringan listrik, toilet/wc, tempat parkir, kantor pengelola, dan tempat ibadah.

Sementara itu, fasilitas tempat pembuangan sampah, instalasi air bersih, pos keamanan, hidran atau alat pemadam kebakaran, jaringan telekomunikasi, dan area bongkar muat barang yang mengindikasikan bahwa fasilitas-fasilitas

tersebut kurang memadai baik dari sisi keberadaan, kelayakan, maupun kebersihannya.

Adapun fasilitas lainnya seperti ATM, ruang serba guna, jaringan internet/wifi, instalasi pengolahan air limbah (IPAL), gudang penyimpanan, pos kesehatan, pos ukur ulang, dan ruang laktasi mengindikasikan bahwa fasilitas-fasilitas tersebut tidak layak atau dapat juga disimpulkan bahwa sebagian besar pasar-pasar yang menjadi sampel tidak memiliki fasilitas tersebut. Ringkasnya, penilaian kelayakan dan kebersihan setiap fasilitas pasar adalah sebagai berikut.

Pasar Pulogadung adalah salah satu pasar yang terjadi akibat urangnya lahan jualan yang disediakan oleh pemerintah. Lokasi Pasar tersebut menggunakan lahan jalan jalur lambar transportasi jalan utama Pulogadung. Pasar tersebut beroperasi pada sore hari hingga malam hari. Dan biasanya penjual yang ada dipasar tersebut menggunakan tenda rakit ataupun kendaraan mereka sebagai media penjualan mereka.

Dengan berkembangnya persaingan global yang tidak bisa dibendung perkembangannya, mengakibatkan usaha-usaha kecil yang kalah bersaing dengan usaha menengah keatas di dunia bisnis. Sektor perdagangan telah memberikan kontribusi yang besar pada Produk Domestik Bruto (PDRB) Indonesia.

Dibawah ini merupakan survey yang dilakukan di Kota Palembang yang mencari penyebab keputusan konsumen dalam memilih pasar dalam berbelanja kebutuhannya .

Tabel 1.1

Faktor Keputusan Konsumen dalam Pemilihan Pasar

Alasan Memilih Ritel Pasar Tradisional	Alasan Memilih Ritel Modern
1. Harga lebih Murah,	1. Lebih bersih,
2. Terjangkau,	2. Lebih lengkap,
3. Lebih dekat dengan lokasi/ Rumah,	3. Lebih praktis,
4. Faktor kebiasaan,	4. Harga Pas,
5. Harga dapat di Tawar,	5. Nyaman,
6. Banyak pilihan,	6. Lebih Aman,
7. Karena semua kebutuhan tersedia/ lebih	7. Efektif waktu,

<p>lengkap, 8. Sayuran, ikan dan Buahnya lebih segar/ lebih berkualitas.</p>	<p>8. Kualitas barang, 9. Dekat dengan lokasi/ Rumah, 10. Pelayanannya lebih baik, 11. Karena gengsi, 12. Mudah dalam berTransaksi.</p>
--	---

Sumber : Hasil Survey Helmi tahun 2019

Kemudian ide atau gagasan manusia dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan manusia dalam perilakunya yang mempelajari tentang individu, kelompok dan sebuah organisasi yang memilih, membeli menggunakan suatu barang atau jasa disebut sebagai keputusan pembelian (Kotler dan Armstrong, 2016:177). Pada dasarnya proses pemecahan masalah adalah pengambilan keputusan pembelian. Penggunaan variabel keputusan pembelian yang dilakukan oleh peneliti dikarenakan studi tentang keputusan pembelian masih layak diteliti mengingat banyaknya faktor penentu pada konsumen pada keputusan pembelian mereka pada suatu produk/jasa.

Peneliti memilih lokasi di daerah pasar pulogadung karena pertimbangan latar belakang dan pendapatan masyarakat yang beragam dari masyarakat yang notabene perekonomiannya kelas bawah, menengah dan atas. Sehingga memicu beragamnya tingkat konsumsi, kebiasaan atau perilaku belanja, dan beragamnya keputusan mereka dalam memilih.

Dengan latar belakang inilah peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI PASAR TRADISIONAL PULOGADUNG”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan tersebut maka dirumuskan suatu pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di pasar tradisional Pulogadung?

2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di pasar tradisional Pulogadung?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di pasar tradisional Pulogadung?
4. Apakah kualitas produk, harga, dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di pasar tradisional Pulogadung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen di pasar tradisional Pulogadung.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di pasar tradisional Pulogadung.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen di pasar tradisional Pulogadung.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen di pasar tradisional Pulogadung.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini semoga penelitian ini memberikan manfaat bagi penelitian selanjutnya antara lain:

1. Bagi peneliti
Dapat dijadikan sebagai pengalaman, serta menambah wawasan mengenai ilmu yang telah didapat di lapang dan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen memilih pasar tradisional Pulogadung sebagai pilihan tempat berbelanja pada saat melakukan penelitian.
2. Bagi Ilmu Pengetahuan
Penelitian ini semoga dapat memberikan informasi wawasan dan manambah kepustakaan khususnya di bidang perilaku konsumen. Membantu para

peneliti berikutnya untuk menelaah pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan iklan dalam pengambilan langkah dan keputusan berbisnis. Melalui hasil penelitian ini semoga dapat diambil pengaruh positif dari kualitas produk, harga, dan lokasi bagi pedagang di pasar tradisional . Dan juga dapat memahami perilaku pelanggan sehingga mengetahui faktor-faktor yang dapat membangun keputusan pembelian.

3. Bagi Pedagang Pasar Tradisional

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pedagang pasar tradisional terutama dalam bidang faktor penentu konsumen memilih berbelanja di pasar tradisional Pulogadung