

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di Kabupaten Tulungagung memiliki beberapa pasar tradisional yang merupakan sebuah wadah bagi penjualan produk-produk kebutuhan pokok, khususnya produk yang berasal dari para pelaku ekonomi berskala menengah kecil serta mikro. Berdasarkan data Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag), di Kabupaten Tulungagung terdapat 32 Pasar Rakyat yang berada di 19 kecamatan.² Pasar-pasar tersebut memiliki karakteristik yang berbeda-beda dan memiliki produk unggulan masing-masing. Misalnya pasar Ngemplak merupakan pasar yang terkenal dengan produk unggulannya berupa buah-buahan. Kemudian pasar Wage yang produknya didominasi oleh aneka jenis pakaian. Dan pasar Kliwon yang memiliki produk unggulan berupa sayur-sayuran.

Kendati demikian pasar tradisional memiliki image yang kurang baik bagi sebagian konsumen. Dalam bayangan beberapa konsumen khususnya bagi konsumen golongan menengah ke atas, jika membicarakan pasar tradisional akan tergambar tempat yang kotor, penuh sesak, bau yang tidak sedap serta produk yang dijual kurang bersih dan tidak menarik. Hal seperti inilah yang

² Sosialisasi Pengaruh Pasar Rakyat terhadap Pertumbuhan Pembangunan Ekonomi Daerah dalam <http://bappeda.tulungagung.go.id> diakses 24 Agustus 2021

mempengaruhi pola pikir konsumen sehingga ketidaknyamanan yang tergambar seraca tidak langsung akan berdampak pada menurunnya tingkat pembelian konsumen.³ Apalagi ditambah dengan adanya supermarket dan mal yang menawarkan kenyamanan maka sebagian konsumen mulai beralih berbelanja di pasar modern tersebut. Saat ini pertumbuhan pasar modern sangatlah pesat, hal ini dapat dilihat dari menjamurnya pasar-pasar modern.⁴ Di kabupaten Tulungagung keberadaan pasar modern dapat ditemui dengan mudah, tidak hanya di pusat kota tetapi telah merambah ke desa-desa yang mana letaknya dekat dengan pasar tradisional. Sehingga konsumen pada saat ini lebih tertarik berbelanja di pasar modern yang menawarkan berbagai kelebihan seperti kebersihan yang terjaga, tempat yang sejuk serta produk yang ditawarkan dikemas dengan menarik.⁵

Meskipun pasar modern semakin berkembang pesat tetapi kadangkala produk yang ditawarkan pasar modern tidak selengkap yang ada di pasar tradisional. Misalnya saja pada pasar modern produk sayur-sayuran dan bumbu dapur yang ditawarkan tidak selengkap yang ada di pasar tradisional. Fenemona seperti inilah yang membuat konsumen memutuskan untuk tetap berbelanja di

³ Anung Pramudyo, "Analisis Pengaruh Revitalisasi Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Pedagang dan Minat Masyarakat Berbelanja di Pasar Tradisional (Studi Kasus Pada Pasar Bantul), dalam <http://ojs.upy.ac.id>, diakses 24 Agustus 2021

⁴ Herman Malano, *Selamatkan Pasar Tradisional*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2011), hal. 2

⁵ Dwi Heni Rismawati, *Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Bagi Pendapatan Pedagang (Studi Kasus Pasar Rakyat Kauman Tulungagung)*, [Skripsi], (Tulungagung: UIN SATU Tulungagung, 2020), hal. 3

pasar tradisional. Keputusan pembelian konsumen merupakan salah satu tujuan terpenting dalam pemasaran. Setiap konsumen akan dihadapkan, yakni membeli atau tidak membeli. Jika konsumen memutuskan untuk membeli, maka ia berada dalam posisi membuat keputusan.⁶

Sebenarnya pasar tradisional memiliki banyak sekali kelebihan serta merupakan segmen yang perlu untuk dipertahankan. Keberadaan pasar tradisional merupakan salah satu indikator paling nyata kegiatan ekonomi masyarakat di suatu wilayah. Namun lebih daripada itu pasar telah menjadi ciri khas dan daya tarik tersendiri bagi suatu wilayah. Terdapat perbedaan yang sangat mendasar antara pasar tradisional dan pasar modern. Perbedaannya adalah di pasar tradisional masih terjadi proses tawar-menawar harga, sedangkan di pasar modern harga sudah pasti ditandai dengan label harga.⁷

Di kabupaten Tulungagung salah satu pasar tradisional yang tergolong cukup besar dan menawarkan produk yang cukup beragam yaitu Pasar Kliwon. Pasar Kliwon terletak di Jalan KH Hasyim Asy'ari, kec. Kauman, kab. Tulungagung. Pasar Kliwon memiliki luas lahan kurang lebih 7.300 M². Terdapat puluhan lapak pedagang yang menjual bermacam-macam produk baik barang maupun jasa. Dengan keragaman produk yang ditawarkan menjadikan konsumen lebih leluasa untuk melakukan pemilihan jenis produk yang akan

⁶ Sudaryono, *Manajemen Pemasaran: Teori dan Implementasi*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2016), hal. 99

⁷ Dedi Mulyadi, *Pemberdayaan Pasar Tradisional di Tengah Kepungan Pasar Modern*, (Bandung: Media Sains Indonesia, 2021), hal 5-6

dibeli. Produk yang ditawarkan dapat membentuk persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian. Apabila ketertarikan konsumen terhadap suatu produk semakin tinggi maka tingkat pembelian produk tersebut juga akan bertambah.⁸

Pengambilan keputusan juga terjadi ketika konsumen mencari variasi, baik itu variasi bentuk, ukuran, warna, merk, dan lain sebagainya. Jika konsumen dihadapkan pada pilihan antara berbagai barang yang ada, konsumen bisa memilih kombinasi barang yang diinginkan.⁹ Pada saat melakukan proses pembelian konsumen selalu menginginkan produk selengkap mungkin, fasilitas yang baik, memiliki tempat parkir yang luas serta lokasinya tidak jauh dari tempat tinggal. Meskipun pasar tradisional memiliki produk yang beragam tetapi produk yang ditawarkan kurang menarik misalnya saja pada segi kemasan, kemasan produk di pasar tradisional cenderung ala kadarnya dan terkadang kurang memperhatikan kebersihan. Tentunya dengan kondisi tersebut konsumen memiliki pertimbangan dalam memilih dan menentukan keputusan pembelian terhadap suatu produk.¹⁰

⁸ John Budiman Bancin, *Citra Merek dan Word Of Mouth: Perannya Dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina*, (Surabaya: CV Jakad Media Publishing), hal. 4

⁹ M. Ridwan & dkk., *Ekonomi Pengantar Mikro dan Makro Islam*, (Bandung: Ciptapustaka Media, 2013), hal 16

¹⁰ Luluk Nur Azizah, “Pengaruh Lokasi, Harga, dan Keberagaman Produk Terhadap Minat Beli pada Pasar Tradisional Kiringan”, dalam <https://ojs.stiemahardika.ac.id>, diakses 25 Agustus 2021

Tabel 1.1
Harga Sembako dan Bahan Penting Lainnya di Pasar Kliwon
Tulungagung (8 November 2021)

No.	Komoditas	Satuan	Harga Ecer
1	Beras Bengawan	kg	Rp -
2	Beras Mentik	kg	Rp -
3	Beras IR 64	kg	Rp 8,500
4	Gula Pasir Dalam Negeri	kg	Rp 11,700
5	Minyak Goreng Bimoli Botol/Kemasan	620 ml	Rp 18,000
6	Minyak Goreng Bimoli Botol/Kemasan	2 Liter	Rp 36,000
7	Minyak Goreng Curah	kg	Rp 19,000
8	Daging Sapi Murni	kg	Rp 110,000
9	Daging Ayam Broiler	kg	Rp 32,000
10	Daging Ayam Kampung	kg	Rp -
11	Telur Ayam Ras (Petelur)	kg	Rp 23,000
12	Telur Ayam Kampung	biji	Rp 2,000
13	Susu Kental Manis Merk Bendera (Instan)	397 gr	Rp 9,500
14	Susu Kental Manis Merk Indomilk (Instan)	390 gr	Rp 8,500

15	Jagung Pipilan Kering	kg	Rp 6,500
16	Garam Beryodium Bata	pack	Rp 6,000
17	Garam Beryodium Halus	pack	Rp 25,000
18	Tepung Teligu	kg	Rp 6,500
19	Kacang Kedelai Eks Impor	kg	Rp 10,000
20	Kacang Kedelai Lokal	kg	Rp 11,000
21	Indomie Rasa Kari Ayam	bungkus	Rp 2,350
22	Cabe Merah Besar Kering	kg	Rp 32,000
23	Cabe Meras Besar Biasa	kg	Rp 30,000
24	Cabe Rawit	kg	Rp 13,000
25	Bawang Merah	kg	Rp 18,000
26	Bawang Putih	kg	Rp 21,000
27	Ikan Asin Teri	kg	Rp 58,000
28	Kacang Hijau	kg	Rp 19,000
29	Kacang Tanah	kg	Rp 24,000
30	Ketela Pohon	kg	Rp 3,500
31	Kol/Kubis	kg	Rp 5,000
32	Kentang	kg	Rp 25,000
33	Tomat	kg	Rp 3,000
32	Wortel	kg	Rp 12,000
33	Buncis	kg	Rp 10,000

Sumber: Disperindang Tulungagung

Konsumen pasar Kliwon Tulungagung tidak hanya dari masyarakat sekitar pasar tetapi banyak dari luar kecamatan bahkan luar kabupaten. Hal ini karena lokasi pasar Kliwon Tulungagung sangat strategis. Faktor lokasi juga merupakan salah satu faktor yang diperhatikan oleh konsumen dalam menentukan keputusan pembelian dan juga merupakan faktor yang tidak kalah penting dalam menentukan keberhasilan suatu usaha.¹¹ Suatu lokasi disebut strategis apabila berada di pusat keramaian, kepadatan penduduk, serta kemudahan mencapainya menyangkut kemudahan transportasi umum dan arah lokasi yang tidak membingungkan.¹² Ketika kendaraan pengunjung pasar Kliwon Tulungagung ini memadati halaman depan maupun samping gedung pasar maka lokasi pasar Kliwon Tulungagung akan terkesan penuh. Aroma pasar yang tidak sedap juga membuat konsumen kurang nyaman. Tanpa disadari sebenarnya kenyamanan konsumen juga merupakan hal yang harus diperhatikan oleh produsen maupun pengelola pasar.

Penelitian ini difokuskan kepada konsumen pasar Kliwon Tulungagung karena konsumen memegang peran penting dalam keberlangsungan pasar. keputusan pembelian konsumen berdampak terhadap pendapatan dari pedagang pasar Kliwon Tulungagung. Jika tingkat pembelian konsumen mulai menurun maka pendapatan dari pedagang pasar Kliwon Tulungagung juga akan

¹¹ Hendri Ma'ruf. *Pemasaran Ritel*, (Gramedia Pustaka Utama: Jakarta, 2005), hal. 11

¹² Wood Ivone, *Layanan Pelanggan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), hal. 11

menurun. Konsumen yang tertarik terhadap suatu produk berarti besar kemungkinan konsumen tersebut akan melakukan sebuah tindakan yaitu berupa keputusan pembelian. Keputusan pembelian merupakan sebuah tahapan yang dilakukan konsumen sebelum melakukan tindakan pembelian suatu produk.¹³

Berdasarkan uraian masalah di atas, peneliti ingin mengetahui apakah harga, keragaman produk, dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di pasar tradisional. Oleh sebab itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Harga, Keragaman Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Pasar Kliwon Tulugagung”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, terdapat masalah-masalah yang berkaitan dengan penelitian ini, masalah tersebut diidentifikasi sebagai berikut:

1. Harga yang terjangkau akan membuat konsumen tertarik untuk membeli suatu produk sehingga akan terjadi keputusan pembelian.
2. Keragaman produk akan menciptakan preferensi konsumen terhadap produk yang akan di beli, dengan banyaknya pilihan dan variasi produk maka konsumen akan lebih leluasa menentukan keputusan pembelian.
3. Lokasi yang strategis serta akses yang mudah dijangkau akan mempermudah konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

¹³ Philip Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi 12*, (Jakarta: PT Indeks, 2007), hal. 223

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah faktor harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di pasar Kliwon Tulungagung?
2. Apakah faktor keragaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di pasar Kliwon Tulungagung?
3. Apakah faktor lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di pasar Kliwon Tulungagung?
4. Apakah faktor harga, keragaman produk, dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian di pasar Kliwon Tulungagung?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh faktor harga terhadap keputusan pembelian di pasar Kliwon Tulungagung.
2. Untuk menganalisis pengaruh faktor keragaman produk terhadap keputusan pembelian di pasar Kliwon Tulungagung.
3. Untuk menganalisis pengaruh faktor lokasi terhadap keputusan pembelian di pasar Kliwon Tulungagung

4. Untuk menganalisis faktor harga, keragaman produk, dan lokasi secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian di pasar Kliwon Tulungagung.

E. Manfaat Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan menjadikan referensi tentang pengaruh harga, keragaman produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian di pasar Kliwon Tulungagung.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan sebagai sumbangsih perbendaharaan di perpustakaan, khususnya mengenai harga, keragaman produk lokasi terhadap keputusan pembelian.

b. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini digunakan untuk memperdalam wawasan, pengetahuan, khususnya tentang keputusan pembelian dan untuk menjadikan pengalaman dalam menyusun karya ilmiah.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadikan khasanah dan bahan rujukan dalam penelitian selanjutnya.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan

Untuk mempertahankan alur penelitian agar tidak menyimpang dan tetap mencapai tujuan, sehingga mempermudah didapatkannya informasi beserta data yang digunakan, maka peneliti menetapkan batasan masalah sebagai berikut:

1. Pengaruh harga, keragaman produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian di Pasar Kliwon Tulungagung.
2. Dalam penelitian ini dilakukan pada para konsumen di Pasar Kliwon Tulungagung yang pernah melakukan pembelian di pasar Kliwon Tulungagung minimal dua kali.

G. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual
 - a. Keputusan pembelian dapat didefinisikan sebagai keputusan konsumen mengenai preferensi atas produk-produk yang ada di dalam kumpulan pilihan.¹⁴
 - b. Harga dapat didefinisikan sebagai Harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan guna mendapatkan beberapa produk yang dijual serta berbagai pelayanan yang diberikan kepada konsumen.¹⁵

¹⁴ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2011), hal. 195

¹⁵ Heri Purwanto, dkk., "Investigasi Empiris Minat Beli Konsumen di Pasar Tradisional" dalam <http://jurnal3.stiesemarang.ac.id> diakses pada 25 Agustus 2020

- c. Keragaman produk dapat didefinisikan sebagai kumpulan dari suatu produk yang ditawarkan oleh penjual kepada pembeli.¹⁶
- d. Lokasi dapat didefinisikan sebagai suatu tempat yang dituju oleh konsumen dalam melakukan berbagai macam aktivitas.¹⁷

2. Definisi Operasional

Definisi operasional diperlukan guna mendapatkan kejelasan mengenai judul yang akan diteliti supaya tidak terdapat berbagai ragam penafsiran terhadap judul penelitian. Dari judul di atas dapat disimpulkan bahwa pengaruh harga, keragaman produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian di pasar Kliwon Tulungagung adalah analisis pengaruh variabel X yaitu harga, keragaman produk dan lokasi terhadap variabel Y yaitu keputusan pembelian. Jika tingkat pembelian konsumen tinggi diharapkan mampu menjaga keberlangsungan Pasar Kliwon Tulungagung.

H. Sitematika Skripsi

Agar lebih mempermudah pemahaman dan penjabaran tulisan ini maka dibuat sistematika penulisan skripsi sebagai berikut:

¹⁶ Remias dan Lukman, *Manajemen Perbankan*, (Yogyakarta: Ghalia Indonesia, 2005), hal. 59

¹⁷ Fifyanita Ghannitama, *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang)* [Skripsi], (Semarang: Universitas Diponegoro, 2012), hal. 26-27

- Bab I Berupa pendahuluan menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup, serta sistematika penulisan. Dalam pendahuluan disajikan hal-hal yang menjadi dasar dilakukannya sebuah penelitian.
- Bab II Menjelaskan tentang landasan teori yang dipakai dalam melakukan penelitian untuk menganalisis data yang ditemukan.
- Bab III Menjelaskan metode penelitian yang dipakai untuk mencapai hasil penelitian secara maksimal, pendekatan dan jenis penelitian, populasi dan sampel, sumber data, variabel dan skala pengukuran yang akan digunakan dalam penelitian.
- Bab IV Menguraikan hasil penelitian yang telah dilakukan guna menjawab permasalahan atau pertanyaan-pertanyaan yang muncul. Selain itu penulis menyajikan pengujian data serta pembuktian hipotesis.
- Bab V Mengemukakan tentang pembahasan dan hasil dari penelitian.

Bab VI Berupa kesimpulan dan saran. Kesimpulan ditulis secara ringkas dan jelas serta mencakup dari keseluruhan pembahasan. Sedangkan saran merupakan pendapat dari peneliti terkait dengan pengembangan penelitian yang akan dilakukan di kemudian hari oleh peneliti lain.

 Bagian kesimpulan dan saran, dijelaskan mengenai hubungan atau benang merah dalam keseluruhan penelitian. Masalah penelitian, hipotesis, dan analisis data haruslah dikaji semaksimal mungkin karena pada bagian inilah jawaban dari permasalahan akan dijabarkan. Dengan demikian sangat penting untuk peneliti memilih metode yang tepat agar bisa maksimal dalam menarik kesimpulan.