

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Sejak jaman dahulu kota tidak akan pernah terlepas dari pusat kegiatan komersial yang di sebut dengan pasar. Sejarah pasar diawali pada zaman pra sejarah, dimana di dalam memenuhi kebutuhan manusia, mereka melakukan sistem *barter* yaitu suatu sistem yang di terapkan antara dua individu dengan cara menukar barang yang satu dengan barang yang lainnya dan akhirnya sistem *barter* ini berkembang secara luas. Pada masa itu, proses pertukaran barang memiliki kendala yang cukup besar bagi para pedagang, hal ini berkaitan dengan jarak dan waktu tempuh yang cukup jauh dari tempat kediaman mereka. Semakin dekat jarak antara tempat pertukaran dengan lingkungan tempat mereka tinggal, semakin memudahkan mereka dalam melakukan *barter* barang (Pradipta 2015:2).

Tempat tukar menukar inilah yang disebut dengan pasar, dan setelah manusia mengenal mata uang sebagai alat yang menjadi perhitungan bagi seluruh proses pertukaran barang, maka proses tersebut disebut dengan proses jual beli. Dengan meningkatnya perkembangan penduduk, kehidupan sosial, ekonomi dan juga kemajuan teknologi khususnya dibidang perdagangan, timbulah sekelompok individu baru yang bergerak dalam bidang perdagangan untuk melakukan transaksi (Pradipta 2015:2) Saat ini banyak pedagang yang memanfaatkan tempat untuk melakukan aktivitas jual beli di pasar tradisional.

Pasar tradisional sendiri merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli yang ditandai dengan adanya kegiatan transaksi jual beli secara langsung.

Selain dari itu, berlangsung juga proses tawar menawar dalam setiap transaksinya. Pasar tradisional berperan penting dalam memajukan pertumbuhan perekonomian di Indonesia dan memiliki keunggulan bersaing secara alamiah. Keberadaan pasar tradisional ini sangat membantu, tidak hanya bagi pemerintah daerah ataupun pusat, tetapi juga para masyarakat yang menggantungkan hidupnya dalam kegiatan berdagang. Karena didalam pasar tradisional terdapat banyak faktor penting yang berusaha untuk menciptakan kesejahteraan kehidupan baik itu bagi pedagang maupun pembelinya (Rahman 2013:78).

Di pasar tradisional sendiri terdapat berbagai macam permasalahan seperti banyaknya sampah yang berserakan, aroma bau dari sampah-sampah yang menyengat, kurangnya saluran drainase, sehingga menyebabkan genangan-genangan air. Selain dari itu banyak juga para pedagang yang mulai berjualan di sembarang tempat dan membuat pasar tidak teratur. Permasalahan-permasalahan tersebut menjadi stigma yang buruk bagi pasar tradisional, sehingga mengakibatkan banyak masyarakat yang mulai beralih ke pasar modern atau swalayan.

Banyaknya permasalahan yang terjadi di pasar tradisional, membuat pemerintah mulai serius dalam menghilangkan stigma buruk yang terjadi di pasar tradisional. Pemerintah akan melakukan revitalisasi pada pasar tradisional, seperti renovasi pada bangunan pasar yang mulai rusak, memperluas lahan pasar, serta membuat tampilan fisik bangunan menjadi lebih baik. Pemerintah juga melakukan penataan terhadap para pedagang, menerapkan sistem pembuangan sampah dan

limbah yang teratur dan memperbaiki fasilitas umum seperti, parkir yang luas dan toilet yang bersih (Pradipta 2015:3).

Pasar tradisional menawarkan harga produk yang lebih murah di bandingkan pasar modern. Disana juga dapat melakukan kegiatan tawar menawar antara pedagang dan pembelinya. Selain itu produk-produk yang ditawarkan lebih lengkap, baik itu dari produk industri, produk pertanian, produk perkebunan, produk perikanan dan lain sebagainya. Pasar tradisional memberikan peluang yang cukup besar kepada masyarakat untuk dapat menawarkan hasil produksinya, dan konsumen mendapatkan banyak pilihan dari produk yang ditawarkan dibandingkan dengan yang ada di pasar modern, salah satunya adalah pasar Sidomoro di Gresik.

**Tabel 1.1**  
**Perbandingan Harga Produk**  
**Di Pasar Tradisional Sidomoro Dan Hypermart di Gresik**

Keterangan	Harga Pasar Tradisional (Rp)	Harga di pasar Modern (Rp)
Ayam Potong	30.000/kg	36.000/kg
Daging Sapi	100.000/kg	105.000/kg
Telur Ayam	18.000/kg	21.000/kg

Sumber : Observasi,10 Mei 2016

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa harga yang ditawarkan oleh Pasar Tradisional Sidomoro Gresik lebih murah di bandingkan Hypermart Gresik, Hypermart sendiri adalah sebuah hypermarket yang menjual berbagai macam kebutuhan dengan harga yang murah di bandingkan pasar modern atau hypermarket lainnya. Walaupun demikian harga yang ditawarkan dari Hypermart tersebut masih mahal di bandingkan pasar tradisional, Pasar Sidomoro merupakan

pasar tradisional yang cukup besar dan hampir seluruh kebutuhan rumah tangga ada disana.

Fenomena yang terjadi di pasar tradisional, dimana harga dari produk atau barang yang ditawarkan oleh pasar tradisional lebih terjangkau di bandingkan dengan pasar modern atau swalayan. Kualitas produk yang ditawarkan oleh pasar tradisional sesuai dengan harga yang dijual oleh para pedagangnya. Walaupun harga yang di tawarkan pasar tradisional lebih murah dibandingkan dengan pasar modern, masih banyak masyarakat yang lebih memilih untuk berbelanja di pasar modern atau swalayan.

Para pedagang harus mampu mengenal dan mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen. Selanjutnya agar penjual dapat bertahan dan berkembang, serta mampu berkompetisi dengan para pesaingnya dalam lingkungan bisnis yang berubah secara cepat, penjual harus memiliki produk dengan kualitas yang baik dan harga yang relatif terjangkau. Sehingga pesaing produk serupa atau sejenis akan kesulitan untuk menggeser ketenaran dari produk yang ditawarkan. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat beli diantaranya harga dan produk atau jasa dan layanan produk atau jasa.

Menurut Putri (2014:11) persepsi harga juga merupakan hal penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penentuan harga atau produk yang dilakukan perusahaan sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian minat beli konsumen pada suatu produk. Adapun penelitian yang dilakukan oleh Yohana, Palupi dan Simanjuntak (2012:171) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara harga yang dijual terhadap minat beli

konsumen. Menurut Stanton (2004:308) ada empat indikator di dalam harga yaitu, keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya Saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat produk. Pada umumnya konsumen akan lebih tertarik pada produk dengan harga yang lebih murah, apalagi kualitas produk tersebut dengan yang lain tidak jauh berbeda.

Hubungan harga dengan minat beli yaitu harga memengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian, semakin rendah sebaliknya jika harga rendah keputusan pembelian semakin tinggi (Kotler dan Amtrong, 2001 : 152). Menurut Ramadhan (2016:6) Harga dikatakan mahal, murah atau terjangkau dari setiap individu tidaklah sama, karena tergantung dari persepsi individu yang dilatar belakangi oleh lingkungan kehidupan dan kondisi perekonomian dan pendapatan individu.

Kotler dan Keller (2009:143) menyatakan bahwa kualitas produk atau jasa adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. McCarthy (2002:298) dalam buku dasar-dasar pemasaran mengemukakan, bahwa minat beli merupakan dorongan yang timbul dalam diri seseorang untuk membeli barang dan jasa dalam rangka pemenuhan kebutuhannya. Minat beli konsumen akan timbul dengan sendirinya, jika konsumen sudah tertarik atau memberikan respon yang positif terhadap apa yang ditawarkan oleh perusahaan. Oleh karena itu faktor harga dan kualitas produk harus betul-betul diperhatikan perusahaan untuk menarik minat beli konsumen McCarthy (2002:305). Selain produk yang ditawarkan, suasana toko yang nyaman dan bersih juga disinyalir membuat

masyarakat lebih memilih untuk berbelanja di pasar modern di bandingkan pasar tradisional.

Dengan kualitas yang bagus dan terpercaya, maka produk akan senantiasa tertanam dibenak konsumen, karena konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk yang berkualitas. Dharma (2010) dalam Ricky (2014:2) mengemukakan tentang kaitan antara kualitas produk dan minat beli. Dalam penelitiannya, diungkapkan bahwa kualitas produk yang baik akan mendorong minat belikonsumen. Minat beli konsumen yang tinggi akan mendorong konsumen membeli suatu produk. Menurut Simamora (2003) dalam Perengki dan Nella (2013:62) ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat pembelian seorang konsumen terhadap suatu produk yang meliputi 1) Mutu kualitas produk, merupakan nilai dan manfaat yang diberikan produk pada konsumen yang mengkonsumsi produk yang menimbulkan kenyamanan dan ke- puasan dan rasa tertarik untuk membeli produk. 2) Harga, merupakan sejumlah pengorbanan ekonomi yang diberikan konsumen untuk membeli sebuah produk yang sangat tergantung pada anggaran yang dimiliki seorang konsumen untuk membeli produk. 3) Desain produk, merupakan corak yang melatar belakangi produk yang pada akhirnya menimbulkan rasa tertarik untuk membeli produk. 4) Distribusi, merupakan penyaluran untuk dapat dengan mudah ditemui oleh konsumen.

Berdasarkan uraian di atas, maka menarik untuk meneliti tentang **“Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pasar Sidomoro Gresik”**.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang sudah disajikan pada latar belakang dan untuk memudahkan di dalam proses pembahasan pada penelitian ini, maka rumusan masalah yang diajukan oleh peneliti disajikan berikut ini :

1. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap minat beli konsumen pasar Sidomoro Gresik?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap minat beli konsumen pasar Sidomoro Gresik?
3. Apakah harga dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap minat beli konsumen pasar Sidomoro Gresik?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini diharapkan dapat :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga secara parsial terhadap minat beli konsumen Pasar Sidomoro Gresik.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap minat beli konsumen Pasar Sidomoro Gresik.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk secara simultan terhadap minat beli konsumen Pasar Sidomoro Gresik.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Sesuai dengan tujuan penelitian sebagaimana dikemukakan di atas, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

##### **1. Bagi Peneliti**

Hasil penelitian ini merupakan sarana bagi peneliti untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap minat beli konsumen Pasar Sidomoro di Gresik.

##### **2. Bagi Perusahaan**

Sebagai bahan masukan perusahaan untuk mengetahui sejauh mana Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap minat beli konsumen Pasar Sidomoro Gresik. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan untuk meningkatkan minat beli agar konsumen bisa melakukan keputusan pembelian.

##### **3. Bagi Universitas**

a. Penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai bahan referensi penelitian lain yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti oleh peneliti.

b. Hasil dari penelitian ini diharap dapat dimanfaatkan sebagai bahan referensi bagi perpustakaan yang ada di Universitas Muhammadiyah Gresik dan sebagai bahan pertimbangan baik untuk menambah wawasan pengetahuan maupun sebagai bahan perbandingan untuk penelitian yang akan datang.