

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Masyarakat dalam kehidupan sehari-hari tidak terlepas dari kegiatan pembelian produk untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Kegiatan pembelian oleh pembeli tersebut pada umumnya dipusatkan di pasar. Pasar sebagai tempat bertemunya pedagang dan pembeli diklasifikasikan atas 2 jenis, yaitu pasar tradisional dan pasar modern.

Pada pasar tradisional, pedagang dan pembeli bertemu secara langsung dan terjadi penawaran. Pasar terdiri dari kios-kios atau gerai dan bersifat terbuka. Di pasar tradisional penjual berperan sebagai pemilik. Biasanya tidak terdapat penataan yang baik pada pasar tradisional. Selain itu kondisi yang melekat di pasar ini biasanya kumuh, bau, becek, dan kotor.

Sedangkan pada pasar modern tidak terjadi penawaran. Pembeli melihat label harga yang tercantum dalam produk (barcode). Penetapan harga juga didasari pertimbangan adanya pajak, gaji karyawan, penyewaan gedung dan biaya lainnya. Pembelian produk dilayani oleh karyawan. Selain bahan makanan, produk yang dijual adalah produk yang tahan lama termasuk peralatan elektronik dan perabotan. Pasar modern juga menjual produk impor. Kualitas produk yang dijual relatif lebih terjamin karena adanya proses seleksi produk. Bangunan pasar modern dilengkapi pendingin udara, disediakannya informasi tentang produk, dan dilengkapi keranjang belanja.

Dari klasifikasi pasar tersebut, meski pada lingkungan pasar tradisional tidak terdapat kenyamanan pembeli untuk berbelanja, namun tetap banyak pembeli memutuskan keputusan pembeliannya di pasar tradisional. Salah satunya di pasar tradisional Pasar Sukaramai, Medan. Tepatnya pada pasar kaki lima sukaramai yang lebih ramai dipenuhi pembeli, bahkan di tengah berkembangnya pasar modern. Pedagang kaki lima (PKL) mendirikan *stand*/tempat berdagangnya sendiri karena tidak memiliki toko/bangunan yang tetap. Pedagang menjual dagangannya dengan tempat yang seadanya. Pedagang berdagang di sepanjang Jalan A.R Hakim, mulai dari simpang Gang Kantil sampai ke depan gedung Pasar Sukaramai. Umumnya pedagang menjual produk sembako (sembilan bahan pokok). Sembako adalah sembilan jenis kebutuhan pokok yang umum dibutuhkan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari yang terdiri atas 1)beras, jagung, 2) gula pasir, 3)sayur-sayuran dan buah-buahan, 4)daging sapi, ayam, dan ikan, 5)minyak goreng dan margarin, 6)susu, 7)telur, 8)minyak tanah, 9)garam. Produk sembako yang dijual pun tidak jauh berbeda antar pedagang.

Keadaan di pasar kaki lima tersebut kotor, bau, kumuh, letak/tempat berdagang yang tidak tertata, sempitnya lahan untuk setiap pedagang, serta keberadaan pedagang yang tepat di pinggir jalan raya sangat mengganggu kenyamanan pembeli. Pembeli harus berdesakan karena sempitnya jalur untuk pembeli lewati. Kondisi tersebut sangat berbeda dengan pasar modern pada umumnya mengutamakan kenyamanan pembeli. Essael (Tedjakusuma:2001) menyatakan salah satu faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian pembeli adalah pengaruh lingkungan, dimana pada pasar kaki lima

sukaramai pengaruh lingkungan pasar nyatanya tidak menjadi pertimbangan pembeli dalam keputusan pembelian.

Hal tersebut menjadi masalah dalam penelitian ini. Pasar tradisional mempunyai banyak kekurangan dan kelemahan dibandingkan dengan pasar modern. Namun, tetap banyak pembeli yang memilih membeli di pasar tradisional daripada ke pasar modern. Berdasarkan hasil pengamatan awal terhadap 80 responden yang membeli produk sembako di pasar kaki lima sukaramai, maka dapat diketahui alasannya, yaitu:

Tabel 1.1
Hasil Survey Pembeli yang Membeli Produk Sembako di Kaki Lima Pasar Tradisional Sukaramai, Medan

No.	Alasan	Jumlah Responden
01.	Harga produk yang terjangkau	38 orang
02.	Lokasi pasar yang terjangkau	25 orang
03.	Kelengkapan produk yang tersedia	17 orang
Total Responden		80 orang

Sumber: Hasil pengamatan awal peneliti, 2015 (Data diolah)

Dari tabel 1.1 sebanyak 38 responden memilih membeli di pasar kaki lima sukaramai karena harga produk sembako yang di jual sangat murah dibandingkan pasar modern. Harga merupakan nilai suatu produk yang dilihat dari sejumlah uang yang dikorbankan untuk mendapatkan produk tersebut. Kemudian 25 responden memilih membeli di pasar kaki lima sukaramai karena lokasi kaki lima yang tergolong terjangkau. Tjiptono menyatakan bahwa lalu lintas; kepadatan/kemacetan, tempat parkir yang luas, lingkungan sekitar yang mendukung, persaingan; ada tidaknya pesaing sejenis di sekitar lokasi, menjadi faktor yang turut mempengaruhi keputusan pembelian. Sementara itu yang terjadi pada pasar kaki lima sukaramai adalah sebaliknya.

Sedangkan sebanyak 17 responden membeli produk di pasar kaki lima sukaramai karena kelengkapan produk yang tersedia di pasar kaki lima sukaramai. Kelengkapan produk merupakan determinan dalam pemilihan tempat berbelanja. Pasar yang mampu menyusun dan menyajikan produk yang lengkap akan mengalami perkembangan yang pesat dalam kemampuan bersaingnya.

Setelah melakukan pengamatan awal, meskipun tidak ada kenyamanan bagi pembeli, keputusan pembelian produk sembako di pasar ini tidak mengalami kemunduran. Keputusan pembelian yang merupakan proses memilih alternatif dalam menetapkan dimana pembeli melakukan pembelian produk menjadi tujuan akhir pembeli dengan didasari pertimbangan yang mempermudah pembeli. Pada pasar tradisional ini, keputusan pembelian produk sembako oleh pembeli masih tinggi. Hal tersebut diindikasikan dari ramainya pembeli yang membeli kebutuhan sembako di sepanjang pasar kaki lima sukaramai, Medan. Faktor-faktor apa yang menjadi latar belakang keputusan pembelian produk sembako sehingga pasar sukaramai tetap dipenuhi pembeli untuk membeli kebutuhan produk sembako.

Melalui uraian di atas, peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk di Pasar Sukaramai, Medan”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka yang menjadi identifikasi permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk di pasar kaki lima sukaramai, Medan?

2. Bagaimana lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk di pasar kaki lima sukaramai, Medan?
3. Bagaimana kelengkapan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk di pasar kaki lima sukaramai, Medan?
4. Bagaimana harga, lokasi, dan kelengkapan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk di pasar kaki lima sukaramai, Medan?

1.3 Pembatasan Masalah

Melihat banyaknya faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian pembeli, maka dalam penelitian ini membatasi masalah pada pengaruh harga, lokasi dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian produk sembako di pasar kaki lima sukaramai, Medan.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk di pasar kaki lima sukaramai, Medan?
2. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk di pasar kaki lima sukaramai, Medan?
3. Apakah kelengkapan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk di pasar kaki lima sukaramai, Medan?
4. Apakah harga, lokasi, dan kelengkapan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk di pasar kaki lima sukaramai, Medan?

1.5 Tujuan Penelitian

Yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk di pasar kaki lima sukaramai, Medan.
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian produk di pasar kaki lima sukaramai, Medan.
3. Untuk mengetahui pengaruh kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian produk di pasar kaki lima sukaramai, Medan.
4. Untuk mengetahui pengaruh harga, lokasi, dan kelengkapan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk di pasar kaki lima sukaramai, Medan.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti

Sebagai studi perbandingan antara pengetahuan teoritis yang diperoleh dalam perkuliahan dengan kondisi di lapangan, khususnya tentang harga, lokasi, kelengkapan produk dan keputusan pembelian.

2. Bagi pengelola pasar dan pelaku jual-beli

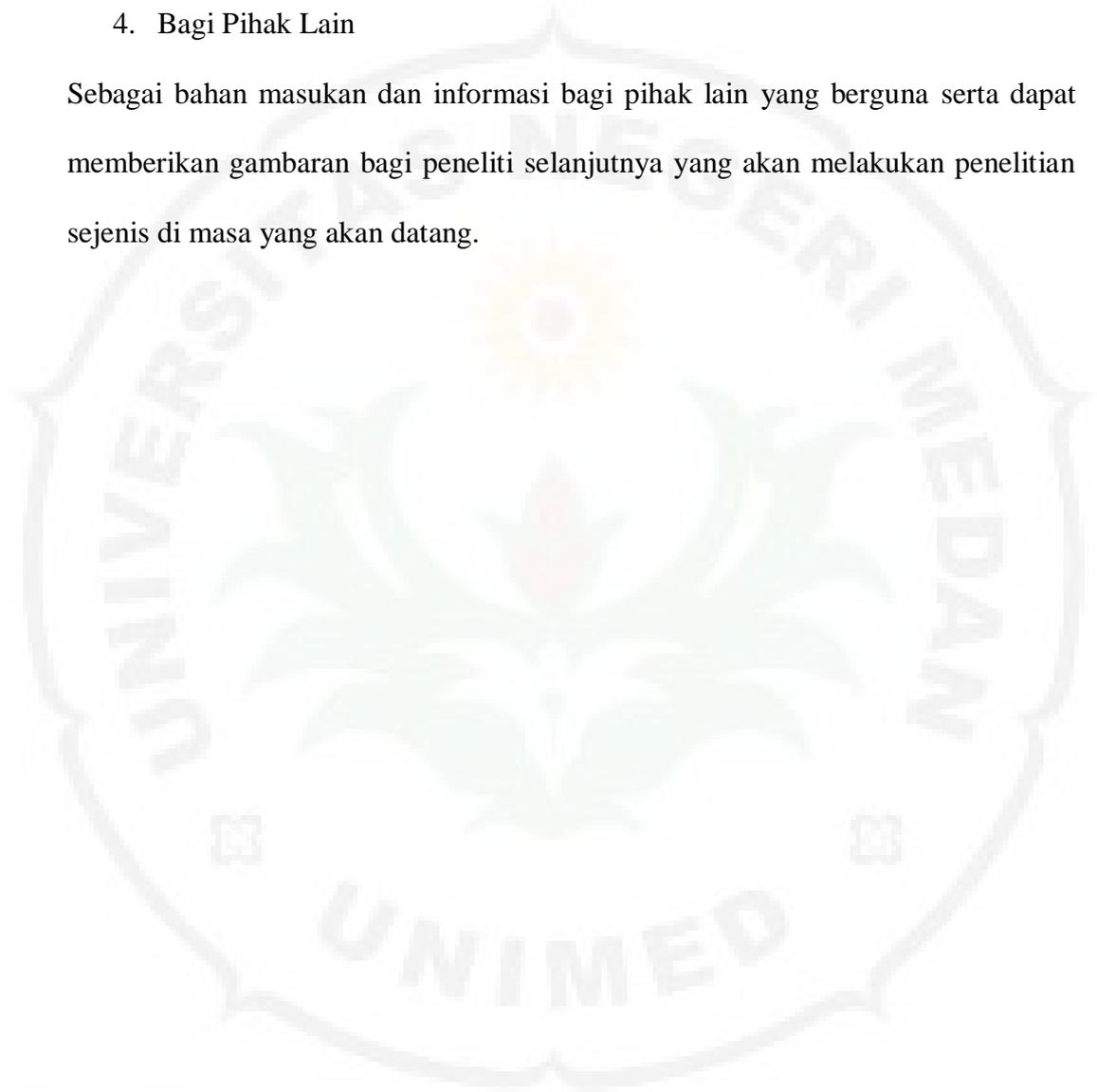
Sebagai bahan masukan kepada pengelola pasar dalam mengelola dan pelaksanaan kebijakan.

3. Bagi Universitas Negeri Medan

Menambah literatur kepustakaan universitas di bidang penelitian tentang harga, lokasi, kelengkapan produk dan keputusan pembelian.

4. Bagi Pihak Lain

Sebagai bahan masukan dan informasi bagi pihak lain yang berguna serta dapat memberikan gambaran bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian sejenis di masa yang akan datang.



THE
Character Building
UNIVERSITY