

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Awal terjadinya Sistem perdagangan secara tidak langsung dilakukan secara barter untuk memenuhi kebutuhan manusia, namun berubahnya zaman sistem perdagangan berkembang menjadi sebuah transaksi jual beli yang disebut pasar. Pasar adalah tempat dimana manusia membeli kebutuhannya yang tidak terbatas. Perkembangan pasar sangat berpengaruh dalam perekonomian di masyarakat, dengan adanya perkembangan pasar telah membantu pemerintah dalam menaikkan APBD daerah. Jika dalam pasar nyata keinginan untuk membeli didukung oleh akses dan pendapatan, pasar dapat terjadi di sembarang tempat melalui berbagai sarana dan prasana yang ada saat ini, Menurut Maziyah (2014) Pasar terbagi menjadi dua jenis yaitu pasar modern dan pasar tradisional.

Pasar Tradisional merupakan terjadinya peristiwa transaksi secara langsung antara penjual dan pembeli, yang dimana pembeli dapat langsung melihat barang atau jasa yang ingin dibeli dan adanya proses kesepakatan harga antara penjual dan pembeli yang disebut tawar-menawar. Pasar tradisional adalah pasar yang memiliki harga jual yang cukup murah sehingga masyarakat menengah kebawah dapat menjangkaunya dan tidak kalah dengan barang-barang yang dijual di pasar swalayan. Pasar tradisional cenderung dikenal atau dianggap tempat yang kumuh dan kotor dapat dilihat dari fasilitas yang diberikan pengelola pasar yang tidak baik. Pasar Tradisional memiliki sifat perdagangan yang dibagi menjadi tiga bagian

yaitu: Pasar Grosir adalah pasar yang hanya menjual barang dagangan dalam partai besar (gross), Pasar Eceran adalah pasar yang memberikan barang secara eceran kepada konsumen, Pasar Khusus dimana pasar ini hanya menjual barang khusus contohnya : Pasar elektronik. Bentuk bangunan pasar tradisional biasanya terdiri dari gerai atau kios yang dibuka oleh pengelola pasar, pasar tradisional menjual kebutuhan sehari-hari seperti sayuran, ikan, telur, daging, barang elektronik atau jasa.

Pasar Modern merupakan pasar yang dimana penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung (swalayan), pada pasar modern barang yang dijual memiliki label harga yang tercantum pada barang (barcode) dan dilayani oleh pramuniaga. Pasar modern menyediakan fasilitas yang dapat menarik minat para konsumen untuk berkunjung seperti keamanan, kebersihan terutama pendingin udara sehingga para konsumen merasakan kenyamanan dalam berbelanja, bangunan pada pasar modern terlihat lebih kokoh dan megah serta memiliki manajemen yang baik, keberadaan pasar modern biasanya terletak di tengah-tengah masyarakat (Kawasan kota). Adapun contoh pasar modern seperti: swalayan, supermarket dan sebagainya. Barang yang ada di pasar modern sebagian besar adalah bahan yang tahan lama salah satunya seperti barang elektronik.

Perbedaan dari pasar tradisional dan pasar modern adalah pasar modern tidak dapat melakukan tawar-manawar dalam pembelian barang seperti yang dilakukan pasar tradisional maka dari situ pemerintah daerah atau pengusaha sebagai pembuat regulasi harus meningkatkan pembangunan Gedung untuk memfasilitasi masyarakat yang ingin berbelanja maupun yang akan menyewa kios

untuk berjualan. Pemerintah daerah atau pengusaha yang hendak membangun sebuah pasar tradisional sebagai pusat pembelajaran harus mempertimbangkan beberapa variabel yaitu harga, fasilitas dan letak lokasi yang strategis sehingga para pembeli dan penyewa kios mudah menjangkau lokasi pasar.

Dalam penelitian saya ini, akan membahas pasar tradisional, dimana Terdapat dua pasar grosir tradisional yang terbesar di kota Medan yaitu; Pertama, Pasar Induk Lau cih Medan yang terletak di Jamin Ginting, kelurahan Laucih, kecamatan Medan Tuntungan. Luas lahan Pasar Lau Cih Medan sebesar 12 hektar (data tersebut diperoleh dari salah satu pengelola Pasar Induk Lau Cih Medan).

Kedua, pasar tradisional yaitu Pasaraya MMTC Medan yang dimana peneliti akan melakukan penelitian di pasar ini. Pasaraya MMTC Medan merupakan salah satu pasar grosir terbesar di kota Medan, terletak di Jalan Willem Iskandar, Desa Kenangan Baru, Kecamatan Percut Seituan, Deli Serdang. Pasar ini di Kelola oleh perusahaan swasta yang berada di Komplek Medan Mega Trade Center (MMTC). Luas lahan Pasaraya MMTC Medan sebesar 7 hektar dan menyediakan tempat 1.600 unit kios, yang beroperasi selama 24 jam dan jumlah pedagang sayur sebanyak 940 orang (Data diperoleh dari pengelola Pasaraya MMTC Medan), pasaraya MMTC Medan menjual daging, ikan, sayuran dan sebagainya. Adapun jumlah Pedagang sayur pada tahun 2018-2022.

Tabel 1.1
Jumlah Pedagang dari Tahun 2018-2023

No	Blok	Jumlah Pedagang Sayuran				
		2018	2019	2020	2021	2022
1	A	126	126	120	130	150
2	B	168	170	165	167	185
3	C	80	76	73	77	93
4	D	195	194	190	201	219
5	E	225	220	220	225	239
6	G	20	21	14	16	30
7	H	12	10	8	9	24
Total		826	817	790	825	940

Sumber : Pengelola Pasaraya MMTTC Medan, Januari 2023

Berdasarkan data yang diperoleh, dapat dilihat bahwa penyewa kios di pasaraya MMTTC Medan mengalami perubahan penurunan dan kenaikan penyewa kios setiap tahunnya. Pada tahun 2019 terjadi awal penurunan jumlah penyewa kios yang berada pada setiap Blok A - H, ditambah lagi pada tahun 2020 penurunan cukup signifikan dikarenakan merebaknya Virus Covid-19. Sehingga mengakibatkan kemampuan daya pedagang untuk menyewa kios menurun karena tidak sesuai lagi pendapatan dengan harga sewa kios, jadi sebagian dari para pedagang tidak lagi melanjutkan menyewa kios. Dan pada tahun 2022 mengalami peningkatan dimana beberapa para pedagang yang ada di pasar induk Lau cih pindah ke Pasaraya MMTTC Medan untuk berjualan.

Tabel 1.2
Harga Sewa Kios 2018-2022

No	Blok	Ukuran	Luas	Harga Sewa				
				2018 Rp Juta	2019 Rp Juta	2020 Rp Juta	2021 Rp Juta	2022 Rp Juta
1	A	3X3	9	23.650	24.150	23.650	24.650	32.350
2	B	3X3	9	17.150	17.650	16.650	18.150	25.850
3	C	3X3	9	22.600	23.100	22.100	23.600	31.300
4	D	3x4	12	24.150	24.650	23.650	25.150	32.850
5	E	3x4	12	23.650	24.150	23.650	24.650	32.350
6	G	3X5	21	39.500	40.000	39.000	40.500	48.200
7	H	2X2	4	16.500	17.000	16.000	17.500	25.200

Sumber : Pengelola Pengelola Pasaraya MMTC Medan, Januari 2023

Berdasarkan tabel 1.2 diatas dapat diketahui harga sewa yang ditawarkan pada pasaraya ini bervariasi setiap tahunnya karena mengalami kenaikan sebesar Rp 500.00 (lima ratus ribu rupiah) pertahun, harga yang diberikan mulai dari Rp 16.500.000 (enam belas juta lima ratus ribu rupiah) - Rp 41.000.000 (empat puluh satu juta ribu rupiah) pertahun dengan ukuran 2 x 2 meter, 3 x 3 meter, 3 x 4 meter dan 3 x 5 meter dengan ukuran luas yang bervariasi mulai dari 9-20 meter. Walaupun ukuran kios yang berada di setiap blok sama harga kios akan berbeda, misalnya ukuran 3 x 3 meter dan luas 9 meter harganya pasti berbeda dilihat dari letak strategis tempat kios.

Dapat dilihat pada tabel 1.2 diatas pada tahun 2022 harga sewa yang ditawarkan Pasaraya MMTC Medan mengalami Kenaikan yang sangat signifikan, dimana harga iuran kebersihan Pasaraya MMTC Medan dibayar secara lunas bersamaan dengan pembayaran harga kios sebesar Rp 7.200.000 (Tujuh juta dua

ratus ribu rupiah)/Tahun. Namun pada tahun 2018-2021 kebijakan pembayaran iuran kebersihan dikutip hanya pada saat pedagang sayur yang berjualan pada saat itu juga sebesar Rp 20.000 (dua puluh ribu rupiah)/perhari yang dilakukan oleh pengawas Pasaraya MMTC Medan. Sehingga pada tanggal 26 November 2022 para pedagang sayur melakukan aksi demo di depan kantor pengelola Pasaraya MMTC Medan. Menurut para pedagang, kebijakan baru yang dikeluarkan Pasaraya ini sangat membebani mereka saat jatuh tempo pembayaran dan merasa dirugikan karena harus membayar iuran kebersihan pada saat mereka tidak berjualan, yang dimana seharusnya pengutipan pembayaran iuran kebersihan hanya kepada pedagang yang berjualan pada saat itu juga.

Yang membedakan harga kios di Pasaraya MMTC Medan ini berbeda yaitu, kios yang berada pada pintu masuk pasaraya dan berhadapan ke pinggir jalan akan lebih mahal, karena para pembeli yang ingin membeli sayuran dapat langsung memarkirkan kendaraan motor atau mobil mereka di depan kios penjual dan aktivitas yang dilakukan para pedagang dan pembeli jauh lebih leluasa. Berbeda dengan kios yang di tengah-tengah Gedung, suasana pada kios yang ditengah Gedung sangat lah pengangap di akibatkan oleh siklus udara yang masuk tidak baik terlebih lagi jalan yang sempit sehingga membuat para pembeli yang membawa kendaraan motor atau mobil akan membuat macet dan aktivitas yang dilakukan tidak leluasa.

Dapat dilihat dari tabel 1.2 dari beberapa kios , Ukuran kios yang berada di blok G lebih luas dari blok lainnya dan letak kios di blok G sangatlah strategis berada pada awal pintu masuk pasaraya dan letak kios berhadapan kearah pinggir jalan sehingga kios blok G jauh lebih mahal dari kios blok lainnya.

Lokasi Pasaraya MMTC Medan sangat strategis karena dekat dengan permukiman penduduk (Kawasan kota), dekat dengan jalan raya dan mudah dilalui oleh transportasi umum, sehingga para ibu rumah tangga atau penduduk sekitar mudah menjangkau pasar ini. Sebelum pembeli memutuskan dalam hal pembelian sebuah produk mereka akan mempertimbangkan tempat atau lokasi yang terdekat dengan mereka dalam hal mengambil keputusan pembelian.

Fasilitas yang diberikan Pasaraya MMTC Medan yaitu, tempat parkir yang luas, dilengkapi cctv setiap sudut bangunan dan memfasilitasi security yang mengawasi selama 24 jam untuk menjaga kenyamanan dan keamanan. Tetapi fasilitas yang diberikan Pasaraya MMTC Medan masih kurang memadai bagi para pedagang sayur yang dimana dengan harga kios yang mahal fasilitas masih kurang diberikan seperti para pedang sayur masih membayar uang parkir kendaraan yaitu, sepeda motor Rp 2.000 (Dua ribu rupiah) dan mobil Rp 5.000 (Lima ribu rupiah), begitu juga dengan Toilet para pedagang harus membayar jika memakai toilet sebesar Rp 2.000 (dua ribu rupiah) sekali pemakaian dan kebersihan yang masih belum terjaga.

Menurut Deliyanti Oentoro (2012 : 216) Harga (price) adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu.

Kotler dan Armstrong (2009 : 345) harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas barang dan jasa, atau jumlah nilai yang konsumen ditukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Dimana harga merupakan nilai transaksi yang dapat memperoleh suatu barang atau jasa yang disamakan dengan uang bagi seseorang, harga menjadi salah satu pertimbangan bagi para konsumen dalam menentukan pilihannya untuk mengambil keputusan dan harga menentukan seberapa memperoleh keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dalam keberhasilan saat produk terjual ke konsumen. Harga sebenarnya bukan hanya di peruntukkan untuk produk yang diperjual belikan di pasar tetapi harga berlaku juga untuk produk lain. Misalnya kios yang disewakan, rumah yang dijual atau dikontrakkan.

Heizer & Render (2015) mengatakan Lokasi adalah pendorong biaya dan pendapatan, maka lokasi seringkali memiliki kekuasaan untuk membuat strategi bisnis perusahaan. Lokasi merupakan tempat yang strategi bagi pengusaha untuk memaksimalkan keuntungan bagi perusahaan, dimana pemerintah daerah atau perusahaan harus memilih letak lokasi yang strategis dalam menciptakan usaha serta mudah dijangkau transportasi umum dan dekat dengan permukiman masyarakat sehingga memudahkan konsumen ataupun penyewa kios datang ke lokasi. Lokasi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan perusahaan,

dimana perusahaan harus melakukan pemilihan lokasi dan mempertimbangkan berbagai faktor bagi berlangsungnya perusahaan atau organisasi yang akan didirikan.

Variabel lainnya yang mendukung dalam pembangunan pasar yaitu fasilitas. Dimana fasilitas merupakan sesuatu yang dapat memberikan kenyamanan dan mempermudah dalam menjalankan suatu usaha. Menurut Tjiptono dan Gregorius Chandra (2016) fasilitas adalah suatu bentuk fisik yang dibentuk oleh okterior dan interior yang diberikan kepada konsumen sehingga membangun kenyamanan dan rasa aman kepada konsumen. Perlengkapan fasilitas yang diberikan oleh pengusaha akan mempengaruhi pengambilan keputusan para pedagang dalam menyewa kios, karena memberikan kemudahan dan manfaat bagi pengguna fasilitas yang dipakai saat melakukan aktivitas.

Sehingga Peneliti melakukan Pra survei kepada pedagang untuk mengetahui bagaimana keputusan pedagang dalam menyewa kios maka dilakukan pra survei sebanyak 34 responden. Berikut ini hasil pra survei dari variabel harga.

Tabel 1.3
Pra survei Harga Pasaraya MMTC Medan

NO	Pernyataan	Setuju	%	Tidak Setuju	%
1.	Harga kios terjangkau	-	-	34	100%
2.	Harga sewa kios relative murah dari harga kios pasar lainnya.	-	-	34	100%
3.	Harga kios sesuai dengan kualitas kios	5	15%	29	85%
4.	Harga sewa kios sesuai dengan fasilitas	4	12%	30	88%

Dari Tabel 1.3 dapat dilihat bahwa terdapat beberapa permasalahan pada harga kios yang ada di Pasaraya MMTC medan. Dari 34 responden yang berpartisipasi dalam pra-survei diketahui bahwa pada indikator keterjangkauan harga diperoleh hasil : (1) sebanyak 100% (34 responden) menyatakan bahwa harga kios tidak terjangkau; (2) 100% (34 responden) tidak setuju bahwa harga sewa kios Pasaraya MMTC Medan relatif murah dari harga kios pasar lainnya.

Sedangkan pada indikator Kesesuaian harga berdasarkan kualitas diperoleh hasil yang baik yaitu; (1) 85% (29 responden) menyatakan bahwa harga kios yang ditawarkan Pasaraya MMTC Medan tidak sesuai dengan kualitas kios yang diterima oleh responden; (2) 88% (30 responden) menyatakan bahwa harga sewa kios yang ditawarkan Pasaraya MMTC Medan tidak sesuai dengan fasilitas yang di dapatkan oleh para responden.

Jadi dari hasil Pra survey pada variable harga bawa harga yang diberikan pengelola Pasaraya MMTC Medan masih memberikan permasalahan bagi para pedagang, dimana harga kios yang diberikan belum terjangkau dan relative mahal dari perbandingan harga kios lainnya, Pada Pasaraya MMTC Medan memberikan tarif harga dari Rp 16.500.000 (enam belas juta lima ratus ribu rupiah) -41.000.000 (empat puluh satu juta ribu rupiah) pertahun, dan setiap tahunnya mengalami kenaikan sehingga para pedagang sayur terbebani adanya kenaikan harga yang membuat para pedagang melakukan aksi ujuk rasa tujuannya untuk menentang kebijakan yang diberikan pengelola Pasar.

Tabel 1.4
Pra survei Fasilitas di Pasaraya MMTC Medan

NO	Pernyataan	Setuju	%	Tidak Setuju	%
5.	Tempat parkir yang luas	34	100%	-	-
6.	Kerbersihan Pasaraya selalu terjaga	4	11,7%	30	88,3
7.	Fasilitas yang diberikan sesuai dengan kebutuhan Pedagang	9	26%	25	74%
8.	Tingkat Kenyaman yang diberikan sangat baik	8	23,5%	26	76,5

Dapat dilihat dari Tabel 1.4 pada hasil Pra-survey yang dilakukan bahwa; (1) pada indikator unsur pendukung seluruh responden 100% (34 responden) menyatakan setuju bahwa lahan parkir yang diberikan memadai dan memberikan lahan parkir yang luas; (2) indikator kebersihan memberikan dampak negatif bagi responden dimana 88,3% (30 responden) menyatakan bahwa kebersihan Pasaraya MMTC Medan tidak terjaga sehingga tidak memberikan kenyamanan bagi para pedagang; (3) dan indikator perlengkapan pada pernyataan fasilitas yang diberikan tidak sesuai dengan kebutuhan pedang sebanyak 74% (25 responden) menyatakan tidak setuju, pada pernyataan tingkat kenyamanan yang diberikan tidak baik sebanyak 76,5% (26 responden) menyatakan tidak setuju, dimana saat pra survei dilakukan peneliti melakukan wawancara pada tingkat kenyamanan dan beberapa pedagang menyatakan bahwa kenyamanan di Pasaraya MMTC kurang baik, karena beberapa kali kendaraan pedagang dan pembeli terjadi kehilangan. Oleh karena itu peneliti ingin mengetahui apakah fasilitas yang diberikan Pengelola pasar dapat mempengaruhi keputusan menyewa kios.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pedagang Sayur Menyewa Kios Di Pasaraya MMTC Medan”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan kajian latar belakang yang ada maka yang menjadi identifikasi permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Adanya keputusan menyewa atau membeli para pedagang terhadap harga sewa kios yang diberikan oleh pengelola Pasaraya MMTC Medan.
2. Lokasi yang berpengaruh terhadap keputusan pedagang menyewa kios Pasaraya MMTC Medan
3. Adanya tingkat fasilitas yang diberikan tidak memadai.

1.3 Pembatasan Masalah

Dari identifikasi masalah yang telah diuraikan, peneliti membatasi factor-faktor yang berpengaruh pada keputusan para pedagang dalam menyewa kios di Pasaraya MMTC Medan, maka peneliti menetapkan Batasan faktor-faktor dan ruang lingkup penelitian yaitu antara variabel harga, lokasi dan fasilitas terhadap keputusan pedagang sayur menyewa kios di pasaraya MMTC Medan.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar belakang diatas, Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Apakah harga sewa kios berpengaruh terhadap keputusan pedagang sayur menyewa kios di Pasaraya MMTC Medan?
2. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pedagang sayur menyewa kios di Pasaraya MMTC Medan?
3. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap keputusan pedagang sayur menyewa kios di Pasaraya MMTC Medan?
4. Apakah harga, lokasi dan fasilitas berpengaruh terhadap keputusan pedagang sayur menyewa kios di Pasaraya MMTC Medan.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh dari harga sewa terhadap keputusan pedagang sayur menyewa kios di Pasaraya MMTC Medan.
2. Untuk mengetahui adanya pengaruh lokasi terhadap keputusan pedagang sayur menyewa kios di Pasaraya MMTC Medan.
3. Untuk mengetahui adanya pengaruh fasilitas terhadap keputusan pedagang sayur menyewa kios di Pasaraya MMTC Medan.
4. Untuk mengetahui adanya pengaruh harga, lokasi dan fasilitas terhadap keputusan pedagang sayur menyewa kios di Pasaraya MMTC Medan.

1.6 Manfaat Penelitian

Kiranya penelitian ini dapat berguna dan bermanfaat bagi beberapa pihak seperti:

a. Bagi penulis

Hasil penelitian dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam melakukan kajian ilmiah dalam bidang pemasaran dan membantu mengatasi permasalahan yang ditemui di lingkungan sekitar peneliti terkait topik yang dikaji.

b. Pengelola Pasaraya MMTC

Penelitian ini diharapkan memberikan masukan dan informasi terkait pengaruh harga, lokasi dan fasilitas terhadap keputusan pedagang sayur menyewa kios guna menambah pengetahuan pengelola pasar.

c. Bagi Unimed

Menambah referensi mengenai Pengaruh harga, lokasi dan fasilitas terhadap keputusan pedagang sayur menyewa kios di Pasaraya MMTC Medan

d. Bagi Peneliti selanjutnya

Penelitian ini dapat digunakan untuk perbandingan pada saat penelitian yang akan dilakukan di kemudian hari.