

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Gaya hidup sehat sudah menjadi trend di masyarakat dunia termasuk juga Indonesia. Tidak hanya menjaga kesehatan dengan berolah raga tetapi juga mengkonsumsi makanan-makanan sehat berupa buah dan sayuran. Mengkonsumsi buah-buahan dan sayur-sayuran adalah cara yang baik dalam mewujudkan gaya hidup sehat. Namun ada hal lain yang harus diketahui bahwa buah dan sayuran yang dikonsumsi tidak lepas dari pengaruh zat-zat kimia seperti pestisida dan pupuk kimia/sintesis, sebagai bahan yang digunakan untuk meningkatkan jumlah produksi pertanian. Jumlah konsumsi produk pertanian yang besar berbanding lurus dengan besarnya jumlah zat kimia yang digunakan. Hal tersebut membuat timbul masalah baru seperti menurunnya kualitas tanah dan mencemari air tanah serta berefek buruk juga bagi pengonsumsi buah dan sayuran tersebut. Semakin banyak zat-zat kimia yang terkandung maka buah dan sayuran tersebut semakin jauh dari kata sehat. Dengan kenyataan tersebut masyarakat mulai beralih memilih sayuran organik yang bebas dari zat yang berbahaya bagi tubuh.

Menurut Swastha dan Irawan (2001 : 339) “Minat beli berhubungan dengan perasaan dan emosi, bila seseorang merasa senang dan puas dalam membeli barang atau jasa maka hal itu akan memperkuat minat beli, ketidakpuasan biasanya menghilangkan minat. Minat beli yang ada dalam diri konsumen merupakan fenomena yang sangat penting dalam kegiatan pemasaran, minat beli merupakan suatu perilaku konsumen yang melandaskan suatu keputusan pembelian yang hendak dilakukan”.

Dari pendapat diatas dapat dikatakan bahwa minat beli tersebut timbul dari dalam diri seorang konsumen setelah konsumen tersebut mengkonsumsi dan merasakan sendiri manfaat yang diterima ketika mengkonsumsi suatu produk. Selain itu ada faktor-faktor lain yang mempengaruhi minat beli seorang konsumen. Minat beli konsumen dapat dipengaruhi oleh kualitas produk, harga, lokasi dan kualitas pelayanan.

Menurut (Kotler & Amstrong, 2001:346) “Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan”. Selain kualitas produk, harga juga menjadi salah faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen karena suatu harga dapat menjadi patokan kualitas suatu produk, dengan harga yang mahal biasanya konsumen berfikir pasti produk yang diberikan memiliki kualitas yang baik dan apabila harga yang ditawarkan murah konsumen masih meragukan kualitas produknya. Suatu harga dapat menjadi patokan kualitas suatu produk, dengan harga yang mahal biasanya konsumen berfikir pasti produk yang diberikan memiliki kualitas yang baik dan apabila harga yang ditawarkan murah konsumen masih rmeragukan kualitas produknya, harga yang rendah atau harga yang terjangkau menjadi pemicu untuk meningkatkan kinerja pemasaran (Ferdinand dalam Faradiba 2013:1-2).

Menurut Swastha (2002:147) “Harga adalah sejumlah uang (ditambah beberapa kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya”. Selanjutnya, Menurut Annafik (2012) dalam penelitiannya menyatakan bahwa Harga merupakan salah satu

penentu pemilihan produk yang nantinya akan berpengaruh terhadap minat pembelian. Harga seringkali dikaitkan dengan kualitas, konsumen cenderung untuk menggunakan harga sebagai indikator kualitas atau kepuasan potensial dari suatu produk.

Menurut Kotler (2009:106) “Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik yang memampukan produk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun tidak dinyatakan”. Kualitas suatu produk dapat dinilai berdasarkan sekumpulan kriteria yang berbeda karena mengingat kepentingan dan keterlibatan konsumen berbeda-beda. Persepsi terhadap kualitas mencerminkan perasaan konsumen secara menyeluruh mengenai suatu produk.

Ketika seseorang berbelanja, hal awal yang sering diperhatikan calon konsumen adalah harga, kemudian produk yang akan dibeli, baik tampilan maupun kualitasnya. Harga dan kualitas produk adalah hal penting bagi konsumen. Penetapan harga pada suatu produk haruslah sesuai dan wajar dengan kualitas produk yang ditawarkan. Tingginya harga yang ditawarkan tersebut harus sesuai dengan manfaat yang akan diterima oleh konsumen yang mengkonsumsinya. Harga yang terlalu tinggi dan terlalu rendah akan mempengaruhi minat beli konsumen. Harga yang terlalu tinggi akan membuat konsumen beralih ke produk lain yang sejenis tetapi dengan harga yang lebih murah, begitu sebaliknya, jika harga yang ditawarkan terlalu rendah konsumen akan ragu dengan kualitas produk yang ditawarkan tersebut sehingga mengurangi minat beli akan produk tersebut. Selanjutnya, tingginya kualitas produk yang ditawarkan akan menarik minat beli konsumen, begitu juga sebaliknya.

Pasar Sambas Medan adalah pasar tradisional yang menjual kebutuhan sehari-hari, seperti pakaian, alat kosmetik serta produk pertanian. Produk pertanian yang ditawarkan dipasar ini berupa sayur dan buah, impor maupun lokal, organik maupun sayuran anorganik. Berdasarkan hasil observasi awal yang penulis lakukan, dapat diketahui berbagai keadaan yang terjadi bahwa beralihnya minat beli ini dikarenakan kesadaran masyarakat akan kesehatan semakin tinggi serta berbagai kelebihan yang ditawarkan oleh sayuran organik, seperti kualitas, daya tahan, serta manfaat yang diberikan dibandingkan dengan sayuran biasa atau anorganik, selain itu persepsi masyarakat terhadap sayuran organik bahwa sayuran organik jauh lebih sehat dibandingkan jenis sayuran biasa atau anorganik yang menimbulkan minat beli diantara konsumen. Selanjutnya, dari observasi tersebut terdapat hal yang paling menonjol yaitu harga yang dimiliki oleh sayuran organik jauh lebih tinggi dibandingkan jenis sayuran biasa.

Berdasarkan fenomena dan uraian diatas maka penulis tertarik untuk mengetahui dan melakukan penelitian dengan judul “ **Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sayuran Organik di Pasar Sambas Medan**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh harga sayuran organik di Pasar Sambas Medan?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk sayuran organik di Pasar Sambas Medan?

3. Bagaimana pengaruh harga dan kualitas sayuran organik terhadap minat beli di Pasar Sambas Medan ?

1.3 Pembatasan Masalah

Untuk menghindari ketidakjelasan dalam penelitian ini, maka penulis membatasi masalah pada “Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli sayuran organik di Pasar Sambas Medan”.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah yang telah disebutkan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam skripsi ini antara lain :

1. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap minat beli sayuran organik di Pasar Sambas Medan?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap minat beli sayuran organik di Pasar Sambas Medan?
3. Apakah terdapat pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli sayuran organik di Pasar Sambas Medan?

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan antara lain :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli sayuran organik di Pasar Sambas Medan.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli sayuran organik di Pasar Sambas Medan.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli sayuran organik di Pasar Sambas Medan.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dalam penelitian ini adalah :

1. Bagi Peneliti

Menambah wawasan, pengetahuan, pemahaman dan pengalaman peneliti yang berkaitan dengan harga, kualitas produk dan minat beli.

2. Bagi Universitas Negeri Medan

Sebagai tambahan literatur kepustakaan di bidang penelitian mengenai harga, kualitas produk dan minat beli.

3. Bagi pembaca / peneliti lain

Sebagai bahan referensi dan acuan untuk perluasan penelitian pada bidang kajian yang sejenis pada masa yang akan datang