

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam adalah agama sempurna yang mengatur seluruh perilaku manusia dalam setiap kehidupannya. Islam mengatur bagaimana manusia melakukan kegiatan ekonomi sebagaimana mestinya. Berbagai kegiatan ekonomi berjalan dalam rangka mencapai suatu tujuan, yakni menciptakan kesejahteraan menyeluruh penuh ketenangan dan keberkahan dengan kesederhanaan, namun tetap produktif dan inovatif. Allah telah memerintahkan semua umat manusia untuk mencari rezeki dan karunia dari-Nya.

Dalam Q.S Al-Jumu'ah/62: 10 Allah berfirman :

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا
لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

“Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.”¹

Berdasarkan pada firman-Nya tersebut, Allah sangat menganjurkan kepada manusia untuk selalu berikhtiar dan berusaha semaksimal mungkin dalam mencari karunia-Nya dengan mengarahkan segala upaya untuk memperbaiki dan meningkatkan kesejahteraan hidupnya selama kegiatan dan jalan yang ditempuh tidak melanggar perintah-Nya dan menjauhi segala apa-apa yang dilarang-Nya.

¹Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya Special For Women*, (Bogor: Sygma Examedia Arkanleema, 2007), hlm. 554.

Setiap orang mukmin berusaha mencari kenikmatan dengan cara mematuhi perintah-Nya dan memuaskan dirinya sendiri dengan barang-barang dan anugerah yang diciptakan Allah untuk manusia demi kemaslahatan umat. Konsumsi berlebih-lebihan merupakan ciri manusia yang tidak mengenal Tuhan. Ajaran Islam menganjurkan pola konsumsi dan penggunaan harta secara wajar dan berimbang.²

Konsumsi yang dibutuhkan konsumen tidak datang dengan sendirinya tanpa adanya keterlibatan produsen dan pasar yang merupakan tempat bertransaksinya konsumen dan produsen. Dalam perekonomian, pasar berperan sangat penting. Pasarlah yang mempertemukan produsen (orang yang memproduksi dan menawarkan barang) dengan konsumen (orang yang menentukan jumlah dan jenis barang yang dikehendakinya). Konsumen sangat berperan dalam menentukan kedudukan pasar.³ Objek dari ilmu ekonomi adalah konsumen, produsen dan *government*. Dimana semua objek tersebut akan dipertemukan dalam mekanisme pasar, baik pasar tenaga kerja, pasar barang ataupun pasar modal.⁴

Laju pertumbuhan dari pasar modern jauh lebih tinggi dari pasar tradisional. Pasar-pasar modern dan pasar tradisional rata-rata mempunyai spesifikasi barang dagangan yang hampir sama sehingga berpeluang mengakibatkan terjadi persaingan diantara dua pasar tersebut. Jika dibiarkan

²M. Nur Rianto, *Teori Mikro Ekonomi (Perbandingan Ekonomi Islam dan Konvensional)* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 86.

³Suhrawardi, *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2012), hlm. 22.

⁴Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010), hlm.13.

persaingan bebas antara kedua pasar tersebut dapat menggeser keberadaan pasar tradisional. Seiring dengan berkembangnya waktu, adanya modernisasi banyak masyarakat Banjarmasin yang lebih memilih berbelanja di pasar modern. Namun tidak sedikit pula yang masih bertahan dengan berbelanja dipasar tradisional. Masyarakat lebih pandai mengatur keuangan agar tidak boros. Salah satu caranya yaitu dengan berbelanja di pasar tradisional yang bisa mendapatkan berbagai produk dengan harga yang lebih rendah dibanding pasar modern.⁵

Tidak sedikit pasar modern menawarkan harga yang lebih tinggi dibanding pasar tradisional dengan produk yang sama. Perbedaan harga itulah yang membuat masyarakat bertahan untuk berbelanja di pasar tradisional. Pasar modern yang kebanyakannya dikunjungi oleh masyarakat dengan tingkat penghasilan menengah keatas. Sedangkan pasar tradisional dikunjungi oleh berbagai kalangan masyarakat, mulai dari bawah, menengah, hingga kalangan atas juga dapat berbelanja disana. Dimensi-dimensi inilah yang mendasari perilaku konsumen. Hingga proses pemilihan produk, kompleksitas faktor-faktor keputusan konsumen harus benar-benar dipahami oleh pemasar yang dalam hal ini adalah pasar tradisional Sentra Antasari Banjarmasin, agar dapat mengetahui segala sesuatu yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen, sehingga pihak pemasar dapat menentukan strategi yang tepat untuk mendapatkan dan mempertahankan pangsa pasar masing-masing.⁶

⁵Eis Al Masitoh, *Upaya Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional*, www.aitis-digilib.org/uploads/1/3/4/6/13465004/jurnal-pmi-63-78.pdf, (21 Agt 2018).

⁶Heru Sulistyono dan Budhi Cahyono, *Mode Pengembangan Pasar Tradisional Menuju Pasar Sehat Di Kota Semarang*, <https://jurnal.unissula.ac.id/index.php/ekobis/article/viewFile/513/422>, (22 Agt 2018).

Hal ini berkaitan dengan pola perilaku masyarakat yang sedikit demi sedikit dapat berubah, sehingga perlu direspon secara aktif oleh produsen untuk dapat mempertahankan keberlanjutan usahanya. Dalam hal ini pelanggan sangat memperhatikan kenyamanan mereka dalam melakukan aktivitas, berbelanja mengingat bahwa belanja merupakan pemenuhan keberagaman kebutuhan. Mengingat banyaknya faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dan adanya perbedaan kebutuhan untuk masing-masing individu, serta perubahan kebutuhan dari waktu ke waktu, penelitian keputusan konsumen sangat penting dilakukan. Dengan penelitian tersebut dapat diketahui selera konsumen terhadap suatu produk sehingga dapat digunakan untuk meningkatkan keuntungan pedagang.⁷

Menurut Kotler, keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Dari berbagai faktor yang memengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk yang sudah dikenal masyarakat.⁸

Banyak sekali faktor-faktor yang dapat memengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian, contohnya adalah produk, harga, lokasi, dll. Sekarang ini konsumen sangat teliti dalam mengambil keputusan dalam membeli suatu barang atau jasa. Dilihat dari faktor produk, tentu masyarakat akan memilih membeli produk yang berkualitas baik untuk dikonsumsi. Menurut salah satu

⁷Didin Kartikasari, dkk., *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian*, <https://media.neliti.com/media/publications/74110-ID-pengaruh-perilaku-konsumen-terhadap-kepu.pdf>, (23 Agt 2018).

⁸Glady Ester Sendow, *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja Pada PT Jumbo Swalayan Manado*, <http://repository.stiesia.ac.id/jirm/article/viewFile/723/687>, (22 Agt 2018).

konsumen Pasar Sentra Antasari Kota Banjarmasin, ia lebih memilih berbelanja pasar tradisional karena harga yang lebih murah dibanding pasar modern.⁹

Selain itu, dalam mengambil keputusan pembelian, konsumen juga melihat dari faktor harga. Produk yang berkualitas dengan harga terjangkau pasti akan memiliki banyak peminat. Sebaliknya, apabila harga yang ditawarkan tidak sesuai dengan produknya, maka konsumen akan berpikir dua kali untuk membeli kembali produk tersebut di kemudian hari. Faktor lokasi juga berpengaruh dalam keputusan pembelian konsumen.

Lokasi pasar yang strategis, pastinya selalu ramai dengan pengunjung karena mudah dijangkau. Apalagi didukung dengan suasana yang nyaman, pasti akan memiliki nilai lebih bagi sebagian konsumen. Pendapatan masyarakat Banjarmasin cukup beragam dari masyarakat yang perekonomiannya kelas bawah, menengah, dan atas. Sehingga memicu beragamnya tingkat konsumsi, kebiasaan atau perilaku belanja dan beragamnya keputusan mereka dalam memilih atau menentukan jasa pasar yang akan mereka pilih.

Eksistensi berbelanja di pasar tradisional masih terjaga hingga sekarang, walaupun telah menjamurnya pasar modern.¹⁰ Salah satu pasar tradisional yang masih eksis ialah Pasar Sentra Antasari Kota Banjarmasin. Walaupun telah ada beberapa pasar modern yang dibangun berdekatan dengan pasar Sentra Antasari Kota Banjarmasin namun eksistensi pasar tersebut masih terjaga hingga sekarang. Masih banyak pelanggan setia yang bertahan dengan pasar Sentra Antasari Kota

⁹Siti Pauziah, Mahasiswa, *Wawancara Tatap Muka*, Pasar Sentra Antasari, 26 Juli 2018.

¹⁰A.A Ketut Sri Candrawati, *Pasar Modern dan Pasar Tradisional Dalam Gaya Hidup Masyarakat di Kabupaten Tabanan Provinsi Bali*, <http://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/jpap/article/download/683/612>., (21 Agt 2018).

Banjarmasin. Salah satu hal yang menarik dari pasar Sentra Antasari Kota Banjarmasin, berada satu gedung dengan salah satu Mall atau pasar Modern di Kota Banjarmasin. Namun tidak sedikit konsumen yang masih setia dengan pasar Sentra Antasari Kota Banjarmasin.

Berdasarkan uraian latar belakang dan setelah peneliti mengkaji beberapa penelitian terdahulu ternyata terdapat berbagai faktor yang memengaruhi keputusan konsumen, untuk itu peneliti tertarik ingin melakukan penelitian tentang faktor yang memengaruhi keputusan konsumen, dalam penelitian ini peneliti menitik beratkan kepada faktor harga, produk, pelayanan, dan lokasi, untuk itu peneliti mengangkat judul penelitian tentang “Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Konsumen Berbelanja di Pasar Tradisional (Studi Kasus Konsumen Pasar Sentra Antasari Kota Banjarmasin)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka yang menjadi persoalan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah faktor harga, produk, lokasi dan pelayanan memengaruhi keputusan konsumen secara simultan untuk lebih memilih berbelanja di pasar tradisional Sentra Antasari Kota Banjarmasin dibandingkan dengan pasar modern?
2. Apakah faktor harga, produk, lokasi dan pelayanan memengaruhi keputusan konsumen secara parsial untuk lebih memilih berbelanja di pasar tradisional Sentra Antasari Kota Banjarmasin dibandingkan dengan pasar modern?

3. Faktor manakah yang lebih dominan dalam memengaruhi keputusan konsumen untuk berbelanja di pasar tradisional Sentra Antasari Kota Banjarmasin dibandingkan dengan pasar modern?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan diatas, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh faktor harga, produk, lokasi, dan pelayanan terhadap keputusan konsumen secara simultan untuk berbelanja di pasar tradisional Sentra Antasari Kota Banjarmasin dibandingkan dengan pasar modern.
2. Untuk mengetahui pengaruh faktor harga, produk, lokasi, dan pelayanan terhadap keputusan konsumen secara parsial untuk berbelanja di pasar tradisional Sentra Antasari Kota Banjarmasin dibandingkan dengan pasar modern.
3. Untuk mengetahui faktor manakah yang lebih dominan dalam mempengaruhi keputusan konsumen untuk berbelanja dipasar tradisional Sentra Antasari Kota Banjarmasin dibandingkan dengan pasar modern.

D. Signifikansi Penelitian

Sejalan dengan penelitian tersebut, penelitian ini diharapkan bermanfaat baik secara teoritis maupun praktis:

1. Teoritis

- a. Menjadi bahan masukan dan keilmuan untuk lembaga dalam mengevaluasi perkembangan dan perekonomian.
- b. Sebagai bentuk aplikasi keilmuan yang telah diperoleh peneliti selama masa perkuliahan, serta memperluas wawasan, pengetahuan dan pengalaman bagi penulis.
- c. Dapat digunakan sebagai pertimbangan bagi peneliti sebelumnya dan informasi pendahuluan bagi peneliti yang akan datang.

2. Praktis

- a. Menjadi bahan pertimbangan dan masukan dalam perencanaan, aktivitas dan kebijakan pada pasar, baik pasar tradisional maupun pasar modern, sehingga dapat memberikan hasil yang lebih baik dimasa yang akan datang.
- b. Dapat dijadikan pertimbangan dalam menyusun dan memberikan kebijakan yang sesuai dengan kondisi riil yang ada.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kekeliruan dan kesalahan dalam penelitian yang dikehendaki pada penelitian ini peneliti berusaha membuat definisi operasional sebagai berikut:

1. Keputusan adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan

memilih salah satu di antaranya.¹¹ Keputusan yang dimaksud peneliti disini adalah keputusan konsumen berbelanja di Pasar Sentra Antasari Kota Banjarmasin.

2. Konsumen adalah pemakai produk, pembeli produk.¹² Konsumen yang dimaksud peneliti disini adalah masyarakat yang berbelanja di Pasar Sentra Antasari Kota Banjarmasin.
3. Belanja adalah uang yang dikeluarkan untuk suatu keperluan; ongkos; biaya.¹³ Belanja yang dimaksud peneliti disini adalah uang yang dipakai untuk keperluan sehari-hari di Pasar Sentra Antasari Kota Banjarmasin.
4. Pasar tradisional adalah pasar yang pelaksanaannya bersifat tradisional tempat bertemunya penjual dan pembeli, terjadinya kesepakatan harga dan terjadinya transaksi setelah melalui proses tawar menawar harga.¹⁴ Pasar tradisional yang dimaksud peneliti adalah Pasar Sentra Antasari Kota Banjarmasin

F. Kajian Pustaka

Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya untuk mempermudah dalam pengumpulan data, metode analisis data yang digunakan

¹¹*Op.cit*, hlm. 415.

¹²Umi Kulsum dan Windy Novia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Kasikho, 2006), hlm. 391.

¹³Tim Penyusun Kamus, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005). hlm. 125.

¹⁴Sora N., *Pengertian Pasar Tradisional dan Ciri-cirinya*, <http://www.pengertianku.net/2015/04/pengertian-pasar-tradisional-dan-ciri-cirinya.html>, (7 Juni 2018).

dalam pengolahan data, maka peneliti mencantumkan hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini. Disamping itu untuk mengetahui persamaan dan perbedaan dari beberapa penelitian sebagai kajian yang dapat mengembangkan wawasan berfikir peneliti. Oleh sebab itu peneliti membuat kajian pustaka dari penelitian sebelumnya yang diantaranya sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Marnah (2010) yang berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Untuk Berbelanja di Hypermart Duta Mall Banjarmasin”. Persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti lakukan ialah sama-sama meneliti tentang keputusan konsumen dalam memilih tempat berbelanja. Namun perbedaannya adalah subjek yang diambil Saudari Marnah untuk penelitiannya adalah konsumen dipasar modern atau Hypermart Duta Mall Banjarmasin, sedangkan peneliti mengambil subjek yang diteliti adalah konsumen dipasar tradisional atau Pasar Sentra Antasari Kota Banjarmasin.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Fakhurrazi (2011) yang berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Konsumen Berbelanja Di Kawasan Wisata Kuliner Mandiri Tepian Sungai Martapura Banjarmasin”. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti ialah memiliki beberapa faktor yang sama yaitu produk, harga dan pelayanan. Namun perbedaannya adalah subjek yang diambil Saudara Fakhurrazi untuk penelitiannya adalah konsumen di kawasan wisata kuliner mandiri tepian Sungai Martapura Banjarmasin, sedangkan peneliti mengambil subjek yang diteliti adalah konsumen Pasar Sentra Antasari Kota Banjarmasin.

G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis (dugaan sementara), yaitu jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Artinya hipotesis akan menjadi acuan jika telah dibuktikan kebenarannya melalui penelitian.¹⁵ Hipotesis yang diajukan peneliti dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Hipotesis Secara Parsial

a. Harga.

H₀: Faktor harga tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen berbelanja di Pasar Tradisional Sentra Antasari Banjarmasin.

H_a: Faktor harga berpengaruh terhadap keputusan konsumen berbelanja di Pasar Tradisional Sentra Antasari Banjarmasin.

b. Produk.

H₀: Faktor produk tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen berbelanja di Pasar Tradisional Sentra Antasari Banjarmasin.

H_a: Faktor produk berpengaruh terhadap keputusan konsumen berbelanja di Pasar Tradisional Sentra Antasari Banjarmasin.

c. Lokasi.

H₀: Faktor lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen berbelanja di Pasar Tradisional Sentra Antasari Banjarmasin.

H_a: Faktor lokasi berpengaruh terhadap keputusan konsumen berbelanja di Pasar Tradisional Sentra Antasari Banjarmasin.

¹⁵Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian cet 1*, (Yogyakarta: Teras, 2009), hlm. 87.

d. Pelayanan.

H_0 : Faktor pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen berbelanja di Pasar Tradisional Sentra Antasari Banjarmasin.

H_a : Faktor pelayanan berpengaruh terhadap keputusan konsumen berbelanja di Pasar Tradisional Sentra Antasari Banjarmasin.

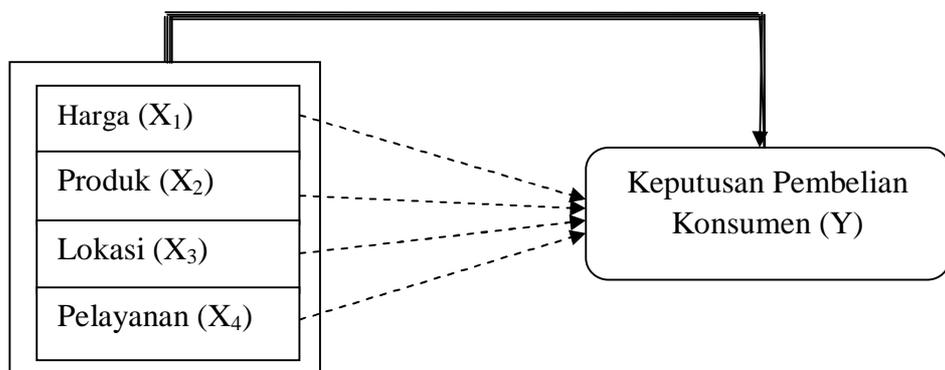
e. Hipotesis Simultan

H_0 : Faktor harga, produk, lokasi dan pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen berbelanja di Pasar Tradisional Sentra Antasari Banjarmasin.

H_a : Faktor harga, produk, lokasi dan pelayanan berpengaruh terhadap keputusan konsumen berbelanja di Pasar Tradisional Sentra Antasari Banjarmasin.

H. Kerangka Pemikiran

Untuk menjelaskan jalan pemikiran ini, peneliti mengajukan kerangka pemikiran yang disusun sebagai berikut:



Gambar 1.1. Kerangka Pemikiran

Keterangan :

══════════→ : Pengaruh Secara Simultan

-----→ : Pengaruh Secara Parsial

I. Sistematika Penulisan

Penyusunan skripsi ini terdiri dari lima bab yang mana disusun secara sistematis, dimana masing-masing bab akan membahas persoalan sendiri-sendiri namun dalam pembahasan saling berkaitan, dan dari tiap-tiap bab akan terbagi dalam sub bab, secara garis besar akan tersusun sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, berisikan latar belakang masalah yang menguraikan alasan peneliti memilih judul dan gambaran dari permasalahan yang diteliti, rumusan masalah, tujuan penelitian merupakan hasil yang diinginkan, signifikansi penelitian merupakan kegunaan hasil penelitian, definisi operasional untuk membatasi istilah-istilah dalam judul penelitian yang bermakna umum atau luas, kajian pustaka sebagai informasi adanya tulisan atau penelitian dari aspek lain, hipotesis penelitian merupakan dugaan sementara, kerangka pemikiran dan sistematika penulisan merupakan susunan skripsi secara keseluruhan.

Bab II Landasan Teori, berisi tentang kerangka teori yang berhubungan dengan pengertian pasar, harga, produk, lokasi, pelayanan, pengertian perilaku konsumen, pengertian keputusan pembelian dan proses keputusan pembelian.

Bab III Metode Penelitian, berisikan tentang jenis, sifat, dan lokasi penelitian, populasi dan sampel, data dan jenis data, teknik pengumpulan data,

desain pengukuran, variabel penelitian, teknik pengolahan dan analisis data dan tahapan penelitian.

Bab IV Laporan hasil penelitian yang memuat tentang gambaran umum subjek penelitian, deskripsi data, uji validitas dan reabilitas instrumen, hasil analisis uji regresi linier berganda dan pengujian hipotesis.

Bab V Penutup, dalam bab ini memberikan kesimpulan terhadap permasalahan yang diteliti yang telah dibahas dalam uraian sebelumnya. Selanjutnya akan ditentukan beberapa saran yang diperlukan.