

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Allah SWT telah menjadikan manusia masing-masing berhajat kepada yang lain, supaya mereka saling tolong menolong, tukar-menukar keperluan dalam segala urusan kepentingan hidup masing-masing, baik dengan jalan jual-beli, sewa-menyewa, bercocok tanam, baik dalam urusan sendiri maupun untuk kemaslahatan umum. Dengan cara demikian, kehidupan masyarakat menjadi teratur dan subur, serta pertalian yang satu dengan yang lain menjadi teguh. Akan tetapi, sifat tamak tetap ada pada manusia, suka mementingkan diri sendiri, supaya hak masing-masing jangan sampai tersia-sia dan juga menjaga kemaslahatan umum agar pertukaran dapat berjalan dengan lancar dan teratur, maka agama memberi peraturan yang sebaik-baiknya, karena dengan teraturnya muamalat, penghidupan manusia jadi terjamin pula sebaik-baiknya, perbantahan dan dendam-mendendam tidak akan terjadi.

Dalam mengatasi kemiskinan banyak hal dapat dilakukan oleh setiap manusia untuk memenuhi kebutuhannya masing-masing.

Allah SWT berfirman:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَأْكُلُوْا اَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا ﴿٥﴾

Q.S An-Nisa 29 dengan artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu (Departemen Agama RI, Al Qur'an dan Terjemahannya, hlm. 122).

Pelaksanaan perekonomian pun Islam diakui kebenaran dan keadilannya karena tentu saja Allah SWT telah menetapkan aturan-aturan dalam menjalankan ekonomi (Mustafa Edwin Nasotion Dkk, 1997, hlm. 3). Perdagangan dalam Islam bukan hanya mencari keuntungan semata tetapi juga dihubungkan dengan nilai-nilai normal, sehingga kita tidak dibenarkan mengambil keuntungan sebesar-besarnya tanpa memperdulikan keadaan pembeli (Muhammad Abdul Manan, 1993, hlm. 289).

Ajaran Ekonomi Islam, semua jenis transaksi dalam bisnis didasari oleh prinsip-prinsip yang menjadi pijakan dan patokan (Mustafa Kamal Rokan, 2013). Ekonomi Islam sungguh hadir tidak hanya dalam urusan perbankan, asuransi, reksadana, pasar modal, sukuk dan sejumlah bisnis lainnya. Dalam bisnis yang ada khususnya di daerah Kalimantan Selatan tepatnya di Kota Banjar terdapat bermacam-macam bisnis dalam ruang lingkup perniagaan. Seperti tempat kuliner, contoh warung makan, dan lain-lain yang pada umumnya masyarakat di daerah Sungai Lulut Kabupaten Banjar mencari nafkahnya dengan perniagaan (berdagang). Terlepas dari makanan yang lain ada di Sungai Lulut Kabupaten Banjar. Nama dari salah satu makanan yang umumnya di sukai dari berbagai kalangan. Pentol (Bakso tusuk) adalah sebutan untuk jajanan tradisional yang sama bentuknya. Seperti bakso namun kandungan dagingnya lebih sedikit, karena

pentol itu terbuat dari tepung beras, sehingga pentol banyak digemari masyarakat semua usia, dan semua kalangan. Dengan harganya yang ekonomis dan rasanya yang enak. Pentol banyak dijual oleh pedagang gerobak, atau pedagang keliling lainnya. Pentol jarang ditemukan di warung atau tempat makan lainnya, para pedagang pentol banyak dijumpai di kawasan sekolah, pasar, pabrik, kampus, dan tempat-tempat keramaian yang berada di kota ataupun desa. Pentol beraneka rasa macamnya, mulai dari pentol bulat, pentol isi telur puyuh, pentol tahu, pentol siomay, dan pentol goreng (Kuliner Khas Indonesia, 2009).

Istilah produksi berlaku untuk barang maupun jasa, karena istilah komoditi memang mengacu kepada barang dan jasa. Bahkan sebenarnya perbedaan antara barang dan jasa itu sendiri, dari sudut pandang ekonomi, sangat tipis. Keduanya sama-sama dihasilkan dengan mengarahkan modal dan tenaga kerja (Roger Leroy Miller & Roger E. Meiners, 1993, hlm. 249).

Pentol sering dihidangkan pada sebelum masuk sekolah, pulang sekolah, nyantai, dan malam hari ketika anak-anak tidur. Pentol juga dihidangkan menggunakan saos dan kecap.

Karena sampai banyak 13 orang (konsumen) yang meminati di tempat pentol tersebut. Bisnis Pentol di Sungai Lulut ini dari tempat, pelayanan, harga maupun promosi sebenarnya sama saja seperti bisnis yang lain yang khususnya bisnis Pentol di tempat lain. Seperti tempat atau lokasi yang biasa saja, biasa dalam artian sederhana, sama seperti penjual yang lainnya. Karena para konsumen

mencari yang murah yang terjangkau, rasanya enak dan cepat saji berbeda dengan pentol yang lainnya untuk asupan kepada pentol tersebut.

Banyaknya usaha tempat pentol yang ada di Kelurahan Sungai Lulut, maka konsumen harus jeli dan selektif dalam memilih tempat pentol yang akan dikunjungi. Khusus mengenai tempat pentol, saat ini di wilayah Sungai Lulut banyak berdiri Gerobak Pentol cepat saji. Varian rasa dan masakan yang disajikanpun beraneka ragam.

Mengenai Pentol di Sungai Lulut, menurut pengamatan peneliti ada sekitar 5 Gerobak Pentol yang terdapat di wilayah Sungai Lulut. Namun di antara Gerobak Pentol tersebut, berdasarkan pengamatan penulis, yang paling laris atau banyak konsumennya adalah Gerobak Pentol yang beralamat di Jalan Martapura Lama KM. 6,5, Sungai Lulut.

Menurut konsumen yang pertama saya wawancarai, pentol terasa sekali daging meski sedikit, menurut konsumen yang kedua mengatakan saosnya pun terasa beda dari saos penjual yang lain. Banyak pendapat konsumen yang mengatakan bahwa Pentol tersebut termasuk Pentol yang enak, hal ini pun banyak menarik konsumen untuk membeli dan mencicipi rasa dari pentol tersebut, tetapi kalau orang membeli dibungkus diberikan pamannya kuah dicampurkan ke dalam pentol itu harganya pun tetap sama. Karakter produsen kepada konsumen ramah tamah dan murah senyum, dan apabila kita membeli pentol tersebut akan diberikan bonus satu dan semua konsumen suka atau ketagihan untuk membeli pentol tersebut. dan tempatnya pun sangat strategis yaitu dipinggiran jalan yang

banyak orang lewat disekitar itu dan orang mudah untuk mampir membeli pentol tersebut. bisnis usaha yang di tekuni oleh Bapak Yahya yaitu bisnis berjual Pentol di Kelurahan Sungai Lulut di mulai sejak tahun 2010 bisnis ini berkembang hingga sekarang. Paman berjual ada 5 macam yaitu Pentol, Daging, Pentol Mini, Tahu, Tahu Goreng, dan Bakwan Mini. Paman berjualan setiap hari tetapi paman buka cuma dari jam 08.00 sampai habis pentol yang banyak itu (Hasil wawancara dengan pemilik usaha mikro pentol, bapak Yahya. Tanggal 4 Agustus 2019 jam 12.00 WITA). Setiap harinya 5 produk tersebut habis oleh konsumen yang datang silih berganti ke tempat bisnis tersebut.

Hal inilah yang mendorong penulisan tertarik untuk mengkaji lebih mendalam terutama apa yang membuat Pentol Sungai Lulut tersebut begitu disukai yang akan di tuangkan ke karya ilmiah dalam bentuk skripsi yang berjudul **“Persepsi Konsumen Pembelian Pentol Di Kelurahan Sungai Lulut Kabupaten Banjar”**.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana Persepsi Konsumen dalam Pembelian Pentol di Kelurahan Sungai Lulut Kabupaten Banjar?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui apa yang menjadikan Persepsi Konsumen Pembelian Pentol di Kelurahan Sungai Lulut Kabupaten Banjar.

D. Signifikasi Penelitian

Hasil dari penelitian ini nantinya diharapkan oleh berguna sebagai berikut:

1. Bahan kajian ilmiah tentang persepsi konsumen.
2. Bahan informasi dan rujukan konsumen terhadap bisnis tersebut.
3. Bahan pustaka bagi Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada khususnya dan Perpustakaan UIN Antasari pada umumnya.
4. Bahan masukan bagi peneliti yang ingin mengangkat masalah ini dari aspek yang berbeda.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kekeliruan dan kesalah pahaman dalam memahami penelitian ini dan menginprestasikan judul serta permasalahan yang akan penulis teliti dan sebagai pegangan agar lebih terfokusnya kajian lebih lanjut, maka penulis membuat definisi operasional sebagai berikut:

1. Persepsi adalah cara pandang atau pandangan seseorang terhadap suatu permasalahan berdasarkan pengetahuannya (Tim Penyusunan Kamus Pusat & Pengembangan Bahasa, 2003, hlm. 111). Persepsi yang dimaksud disini adalah pandangan atau penilaian konsumen terhadap kualitas pentol paman. Terdapat Harga, Pelayanan, Produksi dan Tempat.

a. Harga

Produsen menetapkan harga pertama kali ketika menciptakan produk baru, memperkenalkan produk reguler ke saluran distribusinya ke daerah baru, atau ketika perusahaan membuat kontrak kerja baru.

b. Pelayanan

Pelayanan secara sederhana bisa diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan maupun sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

c. Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

d. Tempat

Tempat adalah suatu tempat yang umumnya terdapat banyak orang yang berkumpul untuk melakukan suatu kegiatan baik secara terus menerus dan baik membayar maupun tidak membayar.

2. Pentol adalah sebutan untuk jajanan tradisional serupa seperti bakso namun kandungan dagingnya lebih sedikit, pentol itu yang ditusuk beri saos dan langsung dimakan.

Jadi, dari uraian di atas maka penulis simpulkan dari judul yaitu sebuah kecendrungan atau pun alasan, minat, kenapa konsumen memilih untuk melakukan transaksi jual beli ke Pentol di Kelurahan Sungai Lulut.

F. Kajian Pustaka

Untuk mengetahui dimana porsi yang penulis teliti, maka penulis memerlukan adanya kajian kepustakaan sehingga penulis mengetahui dimana posisi penelitian yang akan diteliti. Di antaranya adalah:

1. Skripsi, Eka Riyanti “Analisis Pengaruh Sosial Terhadap Keputusan Konsumen dalam Membeli Bakso Adit Gambut”. Skripsi ini membahas tentang bagaimana pengaruhnya sosial konsumen terhadap membeli bakso adit Gambut. Kesimpulan dari penelitian ini adalah faktor sosial mempunyai pengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli Bakso Adit, hal ini diperoleh berdasarkan data yang mana tingkat signifikansi 0,05 lebih kecil dari faktor sosial sebesar 0,000. Analisis secara persial kelompok referensi, peran dan status memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen untuk membeli Bakso Adit, dan menggunakan metode kuantitatif. Persamaan peneliti ini dengan peneliti yang akan penulis lakukan adalah sama membahas konsumen membeli produk, sedangkan perbedaannya penelitian ini membahas tentang analisis

pengaruh sosial, sedangkan yang saya teliti disini membahas tentang persepsi konsumen pembelian (Eka Riyanti, 2016).

2. Skripsi, Holymahbub Andrian, “Preferensi Konsumen Terhadap Mie Ayam Mulawarman di Kota Banjarmasin”. Skripsi ini membahas tentang bagaimana preferensi konsumen terhadap produk mie ayam Mulawarman. Kesimpulan dari penelitian ini adalah karena citra rasa Mie Ayam Telor, Mie Ayam Pentol, dan Mie Ayam Ceker yang membuatnya beda dari Mie Ayam yang lainnya. Dan produsen dalam menjaga eksistensi Mie Ayam Mulawarman belum semuanya sesuai dengan apa yang seharusnya dilakukan oleh produsen (pemasar), dengan berdasarkan teori-teori ekonomi Islam, dan menggunakan metode kualitatif. Persamaan peneliti ini dengan peneliti yang akan penulis lakukan adalah sama membahas cara pendapat konsumen membeli produk, sedangkan perbedaannya penelitian ini membahas tentang preferensi konsumen sedangkan yang saya teliti disini membahas tentang persepsi konsumen pembelian (Holymahbub Andrian, 2015).
3. Skripsi, Fakhurrazi, “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Konsumen Berbelanja Di Kawasan Wisata Kuliner Mandiri Tepian Sungai Martapura Banjarmasin”. Skripsi ini membahas tentang bagaimana pengaruh bauran pemasaran yang ingin berbelanja. Kesimpulan dari penelitian ini adalah regresi linier berganda menunjukkan bahwa bauran pemasaran (produk, Promosi, harga, dan lokasi) mempengaruhi minat

konsumen berbelanja di Kawasan Wisata Kuliner Mandiri Tepian Sungai Martapura Banjarmasin sebesar 38,3% yang ditunjukkan oleh *R Square*. Secara simultan (uji f), seluruh variabel bauran pemasaran (produk, promosi, harga, dan lokasi) berpengaruh terhadap minat konsumen berbelanja di Kawasan Wisata Kuliner Mandiri Tepian Sungai Martapura Banjarmasin. Secara parsial (uji t), variabel produk, promosi, harga, dan lokasi berpengaruh terhadap minat konsumen berbelanja di Kawasan Wisata Kuliner Mandiri Tepian Sungai Martapura Banjarmasin, dan menggunakan metode kuantitatif. Persamaan peneliti ini dengan peneliti yang akan penulis lakukan adalah sama membahas sama membahas konsumen membeli produk, sedangkan perbedaannya penelitian ini membahas tentang pengaruh bauran pemasaran terhadap minat konsumen sedangkan yang saya teliti disini membahas tentang persepsi konsumen pembelian (Fakhrurazi, 2015).

G. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pemahaman dan mempermudah peneliti ini agar sesuai dengan apa yang diinginkan, maka penulis perlu menyusun sistematika sedemikian rupa sehingga dapat menunjukkan hasil peneliti yang baik perlu dijabarkan melalui sistematika penulisan yang tersusun sebagai berikut:

Bab I berisi pendahuluan. Meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, kajian pustaka, dan sistem penulisan.

Bab II berisi landasan teori. Dalam bab ini membahas tentang teori yang berkaitan dengan teori persepsi dan teori konsumen.

Bab III berisi metode penelitian yang menguraikan secara lebih singkat mengenai metode yang digunakan untuk menggali data yang diperlukan, dalam bab ini memuat jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, dan sumberdata, teknik pengumpulan data dan teknik pengolahan data, dan teknik analisis data.

Bab IV berisi laporan hasil penelitian, berisi tentang penyajian data, matriks dan analisis data.

Bab V berisi penutup, dalam bab ini meliputi kesimpulan dan saran-saran dari hasil penelitian.