

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Islam merupakan agama yang sempurna, Karena agama islam adalah agama yang lengkap, diantaranya yang mengurus semua hal dalam kehidupan manusia, islam agama yang mampu menyeimbangkan antara kepentingan dunia dan akhirat, atau antara *hablum minallah* (hubungan dengan Allah SWT) dan *hablum minannas* (hubungan sesama manusia).

Untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, manusia sebagai makhluk sosial tidak lepas dari hubungannya dengan orang lain. Pergaulan hidup tempat setiap orang melakukan perbuatan dalam hubungannya dengan orang lain disebut “*mu’amalah*” atau perdagangan (Ahmad, 2000). Dalam agama Islam selain ajarannya yang pokok tentang keimanan dan ibadah kepada Allah, ajaran muamalah untuk mengatur hubungan sesama manusia tidak kalah pentingnya. ukuran keimanan seorang muslim tidaklah cukup dengan ibadahnya belaka, tetapi soal muamalah, sosial ekonomi dijadikan pula oleh Nabi sebagai ukuran bagi keimanan seseorang (Zaky, 2002).

Dalam ekonomi syariah, usaha makanan ringan pada toko Muslih sudah sesuai dengan syariat yang diajarkan agama islam karena beliau menggunakan akad dalam setiap bermuamalah atau jual beli. Islam juga mengajarkan untuk mengkonsumsi makanan yang halal dan baik sebagai mana dalam Al-Quran (Q.S Al-Maidah;88) yang berbunyi:

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

Artinya: “Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezezikikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya”.

Salah satu jenis sektor dalam perdagangan tumbuhnya usaha kecil dan menengah (UKM) yang ada di masyarakat sehingga turut berperan besar dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi nasional. Selain berperan dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi nasional juga turut membantu dalam penyerapan tenaga kerja, UKM berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan dan merupakan motor penggerak pertumbuhan aktivitas ekonomi nasional. Maka sangat pantaslah jika perhatian pada pengembangan sektor usaha kecil dan menengah (UKM) memberikan makna dan nilai tersendiri pada usaha tersebut, salah satu nilainya yaitu menekan angka kemiskinan suatu negara. Pertumbuhan dan pengembangan sektor UMKM sering diartikan sebagai salah satu indikator keberhasilan pembangunan, khususnya bagi negara-negara yang memiliki *income* perkapita yang rendah (Ina Primiana, 2009).

Salah satu contoh UKM yang ada di Indonesia adalah UKM yang bergerak dalam bidang makanan yaitu UKM makanan ringan, kebanyakan masyarakat Indonesia menyukai ngemil atau mengkonsumsi cemilan sebagai pengganti makanan berat atau mengkonsumsi di waktu santai hal ini yang menjadi kesempatan bagi para pelaku usaha dalam membuka usahanya sehingga tidak kita pungkiri baik itu dipasar ataupun di pinggir jalan banyak yang membuka toko dalam berjualan makanan ringan.

Kontribusi strategis sektor UKM ini membuat peran pemerintah harus terus mengembangkan pertumbuhan UMKM Indonesia tujuannya tidak lain untuk terciptanya kemandirian ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Salah satu cara yang dapat digunakan para pelaku usaha dalam bidang strategi pemasaran yang tujuannya meningkatkan minat beli konsumen adalah melalui pengaruh pemilihan lokasi usaha dan penetapan harga.

Pilihan lokasi sangat penting bagi setiap bisnis, dan merupakan kunci segala aspek pemasaran bagi eceran atau bisnis jasa. Lokasi pada usaha kecil menengah makanan ringan di Alabio bermula merintis usaha dari sentral pasar akan tetapi posisi toko berada di pojok pasar sehingga daya tarik oleh konsumen kurang karena keberadaan tempat toko tersebut kurang strategis sehingga pendapatan atau penghasilan relatif sama tidak ada peningkatan dalam usahanya.

Walaupun pendapatan atau penghasilan tidak ada peningkatan akan tetapi para pedagang toko tersebut masih tetap bertahan, sehingga banyak pedagang memberanikan diri berpindah lokasi yang awalnya di sentral pasar berpindah ke pinggir jalan dan menyewa bahkan mendirikan sendiri sebuah toko.

Selain itu penetapan harga yang ditawarkan para pedagang kepada konsumen relatif terjangkau sehingga hal ini yang menjadi daya tarik konsumen untuk berbelanja di toko makanan ringan tersebut. Padahal untuk

pengeluaran sewa toko relatif sama dengan harga sewa toko dengan pedagang UKM yang lain.

Berdasarkan uraian diatas, dalam penelitian ini penulis akan meneliti apakah minat beli konsumen di pengaruhi oleh faktor lokasi dan Harga. Sehingga judul yang diangkat dalam penelitian ini adalah “ **Pengaruh Lokasi dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Makanan Ringan di Alabio** “

B. Rumusan Masalah

1. Apakah pengaruh lokasi dan harga secara parsial terhadap minat beli konsumen pada UKM makanan ringan di Alabio ?
2. Apakah pengaruh lokasi dan harga secara simultan terhadap minat beli konsumen pada UKM makanan ringan di Alabio ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui pengaruh lokasi dan harga secara parsial terhadap minat beli konsumen pada UKM makanan ringan di Alabio.
2. Mengetahui pengaruh lokasi dan harga secara simultan terhadap minat beli konsumen pada UKM makanan ringan di Alabio.

D. Kegunaan Penelitian

Dari penelititan yang penulis lakukan ini, diharapkan dapat berguna sebagai :

1. Bahan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya di bidang ekonomi syariah dan salah satunya dibidang strategi pemasaran.
2. Kontribusi pengetahuan dalam memperkaya khazanah perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin pada umumnya dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Khususnya, serta pihak-pihak yang berkepentingan dalam hasil penelitian.
3. bahan bagi mereka yang melakukan penelitian lebih mendalam berkenaan dengan permasalahan dari sudut pandang berbeda.
4. Bahan masukan bagi para pelaku usaha UKM Makanan ringan yang ingin mengembangkan usahanya.
5. Bagi peneliti, sebagai sarana untuk mengaplikasikan berbagai teori yang diperoleh dibangku kuliah serta menambah pengalaman dan saran latihan dalam memecahkan masalah-masalah yang ada dimasyarakat sebelum terjun ke dalam dunia kerja sebenarnya.

E. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah penjabaran masing-masing variabel terhadap indikator-indikator yang membentuknya. Dalam penelitian ini indikator-indikator variabel tersebut adalah sebagai berikut :

1. Lokasi adalah tempat berdirinya suatu toko atau usaha untuk melakukan jual beli untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Kesalahan dalam keputusan penentuan lokasi dapat berakibat fatal terhadap penjualan barang itu sendiri. Adapun indikatornya yaitu: strategis, mudah

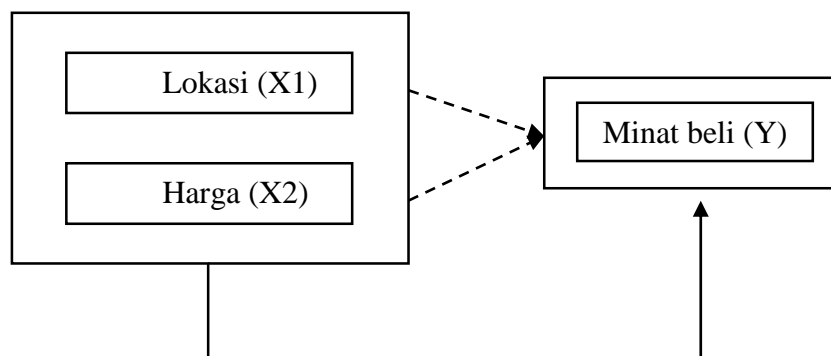
dijangkau, kelancaran akses menuju lokasi, tersedianya fasilitas umum seperti parkir, ATM Center, dan keamanan terjamin.

2. Harga adalah sejumlah uang yang dikeluarkan dalam satuan rupiah untuk mendapatkan suatu barang atau jasa yang diinginkan. Adapun indikatornya yaitu : harga barang terjangkau, harga yang bersaing, kesesuaian antara harga dengan kualitasnya, adanya harga *discount* dan promo waktu tertentu.
3. Minat beli merupakan sikap konsumen yang menunjukkan sejauh mana komitmennya untuk melakukan pembelian. Adapun indikatornya yaitu : pencarian informasi, adanya stimuli, keinginan dan kebutuhan untuk menggunakan produk, produk yang lengkap, serta ada promo.

F. Kerangka Pemikiran

Minat beli konsumen terhadap makanan ringan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu Lokasi dan Harga. melalui penelitian ini, penulis ingin menganalisis apakah diantara faktor tersebut mempengaruhi minat beli makanan ringan

Untuk menjelaskan tentang jalan pemikiran ini, maka penulis telah menyusun kerangka pikiran sebagai berikut :



Keterangan :

X1 = Lokasi

X2 = Harga

Y = Minat Beli

-----▶ = Secara Parsial

————▶ = Secara Simultan

G. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka berpikir tersebut hipotesis penelitiannya diuraikan sebagai berikut :

1. H_0 = Lokasi dan harga tidak berpengaruh terhadap minat beli ukm makanan ringan.

H_a = Lokasi dan Harga berpengaruh terhadap minat beli ukm makanan ringan.

2. H_0 = Lokasi tidak berpengaruh terhadap minat beli ukm makanan ringan.

H_a = Lokasi berpengaruh terhadap minat beli ukm makanan ringan

3. H_0 = Harga tidak berpengaruh terhadap minat beli ukm makanan ringan.

H_a = Harga berpengaruh terhadap minat beli ukm makanan ringan.

H. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian terdahulu yang penulis lakukan, penulis menemukan beberapa penelitian sebelumnya yang juga berkaitan dengan penelitian diantaranya:

1. Wahyunita Nur (10600112012) dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar yang berjudul “Pengaruh Lokasi, Keragaman Produk, dan Harga terhadap minat beli konsumen pada Giant Ekspres cabang Alauddin Makassar”. Penelitian ini membahas tentang lokasi, keragaman produk dan harga berpengaruh secara simultan, parsial terhadap minat beli serta manakah yang berpengaruh dominan terhadap minat beli konsumen. Perbedaan penelitian saya dengan penelitian terdahulu adalah dilihat dari subjeknya. Subjek penelitian saya bertempat di toko Muslih Alabio sedangkan penelitian terdahulu bertempat di Giant Ekspres cabang Alauddin Makassar. Sedangkan persamaannya adalah pada objek penelitian yaitu sama-sama meneliti tentang Lokasi, harga terhadap minat beli konsumen.
2. Siti Amina Buulolo (1100121394) dari program studi manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nias Selatan Teluk dalam yang berjudul “Pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi usaha terhadap minat beli konsumen pada UD. Putri Lolowa’u Kabupaten Nias Selatan”. Penelitian ini membahas tentang pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi usaha terhadap minat beli konsumen di UD. Putri Lolowa’u Kabupaten Nias Selatan. Perbedaan penelitian saya dengan penelitian terdahulu adalah dilihat dari subjeknya. Subjek penelitian saya bertempat di toko Muslih Alabio sedangkan penelitian terdahulu bertempat di UD. Putri Lolowa’u Kabupaten Nias Selatan. Sedangkan persamaannya adalah pada objek penelitian yaitu sama-sama meneliti tentang lokasi terhadap minat beli konsumen.

I. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang membahas dalam tiap BAB. Adapun sistematika penulisan penelitian sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan

Yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, definisi operasional, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, penelitian terdahulu, dan sistematika penulisan. Bab ini diperlukan untuk mengetahui secara detail dari kondisi dan latar belakang pelaksanaan dalam penelitian serta tujuan dan arahan penulisan hasil dari penelitian yang telah dilakukan.

BAB II Landasan Teori

Pada bab ini akan dijabarkan masalah-masalah yang akan dihubungkan dengan objek penelitian melalui teori-teori yang mendukung serta relevan dari buku atau literature yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti dan juga sumber informasi dari penelitian selanjutnya.

BAB III Metode Penelitian

Dimana penulis menguraikan tentang bagaimana penelitian ini dilakukan meliputi jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, Populasi dan sampel penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

BAB IV Hasil dan pembahasan

Yang berisi tentang hasil data serta jawaban atas rumusan masalah.

BAB V penutup

Yang berisikan tentang jawaban terhadap permasalahan dari isi skripsi secara keseluruhan yang akan dimuat dalam simpulan dan dilengkapi dengan saran-saran sebagai bahan pertimbangan pihak-pihak yang berkepentingan, dalam rangka untuk dapat lebih meningkatkan hasil yang akan dituju.

