

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kebutuhan Hidup atau keinginan itu sangat diperlukan bagi kehidupan manusia dan tanpanya manusia tidak dapat hidup dan. Di antara keinginan itu adalah makanan, pakaian, tempat tinggal dan lain-lain, yang disebut kebutuhan-kebutuhan hidup.

Pakaian. Setelah makanan maka disusul oleh pakaian yang merupakan kebutuhan pokok

وَاللَّهُ جَعَلَ لَكُمْ مِمَّا خَلَقَ ظِلًّا وَجَعَلَ لَكُمْ مِنَ الْجِبَالِ أَكْنُفًا وَجَعَلَ لَكُمْ سَرَابِيلَ تَقِيكُمُ الْحَرَّ وَسَرَابِيلَ تَقِيكُمُ بَأْسَكُمْ كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ نِعَمَتَهُ عَلَيْكُمْ لَعَلَّكُمْ تُسْلِمُونَ ٨١

Artinya: *Dan Allah menjadikan tempat bernaung bagimu dari apa yang telah Dia ciptakan, Dia menjadikan bagimu tempat-tempat tinggal di gunung-gunung, dan Dia menjadikan pakaian bagimu yang memelihara kamu dari panas dan pakaian (baju besi) yang memelihara kamu dalam peperangan ” (QS. Al-Nahl: 81).*

Dari penggalan ayat diatas menjelaskan sama dengannya Pakaian awalnya hanya dipergunakan untuk menutupi rasa malu dan ketelanjangan serta melindungi seseorang dari panas dan dingin, akan tetapi akibat kemajuan modern, ia berusaha menghiasi dirinya dengan pakaian tersebut. (Suprayitno, 2008, p. 35).

Dalam era globalisasi ini persaingan bisnis tidak dapat terelakkan. Pemasar yang akan menjual produknya, berupa barang dan jasa harus mampu memenuhi apa yang dibutuhkan dan diinginkan para konsumennya, sehingga bisa memberikan nilai yang lebih baik daripada lawannya. Pemasar harus mencoba mempengaruhi konsumen dengan segala cara agar pelanggan bersedia membeli produk yang ditawarkannya, bahkan yang semula tidak ingin, menjadi ingin membeli. Karena pada prinsipnya konsumen yang menolak hari ini belum tentu menolak hari selanjutnya, akibatnya muncul persaingan dalam menawarkan produk-produk yang berkualitas dengan harga yang mampu bersaing di pasaran. (Supranto, 2011, p. hal 10)

Pakaian pada masa ini sudah sangat jauh berbeda fungsinya dengan masa lalu, bila masa lampau pakaian mungkin hanya berfungsi sebagai pelindung tubuh dari terik matahari dan cuaca, maka pada saat ini pakaian juga berfungsi sebagai gaya hidup atau biasa disebut dengan *life style*. Tak dapat dipungkiri, dunia fashion telah mengakarkan pengaruhnya dengan kuat pada kehidupan manusia modern dalam menjalankan kebutuhannya.

Saat ini sudah banyak ditemui pakaian bekas atau baju bekas yang diimpor ke wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia. Baju bekas adalah barang yang sudah pernah dipakai dan dijual dalam keadaan masih layak untuk dipakai yang diperoleh dari kegiatan impor. (Wisnuwardhani, 2015, p. hal 4) Walaupun baju bekas namun begitu besarnya minat konsumen terhadap baju bekas impor

tersebut, baju tersebut mayoritas sangatlah ditunggu-tunggu dan diincar oleh konsumen.

Minat konsumen merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta beberapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. Dapat dikatakan bahwa minat pembelian merupakan pernyataan mental dari konsumen yang mencerminkan rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu. (Priansa, 2017, p. hal 164) Minat tersebut dapat mempengaruhi seberapa besar perhatian seseorang terhadap barang atau jasa yang diperjualbelikan oleh pedagang. Kegiatan yang dilakukan oleh seorang konsumen sangat bergantung pada kuat atau tidaknya minat yang ada pada diri seorang konsumen.

Minat konsumen dipengaruhi oleh beberapa Penyebab yang mempengaruhi minat konsumen terbagi menjadi dua yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Menurut Donni Juni Priansa faktor internal yang mempengaruhi minat konsumen meliputi pekerjaan, gaya hidup, motivasi, sikap dan keyakinan, sedangkan faktor eksternal yang mempengaruhi minat konsumen adalah budaya, sosial, harga dan kualitas. (Priansa, 2017, p. hal 82)

Saat ini sudah banyak ditemukan penjual baju bekas sepanjang jalan Jati. Kelurahan Pekapuran Kota Banjarmasin. ini memiliki banyak peminat untuk membeli dan mengenakannya banyaknya minat konsumen terhadap baju bekas

tersebut dapat dilihat dari banyak nya konsumen yang berkunjung pasar di Jalan Jati.

Untuk Pasar Menjual Baju Bekas ada beberapa berada di kota Banjarmasin Ada dua Pasar :

1. Pasar Jati Jl. P. Antasari, Pekapuran Raya, Kecamatan Banjarmasin Timur
2. Pasar Minggu Pagi, Jl. Pasar Baru dekat Pasar Cempaka, Kecamatan Banjarmasin Tengah (buka setiap Minggu pagi)

Tiap hari, toko ini ramai didatangi kalangan muda untuk mencari pakaian bermerek tapi dengan harga miring. Sopian mengatakan, pakaian-pakaian tersebut diambil melalui kapal barang setiap 3-4minggu sekali bersandar yang dibawa agen dari luar negeri. Biasanya, tiap pedagang membeli secara acak yang dibungkus dalam karung besar harga Rp 350-500 ribu per karung. “Setiap karung berisi celana, baju, topi, jaket hingga tuxedo. Biasanya dari negara China, Korea dan Thailand. Kalangan ABG sering ke sini untuk membeli pakaian agar terlihat modis,” tuturnya.

Setiap pakaian dihargai mulai dari Rp 20 ribu hingga Rp 150 ribu. Tergantung merek dan kondisinya. Dalam sehari para pedagang mendapatkan keuntungan Rp 500 ribu hingga Rp 2 juta, tergantung pengunjung dan barang yang datang (berita Kanal Kalimantan, 2017).

Strategi ini akan sangat baik untuk menaikkan minat beli konsumen karena harga merupakan bagian penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembeli seseorang. (Ferdinand, 2008, p. hal. 121) harga merupakan salah satu variabel penting dalam pemasaran, dimana harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk. Harga yang dianggap sesuai dengan kemampuan beli konsumen yang dilakukan pada pembelian dimasa lalu akan berpengaruh terhadap minat beli ulang dimasa yang akan datang pada suatu.

Selain berpengaruh terhadap minat beli ulang, harga dan kualitas produk juga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. (Kotler, 2008, p. hal 345) harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para konsumen untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Selain itu (Ratnasari, 2011, p. hal 117) produk yang mempunyai kualitas yang sama dengan produk lain, tetapi ditetapkan dengan harga yang lebih murah akan memberikan nilai plus tinggi kepada pelanggan sehingga produk konsumen akan merasa puas.

Sesudah harga, kualitas produk juga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kualitas produk (*product quality*) didefinisikan sebagai penilaian menyeluruh pelanggan atas kebaikan kinerja barang atau jasa. (Sangadji, 2013, pp. hal 188-189) Selain itu, kualitas produk merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Konsumen akan merasa puas bila hasil

penilaian mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. (Lupiyoadi, 2001, p. hal 158)

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul karena membandingkan kinerja atas produk (hasil) yang ditanggapi produk terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi harapan, maka pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen akan sangat puas dan senang. (Keller, 2009, pp. Hal. 138-139) Pelanggan yang merasa puas akan meningkatkan minat pembeli ulang terhadap produk tersebut pada masa yang akan datang. Hal ini sependapat dengan Tjiptono dan Chandra (2012:57-58) yang mengatakan bahwa kepuasan pelanggan memberikan sejumlah manfaat khusus, salah satunya berpotensi menjadi awal pendapatan masa akan datang (terutama melalui pembelian ulang, *cross selling*, dan *up selling*). Kepuasan akan mendesak konsumen untuk membeli ulang produk. Hasil penelitian ini yang dilakukan saya sendiri menunjukkan bahwa kepuasan merupakan variabel dengan pengaruh paling tinggi terhadap minat pembeli. (Sangadji, 2013, p. Hal. 181)

Produk baju bekas masih banyak diminati oleh masyarakat Banjarmasin padahal identik pakaian bekas tak jarang menemukan pakaian sudah belubang, kelihatan kusam, atau kancing yang tak utuh dan lain sebagainya yang membuat konsumen harus lebih teliti mencari barang yang dirasa bagus maka dari itu, saya tertarik untuk meneliti kepuasan dan pengaruh paling tinggi minat pembeli.

Ada yang namanya *trifling* yang trend dikalangan anak muda yaitu, aktivitas membeli atau mencari barang-barang bekas dengan tujuan untuk dipakai lagi. Belakangan ini *trifling* menjadi kegiatan yang cukup hits dan banyak diminati, karena banyak pelaku usaha memanfaatkannya dengan membuka usah *trifling*.

Penulis meneliti di Pasar Jati, di jalan Pangeran Antasari. Para pedagang baju bekas adanya di sepanjang jalan Pangeran Antasari sedangkan Pasar Jati itu merujuk ke jalan Pengapuran Raya disana terdapat yang benar Pasar Jati, pasar ini buka setiap pagi. Kenapa orang-orang atau pembeli Pasar Jati indentik dengan menjual baju bekas karena orang-orang dulu sering menjual baju bekas dipinggir jalan Pangeran Antasari tapi dijalan ini sangat panjang jadi para pembeli selalu menyebutkan di dekat Pasar Jati lambat laun orang-orang lebih enak menyebutnya baju bekas Pasar Jati.

Ada 25 toko di sepanjang jalan pekapuran 22 penjual baju bekas sedangkan 3 toko lainnya menjual pakaian baru, dan saya akan menyebarkan angket 10 toko yang terbilang ramai dikunjungi oleh pelanggan. Penelitian ini sengaja ditunjukkan kepada konsumen karena peneliti melihat banyak teman dan warga membeli pakaian bekas ini, pakaian ini bisa bersaing dengan baju yang ada di pasar dan kualitasnya dan style bisa meseuaikan dengan masa kini bukan Cuma itu harganya pun murah maka tidak salah warga/masyarakat tertarik untuk membeli baju bekas ini. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut, penulis

berkeinginan untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga dan Kualitas Terhadap Minat Beli Baju Bekas di Pasar Jati Kota Banjarmasin”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti memutuskan untuk menentukan rumusan masalah, yaitu :

1. Bagaimana Pengaruh Harga dan Kualitas secara Parsial terhadap Minat Beli Baju Bekas di Pasar Jati Kota Banjarmasin?
2. Bagaimana Pengaruh Harga dan Kualitas secara Simultan terhadap Minat Beli Baju Bekas di Pasar Jati Kota Banjarmasin?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui harga dan kualitas barang berpengaruh secara parsial terhadap minat pembeli
2. Untuk mengetahui harga dan kualitas barang berpengaruh secara simultan terhadap minat pembeli

D. Manfaat Penelitian

- a. Manfaat secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi dan juga diharapkan dapat berguna sebagai sumbangan pemikiran dan

pengembangan ilmu pengetahuan dibidang perdagangan khususnya tentang minat pembeli.

b. Manfaat secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan masukan bagi para pedagang Baju Bekas Sepanjang Jalan Jati Kota Banjarmasin dan diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan, masukan atau saran terhadap minat pembeli dalam berbelanja.

E. Definisi Operasional

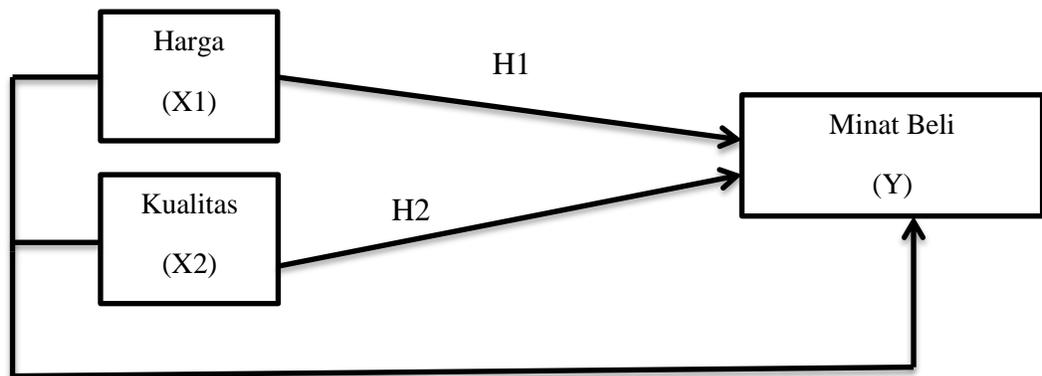
Upaya menghindari kekhilafan serta kesalahan yang akan terjadi pada maksud penelitian yang dilakukan agar sesuai dengan yang diinginkan, peneliti berusaha membuat definisi operasional yakni sebagai berikut:

1. Harga adalah nilai yang diberikan oleh konsumen terhadap barang atau jasa. Oleh karena itu, alat untuk menentukan harga produk terletak pada pemahaman terhadap nilai yang akan diberikan konsumen kepada produk. (Abdurrahman, 2013, p. hal.346). Harga di sini sebagai faktor ketertarikan orang akan membeli suatu barang.

2. Kualitas produk adalah segala sesuatu yang memiliki nilai di pasar sasaran dimana kemampuannya memberikan manfaat dan kepuasan, termasuk hal ini adalah benda, jasa, organisasi, tempat, orang, dan ide. (Husein Umar, 2003, p. hal.93). Kualitas disini maksudnya kualitas bahan, daya tahan lama, dan tampilan yang sangat menarik dan bisa bersaing dengan pakaian baru, juga yang mendukung *brand* luar negeri yang menambah citra kepercayaan diri si penggunanya.
3. Minat beli konsumen adalah niatan yang timbul dari dalam diri seseorang untuk melakukan pembelian suatu produk atau jasa dengan pertimbangan sebelum proses pembelian berlangsung. (Thamrin, 2003, p. hal.142). Minat beli di sini mempunyai hasrat dalam memilih seseorang akan membeli suatu barang yang ditawarkan.
4. Pakaian bekas adalah pakaian yang sudah pernah dipakai sebelumnya
5. Pasar Jati, merupakan pasar malam yang berada di kota Banjarmasin dengan memperdagangkan pakaian bekas seperti baju, celana, jaket, topi, sepatu, dan lain-lain.

F. Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini dapat diterangkan bahwa Harga dan Kualitas akan mempunyai pengaruh yang kuat pada Minat beli. Dengan kata lain jika minat beli telah sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan maka akan berpengaruh pada Harga dan Kualitas itu sendiri, dan sebaliknya. Metode penelitian dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1.1 Bagian Kerangka Pemikiran

G. Hipotesis Penelitian

Dari permasalahan di atas dapat disusun suatu hipotesis yang merupakan jawaban sementara dari permasalahan penelitian dan masih harus dibuktikan secara pengamatan yaitu :

Ha1 : Terdapat pengaruh antara Harga terhadap keputusan pembelian pakaian bekas di Pasar Jati Kota Banjarmasin

Ha2 : Terdapat pengaruh antara Kualitas produk terhadap keputusan pembeli pakaian bekas di Pasar Jati Kota Banjarmasin.

H. Kajian Pustaka

Untuk menghindari terjadinya penelitian dengan penelitian terdahulu serta untuk menegaskan bahwa penelitian ini belum pernah diangkat oleh peneliti yang lain sebelumnya, maka penulis melakukan pencarian dan penelaahan terhadap penelitian lain yang memiliki kaitan dengan penelitian ini. Adapun penelitian yang memiliki kaitan dengan penelitian ini adalah :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Fitri Diah Wardhani (1502040045) dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Prodi Ekonomi Syariah IAIN METRO “Faktor-faktor Minat Konsumen Terhadap Baju Bekas Di Toko Baju Bataman Ganjar Agung Kota Metro” Pada penelitian tersebut mencari tahu bagaimana minat masyarakat Kota Metro melalui metode kuantitatif dengan variabel yang telah ditentukan dengan subjek para pembeli dengan membeli pakaian yang dikenakan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti bertujuan untuk mencari tahu apa Faktor-faktor apa yang mempengaruhi minat konsumen terhadap baju bekas di sepanjang Jalan Jati, Banjarmasin dengan metode kuantitatif. subjek yang diambil oleh peneliti adalah Pembeli yang membeli baju yang tujuan dikenakan kembali.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Umbu Saga Ana Kaka Maheba (152214080) dari Fakultas Ekonomi prodi Manajemen Universitas Sanata Dharma Yogyakarta yang berjudul “Pengaruh Harga Dan Kualiatas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi”. Pada peneliti ini mencari pengaruh terhadap konsumen pada variable harga, dan kualitas produk .
3. Penelitian yang dilakukan oleh Yesi Indra Wahyu (142214163) jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. Pada penelitian yang berjudul “Faktor-faktor pendorong orang membeli pakaian bekas di Yogyakarta (Studi kasus pada mahasiswa Universitas Sanata Dharma Konsumen Pakaian). Pada penelitian ini membahas apa yang membuat orang terdorong membeli pakaian bekas. Sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti membahas tentang factor- faktor apa yang membuat konsumen membeli baju bekas di pasar jalan Jati Kota Banjarmasin.

I. Sistematik Penulisan

Sesuai dengan pedoman penulisan skripsi, maka peneliti akan membagi skripsi ini dalam 5 Bab, yaitu:

Bab I PENDAHULUAN, merupakan penjelasan berkenaan latar belakang masalah yang menerangkan alasan untuk memilih judul dan gambaran dari permasalahan yang diteliti. Permasalahan yang sudah digambarkan dari permasalahan yang diteliti. Permasalahan yang sudah digambarkan dirumuskan dalam rumusan masalah, setelah itu disusun tujuan penelitian yang merupakan hasil yang diinginkan. Kegunaan penelitian merupakan kegunaan dari hasil penelitian. Definisi operasional untuk membatasi istilah-istilah dalam judul penelitian yang bermakna umum dan luas. Kajian pustaka ditampilkan sebagai informasi adanya tulisan atau penelitian dari aspek lain. Adapun sistematika penulisan yaitu susunan skripsi secara keseluruhan.

Bab II LANDASAN TEORI, pada bab ini merupakan landasan teori yang menjadi rujukan untuk menganalisis data yang diperoleh. Berisikan tentang pengertian pemasaran, manajemen pemasaran, harga, kualitas produk, dan minat beli.

BAB III METODE PENELITIAN, bab ini peneliti menggunakan metode penelitian untuk menghubungkan antara teoritis dengan penelitian yang berisi jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, teknik

pengumpulan data, teknik pengolahan, teknik analisis data serta tahapan penelitian.

BAB IV ANALISIS DATA DAN LAPORAN PENELITIAN, bab ini berisi tentang gambaran umum berisi analisis data yang telah diperoleh dalam penelitian. Analisis data yang dilakukan meliputi analisis statistik yang digunakan untuk melakukan pengujian terhadap hipotesis penelitian.

BAB V PENUTUP, dalam bab ini merupakan bagian penutup yang berisikan kesimpulan dan saran-saran. Kesimpulan berisikan simpulan jawaban dari rumusan masalah yang diteliti. Sedangkan saran bersifat masukan untuk orang-orang terkait.