

BAB I

PENDAHULUAN

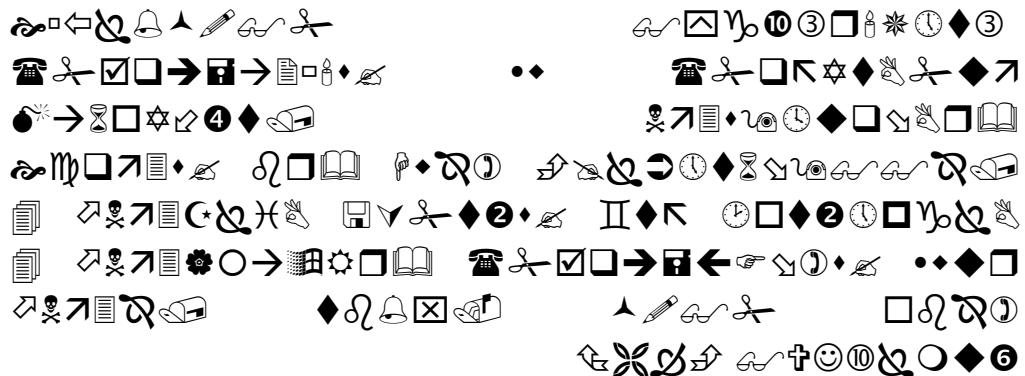
A. Latar Belakang Masalah.

Sejak Allah SWT mengutus Nabi Adam dan Siti Hawa ke Bumi puluhan ribu tahun yang lalu, aktivitas ekonomi telah muncul. Dalam hal pangan, pakaian, perumahan, dan transportasi, mereka adalah orang pertama yang mengandalkan kegiatan ekonomi yang berasal langsung dari alam (*food gathering*). (Manan, 2011, hal. 1). Salah satu wujud aktivitas ekonomi yang dilakukan individu untuk memenuhi kebutuhannya adalah melalui jalur perdagangan.

Perdagangan (*tijarah*) adalah membeli sesuatu dengan maksud menjualnya untuk memperoleh keuntungan, apakah keuntungan dapat terealisasi atau tidak. Sebagai komponen kehidupan, perdagangan bersifat horizontal, yang dapat berarti penyembahan. Selain itu, bisnis perdagangan memiliki penekanan khusus pada ekonomi syariah karena berhubungan langsung dengan sektor riil, sedangkan ekonomi syariah menekankan sektor riil dalam hubungannya dengan sektor moneter. (Jusmaliani dkk, 2009, hal 22).

Salah satu alasan munculnya keprihatinan manusia di alam semesta, menurut Allah SWT, adalah akumulasi kekayaan. Allah SWT menghendaknya demikian agar dapat memperoleh manfaat darinya. Metode perdagangan tertentu diatur oleh undang-undang ini. Menggunakan kekerasan dan penindasan untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan adalah destruktif, jadi perlu ada sistem yang

memungkinkan untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan tanpa menggunakan kekerasan dan penindasan. Sesuai dengan firman Allah SWT:



“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 maha penyayang kepadamu” QS Annisa : 29 (An-nabhani, 2009, hal. 149)

Nabi Muhammad SAW sebelum ditunjuk menjadi Nabi juga merupakan seorang pedagang serta terpilihnya beliau sebagai Nabi menunjukkan pentingnya ajaran Islam bagi perdagangan. Bahkan melebihi ajaran Yudaisme dan Kekristenan, bisnis menempatkan nilai tinggi pada aspek operasi mereka ini. Menurut (Mallet, 2000) “Adat istiadat hedonistik Mekkah diakhiri ketika nabi Muhammad SAW membawa Islam ke kota mekkah”. (Huda, 2017, hal. 46).

Pada perdagangan agar barang bisa sampai ke konsumen akhir diperlukan saluran penyebaran ataupun saluran pemasaran yaitu suatu bentuk bidang usaha yang terdiri berdasarkan lembaga– lembaga yang saling berhubungan dimulai dari tempat asal mula produk terbuat hingga pedagang terakhir dengan tujuan memindahkan produk dan kepemilikan sampai ke konsumen terakhir, ialah pelanggan individu ataupun konsumen bisnis. (Setyaningrum, 2015, hal 158).

Cara produsen menjual produk melalui serentetan perantara hingga pada penjual terakhir. Pada umumnya pedagang perantara terdiri atas dua macam, yaitu pedagang grosir (*wholesaler*) dan pedagang eceran (*retailer*). Pedagang perantara adalah perusahaan yang memberi jasa yang terkait secara langsung dengan penjualan dan pembelian produk yang mengalir dari produsen ke konsumen. (Setyaningrum, 2015, hal 158).

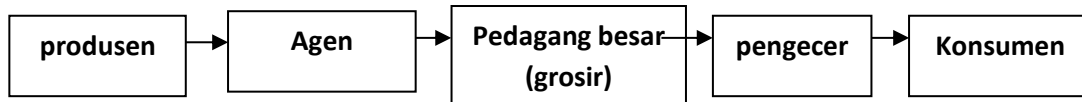
Perdagangan besar(grosir) merupakan suatu bagian bidang usaha yang membeli serta menjual lagi barang pada para pedagang dan penjual serta ataupun konsumen perusahaan, institusi, serta profitabel. Pedagang besar tidak menjual dalam jumlah signifikan kepada konsumen akhir.

Menurut Etzel (2011) “perdagangan besar ialah seluruh aktivitas yang secara langsung berkaitan dengan pemasaran barang serta pelayanan pada pebisnis serta organisasi lain untuk menjual kembali (*resale*), memproduksi barang dan jasa lain, atau mengoperasikan sebuah organisasi. Jika sebuah perusahaan menjual pakaian atau barang lain kepada toko pakaian atau toko barang lain untuk dijual kembali pada pada konsumen akhir, hal itu disebut perdagangan besar (*wholesaling*)”. (Setyaningrum, 2015, hal 190).

Pengeceran adalah sebuah aktivitas yang secara langsung berkaitan dengan barang serta pelayanan pada pelanggan akhir untuk dikenakan secara individu dan bukan untuk dijual kembali. Pada saluran distribusi maka pedagang eceran umumnya untuk mendapatkan barang dagangan mendapatkan barang pada pedagang besar (grosir) kemudian menjualnya kepada konsumen akhir. Seperti

pada tabel yang ada di merupakan pola distribusi barang dari produsen sampai sampai ke konsumen akhir. (Setyaningrum, 2015, hal 178).

Gambar 1.1
Pola saluran distribusi barang konsumsi



Melalui gambar diatas bisa disimpulkan bahwa antara pedagang eceran memiliki keterkaitan langsung kepada pedagang grosir dalam sistem saluran distribusi dimana pedagang eceran mendapatkan distribusi barang untuk dijual kepada konsumen melalui pedagang grosir. (muflih, 2006, hal. 67).

Hubungan antara pedagang grosir dan pedagang eceran adalah hal yang saling berkaitan dalam sistem saluran distribusi dimana untuk mendapatkan barang dagangan agar dijual kembali kepada pembeli akhir atau konsumen maka para pedagang eceran berbelanja pada pedagang grosir, sistem dari saluran distribusi ini adalah pedagang grosir membeli barang dalam jumlah yang besar dari para produsen serta agen agar bisa dijual kepada pedagang eceran yang kemudian akan menjualnya kembali pada konsumen akhir.

Seiring dengan perkembangan waktu bermunculan berbagai pedagang grosir yang menjual barang mereka dengan cara yang berbeda – beda, sehingga para pedagang eceran memiliki berbagai preferensi tersendiri untuk menentukan pada pedagang grosir mana mereka memutuskan untuk berbelanja.

Seperti yang terjadi di kecamatan Paringin yang terletak di Kabupaten Balangan dimana Kecamatan Paringin juga menjadi ibukotanya. Beberapa

penduduk Kecamatan Paringin ada yang membuka toko eceran, agar mendapatkan barang persediaan toko untuk dijual kembali ke konsumen akhir maka para pedagang eceran berbelanja pada pedagang grosir dengan berbagai preferensi.

Seperti yang diungkapkan oleh saudara Yudha Safari yang membuka toko eceran di depan rumahnya yang beralamat di Desa Teluk Keramat. Menurut beliau untuk menentukan pada pedagang grosir mana dipilih untuk berbelanja hal yang pertama yang diperhatikan adalah yang mana bisa memberikan harga termurah sehingga keuntungan yang diperoleh bisa lebih besar dan pedagang yang dianggap bisa memberikan harga termurah bisa mendapatkannya pada pedagang grosir pasar maupun luar pasar. Namun, hal itu bukanlah yang utama sebab apabila ada barang yang lebih penting membutuhkan efisiensi untuk membawanya maka beliau lebih mengesampingkan harga seperti contohnya pada produk air minum mineral botol dimana produk tersebut cukup sulit untuk dibawa karena cukup besar dan berat sehingga untuk beberapa produk beliau lebih memilih berbelanja pada pedagang *kampas* yang langsung mengantarkan barangnya ke toko meski harga cenderung lebih mahal. (Wawancara, 22 Maret 2022).

Begitu pula dengan bapak Marhat yang berjualan di desa Bayu, dikarenakan beliau memiliki angkutan berupa mobil *pick up* maka beliau tidak terlalu memperdulikan masalah efisiensi dalam membawa barang selama beliau mudah mengakses ke pedagang grosir dan preferensi yang beliau gunakan adalah harga, kemudahan akses, kelengkapan dan ketersediaan barang, sehingga beliau lebih memilih berbelanja pada pedagang grosir *pinggiran* dimana dari segi lokasi

lebih mudah diakses dan harga cenderung lebih murah serta pedagang grosir pasar dikarenakan ketersediaan dan kelengkapan barang. Ketika ditanyakan bagaimana berbelanja di pedagang *kampas* maka beliau menyatakan tidak sering sebab beliau merasa harga yang ditawarkan cenderung lebih mahal, barang yang kurang lengkap jenisnya serta terkadang mengalami keterlambatan datang. (Wawancara, 22 Maret 2022).

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti menyimpulkan bahwa dalam berbelanja untuk persediaan toko mereka, terdapat tiga jenis pedagang grosir yaitu ; pedagang grosir pasar, pedagang grosir *pinggiran* atau pedagang grosir yang membuka toko grosir di luar pasar dan pedagang grosir *kampas* atau pedagang grosir yang menjajakan barangnya ke pengecer langsung. Maka bersumber pada penjelasan itu peneliti tertarik untuk mengangkat permasalahan ini kedalam sebuah penelitian yang berjudul **“PREFERENSI PEDAGANG ECERAN DI KECAMATAN PARINGIN DALAM MEMILIH PEDAGANG GROSIR”**.

B. Rumusan Masalah

Dari permasalahan yang peneliti uraikan melalui latar belakang masalah itu, sehingga rumusan masalah pada penelitian ini ialah

1. Faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi preferensi pedagang eceran kecamatan Paringin dalam memilih pedagang grosir?
2. Jenis pedagang grosir mana yang menjadi pilihan utama dari pedagang eceran Kecamatan Paringin dalam berbelanja?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini merupakan :

1. Untuk mengetahui bagaimana preferensi pedagang eceran kecamatan paringin dalam memilih pedagang grosir.
2. Untuk mengetahui pada pedagang grosir mana yang menjadi pilihan utama dari pedagang eceran Kecamatan Paringin dalam berbelanja.

D. Signifikasi Penelitian

Ada pula manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini merupakan:

1. Secara teoritis.

Bisa menambah khazanah keilmuan serta pembendaharaan perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin dan sebagai bahan referensi untuk penelitian berikutnya yang memiliki hubungan dengan penelitian ini.

2. Secara praktisi.

Bisa digunakan sebagai rujukan oleh pihak atau instansi terkait untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari adanya kekeliruan serta agar tidak keluar dari pembahasan masalah yang diangkat pada penelitian ini sehingga penulis memberikan definisi operasional agar adanya batasan dan penegasan judul, yaitu sebagai berikut .:

1. Preferensi.

Menurut Kotler (2000) “Preferensi produk, barang, atau layanan adalah keputusan seseorang untuk menyukai atau tidak menyukainya”. (Lolowang, 2019, hlm. 100). Preferensi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah faktor – faktor yang mempengaruhi pedagang menyukai berbelanja pada suatu jenis pedagang grosir.

2. Pedagang eceran.

Pedagang yang menjual barang langsung kepada konsumen akhir dalam jumlah yang kecil. (Stapleton, 1995, hlm.176). pedagang eceran yang dimaksud adalah pedagang eceran yang berbelanja pada pedagang grosir kemudian menjualnya kembali kepada konsumen akhir.

3. Memilih.

Memilih adalah tindakan menentukan sesuatu yang dianggap sesuai dengan keinginan. (KBBI, 2005, hlm. 873). Maksud memilih dalam penelitian ini adalah tindakan oleh pedagang eceran untuk menentukan pada grosir mana yang dirasa sesuai keinginan untuk berbelanja.

4. Pedagang grosir.

Orang dagang yang menjual barang dalam jumlah besar serta biasanya menjadi perantara antara pabrik atau agen agar barang bisa terdistribusi pada pedagang eceran. (Stapleton, 1995, hlm. 220). Pedagang grosir yang dimaksud adalah pedagang yang membeli barang dari produsen dan agen dalam jumlah yang besar lalu menjualnya kembali pada pedagang eceran dan akhirnya dijual lagi ke konsumen atau pembeli akhir.

F. Kajian Pustaka

Untuk menghindari terjadinya penelitian dengan penelitian terdahulu serta untuk menegaskan bahwa penelitian ini belum pernah diangkat oleh peneliti yang lain sebelumnya, maka peneliti melakukan pencarian dan pengkajian terhadap penelitian lain yang memiliki kaitan dengan penelitian ini. Adapula penelitian yang memiliki kaitan pada penelitian ini ialah:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Miladia Nur (1605015053) dari jurusan perbankan syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang berjudul : *“Preferensi Pedagang di Pasar Mijen Menabung di BMT Walisongo Semarang.”* Memiliki persamaan pada objek yang diteliti yaitu preferensi pedagang serta pada jenis dan pendekatan penelitian yaitu penelitian lapangan dan menggunakan pendekatan diskriptif kualitatif, sedangkan perbedaannya terletak pada permasalahan yang diangkat yaitu pada penelitian ini mengangkat tentang preferensi pedagang dalam menabung di BMT sedangkan penelitian dari peneliti adalah tentang preferensi pedagang eceran dalam memilih pedagang grosir.
2. Penelitian yang dilaksanakan oleh Dyna Nitami (170101060928) dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ilmu Ekonomi Islam UIN Antasari Banjarmasin yang berjudul : *“Preferensi Pedagang Pasar Sederhana Teluk Dalam dan Pasar Teluk Tiram terhadap Penggunaan Produk Tabungan di Perbankan Syariah Banjarmasin”* pada penelitian tersebut memiliki persamaan pada permasalahan yang diangkat yaitu preferensi pedagang, namun subjek dari penelitian tersebut adalah

pedagang pasar di teluk dalam dan teluk tiram Kota Banjarmasin, selain itu perbedaan juga terletak pada jenis penelitian dimana penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif sedangkan penelitian dari peneliti menggunakan penelitian kualitatif.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Irma Irawati (90300115002) dari fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar yang berjudul : *“Analisis preferensi konsumen dalam berbelanja di pasar tradisional dan modern di kota Makassar”*. Penelitian tersebut memiliki persamaan objek dimana objek yang diteliti adalah preferensi, namun pada penelitian ini lebih menekankan tentang perbandingan preferensi antara konsumen yang berbelanja di pasar tradisional dan pasar modern di Kota Makassar sedangkan penelitian yang diangkat oleh peneliti adalah mencari tahu faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi preferensi dari pedagang eceran dalam memilih pedagang grosir. Sedangkan penelitian ini juga menggunakan penelitian kuantitatif sedangkan penelitian yang dilakukan oleh adalah penelitian kualitatif.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Putri Intan (1251010045) dari fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung yang berjudul : *“analisis preferensi pedagang pasar tradisional terhadap sumber permodalan dalam perspektif ekonomi islam (studi pada pedagang pasar bawah kota Bandar lampung)*. Pada penelitian tersebut memiliki persamaan pada objek penelitian yaitu preferensi pedagang serta pada jenis penelitian yaitu deskriptif kualitatif dan perbedaannya terletak

pada masalah yang diangkat dimana penelitian tersebut mengangkat tentang masalah preferensi sumber permodalan dari pedagang pasar tradisional sedangkan dalam penelitian ini peneliti mengangkat tentang preferensi untuk memilih pedagang grosir dari para pedagang eceran untuk persediaan toko mereka.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Deborah Fransiska S. (130501143) dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara yang berjudul : *“Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat dalam Berbelanja di Pasar Tradisional di Kota Medan”*. Pada penelitian tersebut memiliki persamaan membahas tentang preferensi namun perbedaannya adalah pada penelitian ini meneliti tentang bagaimana pengaruh faktor – faktor yang menjadi variabel dalam penelitian ini terhadap preferensi masyarakat dalam berbelanja di pasar tradisional di Kota Medan dengan jenis penelitian kuantitatif, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah mencari tahu faktor – faktor yang mempengaruhi preferensi pedagang eceran dalam memilih pedagang grosir dengan penelitian kualitatif.

G. Sistematika Penulisan

1. BAB 1 Pendahuluan, pada bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, kajian pustaka serta sistematika penulisan

2. BAB 2 Landasan Teori, pada bab ini berisi tentang berbagai teori yang digunakan oleh peneliti yang mempunyai keterkaitan dengan penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti.
3. BAB 3 Metode Penelitian, pada bab ini berisi tentang metode yang dilaksanakan oleh peneliti pada penelitian ini dimana menguraikan tentang teknik, prosedur serta instrument yang dipakai oleh peneliti untuk mengakulasi bermacam data yang berhubungan dengan penelitian ini.
4. BAB 4 Laporan Hasil Penelitian, berisi tentang jalannya penelitian dimana peneliti memaparkan hasil wawancara dan berbagai informasi yang berhubungan dengan penelitian ini.
5. BAB 5 Penutup, adalah bab penutup dalam penelitian ini dimana peneliti memaparkan mengenai hasil penelitian terhadap permasalahan yang diangkat oleh peneliti dan akan dipaparkan saran apabila dirasa perlu.