BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Dunia bisnis dan teknologi terus berkembang dari masa primitive sampai dengan masa modern. Untuk bisa menentukan perkembangan ini ialah dengan adanya perkembangan dari segi alat produksi dan kepemilikan alat produksi. (Darsono Prawironegoro, 2010, hlm. 2)

Hal ini ditandai dengan banyaknya bisnis modern yang bermunculan, fenomena ini tidak hanya terjadi di kota-kota besar di Indonesia saja tapi hampir diseluruh kota yang ada di Indonesia, yang menyediakan semua kebutuhan berbelanja di suatu tempat perbelanjaan. (Ma'ruf Abdullah, 2005, hlm. 24)

Fenomena persaingan disaat ini akan semakin mengarahkan sistem perekonomian negara manapun ke mekanisme pasar yang lebih baik, pada akhirnya akan memposisikan pemasaran untuk selalu mengembangkan dan merebut pangsa pasar. Dalam melaksanakan pemasaran yang baik, produsen harus mengetahui dahulu apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen dimasa sekarang. (Enos Korowa, 2018, hlm.27)

Pada dasarnya pasar diartikan sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli, atau tempat di mana permintaan dan penawaran bertemu untuk suatu.

harga. Pendapat lain mengatakan pasar merupakan sekelompok orang yang diorganisasikan untuk melakukan tawar menawar sehingga terbentuk suatu harga. (Adiwarnan A.Karim, 2007, hlm. 6)

Perbedaan pasar tradisional dan pasar modern bisa dilihat dari cara transaksinya yaitu pada pasar tradisional bisa melakukan tawar-menawar, sedangkan pasar modern tidak bisa melakukan proses tawar-menawar. Fasilitas tidak bisa menjadi tolak ukur untuk menentukan tradisioal atau modern nya sebuah pasar. Apabila disuatu pasar tidak bisa melakukan tawar-menawar maka dapat dikategorikan sebagai pasar modern. (Akhmad Mujahidin, 2019, hlm. 142)

Di dalam sistem ekonomi pasar, konsumen akan melakukan pilihan terhadap semua barang yang diinginkan berdasarkan materi yang dimiliki. Dalam rumah tangga setiap bulannya akan memerlukan berbagai macam barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari yang berbeda. Rumah tangga sebagai pelaku ekonomi yang rasional akan melakukan pilihan yang tepat untuk mengkonsumsi barang dan jasa yang diperukannya. (Arif Yusuf, 2017, hlm. 53)

Secara Sistematis bahwa konsumen cenderung memilih tempat berbelanja yang menawarkan produk bervariasi dan lengkap, luas, dan kualitas keragaman barang yang ditawarkan oleh penjual. Ketersediaan barang pada suatu pasar meliputi variasi merk yang banyak, tipe dan ukuran kemasan yang dijual, macam-macam rasa dari suatu produk. Bagi sebuah pasar kelengkapan barang dagangan

merupakan faktor yang penting untuk menarik konsumen. (Raharjani, 2005, hlm. 6)

Hal ini sangat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk berbelanja di pasar tradisional maupun di pasar modern. Begitu juga di Kota Banjarmasin, di mana jumlah pasar modern semakin mengalami pertambahan. Berikut adalah data mengenai jumlah pasar tradisional dan pasar modern di Kota Banjarmasin.

Tabel 1.1 Data Jumlah Pasar Di Kota Banjarmasin Tahun 2021

Kecamatan	Pasar Tradisional	Pasar Modern
Banjarmasin Selatan	3	-
Banjarmasin Timur	4	2
Banjarmasin Barat	5	-
Banjarmasin Tengah	46	3
Banjarmasin Utara	2	-
Jumlah	60	5

Sumber : BPS, 2021

Dalam tabel 1.1 terlihat beberapa pasar modern bermunculan di Banjarmasin yang mengakibatkan meningkatnya persaingan antar pasar tradisional dan pasar modern. Di dalam pasar modern sendiri menjual bermacam-macam barang mulai dari keperluan sehari-hari seperti makanan siap saji, makanan kemasan, sabun, sampo, baju, sepatu, sandal, alat-alat rumah tangga, alat-alat listrik, dan masih banyak lainnya.

Menurut penelitian yang dilakukan Yanti (2017) pelayanan sangat mempengaruhi kepuasan konsumen untuk memilih tempat belanja. Sedangkan menurut I Made Dangsina (2014) kelengkapan produk mempunyai hubungan yang positif atau sejalan terhadap variabel dependen yaitu keputusan konsumen berbelanja.

Berdasarkan observasi awal, walaupun pasar modern seperti Indomaret, Alfamart, dan Giant yang memiliki perbedaan dengan pasar tradisional, seperti yang dapat dilihat dari segi tempat dan pelayanan yang bagus tetapi para konsumen masih banyak yang melakukan transaksi di pasar tradisional. Pasar tradisional sendiri memiliki keunggulan tersendiri seperti, pasar tradisional memiliki banyak toko-toko di dalamnya membuat para konsumen dapat memilih untuk membeli barang yang dibutuhkan dan mempercepat terjadinya transaksi pembayaran. Di sini peneliti ingin mengetahui secara pasti faktor yang membuat para konsumen masih berbelanja di pasar tradisional yang dilihat dari dua variabel yaitu variabel pelayanan dan kelengkapan produk di pasar tradisional.

Berdasarkan uraian di atas peneliti melakukan penelitian dan menuangkan hasil penelitian ini dalam bentuk skripsi dengan judul **"Pengaruh Pelayanan dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Bertransaksi Di Pasar Tradisional"**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka masalah yang akan diteliti dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah variabel pelayanan dan variabel kelengkapan produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen untuk bertransaksi di pasar tradisional?
2. Apakah variabel pelayanan dan variabel kelengkapan produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan konsumen untuk bertransaksi di pasar tradisional?

C. Tujuan Penelitian

Dari latar belakang dan rumusan masalah di atas maka tujuan yang hendak dicapai oleh peneliti dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui variabel pelayanan dan variabel kelengkapan produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen untuk bertransaksi di pasar tradisional.
2. Untuk mengetahui variabel pelayanan dan variabel kelengkapan produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan konsumen untuk bertransaksi di pasar tradisional.

D. Signifikansi Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada pihak yang berkepentingan diantaranya:

1. Bagi Peneliti

   Penelitian ini diharapkan dapat menjadi penerapan keilmuan yang telah didapat peneliti selama masa perkuliahan serta memperluas wawasan, pengetahuan, dan pengalaman.

2. Bagi Mahasiswa

   Penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan, menjadi bahan referensi, sebagai bahan tambahan untuk kajian selanjutnya dalam permasalahan yang serupa untuk pengadaan penelitian lebih mendalam.

3. Bagi Perguruan Tinggi

   Sebagai kontribusi dari penulis untuk menambah khazanah keilmuan dan karya ilmiah perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin dan perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

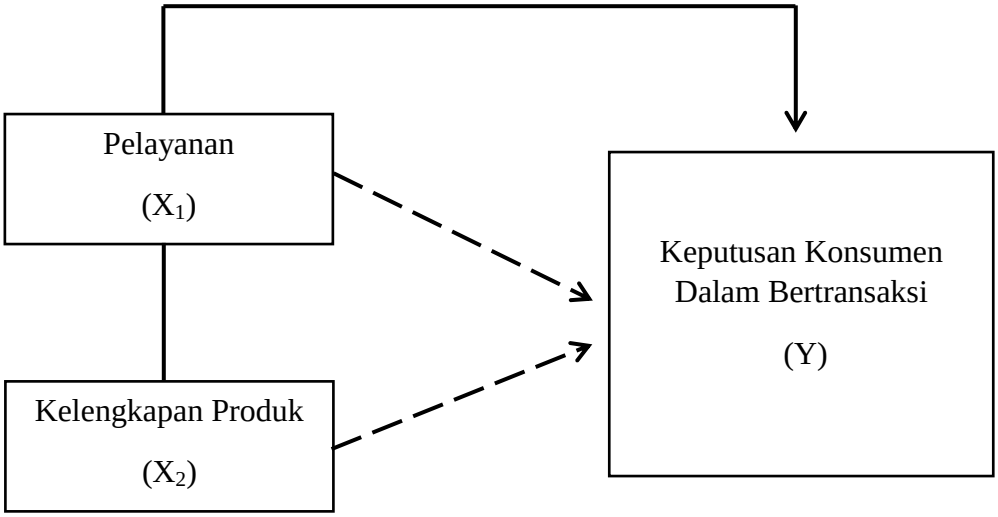
E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahpahaman dan kekeliruan dalam menginterpretasikan judul serta permasalahan yang akan peneliti teliti dan sebagai pegangan agar lebih fokusnya kajian lebih lanjut, maka peneliti membuat definisi operasional sebagai berikut:

1. Pelayanan, perbuatan yang dilakukan dengan cepat dan memuaskan. (KBBI, 2010, hlm. 674). Pelayanan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pelayanan yang diberikan penjual terhadap para konsumen untuk memberikan rasa sopan dan ramah terrhadap para konsumen agar konsumen merasa nyaman saat berbelanja.
2. Kelengkapan produk, kelengkapan ialah segala yang sudah dilengkapkan (KBBI, 2010, hlm. 692), dan produk ialah barang yang dibuat dan ditambah nilainya dalam proses produksi. (KBBI, 2006, hlm. 548). Kelengkapan produk yang dimaksud dalam penelitian ini adalah variasi produk yang dijual, keragaman produk yang dijual, bermacam merek produk yang dijual dan ketersediaan produk yang dijual, untuk memudahkan para konsumen dalam memilih barang yang dibutuhkan.
3. Pasar Tradisional, Pasar ialah tempat orang berjual beli (KBBI, 2007, hlm. 833), dan Tradisional ialah yang selalu berpegang teguh pada norma dan adat kebiasaan yang ada secara turun temurun (KBBI, 2007, hlm. 1208). Pasar tradisional yang dimaksud dalam penelitian adalah pasar tradisional di kota Banjarmasin di mana orang melakukan transaksi jual beli dengan masih menggunakan metode yang terdahulu.

F. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan hal tersebut di atas maka dibutuhkan kerangka teori sebagai berikut:



Gambar 1.2

Kerangka Pemikiran

Keterangan :

→ : Pengaruh secara simultan antara variabel Pelayanan dan variabel Kelengkapan produk terhadap keputusan konsumen dalam bertransaksi.

- - - - - → : Pengaruh secara parsial antara variabel Pelayanan dan variabel kelengkapan Produk terhadap keputusan konsumen dalam bertransaksi.

G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan sementara yang di dalamnya mengandung sebuah kemungkinan benar atau kemungkinan juga salah. Hipotesis tersebut akan ditolak jika ternyata salah, dan hipotesis tersebut akan diterima jika ternyata fakta-fakta dibenarkan. Oleh karena itu peneliti akan mengajukan hipotesis berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Hipotesis yang diajukan oleh penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Secara Parsial

   H_0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel pelayanan dan variabel kelengkapan produk terhadap keputusan konsumen dalam bertransaksi di Pasar Tradisional.

   H_1 = Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel pelayanan dan variabel kelengkapan produk terhadap keputusan konsumen dalam bertransaksi di Pasar Tradisional.

2. Secara Simultan

   H_0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel pelayanan dan variabel kelengkapan produk terhadap keputusan konsumen dalam bertransaksi di Pasar Tradisional.

   H_1 = Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel pelayanan dan variabel kelengkapan produk terhadap keputusan konsumen dalam bertransaksi di Pasar Tradisional.

H. Kajian Pustaka

Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya untuk mempermudah dalam mengumpulkan data, metode analisis data yang digunakan dalam pengelolaan data, maka peneliti mencantumkan penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini. Di samping itu untuk mengetahui persamaan dan perbedaan dari beberpa penelitian sebagai kajian yang dapat mengembangkan wawasan berfikir peneliti.

1. Hairianami (2015), dengan judul Peran Pemerintah Dalam Pemberdayaan Pasar Tradisional Di Tengah Maraknya Pasar Modern (Studi Pada Pasar Ulin Raya) Di Banjarbaru. Dalam penelitian ini dihasilkan: hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peran pemerintah melalui pengelolaan pasar dalam pemberdayaan pasar tradisional Ulin Raya di tengah maraknya pasar modern telah berupaya memberikan pelayanan dan pengelolaan secara maksimal bila dilihat dari pelaksanaan tugas atau tanggaung jawab yang telah diemban dilaksanakan dengan baik. Sedangkan kendala yang dihadapi oleh pengelola Pasar Ulin raya dalam pemberdaya tersebut adalah sulitnya mengatasi masalah kebersihan lingkungan Pasar Ulin raya yang sangat luas dan terkait masalah sulitnya mengatur para pedagang.

   Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah sama ingin mengetahui pengaruh adanya pasar modern terhadap pasar tradisional.

Adapun perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Hairianami dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah peneliti mengambil sampel terhadap para konsumen pasar tradisional.

2. Yanti (2017), dengan judul Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Alfamart Kapuas. Dalam penelitian ini dihasilkan: berdasarkan analisis data maka dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan yang terdiri dari *tangible, reliability, responsiveness, assurance,* dan *emphaty* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen Alfamart Kapuas sesuai dengn uji F dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$ (12,950 > 1,91). *Tangible* menjadi variabel yang paling dominan memberikan pengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen Alfamart Kapuas sesuai dengan uji t dimana t_{hitung} (5,658 > 1,66055).

   Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah sama-sama ingin mengetahui kepuasan pelayanan terhadap keputusan konsumen.

   Adapun perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Yanti dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah peneliti meneliti keputusan konsumen terhadap pelayanan dan kelengkapan produk di pasar tradisional, sedangkan peneliti sebelumnya meneliti pelayanan Alfamart Kapuas terhadap keputusan konsumen.

3. I Made Dangsina Wibawa (2014), dengan judul Analisis Pengaruh promosi, Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan, Kenyamanan

Berbelanja Terhadap Keputusan Konsumen Pembelian Pada Waserba Tenera Asahan. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa dari . pengujian hipotesis menggunakan uji t keempat variabel independen yang diteliti terbukti secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian. Kemudian melalui uji f dapat diketahui bahwa secara bersamaan keempat variabel tersebut mempengaruhi keputusan penelitian. Angka *adjusted R square* sebesar 0,570 menunjukkan bahwa variabel independen dapat menjelaskan 57% keputusan pembelian sedangkan sisanya 43% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilaukan adalah sama mengambil variabel pelayanan dan kelengkapan produk.

Adapun perbedaan penelitian yang dilakukan peneliti adalah daerah penelitian tersebut.

I. Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penelitian ini disusun dalam lima bab, sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan yang meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi oprasional, kerangka penelitian, hipotesis penelitian, kajian pustaka, dan sistematika penelitian.

BAB II: landasan teori, bab ini membahas tentang masalah-masalah yang berhubungan dengan objek penelitian melalui teori-teori yang mendukung serta

relevan dari buku atau literature yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Pada bab ini disajikan mengenai pengertian harga, kelengkapan produk dan minat beli masyarakat.

BAB III: Metode penelitian, terdiri dari jenis, sifat dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, skala pengukuran variable,instrumen penelitian, uji instrument, dan teknik analisis data.

BAB IV: Hasil dan pembahasan yang berisi tentang hasil penelitian analisis data serta jawaban atas rumusan maslalah.

BAB V: Penutup, yang berisi simpulan dan saran. Peneliti memberikan simpulan dan memberikan saran-saran sebagai masukan pemikiran terhadap hasil analisis pembahasan.