

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG MASALAH

Beberapa faktor yang menjadi keputusan konsumen berbelanja untuk mendapatkan barang dan jasa yang dibutuhkan menjadi pertimbangan yang penting bagi setiap penjual yang ada di pasar.

Penjual (pemasar) perlu mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumennya. Terutama mengetahui apa saja yang dibutuhkan konsumen, kapan konsumen membutuhkan. Karena dengan mengetahui secara tepat kebutuhan dan keinginan konsumennya maka, penjual akan mampu memberikan produk dan jasa dengan kualitas yang unggul seperti yang diinginkan konsumennya. Serta akan menuntun pemasar pada pembuatan strategi pemasaran yang tepat dan efisien.

Dalam konteks Manajemen Operasional pasar dapat dibagi menjadi 2 bagian yaitu : Pasar Tradisional dan Pasar Modern. Dalam Peraturan Presiden RI No. 122 tahun 2007 mendefinisikan pasar modern atau toko modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk *Minimarket*, *department store*, *hypermarket* ataupun grosir. Sedangkan Pasar Tradisional adalah pasar yang dibangun dengan tempat usaha berupa kios, los dan tenda dengan skala usaha kecil, modal kecil dengan proses jual beli tawar menawar. Pasar Tradisional dan Pasar Modern mempunyai tujuan yang sama yaitu sama-sama menyediakan kebutuhan masyarakat.

Menurut Iswari dan Suryandari (2013) menyatakan ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian bahkan mempunyai loyalitas dapat diukur dengan variabel harga, pelayanan, kualitas, lingkungan fisik, lokasi, dan keragaman barang. Salah satu kelebihan pasar tradisional adalah harga yang dijual pedagang dapat ditawar oleh pembeli, sehingga harga yang terjadi adalah persetujuan dari penjual dan pembeli. Oleh karena itu, disini pembeli harus pintar dalam menawar harga. Pada umumnya konsumen akan memilih pasar tradisional yang letaknya strategis, seperti ditengah kota, dekat dengan rumah penduduk. Adapun pemilihan tempat yang strategis tersebut diharapkan agar mudah dijangkau dengan kendaraan pribadi maupun dengan kendaraan umum. Konsumen yang tergolong dalam kelas menengah kebawah dan tidak mempunyai kendaraan pribadi lebih sering berbelanja pada pasar tradisional, karena lebih hemat pada biaya transportasinya. Tidak hanya Pasar Tradisional, Pasar Modern pun mempunyai banyak kelebihan yaitu tempat jualan yang bersih, menjual barang-barang yang telah dikemas, menempatkan barang dagangan sesuai keinginan konsumen sehingga konsumen tidak perlu repot-repot berkeliling.

Pemasar dapat mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumennya, salah satunya melalui perantara (saluran distribusi) yang digunakan dalam penyebaran produknya yaitu melalui perdagangan eceran (retailing). Dimana pedagang eceran merupakan rantai terakhir saluran distribusi di dalam menyampaikan suatu produk yang dihasilkan produsen sehingga sampai ke tangan konsumen.

Hasil penelitian Shara Noor W. Di pasar tradisional kota Semarang menyatakan bahwa faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, penelitian Ester B.A Purba, Rahmanta Ginting, Satia Negara Lubis. Di pasar tradisional kota Medan menyatakan faktor kualitas produk, faktor lokasi, faktor harga berpengaruh dominan pada keputusan pembelian, sedangkan faktor peranan orang lain atau keluarga dan faktor pelayanan pasar tidak berpengaruh dominan pada keputusan pembelian. Serta umur konsumen, tingkat pendidikan, penghasilan dan jumlah tanggungan tidak terdapat hubungan yang signifikan dengan keputusan pembelian konsumen di pasar tradisional, penelitian dari Firman Maulana dan Saino. Di pasar Tradisional Progo, Desa Tropodo, Waru- Sidoarjo menyatakan bahwa faktor kebutuhan fisiologis dan budaya berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dari hasil penelitian diatas penulis tertarik untuk meneliti keputusan konsumen berbelanja pada pasar tradisional khususnya pada pasar Tangor kota Pekanbaru. Pasar Tangor merupakan pasar tradisional yang terletak di jalan Lintas Timur Kelurahan Kulim Kecamatan Tenayan Raya dengan luas tanah lebih kurang dua setengah Hektar. Pasar Tangor menjual berbagai macam kebutuhan sehari-hari maupun rumah tangga, Pasar Tangor bisa dikatakan pasar tradisional di pekanbaru yang banyak peminatnya, pasar tangor menjual berbagai jenis kebutuhan sehari-hari seperti: cabe, bawang, ikan, ayam, jajanan tradisional dan lain sebagainya.

Pasar Tangor bukan hanya menjual kebutuhan rumah tangga saja, pasar ini juga menjual kebutuhan pertanian seperti pupuk, bibit dan lain sebagainya. Lokasinya pun strategis dekat dengan tempat tinggal konsumen, dan lahan pasar yang cukup luas sehingga banyak pedagang bisa memanfaatkan lahan pasar untuk berjualan disana.

Adapun keistimewaan yang dimiliki pasar tradisional ini dibandingkan dengan swalayan-swalayan besar adalah konsumen bisa menawar barang dagangan yang ingin dibeli sedangkan di swalayan besar seperti Giant sudah ditetapkan. Dibalik keistimewaan pasar tradisional juga mempunyai kekurangan yaitu fasilitas yang kurang memadai, contohnya: lapak-lapak pedagang yang masih berserakan, jika hujan maka pasar tradisional akan becek yang akan membuat konsumen kalangan atas enggan untuk berbelanja ke pasar tradisional tersebut.

Diera perekonomian yang menurun saat ini banyak masyarakat yang berfikir untuk berbelanja di swalayan besar, karena harganya yang mahal sehingga banyak masyarakat lebih memilih ke pasar tradisional karena harganya lebih sesuai dengan keadaan ekonomi masyarakat saat ini.

Pasar Tangor ini beroperasi setiap hari, namun hari-hari pasar yang ramai adalah hari Kamis dan Minggu.

Berikut adalah hari pasar dan jumlah pedagang Pasar Tangor

Tabel 1.1
Hari Pasar dan Jumlah Pedagang Pasar Tangor Kota Pekanbaru

No	Hari Pasar	Jumlah Pedagang
1.	Senin	70 Orang
2.	Selasa	70 orang
3.	Rabu	70 orang
4.	Kamis	200 orang
5.	Jum'at	70 orang
6.	Sabtu	150 orang
7.	Minggu	350 orang

Sumber : Pengelola pasar tangor

Tidak hanya mempunyai lapak saja dipasar Tangor juga mempunyai ruko ataupun kios kecil untuk berjualan.

Berikut adalah jumlah kios dan ruko yang ada di pasar Tangor

Tabel 1.2
Jumlah Ruko dan Kios yang ada di Pasar Tangor Kota Pekanbaru

No	Jumlah Ruko	Jumlah Kios	Total
1	40	60	100

Berdasarkan uraian diatas, maka menarik untuk dilakukan penelitian tentang **“Analisis Keputusan Konsumen Berbelanja Di Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Tangor Kota Pekanbaru)”**

1.2. PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat ditemukan permasalahan dalam penelitian ini yaitu : **“Apakah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen berbelanja di pasar tradisional Tangor Kota Pekanbaru”**

1.3. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1.3.1. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis.
2. Untuk menganalisis keputusan konsumen berbelanja di pasar tradisional.
3. Untuk menganalisis apakah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen berbelanja di pasar tradisional.

1.3.2. Manfaat Penelitian

1. Bagi Pasar, dapat memberikan masukan yang berarti bagi Pasar Tradisional khususnya Pasar Tangor Kota Pekanbaru, untuk memperhatikan faktor yang

mempengaruhi perilaku konsumen dan keputusan pembelian konsumen kepasar tradisional.

2. Bagi Peneliti, untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang pasar serta perilaku konsumen dan keputusan pembelian sebagai penerapan ilmu pengetahuan dan teori yang didapat oleh penulis.
3. Bagi Peneliti Lain, hasil penelitian ini semoga dapat menjadi bahan informasi bagi kalangan akademis yang akan melakukan penelitian dalam kasus analisis keputusan konsumen berbelanja di Pasar Tradisional (studi kasus Pasar Tangor Kota Pekanbaru).

1.4 Sistematika Penulisan

Dalam melanjutkan penulisan skripsi ini nantinya, penulis membagi (6) bab pembahasan. Dimana masing-masing bab terdiri dari:

BAB I: PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisikan mengenai latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II: TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Dalam bab ini penulis menjelaskan tentang teori yang berkaitan dengan judul, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

Dalam bab ini diuraikan tentang lokasi penelitian, operasional variabel, populasi dan sampel dan diakhiri dengan teknik analisa data.

BAB IV: GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini akan di bahas mengenai sejarah singkat perusahaan, visi dan misi, dan struktur perusahaan.

BAB V: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini adalah hasil dari penelitian dan penulis akan membahas tentang pokok permasalahan sesuai dengan variabel-variabel yang telah ditentukan di dalam penelitian ini.

BAB VI: KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini penulis menguraikan kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian serta saran yang mungkin berguna bagi perusahaan maupun bagi peneliti selanjutnya.