

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sejak dulu pasar sebagai sumber kehidupan dalam bermasyarakat, terutama bagi negara berkembang seperti Indonesia. Pasar Cilimus adalah salah satu pasar tradisional yang menunjukkan karakteristik pasar khas Indonesia dimana interaksi antar masyarakat terjalin melalui penjual dan pembeli melalui proses tawar-menawar (Saputra, S. D., 2014). Pasar tradisional juga menjadi tempat penjualan/pemasaran yang bagus bagi para pengusaha atau penjual. Pemasaran sangat penting bagi keberhasilan suatu usaha, pemasaran dilakukan oleh para pengusaha atau penjual sebagai sarana untuk menarik perhatian pelanggan dalam melakukan pembelian produk, dengan tujuan untuk mengembangkan usaha dan mendapatkan keuntungan (Fure, H., 2013).

Dalam dunia bisnis yang disertai dengan globalisasi ekonomi berdampak terhadap adanya 3C *customer, competition, and change* (pelanggan, Persaingan, dan perubahan), yang mana customer yang memegang kendali bisnis, dan produsen menyiapkan produk dan jasa sesuai kebutuhan konsumen di pasar. Dengan demikian perilaku konsumen menjadi bahan informasi pengusaha atau penjual untuk melihat peluang baru ataupun mengendalikan pasar untuk mengantisipasi persaingan yang ketat (Nugroho, A. W., & Sudaryanto, 2013).

Mempertahankan usaha agar berkembang dan bisa bersaing, pengusaha atau penjual harus mampu berusaha untuk menjaga tingkat kepuasan konsumen agar konsumen berharap untuk membeli produknya, tetapi tidak hanya berfokus terhadap kepuasan konsumen, pengusaha atau penjual juga harus mengimbangnya dengan kebutuhan usahanya, sehingga bisnisnya berkembang. Beragam cara pengusaha atau penjual mempertahankan tingkat kepuasan konsumen, salah satunya dengan cara memperhatikan perilaku konsumen, dan harus mengetahui apa yang diinginkan konsumen.

Dalam menghadapi banyaknya pilihan produk dan toko, konsumen berharap bahwa produk yang akan dibelinya bisa memberikan kepuasan dan memenuhi keinginannya. Jika produk yang dibelinya tidak memenuhi keinginan,

itu akan menimbulkan ketidakpuasan konsumen yang akhirnya akan mengakibatkan konsumen beralih ke toko yang lain. Jika konsumen merasa puas, konsumen akan merasa toko yang ia kunjungi bagus dan itu akan menciptakan kedekatan emosional terhadap toko dan hasilnya adalah kesetiaan konsumen yang tinggi (Haryono, N., & Octavia, 2020)

Ketersediaan produk dan harga merupakan sebagian dari faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam pembelian. Sering kali semakin banyak atau sedikitnya ketersediaan produk sebuah produk berpengaruh terhadap harga produk tersebut. Konsumen bersedia mengeluarkan biaya yang lebih jika kualitas, pengorbanan konsumen dan ketersediaan sebuah produk sebanding dengan biaya yang dikeluarkan. Ketersediaan produk dan harga adalah sebagian dari faktor-faktor yang menentukan keputusan pembelian konsumen dan faktor penting dalam pemasaran produk (Renata, M., 2020).

Pasar tradisional adalah pusat perbelanjaan dalam suatu daerah oleh karena itu terdapat banyak pedagang yang berjualan. Konsumen yang belum mempunyai toko langganan cenderung berkeliling pasar terlebih dahulu untuk melihat-lihat untuk mendapatkan barang yang pas dengan yang diinginkannya. Salah satu cara pedagang untuk menarik minat beli dari konsumen adalah dengan cara memperhatikan perilaku konsumen dan menyediakan berbagai stok produk yang sekiranya dibutuhkan konsumen, agar konsumen tidak kebingungan untuk memilih produk di tokonya dan tidak berpaling ke toko yang lain.

Mendapatkan produk yang diinginkan dan harga yang pas sangat berpengaruh terhadap minat beli konsumen, dimana konsumen akan merasa gembira ketika mendapatkan produk yang diinginkan atau dibutuhkannya dengan harga yang pas. Namun dalam dunia berbisnis itu juga menjadi permasalahan yang sering dialami bagi pengusaha. Tak terkecuali pedagang pakaian di pasar tradisional Cilimus. Untuk meningkatkan tingkat kepuasan konsumen agar menarik minat beli konsumen, pedagang pakaian di pasar Cilimus tak kalah saling bersaing.

Menghadapi permasalahan tersebut pedagang harus mengetahui betul produk seperti apa yang harus disajikan di pasar dan dibutuhkan konsumen. dan produsen juga wajib meningkatkan kinerja pemasarannya agar profitabilitas usaha

bagus terutama dalam hal kualitas produk dan harga. Selain itu produsen juga harus sangat memahami terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap pertumbuhan volume penjualan dengan cara memperhatikan perilaku konsumen.

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan di atas, peneliti tertarik untuk meneliti tentang judul **“PENGARUH HARGA DAN KETERSEDIAAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN BERBELANJA FASHION DI PASAR CILIMUS KUNINGAN”**.

B. Perumusan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

a. Wilayah Kajian.

Penelitian ini mengkaji tentang Pengaruh Harga dan Ketersediaan Produk terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja *Fashion* di Pasar Cilimus Kuningan. Penelitian ini tergolong dalam wilayah kajian Ekonomi Mikro, dengan tema Perilaku Konsumen dan Produsen / Permintaan, Penawaran, dan Keseimbangan Harga Pasar.

b. Jenis Masalah

Jenis masalah dalam penelitian ini adalah apakah faktor Harga dan Ketersediaan Produk berpengaruh atau tidak terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja.

2. Batasan Masalah

Batasan masalah diadakan untuk mencegah adanya penyimpangan atau pelabrakan permasalahan pokok, agar penelitian terarah dan memudahkan untuk menyelesaikan permasalahan penelitian sehingga penelitian tercapai sesuai dengan tujuannya.

Berdasarkan latar belakang masalah dan perumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, luas lingkup batasan masalah dalam penelitian ini hanya meliputi harga, ketersediaan produk, dan keputusan konsumen dalam berbelanja *Fashion*, Objek kajian dalam penelitian ini dibatasi hanya pada konsumen pakaian di pasar Cilimus, dan tempat penelitian dilaksanakan di

pasar Cilimus Kuningan,

3. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan batasan masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen berbelanja *Fashion* di pasar Cilimus Kuningan?
- b. Apakah ketersediaan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen berbelanja *Fashion* di pasar Cilimus Kuningan?
- c. Apakah harga dan ketersediaan produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen berbelanja *Fashion* di pasar Cilimus Kuningan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan konsumen berbelanja *Fashion* di pasar Cilimus Kuningan.
2. Untuk mengetahui pengaruh ketersediaan produk terhadap keputusan konsumen berbelanja *Fashion* di pasar Cilimus Kuningan.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan ketersediaan produk secara simultan terhadap keputusan konsumen berbelanja *Fashion* di pasar Cilimus Kuningan.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

penelitian ini memberikan wawasan tentang pengaruh harga dan ketersediaan produk secara parsial ataupun simultan terhadap keputusan konsumen berbelanja *Fashion* di pasar Cilimus Kuningan, dan pengalaman penelitian.

2. Bagi Mahasiswa Lain dan Pembaca

Sebagai sumber informasi dan pengetahuan bagi peneliti lain maupun pembaca tentang pengaruh harga dan ketersediaan produk secara parsial

ataupun simultan terhadap keputusan konsumen berbelanja *Fashion* di pasar Cilimus Kuningan.

3. Bagi Pengusaha atau Penjual

Bagi pengusaha atau penjual penelitian ini bisa dijadikan masukan atau saran tentang pengaruh harga dan ketersediaan produk secara parsial ataupun simultan terhadap keputusan konsumen berbelanja *Fashion* di pasar Cilimus Kuningan.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini terdapat latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini berisi pemaparan kajian pustaka yang melandasi tinjauan umum harga, produk, konsumen, *Fashion*, pasar, penelitian terdahulu, kerangka berpikir, dan hipotesis penelitian

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, operasional variabel, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, sumber data dan metode analisis data.

BAB IV : ANALISIS DAN HASIL

Dalam bab ini berisi pemaparan deskripsi objek penelitian, analisis data, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini berisi pemaparan mengenai kesimpulan hasil penelitian, serta saran-saran yang bisa diberikan mengenai penelitian.