BABI

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perdagangan merupakan salah satu penggerak ekonomi dari suatu negara. Aktivitas perdagangan sangat berpengaruh besar bagi keberlangsungan hidup masyarakat (Wiyono et al., 2021). Salah satu indikator dari kemajuan bidang ekonomi suatu negara dapat dilihat dari banyaknya kegiatan yang dilakukan pada sektor perdagangan. Di Indonesia kegiatan ekonomi riil semakin meluas dan dianggap menjadi unsur kekuatan dalam perekonomian (Sinaga et al., 2020). Fasilitas sarana dan prasarana yang memadai dibutuhkan untuk melakukan sebuah aktivitas perdagangan. Dalam memenuhi kebutuhan untuk kelangsungan hidup manusia memerlukan adanya pasar sebagai sarana (Sitoro, 2020). Dalam hal ini, pasar merupakan sarana untuk bertemunya antara penjual dan pembeli untuk melakukan kegiatan transaksi ekonomi yaitu menjual atau membeli barang dan jasa. Sebagai salah satu sarana distribusi, pasar mempunyai peran penting bagi kegiatan perekonomian baik bagi produsen, pelaku kegiatan perdagangan, maupun konsumen.

Terdapat beberapa jenis pasar dan pusat perdagangan yakni pasar tradisional atau sekarang disebut sebagai pasar rakyat, pusat perbelanjaan, dan toko modern atau sekarang disebut sebagai toko swalayan. Didasarkan pada keputusan Peraturan Menteri Perdagangan No 23 Tahun 2021 pasal 1 ayat (5) tentang pedoman pengembangan, penataan dan pembinaan pusat perbelanjaan dan toko swalayan, pasar tradisional adalah tempat usaha yang ditata, dibangun dan dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, swasta, Badan Usaha Milik Negara, dan/atau Badan Usaha Milik Daerah dapat berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil dan menengah, swadaya masyarakat, atau koperasi serta UMKM dengan proses jual beli barang melalui tawar menawar (kemendag.go.id).

Di Indonesia saat ini terdapat 16.235 pasar tradisional yang masing-masing tersebar diberbagai provinsi.

Tabel 1.1
Pasar Nasional
5 Provinsi dengan pasar terbanyak

No.	Provinsi	Pasar Tradisional	Pasar Modern	Jumlah
1.	Jawa Timur	2359	208	2567
2.	Jawa Tengah	1977	262	2239
3.	Jawa Barat	816	311	1127
4.	Sumatera Utara	858	48	906
5.	Sumatera Selatan	845	28	873

Sumber: Badan Pusat Statistik 2022

Diurutan pertama Jawa Timur menjadi provinsi yang memiliki pasar terbanyak berjumlah 2567 dengan pasar tradisional sebanyak 2359 dan pasar modern sebanyak 208 pasar. Kedua Jawa Tengah memiliki pasar berjumlah 2239 dengan pasar tradisional sebanyak 1977 dan pasar modern sebanyak 262 pasar. Ketiga Jawa Barat memiliki pasar berjumlah 1127 dengan pasar tradisional 816 dan pasar modern 311 pasar. Keempat Sumatera Utara memiliki pasar berjumlah 906 dengan pasar tradisional sebanyak 858 dan pasar modern 48 pasar. Dan kelima Sumatera Selatan memiliki pasar berjumlah 873 dengan pasar tradisional berjumlah 845 dan pasar modern 28 pasar. Perkembangan pasar di kabupaten maupun kota Cirebon cukup pesat, tidak hanya pasar tradisional, pertumbuhan pasar modern di kabupaten maupun kota Cirebon juga dapat dikatakan cukup pesat. Hal ini diperkuat berdasarkan data dari BPS Direktori Pasar dan Pusat Perdagangan di Cirebon terdapat 55 pasar tradisional dan pasar modern yang berdiri (bps.go.id). Keseluruhan pasar tersebut menyebar di kabupaten maupun kota Cirebon.

Dalam perkembangannya pasar tradisional dianggap oleh masyarakat sebagai pusat pemasaran dari hasil produksi pengusaha kecil maupun hasil pertanian seperti sayuran, buah-buahan, ikan, daging, peralatan rumah tangga kebutuhan pokok, pakaian dan lainnya (Ojo & Saibu, 2019). Selain sebagai pusat pemasaran

keberadaan pasar tradisional juga sekaligus berperan sebagai tempat perolehan pendapatan dan kesempatan kerja bagi penjual (Davies et al., 2022). Dan merupakan salah satu pendongkrak ekonomi masyarakat dikalangan menengah kebawah. Untuk itu, pasar tradisional menjadi salah satu hal yang perlu dijaga keberadaannya untuk keberlangsungan hidup masyarakat di Indonesia.

Pasar tradisional menawarkan banyak kelebihan karena produk yang dijual pada pasar tradisional masih memungkinkan terjadinya proses tawar menawar sehingga konsumen mendapatkan harga yang lebih murah. Hal ini juga sesuai dengan penelitian (Mutiara, 2018) menyatakan bahwa hal itu sesuai dengan masyarakat di Indonesia, khususnya masyarakat golongan menengah kebawah yang mencari barang kebutuhan dengan harga yang rendah meskipun kualitas produknya kurang baik dibandingkan pasar modern seperti mall.

Pasar tradisional selalu di identikan oleh masyarakat dengan lingkungan yang cenderung kotor dan kumuh sehingga daya tarik pada pasar tradisional berkurang (Timoer & Trenggana, 2019). Fasilitas sarana dan prasarana pasar pada umumnya kurang memenuhi standar yang telah ditentukan oleh sebab itu menimbulkan berbagai permasalahan seperti kondisi yang kumuh, aroma yang kurang sedap dan lain-lainya. Hal ini juga sesuai dengan (Suyami et al., 2011) biasanya kondisi lingkungan di pasar tradisional cenderung kotor, pengap dan bau. Oleh karena itu para pelaku ekonomi yang ada di pasar harus memperhatikan kondisi tersebut sehingga dapat memberikan kenyamanan bagi para konsumen saat berbelanja. Pelaku ekonomi di pasar tradisional terutama pedagang harus memperhatikan kebutuhan pelanggan baik dari segi kuantitas dan kualitas (Kartikasari et al., 2019). Tidak bisa dipungkiri bahwa dengan adanya persaingan, para pelaku ekonomi dituntut untuk mengembangkan hal yang menjadi daya tarik untuk meningkatkan jumlah konsumen.

Fenomena yang perlu di cermati adalah bahwa konsumen lebih memilih berbelanja ditempat yang memberikan kemudahan dan kenyamanan. Hal ini sesuai dengan penelitian (Kurniawan & Krismonita, 2020) bahwa perubahan pola belanja dan preferensi konsumen berubah seiring dengan gaya hidup masyarakat, dimana masyarakat sekarang dalam berbelanja kebutuhannya mencari tempat yang aman

dan nyaman. Preferensi konsumen dapat diartikan sebagai selera individu untuk menggunakan barang ataupun jasa. Analisis preferensi konsumen dilakukan agar dapat mengetahui semua informasi yang berkaitan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen (Fajarani et al., 2021).

Kualitas dari suatu produk saat ini banyak diperbincangkan karena kualitas produk yang baik dapat bertahan dalam menghadapi persaingan. Harga juga dapat menjelaskan kualitas dari suatu produk karena kebanyakan konsumen mempertimbangkan harga yang sesuai dari suatu produk yang akan dibeli (Yanti, 2022). Konsumen menjadikan harga sebagai tolok ukur dari kualitas produk yang dijual, sehingga konsumen akan membeli produk dengan harga yang sesuai dengan preferensi mereka terhadap kualitas suatu produk (Rahardjo, 2016). Kunci dari bertahannya pasar tradisional terhadap persaingan yaitu adanya loyalitas pelanggan yang menjadi keunggulan dalam bersaing secara berkelanjutan (Ardiyansyah et al., 2019). Menurut Rajpurohit dan Vasita (2011) dalam (Resmawa, 2020) preferensi menunjukkan pilihan di antara opsi netral atau lebih bernilai yang tersedia. Konsumen sebagai bagian dari pelaku ekonomi harus memiliki preferensi dalam mengambil keputusan. Preferensi konsumen ada ketika konsumen membuat beberapa perbandingan, evaluasi dan penilaian di antara berbagai pilihan yang tersedia, dan setelah itu membuat keputusan.

Keputusan pembelian mengacu pada tindakan yang dilakukan konsumen saat akan melakukan pembelian produk. Pada kondisi tersebut konsumen terlibat secara langsung untuk mendapatkan produk yang diperjual belikan. Kemudian konsumen memilih satu dari beberapa alternatif yang ada untuk memutuskan membeli produk yang diinginkan dan dibutuhkan (Milano et al., 2021).

Pasar tradisional Ciledug merupakan pasar yang berada di kabupaten Cirebon. Pasar tradisional Ciledug terletak di jalan Merdeka Utara No. 79 desa Ciledug kulon kecamatan Ciledug kabupaten Cirebon. Di pasar tradisional Ciledug terdapat dua bagian wilayah yaitu wilayah basah yang merupakan tempat bagi para pedagang yang berjualan sayuran, buah-buahan, daging dan lain sebagainya. Kemudian wilayah kering yang merupakan tempat bagi para pedagang yang berjualan pakaian, kain, sepatu, sandal, kerudung dan lain sebagainya.

Perkembangan pasar di kabupaten maupun kota Cirebon cukup pesat, dengan munculnya berbagai jenis pasar dapat meningkatkan kompetisi seperti yang terjadi pada pasar tradisional Ciledug yang merupakan salah satu dari banyaknya pasar yang ada di Indonesia.

Kebutuhan adalah segala sesuatu yang diperlukan manusia terhadap benda atau jasa yang dapat memberikan kepuasan dan kemakmuran kepada manusia, baik jasmani maupun rohani. Kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari dibagi tiga yaitu kebutuhan primer, sekunder, dan tersier (Naziroh et al., 2022). Terdapat tiga kebutuhan primer manusia yaitu sandang, pangan dan papan. Salah satunya yaitu pemenuhan kebutuhan sandang yang menjadi kebutuhan utama manusia untuk menunjang kehidupan sehari-hari. Kebutuhan sandang ini dapat dikatakan sebagai kebutuhan manusia dalam berpenampilan atau berpakaian (Haerusana, 2022).

Adanya persaingan antar pelaku ekonomi di pasar yang sama-sama menjual pakaian menyebabkan pelaku ekonomi semakin bersaing untuk menarik perhatian konsumen. Para pelaku ekonomi dituntut untuk dapat melakukan pemasaran yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen dan melayani konsumen sebaik-baiknya agar dapat mempermudah dalam melakukan kegiatan jual beli. Namun demikian dalam melakukan persaingan pelaku ekonomi harus bersaing secara sehat dengan melakukan nilai-nilai moral pada setiap melakukan kegiatan perdagangan agar tidak ada pihak yang dirugikan.

Kebutuhan manusia terhadap pakaian tidak akan surut atau berkurang dikarenakan aktifitas manusia yang meningkat kecendurungan masyarakat untuk mengunakan pakaian yang siap dipakai semakin banyak baik itu laki-laki maupun perempuan (Lalo, 2022). Penelitian ini berfokuskan pada pedagang yang berjualan pakaian. Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Retno Sanjaya selaku bendahara di pasar tradisional Ciledug beliau mengatakan bahwa terdapat penurunan jumlah konsumen yaitu pada tahun 2020 menurun 700 konsumen dengan presentase 70% dan tahun 2021 menurun 500 konsumen dengan presentase 50% dari total 1000 konsumen perhari. Pedagang yang berjualan di wilayah kering terutama pakaian terdapat penurunan konsumen pada tahun 2020 menurun 140 konsumen dengan presentase 70% dan tahun 2021 menurun 100 konsumen dengan

presentase 50% dari total 200 konsumen perhari. Untuk jumlah konsumen pedagang yang berada dibagian wilayah basah dapat dikatakan stabil dengan ratarata 800 konsumen perhari. Pedagang pakaian hanya ramai pada waktu tertentu seperti menjelang hari raya dan kenaikan kelas anak sekolah. Berbeda halnya dengan pedagang yang menjual sembako yang setiap hari pasti ada pelanggan atau pembelinya. Dan berdasarkan pengamatan yang dilakukan dilapangan terdapat 119 tempat yang menjual pakaian diantaranya 12 toko, 12 kios A1, 10 kios A, 59 kios B, 18 kios C, 5 los dan 2 lemprakan. Sebagaimana yang disampaikan oleh pengelola pasar bahwa jumlah pedagang pakaian ada 119 tempat. Dalam menarik konsumen setiap pelaku ekonomi terutama pedagang pakaian harus memiliki daya tarik tersendiri. Berdasarkan hal tersebut peneliti ingin mengetahui dari banyaknya pedagang pakaian yang ada di pasar tradisional Ciledug apa yang menjadi pengaruh perubahan preferensi konsumen dalam keputusan pembelian sehingga menyebabkan menurunnya jumlah konsumen di pasar tradisional Ciledug.

Faktor-faktor yang diindikasi mempengaruhi keputusan pembelian dan preferensi konsumen dalam berbelanja pakaian di pasar tradisional dan menjadi variabel dalam penelitian ini yaitu harga, dan kualitas produk. Adapun beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan terdapat perbedaan hasil penelitiannya seperti *research gap*.

Pengaruh harga terhadap preferensi konsumen, menurut penelitian (Fatra, 2018), (Leonard et al., 2021) dan (Mutia Ardini, Cut Gustiana, 2022) menunjukan bahwa harga berpengaruh secara signifikan positif terhadap preferensi konsumen. namun hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh (Kalsum et al., 2013) yang menunjukan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen.

Pengaruh kualitas produk terhadap preferensi konsumen, menurut penelitian (Sembiring, 2017) dan (Novrijal, 2020) menunjukan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi konsumen. sedangkan menurut penelitian (Manglo et al., 2021) kualitas produk berpengaruh terhadap preferensi konsumen.

Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian, menurut penelitian (Lubis, Desy Irana Dewi, 2019) dan (Munawaroh et al., 2022) menunjukan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan menurut (Rozjiqin & Ridlwan, 2022) harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Namun hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh (Prastika, Linda Ayuning, 2022) dan (Kalsum et al., 2013) yang menunjukan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian, menurut penelitian (Lionarto, Melitina Tecoalu, 2022) dan (Y. F. Putri, 2022) menunjukan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, Sedangkan menurut penelitian (Minarti, Asnia, 2022) kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Namun hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh (Erinda, Aisyah, Srikandi Kumadji, 2016) yang menunjukan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang daya tarik di pasar tradisional Ciledug terhadap keputusan pembelian baik itu secara langsung maupun melalui mediasi preferensi konsumen. Sehingga peneliti mengambil judul yang sesuai dengan topik, yaitu "Pengaruh Daya Tarik Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Preferensi Konsumen Berbelanja Pakaian Sebagai Variabel Intervening di Pasar Tradisional Ciledug."

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan wilayah kajian ekonomi mikro yang diambil mengenai pasar persaingan sempurna dengan judul "Pengaruh Daya Tarik Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Preferensi Konsumen Berbelanja Pakaian Sebagai Variabel Intervening di Pasar Tradisional Ciledug." Maka dapat diidentifikasikan masalah dari penelitian ini yaitu:

- 1) Kualitas produk relatif miring dibanding dengan pasar modern seperti supermarket atau mall.
- Lingkungan yang cenderung kotor dan kumuh sehingga daya tarik pada pasar tradisional berkurang.
- 3) Perubahan pola belanja dan preferensi konsumen berubah seiring dengan gaya hidup masyarakat, dimana masyarakat sekarang dalam berbelanja kebutuhannya mencari tempat yang aman dan nyaman.
- 4) Adanya persaingan antar pelaku ekonomi di pasar yang sama-sama menjual pakaian menyebabkan pelaku ekonomi semakin berkompetisi untuk menarik perhatian konsumen.
- 5) Munculnya berbagai jenis pasar dapat meningkatkan kompetisi seperti yang terjadi pada pasar tradisional Ciledug.
- 6) Terjadinya penurunan jumlah konsumen pedagang pakaian.
- 7) Adanya perubahan preferensi konsumen dalam keputusan pembelian sehingga menyebabkan menurunnya jumlah konsumen pakaian.

C. Batasan Masalah

Untuk memperjelas objek penelitian maka peneliti meberikan batasan masalah untuk penelitian ini, diantaranya sebagai berikut:

- 1) Penelitian berfokuskan pada pedagang pakaian.
- 2) Adanya persaingan antar pelaku ekonomi di pasar yang sama-sama menjual pakaian menyebabkan pelaku ekonomi semakin berkompetisi untuk menarik perhatian konsumen.
- 3) Adanya perubahan preferensi konsumen dalam keputusan pembelian sehingga menyebabkan menurunnya jumlah konsumen pakaian.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan judul penelitian yang diambil maka rumusan masalah yang terdapat pada penelitian ini yaitu:

 Apakah harga berpengaruh terhadap preferensi konsumen berbelanja pakaian di pasar tradisional Ciledug?

- 2) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap preferensi konsumen berbelanja pakaian di pasar tradisional Ciledug?
- 3) Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian berbelanja pakaian di pasar tradisional Ciledug?
- 4) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian berbelanja pakaian di pasar tradisional Ciledug?
- 5) Apakah preferensi konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian berbelanja pakaian di pasar tradisional Ciledug?
- 6) Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian dimediasi preferensi konsumen berbelanja pakaian di pasar tradisional Ciledug?
- 7) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian dimediasi preferensi konsumen berbelanja pakaian di pasar tradisional Ciledug?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

- 1) Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap preferensi konsumen berbelanja pakaian di pasar tradisional Ciledug.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap preferensi konsumen berbelanja pakaian di pasar tradisional Ciledug.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian berbelanja pakaian di pasar tradisional Ciledug.
- 4) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian berbelanja pakaian di pasar tradisional Ciledug.
- 5) Untuk mengetahui pengaruh preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian dimediasi preferensi konsumen berbelanja pakaian di pasar tradisional Ciledug.
- 6) Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian dimediasi preferensi konsumen berbelanja pakaian di pasar tradisional Ciledug.
- 7) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian dimediasi preferensi konsumen berbelanja pakaian di pasar tradisional Ciledug.

F. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu sebagai berikut:

1) Manfaat secara teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan berguna sebagai sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan juga untuk memperluas wawasan pemikiran di bidang bisnis dan perdagangan bagi para pelaku ekonomi.

2) Manfaat secara akademis

Diharapkan penelitian ini dapat membantu memperluas wawasan bagi sivitas akademis dalam lingkup penelitian ekonomi yang berhubungan dengan daya tarik dari pasar tradisional terhadap preferensi konsumen.

3) Manfaat secara praktis

Sebagai informasi dan bahan pertimbangan bagi para pelaku ekonomi untuk menetapkan kebijakan dibidang pemasaran secara tepat ditengah persaingan bisnis yang semakin berkembang. Dan manfaat bagi konsumen diharapkan menjadi bahan pertimbangan, masukan atau saran dalam berbelanja.

G. Sistematika Penulisan

Sebuah penelitian akan mudah dibaca jika skema yang ditempuh jelas dan mengarah sesuai tujuan.

BAB I : PENDAHULUAN KH NURJAY

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Bab ini menguraikan berbagai teori atau studi kepustakaan yang berkaitan dengan objek penelitian, yang meliputi teori harga, kualitas produk, pasar tradisional, keputusan pembelian hingga preferensi konsumen. Penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang metodologi penelitian yang digunakan oleh peneliti, mulai dari tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, sumber data teknik sampling, teknik pengumpulan data, definisi operasional, instrumen penelitian dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang hasil penelitian dan pembahasan, yaitu pembahasan mengenai Pengaruh Daya Tarik Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Preferensi Konsumen Berbelanja Pakaian Sebagai Variabel Intervening di Pasar Tradisional Ciledug.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan beserta saran berdasarkan hasil penelitian.

