

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang Masalah

Persaingan pada perekonomian pasti dilakukan oleh para pelaku-pelaku ekonomi. Pasar merupakan tempat pertemuan antara pembeli dengan penjual untuk melakukan proses jual beli, agar pasar dapat menjadi tempat perdagangan dan tempat pendistribusian barang antara produsen dan konsumen (Sarasi et al., 2023). Para pembeli dan penjual melakukan transaksi dua belah pihak dan terjadi penukaran antara pembeli dan penjual. Pembeli akan menentukan permintaan sedangkan penjual akan menentukan persediaan semua ini adalah pengaturan di perdagangan untuk mudah disimpulkan dengan adanya sumber daya yang dialokasikan di antara masyarakat yang berbeda. Di dalam pasar ini terjadi kegiatan ekonomi yang setiap harinya selalu ada transaksi-transaksi yang dilakukan. Menurut (Syahidin et al., 2022) Pasar adalah sekumpulan pembeli dan penjual yang mempunyai karakter-karakter tertentu yang muncul karena individu mereka sendiri yang berbeda-beda.

Berdasarkan data BPS Jawa Barat pusat perbelanjaan yang ada di Cirebon ini semakin banyak dari data yang diambil semenjak 2019 tercatat ada 33 pasar kemudian pada tahun 2020 ada 30 pasar dan pada tahun 2022 tercatat ada 31 pasar pada kabupaten Cirebon, di Plered ini ada dua pasar yang pertama adalah pasar pasalaran Plered terletak di perempatan lampu merah Plered, pasar ini menjual beraneka ragam produk mulai dari sayuran, buah-buahan dan pakaian sandang. Dan yang kedua adalah pasar kue Plered.

Menurut hasil survei peneliti transaksi yang berjalan di pasar kue setiap harinya mencapai ratusan juta dikarenakan banyak sekali konsumen-konsumen yang datang dari berbagai daerah

untuk berbelanja di pasar kue ini untuk dijual kembali ataupun dikonsumsi pribadi oleh karena itu boleh jadi pasar ini merupakan titik sentral pasar makanan ringan sebelum nanti dijual atau dipasarkan kembali oleh konsumen tersebut.

Menurut hasil wawancara dengan kepala pasar bapak ismaya, pasar kue plered didirikan dengan maksud menjadi pusat jual beli masyarakat untuk menjual hasil industri rumahan masyarakat setempat, di pasar ini menjual dengan ukuran besar bukan dengan ukuran snack snack kecil di jual dengan ukuran perbal. Makanan ringan mulai dari kue kue kering, kerupuk, snack anak-anak, kripik, kue basah, dan permen juga ada. Pembeli yang bertransaksi di pasar kue ini bukan hanya dari Ciayumajakuning (Cirebon, Indramayu, Majalengka, dan Kuningan) akan tetapi dari berbagai daerah luar, ataupun dari luar pulau jawa juga, pasar kue Plered ini bisa di katakan sebagai induk pasar kue sebelum para pembeli menjualnya kembali di daerah masing-masing. Pada pasar kue plered ada 107 Ruko dan beberapa toko lain milik pribadi.

Pasar tradisional mulai banyak di renovasi oleh pemerintah setempat agar tata letak dan bangunan pasar lebih layak, pasar kue plered menjadi salah satu dari pasar yang direnovasi oleh pemerintah, tata letak kios dan toko yang berubah bisa membuat kehilangan konsumen yang sudah tetap, atau bisa juga menjadi sepi dan di lupakan karena ditinggalkan oleh konsumen dan penjualnya. hal ini juga terjadi di dalam pasar kue plered toko-toko yang semula di dalam pasar pada masa renovasi terpaksa harus pindah ke pasar daruratnya atau menyewa kios di sebelah letak pasar.

Pada umumnya di pasar terdapat penjual yang berbeda beraneka ragam produk tetapi pada pasar kue Plered ini menjual satu produk dengan beraneka ragam jenisnya jadi antara toko menjual produk sama saja. Menurut Kotler dan Armstrong (Alberto, 2021) barang adalah produk yang disajikan oleh penjual sehingga

disebutkan, dicari, dibeli, dimanfaatkan atau dikonsumsi oleh pembeli untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan yang dicari. Barang yang diberikan di pasar kue Plered beragam, mulai dari jajanan hingga manisan, antara lain keripik singkong, keripik pisang, makaroni, ladu, seblak asin, cemilan kentang, dan masih banyak lagi. Setiap hari, barang-barang dimuat dan dibongkar untuk diambil atau ditimbun oleh toko-toko di pasar kue, yang kemudian dijual dalam bentuk bal-balan.

Hal ini menarik bagi peneliti untuk dapat di jadikan objek penelitian, persaingan antara penjual didalam pasar yang menjual produk yang sama dengan jenis yang berbeda-beda, tapi minat beli konsumen bukan hanya dipengaruhi oleh produk atau jasa yang ditawarkan oleh penjual. Akan tetapi bisa dari harga produk, label halal dan lokasinya.

Sesuai undang-undang Pasal 1 angka 2 UUPK No. 8 Tahun 1999 Pelanggan adalah setiap orang yang mempergunakan barang dagangan serta sarana-sarana yang dapat dijangkau oleh masyarakat, baik untuk menghidupi dirinya sendiri, keluarganya, orang lain atau hewan hidup lainnya dan tidak terlalu banyak untuk ditukarkan. . Pembeli di pasar kue Plered adalah masyarakat sekitar atau masyarakat luar kota, mereka berbelanja di pasar kue untuk ditukarkan, dikonsumsi, atau dijadikan oleh-oleh.

Berdasarkan Undang-undang No. 33 Tahun 2014 beserta turunannya ada tiga kelompok produk yang harus sudah bersertifikasi halal seiring dengan berakhirnya penahanan pertama. Penahanan pertama akan berakhir pada tanggal 17 Oktober 2024, jadi menurut Kepala Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) ada tiga kelompok produk yang harus bersertifikasi halal pada 17 Oktober 2024 jika tiga kelompok produk ini belum bersertifikasi halal dan beredar di masyarakat akan dikenakan sanksi. Yang disebutkan pada web Kementerian Agama Republik Indonesia.

Sertifikasi halal atau label halal ini menjadi sangat penting bagi umat muslim, dan sertifikasi menjadi penentu untuk memutuskan membeli barang tersebut atau tidak, pada produk makanan label halal memberikan ketenangan dan memberikan jaminan produk yang di makan memiliki kualitas baik dan boleh di makan oleh umat muslim. Label halal pada produk akan menjadi acuan pertama untuk memutuskan membeli atau tidak produk tersebut. Pengesahan Peraturan Nomor 31 Tahun 2014 tentang Peraturan Jaminan Produk Halal (UU JPH) tidak dapat diterapkan dalam kerangka berpikir tersebut bagi pelanggan Muslim. Keberlangsungan peraturan ini membuahkan hasil setelah 5 tahun disetujui, tepatnya pada tahun 2019 (Syafrida, 2014).

Produk yang dijual dalam pasar kue plered tidak semua produk sudah bersertifikasi halal, atau ada juga produk yang sudah bersertifikasi halal akan tetapi produsen sendiri belum menyantumkan label halal pada produk makanan mereka, ada beberapa alasan yang membuat produsen tidak menyantumkan label halal.

Menurut Kotler dan Keller dalam (Latief, 2018) biaya merupakan salah satu komponen pertunjukan untuk menghasilkan pembayaran dan menciptakan biaya. Saluran produk dan bahkan komunikasi dapat digunakan untuk menyesuaikan harga, menjadikannya aspek pemasaran yang paling mudah untuk melakukannya. Secara umum transaksi jual beli kue Plered di Pasar Kue Plered sangat dipengaruhi oleh harga. Harganya sangat murah dibandingkan dengan pasar-pasar modern, karena di pasar ini cenderung menjadi pusat atau titik sentral pasar kue kering dan iklan yang umumnya masih tidak melakukan pemasaran atau perdagangan internasional.

Lokasi yang strategis di pinggir jalan raya pantura membuat pasar kue bisa dijadikan sebagai pasar oleh-oleh dan sangat membantu perekonomian yang terjadi di pasar. Menurut (Purwanto et al., 2021) Lokasi adalah tempat dilakukannya kegiatan usaha.

Salah satu faktor penting dalam menjalankan suatu usaha adalah berada di perkotaan, mudahnya akses menuju tempat tujuan, dan lama waktu yang dibutuhkan untuk sampai ke sana (faktor lokasi yang baik untuk setiap jenis usaha).

Menurut (Latief, 2018) Tujuan membeli merupakan suatu cara berperilaku yang muncul sebagai reaksi untuk menunjukkan kesediaan pelanggan untuk melakukan pertukaran beli. Minat beli ini erat kaitannya dengan sentimen pembeli ketika melihat suatu barang yang membuat mereka merasa senang dan puas, sehingga hal ini akan mempengaruhi minat beli pembeli. Minat Beli pembeli pada barang-barang yang ada di pasar kue ini dapat terjadi karena berbagai sebab, karena ada pembeli dari Jawa Barat maupun dari luar Jawa Barat yang berbelanja di pasar kue untuk mereka jual kembali di daerah masing-masing.

Banyaknya transaksi yang terjadi pada setiap harinya, pasar kue plered menjadi pasar kue terbesar dari wilayah tiga cirebon. Dan masih menjadi tujuan para penjual kue kering dari berbagai daerah untuk menjadi tempat berbelanja bagi mereka.

Dari gambaran landasan permasalahan di atas, peneliti tertarik untuk mengeksplorasi atau mengkaji apa saja yang mempengaruhi pendapatan pembelian pembeli di pasar kue Plered. Dengan judul **"investigasi empiris terhadap minat beli konsumen di pasar kue Plered"**

B. Perumusan Masalah

Melihat gambaran landasan di atas, peneliti dapat beralasan bahwa ada beberapa definisi permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini. :

1. Bagaimana pengaruh lebel halal terhadap minat beli pembelian konsumen di pasar kue Plered ?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap minat beli konsumen di pasar kue Plered ?
3. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap minat beli konsumen

di pasar kue Plered ?

4. Bagaimana pengaruh label halal, harga, dan lokasi terhadap minat beli konsumen di Pasar Plered?

C. Batasan Masalah

Pada penelitian yang akan dilakukan peneliti agar tidak teralihkan oleh permasalahan lain, peneliti membatasi ruang lingkup penelitian pada pengaruh label halal, harga, dan lokasi terhadap minat beli pada konsumen di pasar kue plered yang berada dipasar tersebut. Penelitian terfokus pada para konsumen yang membeli atau berbelanja di pasar kue plered. Dan penelitian dilakukan ditempat Pasar Kue Plered di Kabupaten Cirebon.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada perumusan masalah di atas tujuan dari penelitian ini adalah

1. Untuk menganalisis bahwa label halal dapat mempengaruhi atau tidak terhadap minat beli di pasar kue plered
2. Untuk menganalisis apakah harga dapat mempengaruhi atau tidak terhadap minat beli di pasar kue plered
3. Untuk menganalisis apakah lokasi dapat mempengaruhi atau tidak terhadap minat beli di pasar kue plered
4. Untuk menganalisis apakah label halal, harga dan lokasi dapat mempengaruhi atau tidak terhadap minat beli di pasar kue plered

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini di lakukan dengan harapan dapat memberikan manfaat untuk :

- a. Bagi Peneliti

Penelitian yang dilakukan dapat dijadikan penambah ilmu pengetahuan tentang pengaruh label halal, harga, dan lokasi terhadap minat beli konsumen. Serta mengetahui analisa dari label halal, harga dan lokasi.

b. Bagi Akademik

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan kajian dan wawasan pengetahuan bagi dunia ilmu pengetahuan khususnya bagi keilmuan ekonomi mikro pada jurusan Ekonomi Syari'ah IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

c. Bagi Pengelola Pasar

Diharapkan setelah dilakukannya penelitian dapat menjadi bahan evaluasi ataupun penambah wawasan dan mengetahui apasaja yang mempengaruhi peredaran perekonomian di pasar kue plered.

F. Sistematika Penulisan

Penelitian ini ditulis dengan sistematika penulisanya sebagai berikut :

Bab I : Pendahuluan

Yang di dalamnya berisi tentang judul penelitian, latar belakang masalah perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian

Bab II : Tinjauan pustaka

Pada bab tinjauan pustaka meliputi landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

Bab III : Metode penelitian

Di dalamnya terdapat metode penelitian, jenis dan sumber data, definisi oprasional variabel, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

Bab IV : Hasil penelitian dan pembahasan

Pada bab hasil penelitian dan pembahasan terdiri dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti serta analisis dan pembahsan penelitian.

Bab V : Penutup

Pada bab kelima bab terakhir be keisi tentang

kesimpulan hasil penelitian dan saran

