

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pasar tradisional, yang selama ini menjadi jantung aktivitas perdagangan di berbagai daerah, kini tengah menghadapi tantangan baru dari maraknya bisnis *online shop*. Sektor *fashion*, yang menjadi salah satu pilar utama di pasar tradisional, merasakan dampak yang signifikan. Dulu, pasar tradisional menjadi satu-satunya tempat bagi masyarakat untuk mencari beragam model pakaian, aksesoris, dan kain dengan harga yang bervariasi. Kemajuan teknologi informasi dan internet yang mudah diakses telah mendorong banyak orang untuk berbelanja kebutuhan mode secara daring (Sabana, 2018).

Kehadiran *online shop* menawarkan sejumlah keunggulan yang sulit ditandingi oleh pasar tradisional. Kemudahan akses, variasi produk yang luas, serta kemudahan transaksi menjadi daya tarik utama bagi konsumen. Selain itu, *online shop* juga seringkali menawarkan promo dan diskon menarik yang sulit ditemukan di pasar tradisional. Akibatnya, banyak konsumen, terutama generasi muda, yang lebih memilih berbelanja online karena dianggap lebih praktis dan efisien (Suwarni et al., 2019).

Meskipun demikian, pasar tradisional masih memiliki sejumlah keunggulan yang membuatnya tetap relevan. Pengalaman berbelanja secara langsung, kemampuan menawar harga, serta kesempatan untuk melihat dan merasakan kualitas produk secara langsung adalah beberapa di antaranya (Masyhuri & Utomo, 2017). Selain itu, pasar tradisional juga seringkali menjadi pusat komunitas dan menjadi bagian dari warisan budaya suatu daerah. Untuk bertahan di tengah persaingan dengan *online shop*, pasar tradisional perlu melakukan berbagai inovasi, seperti meningkatkan kualitas pelayanan, menawarkan produk-produk unik yang sulit ditemukan di tempat lain, serta memanfaatkan teknologi untuk memperluas jangkauan pasar.

Cirebon, sebagai kota dengan kekayaan budaya yang kental, telah lama dikenal sebagai pusat produksi dan distribusi produk *fashion*, khususnya

tekstil. Pusat Grosir Cirebon menjadi jantung aktivitas perdagangan *fashion* di wilayah Cirebon dan sekitarnya. Dengan beragamnya produk yang ditawarkan, mulai dari kain batik khas Cirebon hingga model pakaian terkini, Keunggulan pasar tradisional terletak pada harga yang lebih terjangkau dan pengalaman berbelanja yang unik.

Pusat grosir Cirebon menawarkan berbagai macam produk *fashion* dengan kualitas yang bervariasi. Para pedagang di sini umumnya menawarkan harga yang lebih kompetitif dibandingkan dengan toko-toko retail modern. Selain itu, pembeli juga dapat menawar harga untuk mendapatkan penawaran terbaik. Namun, seiring perkembangan zaman, pasar tradisional juga menghadapi tantangan untuk bersaing dengan toko *online* dan pusat perbelanjaan modern. Banyak pedagang yang mulai beradaptasi dengan tren digital dengan membuka toko *online* atau memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk mereka.

Penjualan produk *fashion* di Pusat Grosir Cirebon memiliki dinamika yang menarik. Di satu sisi, masih banyak masyarakat yang lebih memilih berbelanja di pasar tradisional karena alasan nostalgia dan keinginan untuk mendapatkan produk yang unik. Di sisi lain, generasi muda cenderung lebih tertarik dengan produk-produk *fashion* yang trendi dan mudah diakses melalui toko *online*. Untuk tetap bertahan, para pedagang di Pusat Grosir Cirebon harus terus berinovasi dan menawarkan produk-produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar.

Meskipun era belanja *online* semakin menjamur dan menawarkan kemudahan serta variasi produk yang luas, Pusat Grosir Cirebon tetap menjadi tujuan utama bagi ribuan para pengunjung setiap harinya. Rata-rata Pusat Grosir Cirebon masih dikunjungi oleh 1.219 orang perharinya. Fenomena ini menunjukkan bahwa daya tarik berbelanja secara langsung di Pusat Grosir Cirebon masih sangat kuat.

Table 1.1
Data Jumlah pengunjung PGC pada September 2024

NO	TANGGAL	HARI	PINTU UTAMA	LANTAI 2 KE LANTAI 3	TOTAL
1	01/09/2024	Minggu	1.641	708	1.641
2	02/09/2024	Senin	1.390	617	2.007
3	03/09/2024	Selasa	1.617	603	2.220
4	04/09/2024	Rabu	1.189	450	1.639
5	05/09/2024	Kamis	2.379	1.105	3.484
6	06/09/2024	Jumat	992	430	1.422
7	07/09/2024	Sabtu	1.062	387	1.449
8	08/09/2024	Minggu	1.009	518	1.527
9	09/09/2024	Senin	1.103	518	1.621
10	10/09/2024	Selasa	1.037	518	1.555
11	11/09/2024	Rabu	1.263	518	1.781
12	12/09/2024	Kamis	2.057	713	2.770
13	13/09/2024	Jumat	851	310	1.161
14	14/09/2024	Sabtu	1.447	538	1.985
15	15/09/2024	Minggu	1.096	567	1.663
16	16/09/2024	Senin	957	503	1.460
17	17/09/2024	Selasa	1.037	405	1.442
18	18/09/2024	Rabu	1.275	516	1.791
19	19/09/2024	Kamis	1.764	628	2.392
20	20/09/2024	Jumat	915	473	1.388
21	21/09/2024	Sabtu	1.125	471	1.596
22	22/09/2024	Minggu	875	350	1.225
23	23/09/2024	Senin	769	268	1.037
24	24/09/2024	Selasa	1.035	391	1.426
25	25/09/2024	Rabu	1.256	608	1.864
26	26/09/2024	Kamis	712	398	1.110

NO	TANGGAL	HARI	PINTU UTAMA	LANTAI 2 KE LANTAI 3	TOTAL
27	27/09/2024	Jumat	940	397	1.337
28	28/09/2024	Sabtu	809	327	1.136
29	29/09/2024	Minggu	2.018	942	2.960
30	30/09/2024	Senin	963	395	1.358
Total					36.583

Sumber: HRD Pusat Grosir Cirebon (PGC), 2024

Berdasarkan tabel 1.1 jumlah pengunjung di Pusat Grosir Cirebon (PGC), Mengalami naik turun setiap harinya tergantung pada faktor-faktor tertentu seperti cuaca, hari dalam seminggu, liburan dan acara khusus. Jumlah pengunjung tersebut menunjukkan bahwa minat beli konsumen di Pusat Grosir Cirebon masih tinggi karena banyak masyarakat yang memilih berbelanja langsung daripada daring.

Ketertarikan konsumen untuk membeli barang-barang mode disebabkan oleh berbagai hal, yang berasal dari diri pembeli maupun dari lingkungan sekitarnya. Faktor internal meliputi kebutuhan, keinginan, dan preferensi pribadi konsumen, sedangkan faktor eksternal meliputi harga, kualitas produk, kualitas layanan, promosi, dan pengaruh lingkungan sosial (TAUFAN, 2021).

Salah satu faktor eksternal adalah pengaruh lingkungan sosial, terutama teman sebaya yang sering menjadi barometer *trend fashion* terkini. *Trend fashion* adalah penggunaan pakaian atau aksesoris yang sesuai dengan perkembangan saat ini seiring berjalannya waktu, tren mode dapat berubah dan model baru selalu muncul. Tekanan untuk tampil ‘gaul’ dan mengikuti trend seringkali individu terdorong untuk membeli pakaian yang sedang populer (J. Manajemen et al., 2024). Menurut penelitian (Pardede et al., 2023) *Trend fashion* dalam dunia mempunyai pengaruh positif dan besar terhadap keinginan orang untuk membeli. Ini karena *trend fashion* fokus pada bagaimana pakaian terlihat dan bagaimana pakaian itu dibuat, terutama yang berkaitan dengan musim tertentu. Beberapa hal yang membentuk *trend*

adalah warna, motif, detail desain, dan hiasan pada pakaian. Namun, hasil penelitian ini tidak sama dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rika Widianita, 2023) menunjukkan bahwa *Trend Fashion* tidak berpengaruh Signifikan terhadap Minat Beli.

Selain *trend*, harga juga menjadi pertimbangan penting dalam keputusan membeli. Biasanya, konsumen akan memilih produk yang harganya sepadan dengan kualitas dan keuntungan yang mereka dapatkan. Namun, harga yang terlalu rendah juga dapat memicu persepsi negatif mengenai kualitas produk (Chairunnisa et al., 2022). Menurut penelitian (Dani Feki Kris Koro et al., 2023) Harga pengaruh Positif dan Signifikan terhadap Minat Beli Harga yang bersaing dan sesuai dengan perkiraan nilai produk akan menarik minat konsumen untuk membeli Namun, hasil penelitian ini tidak sama dengan penelitian yang dilakukan oleh (Kasman et al., 2023) menunjukkan bahwa Harga tidak berpengaruh Signifikan terhadap Minat Beli.

Selain *trend fashion* dan harga, kualitas layanan juga menjadi faktor eksternal yang perlu diperhatikan oleh para pelaku bisnis. Pelayanan yang bermutu tinggi akan menghasilkan kepuasan pelanggan dan menumbuhkan kesetiaan mereka terhadap suatu merek. Kualitas layanan yang dimaksud meliputi kecepatan respon, kemudahan dalam melakukan transaksi, kemudahan dalam pengembalian produk, dan keramahan pelayanan pelanggan (Cesariana et al., 2022). Menurut penelitian (Maulidia et al., 2019) Kualitas layanan berpengaruh Positif dan signifikan terhadap minat beli karena konsumen merasa dilayani dengan baik, mereka akan merasa dihargai dan puas. Dampaknya, mereka cenderung lebih mungkin membeli produk atau layanan yang ditawarkan. Namun, hasil ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Widayat & Purwanto, 2020) Ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keinginan membeli karena pandangan terhadap kualitas pelayanan bersifat subjektif dan dapat beragam di antara setiap orang patokan kualitas yang dianggap baik oleh satu individu belum tentu sama dengan patokan individu lainnya.

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis ingin melakukan penelitian untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor apa saja yang memengaruhi minat beli produk fashion di Pusat Grosir Cirebon. Orang-orang yang berbelanja di Pusat Grosir Cirebon akan menjadi responden dalam penelitian ini. Tujuan adanya penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh *trend fashion*, harga dan kualitas layanan terhadap minat beli produk *fashion* di Pusat Grosir Cirebon.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, terdapat beberapa identifikasi masalah, diantaranya yaitu:

1. Pembaruan *trend fashion* yang cepat, konsumen sering merasa bahwa stok barang cepat ketinggalan *trend* atau pilihan barang *trendy* terbatas, membuat mereka enggan berinvestasi pada produk yang mungkin sebentar lagi tidak lagi *stylish*.
2. Ketidaksesuaian harga dengan persepsi nilai, konsumen ragu membeli jika harga terasa tidak sepadan dengan kualitas atau nilai yang dirasakan. Mereka juga bisa langsung membandingkan harga lewat *smartphone*, yang membuat keputusan membeli jadi lebih kritis.
3. Kualitas Layanan yang belum memuaskan, pengalaman berbelanja terganggu jika staf kurang responsif, tidak membantu, atau tidak berpengetahuan tentang produk.
4. Masih banyak konsumen yang memilih untuk berbelanja produk *fashion* secara *offline* di Pusat Grosir Cirebon dibandingkan dengan berbelanja di toko *online shop*.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan pada identifikasi masalah yang ada, penulis membatasi masalah untuk menjaga fokus dan tidak meluas dari pembahasan. Mengingat adanya keterbatasan dari segi waktu, sumber daya dan kemampuan tenaga. Agar penelitian tidak terlalu luas dari tujuan yang telah ditetapkan, maka penulis membatasi permasalahan penelitian ini hanya untuk menguji pengaruh *trend fashion*, harga dan kualitas layanan terhadap

minat beli produk *fashion* di Pusat Grosir Cirebon (PGC). Penulis juga memfokuskan penelitian ini hanya pada pengunjung Pusat Grosir Cirebon (PGC).

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan diatas, maka terdapat beberapa rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana pengaruh *Trend Fashion* terhadap minat beli produk *fashion* di Pusat Grosir Cirebon (PGC)?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap minat beli produk *fashion* di Pusat Grosir Cirebon (PGC)?
3. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap minat beli produk *fashion* di Pusat Grosir Cirebon (PGC)?
4. Bagaimana *trend fashion*, harga dan kualitas layanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat beli produk *fashion* di Pusat Grosir Cirebon (PGC)?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Dari permasalahan yang telah dirumuskan, terdapat tujuan-tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *trend fashion* berpengaruh terhadap minat beli produk *fashion* di Pusat Grosir Cirebon (PGC).
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah harga berpengaruh terhadap minat beli produk *fashion* di Pusat Grosir Cirebon (PGC).
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap minat beli produk *fashion* di Pusat Grosir Cirebon (PGC).
- d. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *trend fashion*, harga dan kualitas layanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat beli produk *fashion* di Pusat Grosir Cirebon (PGC).

2. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan Penelitian ini, dapat diharapkan memberikan manfaat yang otoritas antara lain:

a. Manfaat Teoritis

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyajikan informasi dan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana *trend fashion*, harga, dan kualitas layanan memengaruhi keinginan konsumen untuk membeli. Di samping itu, hasil kajian ini diharapkan pula dapat menjadi bahan pertimbangan, sumbangsih pemikiran, dan acuan bagi para peneliti selanjutnya yang tertarik pada area penelitian yang sama.

b. Manfaat praktis

1. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi dan acuan bagi universitas, yang selanjutnya dapat digunakan oleh mahasiswa lain dalam proses pembelajaran mereka.

2. Bagi Masyarakat Umum

Penelitian ini diharapkan dapat membantu masyarakat luas untuk memahami bagaimana *trend fashion*, harga, dan kualitas layanan memengaruhi minat beli produk *fashion* di Pusat Grosir Cirebon.

3. Bagi Penulis

Penelitian ini juga bertujuan sebagai sarana belajar ilmu pengetahuan untuk menambah pemahaman, wawasan, dan pengalaman, serta untuk mengamati secara langsung bagaimana minat beli produk *fashion* terjadi di Pusat Grosir Cirebon.

F. Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun secara sistematis, meliputi dari BAB I Pendahuluan, BAB II Landasan Teori, BAB II Metode Penelitian, BAB IV Hasil dan Pembahasan, serta BAB V Kesimpulan dan Saran.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menyajikan tinjauan menyeluruh mengenai isu utama yang menjadi fokus dalam penelitian ini. Struktur bab ini terdiri atas beberapa bagian, meliputi latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi menjelaskan dasar-dasar teori yang berhubungan dengan penelitian sebagai pedoman dan acuan dalam pemecahan masalah. Seperti dasar-dasar teori *trend fashion*, harga, kualitas layanan dan minat beli produk fashion.

BAB III METODELOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan prosedur dan langkah-langkah penelitian yang meliputi waktu dan tempat penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, serta teknik analisis data yang akan diolah dan analisis.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan menjelaskan hasil penelitian yang telah dianalisis untuk menjawab pertanyaan pada penelitian ini, seperti mendeskripsikan obyek penelitian, hasil analisis data, serta penjelasan dari analisis data, serta penjelasan dari analisis data secara terperinci.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi mengenai kesimpulan sistem informasi yang telah dibuat beserta dengan saran-saran yang bermanfaat untuk pengembangan sistem informasi lebih lanjut dan pada bab ini menjadi hasil akhir yang menjelaskan hasil penelitian secara singkat namun mencakup keseluruhan.