

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Cabai termasuk produk penting di banyak negara, baik menjadi bahan dalam industri makanan, ataupun menjadi produk pertanian. Selain penting, cabai juga berperan dalam ketahanan pangan dan termasuk komoditas strategis yang berpengaruh terhadap stabilitas harga di berbagai negara. Beberapa negara besar mendominasi produksi cabai, salah satunya Tiongkok yang menjadi produsen utama yang menghasilkan 17.104.871,19 ton pada tahun 2023 (FAO, 2023).

Indonesia memiliki berbagai macam jenis cabai yang berperan dalam kuliner, dan aspek ekonomi masyarakat lokal, dari cabai merah besar hingga cabai rawit yang sering digunakan untuk bahan utama sambal. Produksi cabai Indonesia pada tahun 2024 mencapai 30.380.820,96 kuintal, dengan produksi cabai rawit 15.687.569,77 kuintal, produksi cabai besar 3.840.040,55 kuintal, dan produksi cabai keriting 10.853.210,64 kuintal, (Badan Pusat Statistik, 2024). Data produksi cabai digunakan untuk mengetahui bagaimana pola konsumsi masyarakat dan banyaknya barang yang harus di produksi agar harga tetap stabil. Salah satu jenis tanaman hortikultura adalah cabai rawit yang mempunyai nilai ekonomis yang dapat dikatakan tinggi (Juningsih et al., 2020).

Pergerakan harga cabai memang menunjukkan fluktuasi yang signifikan dengan waktu yang relatif singkat. Di antara berbagai jenis cabai, cabai rawit merah merupakan komoditas yang harganya sering mengalami ketidakstabilan (Wahyuni et al., 2024). Harga cabai rawit di pasar tradisional Kota Cirebon seringkali naik secara cepat dalam periode waktu yang dikatakan cepat, hal tersebut sangat mempengaruhi pola konsumsi masyarakat. Harga cabai rawit merah sempat melonjak dalam hitungan hari dari Oktober hingga November 2025 mulai dari Rp 25.000 per kilogram ke Rp 30.000 per kilogram, menurut data terbaru dari platform pemantauan harga e-Tuku. Kenaikan harga cabai rawit tersebut menunjukkan adanya peristiwa ekonomi yang tidak sewajarnya atau dikenal dengan telah terjadinya anomali pasar cabai rawit (Dasuki dan Jaeroni, 2020).

Komoditas hortikultura seperti komoditas cabai rawit merah juga mudah mengalami penurunan kualitas bahkan kerusakan setelah proses panen, apabila penanganan dan penyimpanan tidak dilakukan dengan baik (Bahar dan Ichniarsyah, 2022). Selain itu cabai rawit merah termasuk komoditas yang memiliki daya simpan relatif pendek, sehingga mudah mengalami penurunan kualitas, seperti perubahan tekstur dan kadar air (Safitri et al., 2022). Kualitas cabai rawit sendiri dapat dilihat dari beberapa indikator seperti ukuran buah, warna, dan berat yang dimilikinya (Pane et al., 2022).

Pelayanan antar pedagang masih beragam dan dalam beberapa pasar bahkan dinilai kurang baik oleh pembeli, sehingga perlu dilakukan perbaikan pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pembeli (Pratama et al., 2022). Selain itu perilaku pedagang di pasar tradisional lebih fokus pada aktivitas jual beli dan transaksi langsung dengan pelanggan, sehingga kualitas pelayanan pedagang sering bergantung pada karakter masing-masing pedagang (Susanti, 2022). Karena

Jika dilihat dalam konteks Ciayumajakuning yang meliputi kabupaten Cirebon, Kota Cirebon, Kabupaten Indramayu, Kabupaten Majalengka, dan Kabupaten Kuningan, terdapat perbedaan karakteristik dalam produksi cabai rawit merah (Badan Pusat Statistik, 2025). Kondisi ini menyebabkan terjadinya aliran distribusi komoditas cabai dari daerah penghasil menuju daerah yang memiliki tingkat konsumsi tinggi. Dalam rantai distribusi tersebut, Pasar Jagasatru di Kota Cirebon dikenal sebagai pasar induk yang menjadi pusat aktivitas perdagangan sayur dan komoditas hortikultura bagi wilayah Ciayumajakuning (Islamiah, 2023). Di pasar ini terdapat sekitar 15 pedagang yang menjual cabai rawit merah, sehingga komoditas tersebut menjadi salah satu produk hortikultura yang cukup banyak diperdagangkan di Pasar Jagasatru.

Komoditas cabai rawit merah memiliki nilai ekonomis tinggi juga banyak digunakan dalam konsumsi rumah tangga maupun makanan. Kenaikan tingkat permintaan cabai rawit pada suatu waktu pernah menjadi salah satu komoditi dengan variasi harga jual yang paling ekstrem di Indonesia (Zahara T et al., 2021). Kebutuhan masyarakat salah satunya produksi cabai rawit, tetapi dalam mencapai keberhasilan panen ada beberapa faktor yang menjadi pengaruhnya. Ada berbagai

banyak faktor yang menjadi pengaruh produksi cabai antara lain, yaitu faktor lahan, tenaga kerja, bibit, pupuk, serta tingkat harga cabai, dengan kondisi iklim serta hama menjadi faktor dominan yang memengaruhi fluktuasi produksi cabai (Padapi et al., 2022).

Ketika menganalisis perilaku pembelian cabai rawit, ada berbagai faktor penting untuk memahami bagaimana konsumen menilai suatu produk. Beberapa variabel seperti sikap, seleksi, organisasi, karakteristik fisik, interpretasi dengan persentase paling tinggi yaitu variabel sikap diperoleh skor 660, dengan rata-rata 22,01 dan persentase mencapai 85,00%, yang tergolong dalam kategori sangat baik, beberapa variabel tersebut merupakan persepsi konsumen terhadap pembelian cabai rawit (Manggut et al., 2022). Keputusan konsumen untuk membeli cabai rawit merah salah satunya juga dipengaruhi oleh ketersediaan produk. Jika pasokan tomat dan cabai rawit cukup banyak, konsumen memiliki lebih banyak opsi untuk memilih, tetapi ketika pasokan terbatas, pilihan mereka juga ikut terbatas (Ridho, 2024).

Meski sekarang perkembangan pasar modern dan e-commerce semakin meningkat, tetapi sebagian konsumen memilih pasar tradisional sebagai tempat pemenuhan kebutuhan. Pasar tradisional adalah pasar pertama sebelum adanya pasar e-commerce, segala kebutuhan masyarakat bisa didapatkan di pasar tradisional, karena terdapat kontak langsung antara penjual dan pembeli melalui negosiasi (Rustini et al., 2025). Namun, berbagai tantangan baru terus bermunculan salah satunya perubahan kondisi sosial ekonomi dan perkembangan investasi di era modern. Eksistensi pasar tradisional semakin tersisih oleh pasar modern, karena arus modernitas dan liberalisasi investasi yang semakin tidak terkendali dengan banyak penawaran lebih unggul komoditi, harga dan kenyamanan yang diberikan pasar modern (Suryani et al., 2023).

Pasar tradisional menjadi tempat yang penting untuk masyarakat memenuhi kebutuhan sehari-hari, termasuk cabai rawit. Peran pedagang sangat penting di pasar, oleh karena itu sebagai seorang pedagang memiliki karakteristik yang baik juga berpengaruh terhadap dagangan yang di jualnya. Seperti karakter pedagang buah di Pasar Bahu, meskipun para pedagang perempuan, mereka tetap membantu

dan berperan dalam mendukung pendapatan keluarga (Wandik et al., 2024). Akibat berkembangnya pusat pembelanjaan modern dan belanja online membuat pedagang pasar tradisional menghadapi persaingan yang semakin ketat, akibatnya mereka harus selalu menyusun strategi agar tetap menarik bagi konsumen. Dalam mengimbangi angka persaingan yang semakin tinggi, para pedagang pasar tradisional perlu mulai adaptasi taktik, seperti halnya peningkatan kualitas produk dan layanan, peningkatan infrastruktur pasar, dan penggunaan teknologi digital untuk periklanan (Faturachman et al., 2025).

Dalam jual beli, konsumen pasti melewati proses pertimbangan dalam menentukan pembelian, konsumen didorong oleh sejumlah faktor yang mempengaruhinya untuk menentukan pilihan. Keputusan pembelian merupakan komponen utama dalam perilaku konsumen karena menjadi dasar konsumen membeli barang atau jasa, dan proses ini selalu dipengaruhi serta dimotivasi oleh berbagai faktor (Gozali, 2024). Faktor harga termasuk salah satu elemen yang memengaruhi konsumen. Komponen berpengaruh langsung terhadap proses penentuan dimana seseorang akan jadi membeli atau tidak adalah harga. Karena hal tersebut, penentuan harga berperan penting dalam membentuk selera konsumen untuk menentukan keputusan (Noviyanti et al., 2021).

Harga menjadi aspek yang paling diperhatikan konsumen saat berbelanja di pasar tradisional. Banyak produk dengan berbagai macam harga menjadi pemicu konsumen untuk menjadi lebih cermat ketika menentukan pembelian, sehingga konsumen di pasar dapat menyesuaikan produk dengan kebutuhan mereka (Ifah dan Rachmat, 2024). Harapan konsumen terkait produk yaitu agar produk yang di beli sesuai dengan yang mereka butuhkan. Kemudian sebagai calon pembeli, konsumen juga mengharapkan harga yang murah dengan barang yang bagus (Pranata dan Kuntary, 2025).

Selain harga, kualitas produk juga menjadi aspek penting bagi konsumen ketika memilih tempat berbelanja. Salah satu daya tarik utama di pasar tradisional adalah kualitas produk, karena konsumen mengutamakan kesegaran, keaslian, dan mutu barang yang mereka beli (Pranata dan Kuntary, 2025). Ketika kualitas produk baik, kepercayaan konsumen juga akan meningkat sedangkan konsumen merasa

lebih aman dan yakin produk yang dibeli. Kualitas produk tergolong baik, bersama dengan harga dan ketersediaan stok, adalah kunci untuk menarik perhatian pelanggan. Ini juga meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap produk (Ismanto dan Rais, 2024).

Pilihan konsumen terhadap suatu produk sangat tergantung pada kualitas yang ditawarkan. Produk yang berkualitas berperan dalam menentukan keputusan pembeli (Haque, 2020). Pelayanan yang diberikan oleh penjual adalah aspek lain yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan, jika penjual melayani dengan baik bisa membuat konsumen nyaman dan lebih yakin untuk membeli. Pelayanan pedagang sangat memengaruhi keputusan pembelian pelanggan (Kasmad, 2022).

Penelitian terdahulu telah menitikberatkan pada berbagai aspek yang menentukan keputusan konsumen dalam membeli. Misalnya penelitian Noviyanti et al. (2021), studi yang mengkaji pengaruh posisi toko dan harga terhadap perilaku keputusan pembelian konsumen di Alfamart Cabang Cipondoh. Dari sini terlihat bahwa membuat keputusan pembelian yang lebih baik di ritel kontemporer dapat dicapai melalui penerapan strategi harga dan lokasi toko yang tepat.

Berbeda dengan temuan Nadiya dan Wahyuningsih (2020), penelitian tersebut menganalisis bagaimana harga, citra merek serta kualitas produk, berpengaruh pada keputusan pembelian produk fashion 3Second. Temuan penelitian mereka menyatakan tidak adanya pengaruh kualitas produk, sementara harga dan citra merek justru jadi aspek penting dalam memengaruhi pembeli ketika belanja online.

Sementara itu, penelitian Gama et al. (2016), menegaskan pentingnya pelayanan, fasilitas, dan lokasi dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen di Pasar Seni Guwang Sukawati. Temuan dari penelitian mereka menyatakan bahwa faktor non-harga seperti kenyamanan fasilitas dan kualitas pelayanan juga berperan besar guna meningkatkan ketertarikan membeli di pasar tradisional.

Temuan lain juga dilakukan oleh Ifah dan Rachmat (2024), temuan penelitian menegaskan bahwa adanya pengaruh antara kualitas produk dan harga pada

keputusan pembelian di Pasar Tradisional Bukit Indah, Kota Tangerang Selatan. Studi tersebut menegaskan urgensi strategi peningkatan kualitas produk dan harga yang bersaing supaya pasar tradisional berpotensi untuk bersaing dengan toko modern.

Selanjutnya, penelitian Nengsih dan Kurniawan (2021), membandingkan keputusan pembelian di Bayung Lencir yaitu di pasar tradisional serta pasar modern. Temuan penelitian menyatakan perbedaan orientasi konsumen, di mana harga lebih berpengaruh di pasar tradisional, sedangkan pelayanan lebih menentukan di pasar modern. Temuan ini memperlihatkan adanya perbedaan karakteristik konsumen di dua jenis pasar tersebut.

Berdasarkan beberapa penelitian di atas, ada beberapa peluang penelitian yang belum sepenuhnya dibahas. Pertama, beberapa penelitian masih berfokus pada minimarket, marketplace atau pasar tradisional secara general, namun belum spesifik mengarah ke komoditas tertentu yang bersifat strategis. Kedua, penelitian di pasar tradisional umumnya hanya meneliti dua variabel utama seperti harga dan pelayanan atau harga dan kualitas produk, sehingga penelitian-penelitian sebelumnya belum banyak menguji secara bersamaan, harga, kualitas produk, dan pelayanan.

Di sisi lain, meskipun ada penelitian di pasar tradisional, belum ditemukan penelitian yang menyoroti secara khusus komoditas cabai rawit merah, padahal cabai merupakan salah satu bahan pangan penting dengan harga yang sangat fluktuatif dan sering menimbulkan dinamika dalam perilaku konsumen. Konteks lokal, khususnya di Pasar Jagasatru Kota Cirebon juga belum pernah dijadikan objek penelitian, sehingga memberikan peluang untuk memperluas kajian.

Penelitian ini menghadirkan kebaruan dengan melakukan analisis terhadap pengaruh harga, kualitas produk, dan pelayanan pedagang secara bersamaan dalam keputusan pembelian pada komoditas cabai rawit merah di Pasar Jagasatru Kota Cirebon. Fokus pada komoditas cabai rawit merah memberikan nilai tambah karena penelitian sebelumnya lebih banyak menyoroti produk fashion, minimarket, atau pasar seni.

Penelitian ini memberikan kontribusi praktis bagi pedagang maupun pengelola pasar tradisional untuk memahami beberapa variabel yang sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam pembelian produk, khususnya pada komoditas cabai rawit merah yang memiliki tingkat permintaan tinggi dan harga yang fluktuatif. Dengan demikian, melalui penelitian yang dilakukan mampu memberikan kontribusi bagi pedagang pasar dalam menentukan strategi harga, mempertahankan mutu produk dan memperbaiki standar kualitas agar mampu menguatkan kemampuan bersaing pasar tradisional di tengah dominasi pasar modern.

Penelitian ini sangat relevan dengan konteks ekonomi syariah, karena lonjakan harga yang cepat dan signifikan menimbulkan pertanyaan etis terkait prinsip keadilan (*adl*), karena pedagang seharusnya tidak menetapkan harga yang bisa merugikan konsumen. Satu diantara banyak prinsip dasar ekonomi syariah adalah adil dalam distribusi kekayaan serta transaksi yang juga mencakup mekanisme penetapan harga (Abdillah dan Baidhowi, 2025). kejujuran (*sidq*) sangat penting agar pedagang tidak melakukan manipulasi. Mekanisme pasar dalam ekonomi Islam harus sejahtera bagi semua pihak, dengan fokus pada persaingan sehat dan kejujuran (Harahap et al., 2025). Selain itu, kualitas produk *halalan thayyiban* penting dijaga oleh penjual. Konsumen muslim tidak hanya butuh produk halal saja, tetapi juga baik, sehat, dan aman dikonsumsi (Isnandjodi dan Ulfah, 2025).

Dengan mempertimbangkan latar belakang yang telah di jelaskan, penulis mengambil melaksanakan penelitian mengenai **"Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Pelayanan Pedagang terhadap Keputusan Pembelian Cabai Rawit Merah di Pasar Jagasatru Kota Cirebon"**.

B. Perumusan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Dengan mengacu pada latar belakang, identifikasi dalam penelitian yang dilakukan yaitu:

- a. Kondisi harga cabai rawit merah pada Pasar Jagasatru Kota Cirebon sering mengalami fluktuasi, sehingga memengaruhi daya beli konsumen.

- b. Kualitas cabai rawit merah yang dijual pedagang tidak konsisten, baik dari segi kesegaran, ukuran, maupun penampilan produk, sehingga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.
- c. Pelayanan pedagang di pasar tradisional dengan pasar modern dan e-commerce membuat pedagang tradisional harus beradaptasi dengan strategi pemasaran yang lebih spesifik.
- d. Belum ada penelitian terdahulu yang secara spesifik menelaah bagaimana harga, kualitas produk, dan pelayanan pedagang secara bersamaan menentukan keputusan pembelian cabai rawit merah di Pasar Jagasatru Kota Cirebon.

2. Batasan Masalah

Supaya penelitian ini lebih terfokus. Sehingga, penelitian dibatasi pada hal-hal berikut:

- a. Objek penelitian difokuskan pada keputusan konsumen saat membeli cabai rawit merah oleh konsumen di Pasar Jagasatru Kota Cirebon.
- b. Dalam penelitian yang dilakukan, variabel independen yang dikaji hanya mencakup harga, kualitas produk, dan pelayanan pedagang.
- c. Responden penelitian dibatasi hanya pada pelanggan yang membeli cabai rawit merah di Pasar Jagasatru Kota Cirebon.
- d. Penelitian ini tidak membahas faktor lain di luar variabel yang ditentukan, seperti promosi, lokasi, citra merek, maupun faktor eksternal lain seperti inflasi dan distribusi pasokan.

3. Rumusan Masalah

Merujuk pada batasan masalah yang sudah dibahas, rumusan masalah penelitian yang dilakukan yaitu:

- a. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian cabai rawit merah di Pasar Jagasatru Kota Cirebon?
- b. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian cabai rawit merah di Pasar Jagasatru Kota Cirebon?
- c. Apakah pelayanan pedagang berpengaruh terhadap keputusan pembelian cabai rawit merah di Pasar Jagasatru Kota Cirebon?

- d. Apakah harga, kualitas produk, dan pelayanan pedagang, secara bersamaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian cabai rawit merah di Pasar Jagasatru Kota Cirebon?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Merujuk perumusan masalah yang telah dijelaskan, fokus penelitian ini adalah:

- a. Menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian cabai rawit merah di Pasar Jagasatru Kota Cirebon.
- b. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian cabai rawit merah di Pasar Jagasatru Kota Cirebon.
- c. Menganalisis pengaruh pelayanan pedagang terhadap keputusan pembelian cabai rawit merah di Pasar Jagasatru Kota Cirebon.
- d. Menganalisis pengaruh harga, kualitas produk, dan pelayanan pedagang secara simultan terhadap keputusan pembelian cabai rawit merah di Pasar Jagasatru Kota Cirebon.

2. Kegunaan Penelitian

Mengacu pada penelitian yang dilakukan, memperoleh manfaat meliputi:

a. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam bidang ekonomi terkait faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian di pasar tradisional.

b. Secara Praktis

1) Bagi Pedagang

Melalui interpretasi dari penelitian bisa menjadi acuan untuk menetapkan harga yang sesuai, menjaga kualitas cabai rawit merah, juga memberikan pelayanan supaya lebih optimal dalam memberikan kepuasan konsumen.

2) Bagi Konsumen

Melalui penelitian ini dapat mempermudah pelanggan dalam memahami apa yang mempengaruhi keputusan pembelian, sehingga

mereka dapat memilih barang berkualitas tinggi dengan harga yang tepat.

3) Bagi Pemerintah

Melalui temuan ini bisa dijadikan bahan pertimbangan dalam menyusun kebijakan dan strategi pembangunan pasar tradisional agar mampu meningkatkan kesejahteraan pedagang lokal.

D. Sistematika Penulisan

Guna mempermudah proses penelitian, penulis merancang sistematika penulisan yang tersusun dalam lima bab, yakni:

BAB I Pendahuluan

Bagian tersebut menjelaskan latar belakang penelitian, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan serta kegunaan penelitian.

BAB II Kajian Pustaka, Penelitian Terdahulu, Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

Bagian tersebut menguraikan beberapa teori dan model dalam penelitian seperti telaah pustaka, studi relevan, model penelitian, dan hipotesis penelitian.

BAB III Metodologi Penelitian

Bagian tersebut menguraikan metodologi, jenis penelitian, lokasi, metode penelitian, populasi, sampel, dan sumber data yang dipakai. Ini juga menjelaskan operasi variabel penelitian dan instrumen yang dipakai.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bagian tersebut menguraikan penafsiran data yang didapat guna menelaah arti dan dampak dari hasil penelitian.

BAB V Penutup

Bagian tersebut menguraikan ringkasan yang diperoleh dari temuan peneliti kemudian menguraikan beberapa sara