

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1.Latar Belakang**

Bisnis atau usaha telah mengalami kemajuan pesat pada beberapa tahun terakhir. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya toko, kantor, pabrik, dan jenis usaha lainnya. Kemajuan bisnis yang ada diakibatkan karena adanya perkembangan usaha manufaktur serta peluang pasar yang cukup terbuka yang disebabkan oleh dampak oleh lajunya kondisi ekonomi masyarakat.

Pasar merupakan tempat terjadinya transaksi jual beli dan merupakan sarana penggerak perekonomian yang dimana tidak terlepas dari komunitas pedagang sebagai pelaku dari aktifitas yang ada di pasar itu sendiri. Pasar kuliner memiliki multi fungsi di kota sungai penuh, di mana kegiatan perekonomian cukup pesat, namun keberadaan pasar kuliner tetap eksis di tengah menjamurnya pasar modern. Secara sosiologis dan kultural sebuah pasar tidak hanya merupakan arena jual-beli barang atau jasa, namun merupakan tempat pertemuan warga untuk saling interaksi sosial atau melakukan diskusi informal atas permasalahan kota. Berbelanja adalah suatu aktivitas yang selalu dilakukan oleh setiap orang atau rumah tangga baik orang dewasa, remaja maupun anak-anak.

Perkembangan perekonomian kota sangat ditentukan oleh lajunya arus system perdagangan di kota itu sendiri. Salah satu sarana perdagangan yang sampai saat ini tetap eksis di lingkungan perdesaan maupun perkotaan adalah pasar kuliner.

Sifat khas pasar kuliner memiliki fungsi penting yang keberadaannya tidak pernah bisa tergantikan oleh pasar modern.

Pasar kuliner kota Sungai Penuh merupakan pasar yang menyediakan berbagai aneka ragam makanan kuliner, tradisional dan berbagai macam makanan kekinian. Aneka makanan sajian yang tersedia di pasar kuliner kota Sungai Penuh seperti martabak, mangkuak, gorengan, sate, dan lain-lain.

Pasar modern setiap tahunnya meningkat sangat cepat di kota Sungai Penuh hal ini ditunjukkan dengan ekspansi pasar modern sangat agresif hingga masuk ke pemukiman rakyat. Pasar kuliner secara langsung terkena imbasnya dengan berhadapan langsung dengan pasar modern tersebut, persaingan keduanya pun tidak bisa dihindari. Tidak hanya itu, karena minimnya zonasi dari pembangunan pasar modern maka pasar kuliner yang ada di kota-kota pun terkena imbasnya.

Banyak konsumen yang merubah perilaku belanjanya dari pasar kuliner pindah ke pasar modern. Secara fisik pasar modern juga memberikan fasilitas dan keunggulan tersendiri dalam berbelanja seperti tempat yang lebih nyaman, tidak bau, ber-AC, dan bersih. Bahkan dalam perkembangannya, pasar modern juga menyediakan tempat hiburan, arena bermain untuk anak-anak, restoran dan lain sebagainya. Namun masih banyak konsumen yang tetap berbelanja di pasar kuliner karena kegiatan ekonomi yang berlangsung di pasar kuliner masih sangat diwarnai oleh nuansa kultural yang menekankan pentingnya tatap muka, hubungan personal

antara penjual dan pembeli serta kedekatan hubungan sosial yang ditandai dengan adanya tawar-menawar antara penjual dan pembeli dalam membeli barang.

Perlahan tapi pasti, pergeseran minat beli masyarakat dalam berbelanja akan cenderung beralih dari pasar kuliner ke pasar modern, meskipun hal ini mungkin tidak akan terjadi hingga 100 persen karena pasar kuliner masih memiliki langganannya terutama masyarakat kelas bawah. Seandainya pasar kuliner dapat lebih memanfaatkan kesempatan dan peluang ini untuk berusaha lebih kreatif dalam meningkatkan pendapatan, pergeseran belanja konsumen dari pasar kuliner ke pasar moderen setidaknya dapat diminimalisir. Dalam artian pangsa pasar untuk pasar kuliner minimal dapat dipertahankan sampai periode-periode berikutnya.

Pada tahun 2021 pasar kuliner kota Sungai Penuh yang terletak di Taman Baiturrahman Jalan Jendral Ahmad Yani Kota Sungai Penuh mulai dikelilingi oleh deretan pasar modern, seperti *café-café*, restoran, dan lainnya juga turut peran dalam marginalisasi pasar lokal mengakibatkan persaingan head to head akibat menjamurnya pasar modern membawa dampak buruk terhadap pasar kuliner. Salah satu dampak nyata dari kehadiran pasar modern di tengah-tengah pasar kuliner adalah turunnya omset dan pendapatan terhadap pedagang pasar setiap harinya. Meskipun masih banyak konsumen yang tetap berbelanja di pasar kuliner kota Sungai Penuh khususnya masyarakat berpenghasilan menengah kebawah.

Menurut salah satu pedagang di pasar kuliner kota Sungai Penuh menuturkan bahwa : “pemilihan lokasi yang baru terjadimya perubahan dalam tingkat pendapatan serta minat beli masyarakat yang mengalami penurunan pasca perpindahan lokasi usaha (relokasi).

Minat merupakan ketertarikan konsumen terhadap suatu produk dengan mencari informasi tambahan (Schiffman & Kanuk, 2004). Minat beli konsumen pada dasarnya merupakan faktor pendorong dalam pengambilan keputusan pembelian terhadap suatu produk. Duriyanto et al. (2003:109) menyebutkan minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu, serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. Minat beli merupakan pernyataan mental konsumen yang merefleksikan rencana pembelian suatu produk dengan merek tertentu pengetahuan tentang niat beli konsumen terhadap produk perlu diketahui oleh para pemasar untuk mendeskripsikan perilaku konsumen pada masa yang akan datang. Minat beli terbentuk dari sikap konsumen terhadap suatu produk hal tersebut berasal dari keyakinan konsumen terhadap kualitas produk

Minat beli (*willingness to buy*) merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Menurut Kotler dan Keller, (2009) minat beli adalah perilaku konsumen yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian. Keputusan untuk membeli dipengaruhi oleh nilai produk yang dievaluasi. Bila manfaat yang dirasakan lebih besar dibandingkan pengorbanan untuk mendapatkannya, maka dorongan untuk membelinya semakin tinggi. Sebaliknya bila manfaatnya lebih kecil dibandingkan pengorbanannya maka biasanya pembeli akan menolak untuk membeli dan pada umumnya beralih mengevaluasi produk lain yang sejenis.

Menurut (William J. Stanton, 2002) minat beli adalah suatu tahapan terjadinya keputusan untuk membeli suatu produk. Individu dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu barang atau jasa ditentukan oleh dua faktor, yaitu:

- a. Faktor luar atau faktor lingkungan yang mempengaruhi individu seperti lingkungan kantor, keluarga, lingkungan sekolah, dsb.
- b. Faktor dalam diri individu, seperti kepribadiannya sebagai calon konsumen yang meliputi selera.

Sedangkan (Zeithaml dan Bitner, 2003) menjelaskan jika minat beli konsumen akan dipengaruhi faktor-faktor dari harga, yaitu: 1. Konsumen membandingkan harga suatu produk dengan harga pesaingnya, harga pesaing harus turut dipertimbangkan dalam proses penetapan harga. 2. Konsumen mengharapkan harga produk yang sesuai dengan kuantitas dan kualitas yang ditawarkan. 3. Minat beli konsumen dapat juga dipengaruhi oleh harga yang fleksibel (flexibility price). Fleksibilitas harga adalah harga yang digunakan dengan jalan menetapkan harga yang berbeda pada pasar yang berlainan atas dasar lokasi geografis, waktu penyampaian atau pengiriman, atau kompleksitas produk yang diharapkan.

Mengingat kebutuhan sehari-hari manusia semakin banyak, selera konsumen adalah kesan yang diperoleh konsumen terhadap suatu barang atau jasa terpenuhi dengan baik maka mereka akan merasa puas. Dalam selera konsumen memiliki karakteristik yang dianggap lebih penting untuk produk yang dikonsumsi masyarakat diantaranya kesegaran produk, rasa, kebersihan, nilai kesehatan, dan tidak menggunakan pestisida. Sikap konsumen terhadap suatu produk berarti

mempelajari kecenderungan konsumen dalam mengevaluasi produk, baik itu yang disenangi ataupun yang tidak disenangi secara konsisten.

Untuk mengetahui dan memahami apa yang dibutuhkan konsumen, maka pelaku usaha harus senantiasa melakukan *monitoring* terhadap perkembangan lingkungan pasar yang senantiasa berubah setiap saat sejalan dengan tuntutan kebutuhan dan keinginan konsumen, dalam mengetahui dan memahami apa yang dibutuhkan, diinginkan konsumen, maka pelaku usaha harus senantiasa memonitoring terhadap perkembangan lingkungan pasar yang senantiasa berubah setiap saat sejalan dengan perubahan kebutuhan dan keinginan konsumen. Maka pelaku usaha perlu mempelajari dengan cermat tentang konsumen dan perilakunya.

Fenomena terkait dengan selera, peneliti sudah melakukan wawancara dengan beberapa konsumen di pasar kuliner kota Sungai Penuh, secara umum keterangan yang diperoleh dari masyarakat terutama kaum muda lebih tertarik untuk berbelanja atau menikmati kuliner di *café-café* ataupun restoran yang ada di sekitaran kota Sungai Penuh. Hal ini juga merambah pada orang-orang dewasa dikarenakan di *café* lebih menarik dan sesuai dengan selera anak muda dengan istilah “zaman now” yang lebih menarik dan nyaman, meskipun yang dibeli sama saja dengan yang tersedia di pasar kuliner. Lokasi yang kurang strategis dari pasar kuliner kota Sungai Penuh juga menjadi hal yang dipertimbangkan bagi kaum muda untuk berbelanja di pasar kuliner.

Kegiatan yang berlangsung di pasar tradisional harga barang yang di perjual belikan masih diwarnai tawar-menawar antara penjual dan pembeli. Perilaku

tersebut sesuai dengan hukum permintaan yang mengatakan bahwa bila harga suatu barang atau jasa naik maka jumlah barang yang diminta konsumen akan mengalami penurunan. Sebaliknya bila harga dari suatu barang atau jasa turun, maka jumlah barang yang diminta oleh konsumen akan mengalami kenaikan (Samuelson & Nordhaus, 2011).

Suatu tantangan yang paling besar adalah masalah persaingan terlebih dengan masalah persaingan harga, setiap penjual menetapkan harga kepada pembeli namun harga yang tidak sesuai dengan kualitas produk mengakibatkan pembeli beralih ke penjual yang lain (Bukhari Alma, 2007).

Kotler dan Armstrong (2008:345) mengatakan bahwa harga merupakan jumlah yang ditagihkan atas suatu produk/ jasa. Lebih luas lagi, harga merupakan jumlah seluruh nilai yang diberikan oleh konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk/ jasa. Harga juga dapat dipengaruhi oleh situasi dan kondisi yang membuat konsumen semakin sensitif terhadap jumlah produksi. Konsumen cenderung akan mencari produk/ jasa yang memberikan harga relatif rendah dibanding produk/ jasa sejenis.

Dari segi harga di pasar kuliner kota Sungai Penuh pada umumnya sama dengan harga makanan kuliner di café-café ataupun restoran, karena dari segi kualitas produk kuliner tidak jauh berbeda, hanya saja yang membedakan antara pasar modern dan pasar kuliner tidak adanya diskon atau promo seperti pada hari besar dan event tertentu. Sehingga masyarakat lebih cenderung untuk berbelanja di café atau restoran dikarenakan kelebihan-kelebihannya yang tersedia.

Berdasarkan observasi dan wawancara dengan beberapa pedagang usaha kuliner di lokasi pasar kuliner kota Sungai Penuh. Keterangan yang diperoleh dari pedagang usaha kuliner bahwa pemilihan lokasi yang baru terjadimya perubahan dalam tingkat pendapatan serta menurunnya minat beli masyarakat pasca perpindahan lokasi usaha (relokasi).

Berdasarkan fenomena di atas, maka peneliti ingin melihat, mengungkapkan, dan membahas permasalahan tersebut lebih mendalam dengan judul penelitian yang diangkat:

**“PENGARUH SELERA DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT PASCA RELOKASI USAHA DI PASAR KULINER KOTA SUNGAI PENUH”**

**1.2. Rumusan dan Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana gambaran minat beli masyarakat pasca relokasi usaha di pasar kuliner kota Sungai Penuh.
2. Apakah selera mempengaruhi minat beli masyarakat di pasar kuliner kota Sungai Penuh?
3. Apakah harga mempengaruhi minat beli masyarakat di pasar kuliner kota Sungai penuh?

Masalah pada penelitian ini dibatasi untuk melihat pengaruh selera dan harga terhadap minat beli masyarakat pasca relokasi usaha. Sesuai dengan masalah yang



ditemukan dilapangan maka penelitian ini dibatasi untuk melihat pengaruh selera dan harga terhadap minat beli masyarakat pasca relokasi usaha.

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan dan pembatasan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh selera dan harga terhadap minat beli masyarakat di pasar kuliner kota Sungai Penuh pasca relokasi.
2. Untuk mengetahui pengaruh selera terhadap minat beli masyarakat di pasar kuliner kota Sungai Penuh.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli masyarakat di pasar kuliner kota Sungai Penuh.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini secara teoritis adalah untuk memperluas atau memperkaya kajian-kajian teori yang terkait pengaruh selera dan harga terhadap minat beli masyarakat pasca relokasi usaha.

Sedangkan dari segi praktis, penelitian ini diharapkan dapat membantu pihak-pihak yang terkait yaitu :

1. Untuk instansi, sebagai acuan untuk memperbaiki dan meningkatkan eksistensi pasar kuliner kota Sungai Penuh.
2. Untuk akademik, sebagai informasi untuk kajian-kajian ilmiah yang mendukung pengembangan yang berkaitan dengan minat beli masyarakat.

3. Untuk publik, sebagai informasi untuk menambah wawasan dan data mengenai minat beli masyarakat di pasar kuliner kota Sungai Penuh.
4. Menambah wawasan dan pengetahuan peneliti dalam menanggapi fenomena yang terjadi di masyarakat khususnya yang berkaitan dengan sektor ekonomi.

