

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Ekonomi merupakan aspek penting yang dapat menunjang kemajuan suatu bangsa. Bangsa yang besar adalah bangsa yang mampu menumbuhkan dan memajukan sektor ekonomi. Baik sektor formal maupun informal, untuk memperhatikan pemerataan pendapat bagi warga negaranya. Perkembangan ekonomi sangat erat kaitannya dengan perkembangan zaman. Begitulah dengan keadaan masyarakat di Desa Banjar yang selalu melakukan kegiatan ekonomi guna memenuhi kebutuhan, dengan berbagai macam jenis pekerjaan diantaranya yaitu sebagai petani, buruh, pedagang dan beberapa pekerjaan lainnya. Semua itu tidak akan terlepas dari konsep kebutuhan ekonomi secara individu maupun masyarakat yang lain.

Salah satu usaha yang dilakukan masyarakat dalam rangka memenuhi kebutuhan ekonominya yaitu dengan cara berdagang. Perdagangan adalah menawarkan produk yang kita punya untuk membantu memenuhi kebutuhan hidup, baik untuk memproduksi maupun untuk para pembeli, oleh karena itu masyarakat Desa Banjar menggunakan pasar sebagai tempat bertransaksi barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan

transaksi ekonomi. Pasar juga merupakan sebuah mekanisme pertukaran barang dan jasa yang alamiah. Tanpa adanya pasar akan sulit bagi manusia untuk mencukupi kebutuhan pokok sehari-hari. Pasar juga berfungsi sebagai penentu nilai suatu barang, penentu jumlah produksi, menyediakan barang dan jasa dan mendistribusikan produk.

Pasar yang ada di Desa Banjar termasuk pasar tradisional. Pasar tradisional merupakan bentuk kenyataan yang memberikan kontribusi besar terhadap pilar perekonomian Indonesia. Sebagian besar masyarakat masih bergantung dengan keberadaan pasar tradisional. Pasar tradisional dalam suatu daerah merupakan salah satu sarana yang menjadi tolok ukur dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat khususnya di daerah kecamatan maupun pedesaan. Pasar Banjar merupakan sentral perekonomian bagi masyarakat di Desa Banjar sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli yang ditandai dengan adanya transaksi secara langsung dan biasanya ada proses tawar menawar harga barang. Infrastruktur pasar ini terdiri dari kios atau gerai, los ada juga yang di tempat terbuka sebagai tempat berjualan yang dibuka sendiri oleh pedagang maupun pengelola pasar.

Pasar Banjar mengalami perpindahan lokasi atau mengalami proses revitalisasi pasar. Proses revitalisasi pasar merupakan salah satu kebijakan pemerintah dalam menjaga dan mempertahankan eksistensi pasar tradisional. Revitalisasi pasar bertujuan agar pasar lebih bersih, nyaman dan sehat sehingga dapat memperkuat eksistensi pasar dan mampu bersaing dengan toko modern. Sarana prasarana, kebersihan, keamanan dan pelayanan menjadi hal yang sangat diperhatikan, karena dalam hal ini yang memanfaatkan pasar tradisional adalah masyarakat itu sendiri. Revitalisasi pasar mencakup perbaikan aspek fisik, aspek

manajemen, aspek ekonomi dan aspek sosial budaya. Perbaikan aspek fisik pasar tradisional dapat meningkatkan jumlah kunjungan masyarakat belanja di pasar tradisional (Putra & Yasa, 2017).

Lokasi Pasar Banjar Kecamatan Banjar, Kabupaten Buleleng sebelum terjadinya pemindahan yaitu bertempat di Jalan Ida Bagus Made Rai tepatnya di depan Pura Melanting Desa Banjar. Pemindahan lokasi baru pada Pasar Banjar Kecamatan Banjar, Kabupaten Buleleng terjadi pada Oktober 2015 di atas lahan seluas 37 are di lahan milik Desa Adat. Jarak antara pasar yang lama dengan pasar yang baru kurang lebih 1 km. Pembangunan pada pasar yang baru selesai pada Desember 2015 dan mulai beroperasi pada Januari 2016. Jumlah pedagang di Pasar Banjar Kecamatan Banjar, Kabupaten Buleleng yaitu 115 pedagang.

Pasar baru ini memiliki bentuk bangunan dirancang terbuka dan didukung dengan pencahayaan serta sirkulasi udara yang baik. Bangunan pasar bersifat semi modern dan sudah disesuaikan dengan tipe pasar rakyat. Memiliki sarana dan prasarana seperti tempat parkir, toilet umum, tempat ibadah. Pengelola pasar juga melakukan penataan pedagang dengan menerapkan zonasi pasar yang dikelompokkan berdasarkan jenis dagangan.

Pasar Banjar Kecamatan Banjar, Kabupaten Buleleng memiliki petugas-petugas yang bekerja sesuai dengan bidangnya masing-masing. Petugas keamanan pada Pasar Banjar berjumlah 4 orang, mereka bekerja setiap hari secara bergantian. Petugas kebersihan berjumlah 3 orang yang membersihkan sampah mulai dari kios dan los pedagang serta lingkungan pasar. Terdapat juga petugas pungut yang berjumlah 7 orang yang bekerja untuk memungut biaya parkir pengunjung dan retribusi pedagang dari mulai bukanya pasar sampai tutup pasar.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengunjung pasar sebagian besar menyatakan bahwa lebih tetap memilih berbelanja di lokasi pasar lama karena lokasi pasar lama lebih dekat dengan rumah penduduk. Pengunjung mengatakan bahwa berbelanja di lokasi pasar yang lama dapat dengan berjalan kaki saja sedangkan apabila berbelanja di lokasi pasar baru maka pengunjung harus menggunakan kendaraan. Lokasi pasar lama memiliki akses jalan mudah, selain itu jumlah pedagang yang tergolong banyak dan produk yang disediakan sangat lengkap, pelayanan yang diberikan kepada pelanggan oleh pedagang sangat baik dan cepat serta pedagang telah mengetahui tentang apa yang dibutuhkan oleh pelanggan yang menyebabkan pengunjung lebih memilih berbelanja ke lokasi pasar lama. Seharusnya, dengan lokasi yang baru, pengunjung menjadi lebih banyak, sehingga dapat meningkatkan penjualan. Namun, pada pedagang di lokasi pasar yang baru mengalami penurunan penjualan. Pedagang sering mengeluh terkait sepi pengunjung dan menurunnya pendapatan yang dialami oleh pedagang dibandingkan pada saat berjalan di lokasi pasar lama. Beberapa pedagang menyatakan bahwa penurunan pendapatan yang dialami hampir 50% bahkan ada pedagang yang menyatakan penurunan pendapatan sebanyak 75%. Hal yang menyebabkan penurunan pendapatan yang dirasakan oleh pedagang karena masih ada banyak pedagang di lokasi pasar lama dan dilihat dari segi lokasi, lokasi pasar yang lama lebih padat dengan pemukiman penduduk sedangkan di pasar yang baru lebih jauh dari pemukiman penduduk, maka dari itu masyarakat lebih memutuskan untuk berbelanja di lokasi pasar yang lama.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan kepada 30 orang konsumen yang merupakan pengunjung aktif ke Pasar Banjar Kecamatan Banjar, Kabupaten

Buleleng diperoleh hasil bahwa 30 orang menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh pedagang kepada pelanggan sangat baik. Dan hasil dari lokasi 28 orang menyatakan bahwa lokasi pasar yang lama sangat strategis. Kemudian, hasil dari keputusan pembelian 30 orang memutuskan untuk lebih sering berbelanja di lokasi pasar yang lama dengan alasan karena lebih dekat dari rumah, produk yang disediakan juga tergolong lengkap untuk kebutuhan sehari-hari, banyaknya jumlah pedagang dan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sangat baik.

Menurut Sciffman dan Kanuk (2007), keputusan pembelian adalah perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, memberi, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan suatu produk dan jasa yang diharapkan dapat memuaskan kebutuhannya. Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2008) keputusan pembelian sebagai suatu tahap proses keputusan dimana konsumen melakukan pembelian produk. Menurut Tjiptono (2009) faktor yang mempengaruhi dalam proses keputusan pembelian antara lain persepsi harga, kualitas pelayanan, lokasi dan *word of mouth*. Arianto dan Satrio (2020) menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, lokasi dan store atmosphere. Dalam penelitian ini hanya memfokuskan pada kualitas pelayanan dan lokasi yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Menurut Karundeng, dkk (2021) kualitas pelayanan, harga dan lokasi mempengaruhi keputusan pembelian. Menurut Tjiptono (2010: 259) Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen. Jika kualitas

pelayanan yang diberikan kepada konsumen sesuai dengan harapan konsumen, maka kualitas pelayanan mampu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dengan baik.

Selain kualitas pelayanan faktor lokasi juga merupakan salah satu faktor krusial yang berpengaruh terhadap kesuksesan suatu jasa, karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial penyedia jasa untuk mempengaruhi keputusan pembelian. Tjiptono (2015: 345) menyatakan bahwa lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Teori lokasi dari Losch (Sofa, 2008) mengatakan bahwa lokasi penjual sangat berpengaruh terhadap jumlah konsumen yang dapat digarapnya. Semakin jauh dari tempat penjual, konsumen makin enggan membeli karena biaya transportasi untuk mendatangi tempat penjual semakin mahal. Lokasi yang mudah dijangkau oleh konsumen dan dekat dengan pusat keramaian merupakan lokasi yang tepat untuk suatu usaha.

Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas pelayanan, harga, kualitas produk dan juga lokasi. Hasil penelitian terdahulu dari Latifah dan Suhardi (2020) menyatakan kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ramadani (2019) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun berbeda dengan penelitian Putri dan Firdaus (2020) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan lokasi berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Berbeda pula dengan

hasil penelitian yang dilakukan oleh Karundeng, dkk (2021) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan lokasi dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dengan demikian, dapat diketahui bahwa terdapat perbedaan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian dari penelitian-penelitian sebelumnya. Maka dapat diajukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Pasar Banjar Kecamatan Banjar Kabupaten Buleleng”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan, maka dapat diidentifikasi adanya permasalahan sebagai berikut.

1. Penataan pedagang tidak teratur dan lorong pasar yang sempit.
2. Terjadinya kemacetan setiap pagi karena kurangnya lahan parkir.
3. Adanya perbedaan hasil penelitian pada penelitian terdahulu dengan mengangkat variabel yang sama tetapi dengan objek penelitian yang berbeda.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah pada Pasar Banjar Kecamatan Banjar, Kabupaten Buleleng, dipandang perlu melakukan pembatasan masalah yang akan diteliti. Hal ini dimaksudkan agar penelitian berfokus pada topik yang memang menjadi pokok permasalahan dan untuk menghindari meluasnya permasalahan. Maka penulis hanya meneliti kualitas pelayanan dan lokasi sebagai variabel bebas, kemudian keputusan pembelian sebagai variabel terikat.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut.

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Pasar Banjar Kecamatan Banjar, Kabupaten Buleleng?
2. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian di Pasar Banjar Kecamatan Banjar, Kabupaten Buleleng?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian di Pasar Banjar Kecamatan Banjar, Kabupaten Buleleng?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Pasar Banjar Kecamatan Banjar, Kabupaten Buleleng.
2. Menguji pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian di Pasar Banjar Kecamatan Banjar, Kabupaten Buleleng.
3. Menguji pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian di Pasar Banjar Kecamatan Banjar, Kabupaten Buleleng.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat secara teoretis dan praktis sebagai berikut.

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan mampu memberikan manfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran khususnya yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, lokasi dan keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh pihak pedagang sebagai bahan atau dasar pertimbangan dalam strategi pemasaran khususnya mengenai kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian

