

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam menjalani kehidupan sehari-hari, manusia membutuhkan berbagai jenis barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhannya. Kebutuhan manusia adalah keinginan manusia untuk menikmati dan memiliki kegunaan dari barang maupun jasa yang dapat memenuhi kebutuhan jasmani dan rohani demi kelangsungan hidupnya. Kebutuhan manusia berdasarkan tingkat kepentingannya yaitu: kebutuhan primer (kebutuhan pokok), kebutuhan sekunder (kebutuhan tambahan), dan kebutuhan tersier (kebutuhan kemewahan).

Kebutuhan primer merupakan kebutuhan pokok yang harus dipenuhi seseorang. Artinya, kebutuhan primer adalah kebutuhan yang paling utama bagi manusia, maka harus diutamakan dalam memenuhinya. Manusia tidak bisa memenuhi kebutuhan yang lainnya ketika kebutuhan primer belum terpenuhi, contohnya: *sandang* (pakaian), *papan* (tempat tinggal), dan *pangan* (makanan).

Sandang adalah pakaian yang diperlukan oleh manusia sebagai makhluk berbudaya. Pada awalnya, pakaian berfungsi sebagai pelindung dari panas dan dingin, lama kelamaan fungsi pakaian berubah, yakni untuk memberi kenyamanan sesuai dengan jenis-jenis kebutuhan seperti pakaian kerja, pakaian untuk tidur dan sebagainya. *Papan* adalah tempat tinggal. Setiap

manusia memiliki kebutuhan untuk membuat tempat tinggal. Pada awalnya fungsi rumah hanya untuk bertahan diri. Namun lama kelamaan berubah menjadi tempat tinggal keluarga. Karena itu kebutuhan akan memperindah rumah semakin ditingkatkan.

Pangan (makanan) adalah kebutuhan yang paling utama bagi manusia. Setiap makhluk hidup membutuhkan makanan. Tanpa makanan, makhluk hidup akan sulit dalam mengerjakan aktivitas sehari-harinya. Makanan dapat membantu manusia dalam mendapatkan energi, membantu pertumbuhan badan dan otak. Pada umumnya, bahan pokok makanan yang dibutuhkan manusia biasanya diperoleh dari hasil tumbuhan dan hewan seperti, buah, sayuran, padi (beras), daging, telur, dll. Dalam pemenuhan kebutuhan, dapat diperoleh di supermarket, mall, pedagang keliling, warung/toko, dan juga pasar.

Pasar merupakan tempat dimana terjadi interaksi antara penjual dan pembeli.¹ Sebuah pasar dapat terbentuk karena adanya penjual dan pembeli, adanya barang atau jasa yang diperjual belikan, dan terjadi kesepakatan antara penjual dan pembeli. Pada dasarnya pasar berdiri karena masyarakat ingin memperoleh berbagai barang untuk memenuhi kebutuhan hidup.

Pasar terbagi menjadi dua yaitu pasar modern dan pasar tradisional. Pasar tradisional ditandai dengan adanya kios-kios, gerai, los atau dasaran terbuka. Dalam pasar tradisional, para pembeli dan penjual bertemu secara langsung untuk melakukan suatu transaksi jual-beli. Sebelum kesepakatan

¹ Muhammad Aziz Hakim, *Menguasai Pasar Mengeruk Untung*, (Jakarta: PT. Krisna Persada, 2005), 4.

terjadi, biasanya penjual menawarkan barang dengan harga tertentu, sementara pembeli akan menawar dengan harga yang *relatif* murah/terjangkau. Dapat dikatakan bahwa pasar mempunyai harga dengan sifat yang tidak pasti dan bisa dilakukan tawar menawar.

Pasar tradisional oleh sebagian masyarakat diidentikkan dengan tempat yang cenderung kumuh dengan lokasi yang kurang tertata rapi, sempit, bau, dan kotor. Pengemasan barang yang dijual oleh para pedagang dan juga minimnya penggunaan teknologi dalam aktivitas perdagangannya dinilai kurang menarik. Pada daerah-daerah tertentu, pasar tradisional juga sering mengakibatkan kemacetan, sebab para pedagang sering memanfaatkan bahu jalan sebagai tempat berjualan. Di sekitar wilayah Ngadiluwih terdapat beberapa pasar yang dapat dijadikan pertimbangan masyarakat untuk berbelanja.

Tabel 1.1
Perbandingan Pasar Ngadiluwih, Pasar Kolak, dan Pasar Pucung

Perbedaan	Pasar Ngadiluwih	Pasar Kolak	Pasar Pucung
Lokasi	Berada di dekat perumahan	Berada dipinggir jalan utama Kediri-Tulungagung	Berada dipinggir jalan utama Kediri-Tulungagung
Fasilitas	- Tempat parker - MCK - Mushola	- Tempat parker - MCK	- Tempat parkir - MCK
Penataan pasar	- Penempatan sesuai barang yang dijual. - Ada kios, dan juga ada yang berjualan pada dasaran lantai.	- Penempatan sesuai barang yang dijual. - Ada kios, dan juga ada yang berjualan pada dasaran lantai.	- Penempatan sesuai barang yang dijual. - Ada kios, dan juga ada yang berjualan pada dasaran lantai.

Sumber: Observasi pada tanggal 01 April 2018

Berdasarkan tabel 1.1, dapat diketahui bahwa Pasar Ngadiluwih memiliki beberapa kelebihan dibanding pasar lainnya. Kelebihan tersebut diantaranya lokasi yang strategis karena letaknya tidak berada di pinggir jalan utama (dekat dengan perumahan), memiliki tempat parkir yang luas, dan juga terdapat fasilitas mushola sebagai tempat beribadah.

Tabel 1.2
Variasi barang yang dibeli responden di Pasar Ngadiluwih

Barang yang dijual di pasar	Jumlah
Sayur	11
Buah-buahan	7
Sembako	12
Daging	3
Pakaian	2
Jumlah	35

Sumber: Observasi pada tanggal 14 April 2018

Berdasarkan tabel 1.2, dapat diketahui bahwa 11 responden membeli sayur di pasar Ngadiluwih. 7 responden membeli buah-buahan. 12 responden membeli sembako. 3 responden membeli daging. 2 responden membeli pakaian. Jadi, dari 35 responden, mayoritas membeli sembako di Pasar Ngadiluwih.

Sembilan bahan pokok (sembako) adalah sembilan jenis kebutuhan pokok masyarakat yang terdiri atas berbagai bahan-bahan makanan dan minuman. Jenis barang kebutuhan pokok masyarakat seperti: beras, gula pasir, minyak goreng dan mentega, daging ayam dan sapi, telur ayam, susu, jagung, minyak tanah atau gas elpiji, dan garam beryodium.²

² Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No.115/MPP/Kep/2/1998 tanggal 27 Februari 1998 tentang jenis barang kebutuhan pokok masyarakat.

Semua masyarakat dari yang tingkat ekonominya rendah sampai tinggi membutuhkan sembako untuk memenuhi kebutuhannya setiap hari. Oleh karena itu, sembako mempunyai peranan penting dalam kehidupan masyarakat sehingga mudah didapatkan. Dalam hal ini, peneliti membatasi objek penelitian sembako, yakni sembako yang memiliki tingkat ketahanan lebih lama, seperti: beras, gula pasir, minyak goreng dan mentega, telur ayam, susu, dan garam beryodium.

Tabel 1.3
Variasi sembako yang dibeli responden di Pasar Ngadiluwih

Variasi sembako	Jumlah
Beras	14
Gula pasir	8
Minyak goreng dan mentega	6
Telur ayam	2
Susu	0
Garam beryodium	5
Jumlah	35

Sumber: Observasi pada tanggal 30 Nopember 2018

Berdasarkan tabel 1.3, dapat diketahui bahwa 14 responden membeli beras di Pasar Ngadiluwih. 8 responden membeli gula pasir. 6 responden membeli minyak goreng dan mentega. 2 responden membeli telur ayam. 5 responden membeli garam beryodium. Jadi, dari 35 responden, mayoritas membeli beras di Pasar Ngadiluwih.

Beras adalah bagian bulir padi (gabah) yang telah dipisahkan dari sekam (kulit gabah). Beras merupakan makanan pokok terpenting dalam menu makanan Indonesia. Beras memiliki kandungan karbohidrat tinggi namun proteinnya rendah. Sebagai makanan pokok, beras memberikan banyak manfaat, diantaranya:

1. Sebagai sumber energi untuk berbagai aktivitas

Beras merupakan salah satu makanan yang memiliki sumber karbohidrat yang cukup tinggi. Disamping itu, nutrisi yang terkandung dalam beras akan mengoptimalkan seluruh kerja organ tubuh termasuk otak.

2. Baik untuk pertumbuhan tulang dan gigi

Kandungan kalsium pada beras putih/nasi sangat penting untuk membantu pertumbuhan tulang dan gigi serta mencegah osteoporosis.

3. Mencegah penyakit saraf dan otak

Manfaat beras putih juga dapat mencegah timbulnya penyakit seperti: Alzheimer, epilepsi, dan lain-lain.

4. Mengurangi gangguan pencernaan, seperti diare dan radang usus besar.

Ada banyak varian beras di Indonesia, diantaranya:

1. Beras putih, berwarna putih agak transparan karena hanya memiliki sedikit aleuron, dan kandungan amilosa 20%. Beras putih mendominasi pasar beras. Macam dari beras putih diantaranya yaitu beras pandan wangi, beras mamberamo, IR 64 atau beras setra ramos, rojolele, IR 42, IR 36, dll.
2. Beras merah, aleuron mengandung gen yang memproduksi antosianin yang merupakan sumber warna merah/ungu.
3. Beras hitam, disebabkan aleuron dan endospermia memproduksi antosianin dengan intensitas tinggi sehingga berwarna ungu pekat mendekati hitam.

4. Ketan (beras ketan) berwarna putih, tidak transparan, seluruh patinya merupakan amilopektin.

Diantara varian beras tersebut, beras IR 64 atau beras setra ramos, dan beras mamberamo adalah beras yang paling banyak beredar di Pasar Ngadiluwih, karena harganya yang terjangkau dan *relative* cocok dengan selera masyarakat. Di dalam Pasar Ngadiluwih, terdapat 8 kios penjual beras yang dapat dikunjungi oleh pembeli.

Menurut Kotler, bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran. Ada 4 komponen bauran pemasaran, meliputi: produk, harga, lokasi, dan promosi.

Tabel 1.4
Perbandingan kios penjual beras yang ada di Pasar Ngadiluwih

Bauran pemasaran	Kios Bapak Samadun	Kios Ibu Ratna	Kios Ibu Ida
Produk:	Menjual semua jenis sembako kecuali daging ayam dan sapi, jagung dan minyak tanah/elpiji.	Menjual semua jenis sembako kecuali daging ayam dan sapi, jagung dan minyak tanah/elpiji.	Menjual semua jenis sembako kecuali daging ayam dan sapi, jagung dan minyak tanah/elpiji.
Harga: Beras			
Mamberamo	10.000/kg	9.800/kg	10.200/kg
IR 64	9.000/kg	9.500/kg	9.300/kg

Sumber: Observasi pada tanggal 7 Mei 2018

Berdasarkan tabel 1.4, dapat diketahui bahwa Kios Bapak Samadun adalah salah satu kios penjual beras dimana banyak pembeli, harga yang ditetapkan kepada para pembeli *relative* lebih murah. Kios Bapak Samadun juga memberikan fasilitas berupa pelayanan yang cepat dan ramah.

Tabel 1.5
Alasan responden membeli beras di kios Bapak Samadun

Alasan pemilihan pembelian beras	Jumlah
Produk	2
Harga	32
Tempat/Lokasi	0
Promosi	1
Jumlah	35

Sumber: Hasil observasi 21/4/2018

Berdasarkan tabel 1.5, dapat diketahui bahwa 2 responden membeli beras di kios Bapak Samadun karena produk. 32 responden membeli beras di kios Bapak Samadun karena harga. 1 responden membeli beras di kios Bapak Samadun karena promosi. Jadi, mayoritas responden berbelanja beras di kios Bapak Samadun karena harga.

Menurut Kotler dan Amstrong, harga adalah jumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa.³ Harga juga dapat diartikan sebagai satuan moneter atau ukuran lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.⁴ Harga merupakan salah satu faktor yang diperhatikan oleh pembeli dan penjual. Penetapan harga yang dilakukan oleh penjual dapat memengaruhi kuantitas produk yang dibeli oleh pembeli.

³ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-prinsip pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008)

⁴ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran, edisi ketiga*, (Yogyakarta: Bayu Medi publishing, 2008)

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Samadun, setiap hari terdapat 70 konsumen yang berbelanja di kios beliau. Konsumen tersebut memiliki karakteristik yang berbeda, ada yang untuk dikonsumsi sendiri dan ada yang dijual kembali. Maka tidak jarang pembeli membeli beras di kios Bapak Samadun meskipun selisihnya hanya Rp. 200,- - Rp. 500,-

Keputusan pembelian menurut Kotler dan Armstrong adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar melakukan suatu pembelian. Pengambilan keputusan dapat pula diartikan sebagai suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.⁵ Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BERAS (STUDI PADA KIOS BAPAK SAMADUN DI PASAR NGADILUWIH).**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas agar penelitian tidak keluar dari pembahasan, maka akan di fokuskan pembahasan melalui rumusan masalah. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana harga beras pada kios Bapak Samadun di Pasar Ngadiluwih?
2. Bagaimana keputusan pembelian beras pada kios Bapak Samadun di Pasar Ngadiluwih?
3. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian beras pada Kios Bapak Samadun di Pasar Ngadiluwih?

⁵ Kotler Dan Armstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran, Edisi Ke 9 Jilid 1*, (Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2003), 227.

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui harga beras pada Kios Bapak Samadun di Pasar Ngadiluwih.
2. Untuk mengetahui keputusan pembelian beras pada Kios Bapak Samadun di Pasar Ngadiluwih.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian beras pada Kios Bapak Samadun di Pasar Ngadiluwih.

D. Kegunaan Penelitian

Sesuai dengan tujuan penelitian di atas, diharapkan penelitian ini memiliki kegunaan sebagai berikut:

1. Kegunaan secara teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan tentang hubungan antara harga terhadap keputusan pembelian.

2. Kegunaan secara praktis

- a. Bagi peneliti

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu yang telah didapat selama proses perkuliahan.

- b. Bagi objek penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan bagi objek penelitian dalam menentukan harga beras.

c. Bagi akademik

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi yang bermanfaat, dan mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang ekonomi.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah pernyataan dugaan tentang hubungan antara dua variabel atau lebih.⁶ Hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

Hipotesis (H_a) : Terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian beras pada Kios Bapak Samadun di Pasar Ngadiluwih.

Hipotesis (H_0) : Tidak terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian beras pada Kios Bapak Samadun di Pasar Ngadiluwih.

F. Penegasan Istilah

1. Harga menurut Kotler dan Amstrong adalah jumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa.⁷ Harga juga dapat diartikan sebagai satuan moneter atau ukuran lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.⁸ Dalam penelitian ini, harga adalah jumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk/jasa.
2. Keputusan pembelian menurut Kotler dan Amstrong adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar melakukan suatu pembelian. Pengambilan keputusan dapat pula diartikan sebagai suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan

⁶ Fred N. Kerlinger, *Asas-Asas Penelitian Behavioral*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2006), 30.

⁷ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-prinsip pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008)

⁸ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran, edisi ketiga*, (Yogyakarta: Bayu Medi publishing, 2008)

dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Dalam penelitian ini, yang dimaksud keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar melakukan suatu pembelian.

G. Telaah Pustaka

1. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Chairul Bariah, dengan judul “Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Rinso (Studi Kasus: Konsumen pada Penang Market Kabupaten Bireuen)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil regresi secara parsial (T), maka diketahui variabel harga (X) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 4.730, sedangkan t_{tabel} adalah 1.984, hal ini berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka hasil penelitian menolak H_0 dan menerima H_a . Berdasarkan hasil regresi secara simultan (F), maka dapat dijelaskan bahwa nilai F_{hitung} adalah sebesar 22.372 berada pada tingkat signifikansi 0.000. Sedangkan F_{tabel} pada tingkat signifikan $\alpha=5\%$ adalah 2.31. Maka dapat ditulis $F_{hitung} 22.372 > F_{tabel} 2.31$. Hasil penelitian menerima H_a dan menolak H_0 , yang bermakna bahwa secara simultan variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.⁹

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu dengan peneliti terletak pada metode penelitian, yakni metode penelitian kuantitatif, variabel *independent* yaitu harga dan variabel *dependent* yaitu keputusan pembelian. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti

⁹ Chairul Bariah, “Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Rinso (Studi Kasus: Konsumen pada Penang Market Kabupaten Bireuen)”. Jurnal Vol. 6 (2015). Diakses pada tanggal 6 Desember 2018.

terdahulu dengan peneliti terletak pada objek penelitian. Objek penelitian terdahulu dilakukan pada konsumen Penang Market Kabupaten Bireuen, sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti dilakukan pada konsumen Pasar Ngadiluwih, Kediri.

2. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Josep Tolisindo, dengan judul “Pengaruh Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di *Indomaret* Lampung Utara Kecamatan Kotabumi Utara”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel potongan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk di *Indomaret* Lampung Utara dengan menggunakan uji F. Secara parsial variabel harga berpengaruh signifikan terhadap proses keputusan pembelian dengan menggunakan uji t.¹⁰

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu dengan peneliti terletak pada metode penelitian, yakni metode penelitian kuantitatif, dan variabel *dependent* yaitu keputusan pembelian. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu dengan peneliti terletak pada variabel *independent* dan objek penelitian. Penelitian terdahulu menggunakan variabel *independent* potongan harga dan dilakukan pada konsumen *Indomaret* Lampung Utara Kecamatan Kotabumi Utara. Sedangkan peneliti menggunakan variabel *independent* harga dan dilakukan pada konsumen Pasar Ngadiluwih, Kediri.

¹⁰ Josep Tolisindo, *Pengaruh Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Indomaret Lampung Utara Kecamatan Kotabumi Utara*, (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung Bandarlampung, 2017).

3. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Shofia Amaliani Islami, Nina Maharani, Dede R Oktini dengan judul “Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Toko Tas Henny Jalan Daleum Kaum Pasar Kota Kembang Bandung)”. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Tas Henny dengan nilai $p= 0,000$, koefisien korelasi sebesar $0,633$ ($R= 0,633$), dan koefisien determinan (R^2) sebesar 40% . Artinya harga secara signifikan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.¹¹

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu dengan peneliti terletak pada metode penelitian, yakni metode penelitian kuantitatif, variabel *independent* yaitu harga dan variabel *dependent* yaitu keputusan pembelian. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu dengan peneliti terletak pada objek penelitian. Objek penelitian terdahulu dilakukan pada konsumen Toko Tas Henny Jalan Daleum Kaum Pasar Kota Kembang Bandung, sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti dilakukan pada konsumen Pasar Ngadiluwih, Kediri.

¹¹ Shofia Amaliani Islami, Nina Maharani, Dede R Oktini, “Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Toko Tas Henny Jalan Daleum Kaum Pasar Kota Kembang Bandung)”. 2015. Diakses pada tanggal 6 Desember 2018.