

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Masyarakat sehari - hari menjadikan pasar sebagai pusat aktifitas ekonomi, pasar merupakan tempat melakukan transaksi untuk produk tertentu.¹ Dalam pasar terjadi proses jual beli, dimana penjual dan pembeli merupakan salah satu unsur penting, karena tanpa adanya penjual dan pembeli maka rukun jual beli tidak terpenuhi dan jual beli itu menjadi tidak sah. Penjual atau produsen merupakan orang yang menawarkan barang atau jasanya. Sedangkan pembeli atau konsumen sendiri adalah orang yang membeli barang atau jasa dari penjual atau produsen tersebut. Produsen sudah seharusnya menyediakan barang dengan kualitas dan harga yang sesuai dan mampu dijangkau oleh pihak konsumen atau pembeli. Sedangkan konsumen mampu membeli barang yang disediakan oleh produsen, dan disesuaikan dengan keinginan serta kebutuhan konsumen.

Ketika memutuskan untuk membeli produk, konsumen memiliki alasan tertentu untuk memilih produk tersebut, baik dari segi harga maupun segi kualitas, ataupun karena alasan kebutuhan akan suatu barang, atau konsumen membeli barang secara spontanitas tanpa pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian.

¹ Muhammad Aziz Hakim, *Menguasai Pasar Mengeruk Untung*, (Jakarta: PT Krisna Persada, 2005),
7

Menurut Morrisan tahap selanjutnya setelah adanya niat atau keinginan membeli adalah keputusan pembelian, adapun beberapa faktor yang meliputi ada faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, bahkan faktor psikologi dapat mempengaruhi perilaku pembelian konsumen.² Dalam melakukan pembelian hal yang pertama kali dilihat oleh konsumen adalah wujud luar dari suatu produk, yaitu kualitas produk tersebut. Dan melalui kualitas dari produk tersebut, konsumen akan melakukan pembelian terhadap produk.³

Menurut Sumarwan, dalam mengevaluasi produk, sebagian konsumen menjadikan harga sebagai atribut yang paling sering digunakan. Dan di Indonesia, sebagian besar konsumen menjadikan harga sebagai faktor utama yang dipertimbangkan untuk memilih produk dan jasa.⁴

Bawang merah merupakan sayuran yang sering digunakan untuk bumbu penyedap makanan, untuk obat tradisional dan sebagai bahan untuk industri makanan. Bawang merah selalu dibutuhkan setiap hari, sedangkan produktivitas bawang merah bersifat musiman. Nganjuk sebagai salah satu kabupaten penghasil bawang merah di Jawa Timur, dan sebagian masyarakat Nganjuk bekerja sebagai petani bawang merah. Pertanian bawang merah di Kabupaten Nganjuk terdapat di beberapa kecamatan seperti Kecamatan Rejoso, Gondang, Sukomoro, Wilangan dan Bagor, dan

² Morissan, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group 2010), 111

³ Ghoniyah Nunung, Ursila Ani, *Faktor faktor penentu keputusan pembelian Blackberry di Semarang*. Jurnal ekonomi manajemen akuntansi, Volume No.34 /Th. XX/April 2013.

⁴ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen, Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2011), 369

untuk pusat kegiatan jual beli bawang merah berada di Pasar Sukomoro. Belum terdapat regulasi yang mengatur tataniaga bawang merah di Kabupaten Nganjuk, sehingga berdampak adanya impor dan harga bawang merah tidak stabil. Ketika musim panen harga bawang merah menurun dan persediaan bawang merah banyak, sedangkan ketika bukan musim panen harga bawang merah naik dan persediaan bawang merah terbatas.⁵

Tabel 1. 1

Produksi Bawang Merah Menurut Kecamatan

Kecamatan	Produksi Bawang Merah menurut kecamatan (kuintal) Tahun 2020
Sukomoro	163.370
Gondang	310.415
Bagor	375.900
Rejoso	720.423

Sumber: Data diolah peneliti dari Badan Pusat Statistik Nganjuk

Pada tabel di atas terdapat 4 kecamatan yang memiliki produksi bawang merah terbanyak di kabupaten Nganjuk, yaitu kecamatan Sukomoro, Gondang, Bagor, dan Rejoso. Dari Tahun 1995 Pasar Sukomoro sudah terkenal sebagai pusat pemasaran bawang merah di Nganjuk karena kecamatan Sukomoro merupakan wilayah yang terlebih dahulu membudidayakan bawang merah di Nganjuk lalu diikuti oleh kecamatan Gondang, Bagor, Rejoso dengan produksinya yang semakin meningkat. Kecamatan Gondang, Bagor dan Rejoso memiliki produksi yang lebih

⁵ Astuti, R.A. 2013. Bawang Merah, Napas Nganjuk. <http://otda.kemendagri.go.id/index.php/berita-210/1064-bawang-merah-napas-nganjuk>. Diakses 10 Desember 2021.

banyak dari kecamatan Sukomoro karena wilayahnya yang lebih luas serta semakin banyak penduduk yang membudidayakan bawang merah.⁶ Dalam segi pemasarannya wilayah kecamatan Sukomoro lebih terkenal sebagai sentra bawang merah oleh masyarakat Nganjuk maupun luar Nganjuk dan letaknya strategis. Pada wilayah kecamatan Bagor pemasaran bawang merah mayoritas dari petani langsung ke penebas, pengumpul, tengkulak dari luar kecamatan, dan pengecer di Pasar Bagor. Di wilayah kecamatan Gondang pemasaran bawang merah dari petani melalui penebas, pengumpul, tengkulak atau pedagang besar yang ada di Pasar Gondang, di wilayah kecamatan Rejoso dari petani pemasaran melalui pengumpul, tengkulak atau pedagang besar yang ada di Pasar Rejoso dan sebagian ada yang di distribusikan ke Pasar Sukomoro. Terdapat 3 pasar yaitu Pasar Sukomoro, Pasar Rejoso serta Pasar Gondang.⁷

⁶ Monica Bella, *Sistem Perdagangan Bawang Merah Di Nganjuk Tahun 1995-2012 : Jurnal Universitas Negeri Surabaya*,(Surabaya:2019),3

⁷ Observasi yang dilakukan oleh Peneliti

Tabel 1. 2
Perbedaan Umum Pasar Sukomoro, Pasar Rejoso, Pasar Gondang

No	Nama Pasar	Lokasi	Fasilitas	Penjualan Bawang Merah	Penataan Pasar
1.	Pasar Sukomoro	Strategis (berada pada lokasi jalan utama yaitu Surabaya-Madiun, lebih dekat dengan pusat kota Nganjuk dan lokasinya lebih dekat dengan pintu masuk tol di Nganjuk)	Tempat Parkir, MCK, dekat dengan stasiun, dekat dengan fasilitas umum	<p>Produk : Ketersediaan bawang merah lengkap dari berbagai jenis seperti thailand, bauji, philip, dari ukuran kecil, sedang, dan super.</p> <p>Harga : Bawang merah lokal seperti tajuk (Thailand Nganjuk) dari kualitas dengan ukuran sedang kecil 9.000, ukuran tanggung besar 13.000, ukuran besar super 19.000.</p> <p>Promosi : Dilakukan melalui adanya potongan harga atau diskon kepada pembeli dalam jumlah</p>	Untuk kios pasar sayur, dan makanan di sebelah barat dan kios untuk bawang merah di sebelah timur. Dan banyak pedagang besar bawang merah.

				<p>besar, melalui sosial media <i>facebook</i> grup jual beli bawang merah di Nganjuk, dan ada juga pedagang yang memiliki akun <i>youtube</i> untuk <i>update</i> harga terbaru, kualitas, dan produk yang tersedia.</p>	
2.	Pasar Rejoso	Strategis (berada pada lokasi jalan utama menuju bojonegoro)	Tempat Parkir, MCK	<p>Produk : Ketersediaan barang untuk komoditi bawang merah kurang lengkap, hanya jenis tertentu seperti Thailand Nganjuk dan bauji.</p> <p>Harga : Bawang Merah lokal Tajuk (Thailand Nganjuk) harga dengan kualitas ukuran sedang kecil 12.000, harga dengan ukuran tanggung</p>	<p>Penempatan sesuai barang yang dijual. Kios-kios berada di bagian depan dan pinggir pasar, bagian dalam penjual dengan dasaran meja/lantai. Hanya ada beberapa pedagang besar bawang merah, dan yang lainnya pedagang ecer</p>

				<p>besar 16.000, harga dengan ukuran Besar Super 22.000.</p> <p>Promosi : dilakukan melalui <i>group facebook</i> jual beli bawang merah, atau secara langsung dengan pembeli.</p>	
3.	Pasar Gondang	<p>Strategis (jauh dari pusat kota Nganjuk, letaknya di Jl. Gondang-Sukomoro. Dekat dengan jalan raya, namun untuk akses dari luar kota ke Gondang perlu melewati desa – desa.</p>	<p>Tempat Parkir, MCK, dekat fasilitas umum</p>	<p>Produk : Ketersediaan bawang merah hanya jenis tertentu pada umumnya bauji dan Thailand Nganjuk.</p> <p>Harga: Bawang Merah lokal Tajuk (Thailand Nganjuk), harga dengan ukuran sedang kecil 12.000, harga dengan ukuran tanggung besar 17.000, harga dengan ukuran Besar Super 22.000.</p>	<p>Penempatan sesuai barang yang dijual, Kios – kios berjejer. Dari pedagang sayur dan ada bagian untuk penjual hewan seperti kambing. Ada pedagang besar bawang merah di Pasar, dan terdapat pedagang ecer.</p>

				Promosi : dilakukan melalui <i>group</i> <i>facebook</i> jual beli bawang merah, atau secara langsung dengan pembeli.	
--	--	--	--	---	--

Sumber: Observasi Pasar Sukomoro, Pasar Rejoso, dan Pasar Gondang

Dari tabel di atas Pasar Sukomoro memiliki beberapa kelebihan dibanding dua pasar lainnya yaitu Pasar Rejoso dan Gondang. Kelebihan tersebut meliputi lokasi yang lebih strategis, lokasi yang lebih luas dekat dengan jalan utama antar kota, dan juga persediaan lengkap, terutama untuk komoditas bawang merah memiliki tempat khusus di pasar bagian timur. Pasar Sukomoro dikenal dari luar kota hingga provinsi sebagai sentra bawang merah di Nganjuk. Di Pasar Sukomoro juga terdapat berbagai jenis – jenis bawang merah dari mulai bauji, Thailand Nganjuk, Philip, dari harga yang murah dengan kualitas bawang merah kecil, hingga yang mahal dengan kualitas bawang merah besar – besar, semua tersedia, dan bisa membandingkan harga antar pedagang satu dengan pedagang lainnya. Jika membeli dalam jumlah yang banyak baik untuk dikonsumsi maupun dijual kembali akan mendapat potongan harga, dapat tawar - menawar, serta untuk mengetahui info bawang merah terbaru promosi dilakukan melalui *group facebook*, dan *youtube* dari beberapa pedagang yang ada di Pasar

Sukomoro.⁸ Sehingga dari lokasi, harga, produk, dan promosi dari penjual pada konsumen, dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam membeli bawang merah.

Menurut Kotler dalam mencapai tujuan pemasaran, alat pemasaran yang digunakan berupa bauran pemasaran.⁹ Adapun alat – alat yang digunakan ialah harga, lokasi, produk, dan promosi. Adapun proses atau tahapan pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen ketika benar – benar hendak melakukan suatu pembelian, hal itu menurut Kotler merupakan bagian dari keputusan pembelian. Mulai dari pencarian informasi sampai pada akhirnya konsumen melakukan pembelian.¹⁰

Menurut Ebert dan Griffin dalam proses pengambilan keputusan terdapat lima tahapan yaitu pengenalan masalah/kebutuhan, pencarian informasi, Evaluasi alternatif, keputusan pembelian, Evaluasi Pascapembelian. Dalam keputusan pembelian tersebut dipengaruhi oleh faktor pribadi atau lingkungan dan faktor pemasaran (harga, produk, lokasi, dan promosi).¹¹

⁸ Observasi dilakukan 21 Desember 2021.

⁹ Muhammad Yogi Sumirat, “*Analisis Pemasaran Interaktif Terhadap Keputusan Pembelian*”, (Bandung: Universitas Islam Bandung, 2015),22

¹⁰ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), 141.

¹¹ Ronald J.Ebert, Ricky W.Griffin, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Erlangga, 2015), 371.

Tabel 1. 3
Faktor Keputusan Pembelian Bawang Merah Di Pasar
Sukomoro

No	Faktor Keputusan Pembelian	Penilaian Responden
1	Lokasi	6
2	Harga	15
3	Produk	10
4	Promosi	4
	Jumlah	35

Sumber: Pernyataan Konsumen pada Pasar Sukomoro

Tabel 1.3 di atas merupakan hasil uji coba angket sementara dari peneliti. Hal ini dilakukan untuk mencari fokus penelitian. Terdapat 35 responden, dan didapatkan hasil sebagai berikut, 15 responden memilih harga, 6 responden memilih lokasi, 10 responden memilih membeli barang di pasar karena produk baik, dari segi jenis maupun kualitas, dan untuk promosi dipilih oleh 4 responden, maka dapat disimpulkan bahwa harga dan produk faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian bawang merah di Pasar Sukomoro.

Sehubungan dengan latar belakang permasalahan tersebut, peneliti mencoba mengamati pengaruh dari harga dan produk terhadap keputusan pembelian konsumen bawang merah di Pasar Sukomoro Nganjuk. Dan dituangkan dalam Skripsi dengan judul **“Pengaruh Harga Dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bawang Merah Di Pasar Sukomoro Nganjuk.”**

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini disusun sebagai berikut:

1. Bagaimanakah harga bawang merah di Pasar Sukomoro?
2. Bagaimanakah produk bawang merah di Pasar Sukomoro?
3. Bagaimanakah keputusan pembelian bawang merah yang dilakukan konsumen di Pasar Sukomoro?
4. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian bawang merah di Pasar Sukomoro?
5. Bagaimana pengaruh produk terhadap keputusan pembelian bawang merah di Pasar Sukomoro?
6. Bagaimana pengaruh harga dan produk terhadap keputusan pembelian bawang merah di Pasar Sukomoro?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui harga bawang merah di Pasar Sukomoro.
2. Untuk mengetahui produk bawang merah sebenarnya di pasar sukomoro.
3. Untuk mengetahui keputusan pembelian bawang merah yang dilakukan konsumen di Pasar Sukomoro.
4. Untuk mengetahui harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian bawang merah di Pasar Sukomoro.
5. Untuk mengetahui produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian bawang merah di Pasar Sukomoro.

6. Untuk mengetahui pengaruh harga dan produk terhadap keputusan pembelian bawang merah di Pasar Sukomoro.

D. Kegunaan Penelitian

Peneliti berharap pada penelitian ini dapat memberikan manfaat dan berguna bagi mahasiswa maupun pihak lain, kegunaannya adalah sebagai berikut:

1. Secara teoritis untuk menambah pengetahuan serta wawasan bagi mahasiswa ataupun pihak lain tentang aktifitas ekonomi dan jual beli di Pasar Sukomoro, serta menambah koleksi kepustakaan IAIN Kediri.
2. Secara Praktis, bagi peneliti ilmu yang di dapat selama perkuliahan dapat diaplikasikan dan menambah wawasan ilmu pengetahuan pada bidang Ekonomi Syariah langsung di lapangan.

E. Telaah Pustaka

1. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Beras Pada Perum Bulog Divre Sumatera Utara oleh Dimas Budi Ramadhan (2017) mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan.

Penelitian ini berfokus pada pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan Pembelian Beras. Kesamaan penelitian tersebut dengan penelitian saat ini adalah sama membahas variabel produk, harga dan keputusan pembelian dan menggunakan metode kuantitatif. Perbedaan dari penelitian saat ini adalah objek yang diteliti, penelitian

tersebut meneliti komoditas beras sedangkan penelitian saat ini meneliti bawang merah.¹²

Hasil dari penelitian ini menunjukkan kualitas produk dan harga secara parsial mempengaruhi keputusan pembelian konsumen beras pada Perum BULOG Divre Sumatra Utarayang ditunjukkan dengan nilai koefisien determinasi yang menunjukkan nilai R^2 adalah sebesar 80,7%.

2. Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Makanan Ringan Snack Lumpia Roll Di Komplek Mega Regency - Serang Baru (Studi Kasus Umkm Snack Lumpia Roll) oleh Siti Rojanah (2019) mahasiswa Universitas Pelita Bangsa.

Penelitian ini berfokus pada pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Kesamaan penelitian tersebut dengan penelitian saat ini terletak pada variabel harga, dan kualitas produk serta keputusan pembelian, kesamaan lainnya yaitu menggunakan metode kuantitatif. Perbedaan dengan penelitian saat ini yaitu terletak pada variabel promosi, dan objek yang diteliti, penelitian saat ini meneliti bawang merah sedangkan penelitian terdahulu meneliti makanan ringan.¹³

¹² Dimas Budi Ramadhan, *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Beras Pada Perum Bulog Divre Sumatera Utara* (Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan), 2017

¹³ Siti Rojanah, *Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Makanan Ringan Snack Lumpia Roll Di Komplek Mega Regency - Serang Baru (Studi Kasus Umkm Snack Lumpia Roll)*, (Bekasi: Universitas Pelita Bangsa), 2019

Teknik Analisa data yang digunakan adalah Regresi linear berganda untuk membuktikan hipotesis penelitian, hasil dari penelitian ini bahwa secara parsial harga, promosi dan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian makanan ringan snack Lumpia Roll.

3. Pengaruh Harga dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Gethuk Lindri dan Tape Singkong (Studi pada Home Industri UD. Padhang Bulan Desa Ngasem, Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri) Oleh Isneini Suci Rahayu (2020), mahasiswa IAIN Kediri. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kuantitatif. Selain itu, sama – sama berfokus pada variabel harga dan produk terhadap keputusan pembelian. Perbedaan dengan penelitian ini yaitu pada Objek yang diteliti, pada penelitian ini yang diteliti adalah produk Bawang Merah di Pasar Sukomoro¹⁴

Hasil pada penelitian tersebut harga dan produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian gethuk lindri dan tape singkong pada Home Industri UD. Padhang Bulan dengan nilai sebesar 58,9%.

4. Pengaruh Harga, Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Soraya Shop Plaju Palembang Oleh Yenny Remita Fitrianty (2018), mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian saat ini yaitu pada variabel Harga, Produk, dan keputusan pembelian, menggunakan

¹⁴ Isneini Suci Rahayu, *Pengaruh Harga dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Gethuk Lindri dan Tape Singkong (Studi pada Home Industri UD. Padhang Bulan Desa Ngasem, Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri)*, (Kediri : IAIN Kediri),2020

metode kuantitatif. Perbedaan dengan penelitian saat ini yaitu terletak pada variabel kualitas pelayanan, serta objek yang diteliti.¹⁵

Hasil penelitian ini bahwa harga, produk, dan kualitas pelayanan secara bersama – sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian pada Soraya Shop Plaju Palembang.

5. Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pembeli Gula Aren Sawit Di Desa Simpang Empat Kecamatan Sei Rampah Kabupaten Sergai Provinsi Sumut) oleh Riau Rahmat Hidayat (2018) Mahasiswa UIN Sumatera Utara Medan.

Penelitian ini berfokus pada harga, dan kualitas produk serta keputusan pembelian. Variabel penelitian tersebut dengan penelitian saat ini sama, dan menggunakan metode kuantitatif, yang membedakan terletak pada objek atau studi kasus yang diteliti.¹⁶

Data dalam penelitian ini dianalisis dan diolah menggunakan regresi linear berganda, hasil yang didapatkan dari penelitian ini bahwa harga dan produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada studi kasus pembeli gula aren sawit di Desa Simpang Empat.

¹⁵ Yenny Remita Fitrianty, *Pengaruh Harga, Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Soraya Shop Plaju Palembang*, (Palembang: UIN Raden Fatah Palembang), 2018

¹⁶ Riau Rahmat Hidayat, *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pembeli Gula Aren Sawit Di Desa Simpang Empat Kecamatan Sei Rampah Kabupaten Sergai Provinsi Sumut)*, (Medan: UIN Sumatera Utara Medan), 2018