

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pasar Tradisional sebagai lokasi perdagangan merupakan salah satu pilar perekonomian. Melalui berbagai fungsi dan peran strategis yang dimiliki, pasar tradisional menjadi salah satu wadah atau sarana untuk mencapai kesejahteraan rakyat Indonesia (Nurfaisyah, 2018).

Pasar tradisional secara umum diidentikkan dengan keadaan jual beli dengan proses tawar menawar tanpa batas, serta jumlah produsen banyak sehingga konsumen memiliki hak yang lebih banyak dalam memenuhi kebutuhannya. Dengan kebutuhan masyarakat yang terus berkembang dan tidak terbatas seiring dengan perkembangan zaman. Oleh karena itu kondisi persaingan yang sangat tinggi, para produsen perlu memahami dan mengetahui apa saja keinginan dan kebutuhan konsumennya supaya pembelian meningkat (Subhan, 2019).

Perkembangan jumlah penduduk Indonesia mengakibatkan kebutuhan pangan yang terus meningkat. Karena pangan merupakan kebutuhan penting yang harus dipenuhi oleh setiap orang, maka terciptanya sumber daya manusia yang berkualitas tentunya sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain faktor pangan (gizi), kesehatan, pendidikan, informasi, teknologi dan pelayanan lainnya. Peran paling penting dari beberapa faktor ini adalah nutrisi, dan orang yang kekurangan gizi mengalami kegagalan pertumbuhan dan perkembangan. Daging merupakan salah satu komoditas pertanian yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan protein, karena daging mengandung protein yang bermutu tinggi, yang mampu

menyumbangkan asam amino esensial yang lengkap daging. Didefinisikan sebagai bagian dari hewan potong yang digunakan manusia sebagai bahan makanan, selain mempunyai penampakan yang menarik selera, juga merupakan sumber protein hewani berkualitas tinggi. Daging adalah seluruh bagian dari ternak yang sudah dipotong dari tubuh ternak kecuali tanduk, kuku, tulang dan bulunya. Dengan demikian hati, limpa, otak, dan isi perut seperti usus juga termasuk daging (Nugroho & Simamora, 2021).

Keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan konsumen akan pembelian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk memilih dua atau lebih alternatif produk yang tersedia dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain kualitas, harga, lokasi, promosi, kemudahan, pelayanan dan lain-lain. Keputusan pembelian itu tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk sudah yang sudah dikenal oleh masyarakat (Manalu & Roshinta, 2021).

Menurut Kotler dan Armstrong (2018: 158) mengemukakan, Konsumen membuat banyak keputusan pembelian setiap hari, dan keputusan pembelian adalah fokusnya titik upaya pemasar. Sebagian besar perusahaan besar meneliti keputusan pembelian konsumen di Indonesia sangat detail untuk menjawab pertanyaan tentang apa yang dibeli konsumen, di mana mereka membeli, bagaimana dan bagaimana banyak yang mereka beli, ketika mereka membeli, dan mengapa mereka membeli.

Keputusan pembelian adalah suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternative pilihan yang ada". Oleh karena itu, pengambilan keputusan pembelian konsumen merupakan suatu proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif penyelesaian masalah dengan tindak lanjut yang nyata. Setelah itu konsumen dapat melakukan evaluasi pilihan dan kemudian dapat menentukan sikap yang akan diambil selanjutnya. Pada dasarnya dalam membeli suatu produk, seorang konsumen tidak hanya membeli produk, akan tetapi konsumen juga membeli manfaat atau keunggulan yang dapat diperoleh dari produk yang dibelinya. Oleh karena itu, suatu produk harus memiliki keunggulan dari produk-produk yang lain, salah satunya dari segi kualitas produk yang ditawarkan (Nukman Nador, Nur Hidayati, 2020).

Pada tahun 2017-2021 pedagang daging pada pasar serikat Lubuk Basung-Geragahan mengalami penurunan penjualan dibuktikan berdasarkan data penjualan berikut :

Tabel 1.1.
Data Penjualan Daging Sapi Pada Pasar Serikat Lubuk Basung-Geragahan Pada Tahun 2017-2021

No.	Tahun	Jumlah Penjualan Daging
1.	2017	66.800 kg
2.	2018	64.503 kg
3.	2019	61.988 kg
4.	2020	60.811 kg
5.	2021	62.027 kg

Sumber : Los Penjual Daging Sapi Pasar Serikat Lubuk Basung-Geragahan Tahun 2017-2021.

Dari tabel 1.1 di atas dapat dilihat bahwa penjualan daging sapi pada Pasar serikat Lubuk Basung-Geragahan mengalami kenaikan dan penurunan tiap tahunnya. Pada tahun 2017 penjualan sebanyak 66.800 kg, pada tahun 2018 penjualan sebanyak 64.503 kg, kemudian tahun 2019 penjualan sebanyak 61.988 kg, pada tahun 2020 penjualan sebanyak 60.811 kg, dan pada tahun 2021 penjualan sebanyak 62.027 kg. Dari penurunan penjualan daging sapi ini diisyaratkan terjadinya masalah dalam penjualan. Tentu hal ini menarik untuk dilakukan penelitian agar diketahui penyebabnya.

Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian daging sapi pada pasar serikat Lubuk Basung-Geragahan adalah faktor gaya hidup, Menurut (Manalu & Roshinta, 2021) Faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang adalah sikap, pengalaman dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, persepsi, kelompok referensi, kelas sosial, keluarga dan kebudayaan.

Gaya hidup masyarakat yang cenderung berkurang untuk berbelanja di pasar tradisional mengalami penyusutan. Dampak dari penurunan jumlah pasar tradisional diantaranya adalah semakin banyak masyarakat yang kehilangan pekerjaan karena tidak bisa lagi melakukan kegiatan jual beli dengan hasil yang memadai sebagaimana sebelum tumbuhnya pasar modern (Nurfaisayah, 2018).

Selain gaya hidup faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian daging sapi pada pasar serikat Lubuk Basung-Geragahan adalah kualitas produk, Salah satu nilai utama yang diharapkan oleh pelanggan dari produsen adalah kualitas produk dan jasa yang tertinggi. Kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat

suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (R Daga,2017).

Kualitas produk merupakan suatu produk dan jasa yang melalui beberapa tahapan proses dengan memperhitungkan nilai suatu produk dan jasa tanpa adanya kekurangan sedikitpun nilai suatu produk dan jasa, dan menghasilkan produk danjasa sesuai harapan tinggi dari pelanggan (Perangin-angin, 2019).

Kualitas produk dan kualitas pelayanan sangat penting bagi usaha industri makanan, maka hendaknya pihak pengelola usaha sangat memperhatikan hal ini, karena hal tersebut akan berakibat dengan kepuasan konsumen, seorang konsumen yang merasa puas dan keinginannya terpenuhi cenderung akan kembali menggunakan jasa di tempat tersebut (Wahyuni, Devi, et al 2022)

Selain faktor gaya hidup dan kualitas produk, faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian daging sapi pada pasar serikat Lubuk Basung-Geragahan adalah harga. Oleh Harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan mengingat harga sangat berperan dalam menentukan posisi persaingan dan menentukan laku atau tidaknya produk di pasar(Putri, Emmelia Eka, et al 2021)

Salah satu kelebihan pasar tradisional adalah harga yang dijual pedagang dapat ditawarkan oleh pembeli, sehingga harga yang terjadi adalah persetujuan dari penjual dan pembeli.Oleh karena itu, disini pembeli harus pintar dalam menawar harga.Bila pembeli pintar menawar, maka harga barang yang dibeli tidak terlalu mahal atau dapat ditekan.Tetapi, bila sebaliknya pembeli kurang pintar untuk menawar harga, maka barang yang dibeli mungkin dianggap mahal. Harga ju-

gadapat menjadi indikator kualitas dimana suatu produk/jasa dengan kualitas tinggi akan berani dipatok dengan harga yang tinggi pula. Persepsi harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk kembali melakukan pembelian suatu produk (Mulyani, 2020).

Dalam penelitian yang dilakukan (Sakdiyah et al., 2021) yang berjudul Pengaruh Gaya Hidup dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Onlineshop Pusat hijab syaree Surabaya). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwasannya variabel gaya hidup tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian di onlineshop Pusat hijab syaree Surabaya. Sedangkan variabel harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian di onlineshop Pusat hijab syaree Surabaya. Akan tetapi variabel gaya hidup dan harga bersama-sama memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian di onlineshop Pusat hijab syaree Surabaya.

Keputusan Pembelian juga berpengaruh dengan kualitas produk. Dalam penelitian (Andriani & Menuk Sri, 2021) yang berjudul Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Import Di Tempat Biasa Thrift Store Surabaya. Terdapat kesimpulan bahwa gaya hidup, kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian bekas import di Tempat Biasa Thrift Store Surabaya.

Keputusan Pembelian tidak hanya diperkuat dengan adanya gaya hidup dan kualitas produk namun juga diperkuat dengan variabel harga seperti yang dikemukakan oleh (Triadi et al., 2021b) yang berjudul Pengaruh Gaya Hidup dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Handphone. Dihasilkan kesimpulan bahwa

Gaya hidup dan harga dapat mempengaruhi Keputusan pembelian calon konsumen pada perusahaan dibidang elektronik dimana gaya hidup modern dan harga dapat dijadikan kekuatan dalam menarik konsumen perusahaan Apple terutama Handphone merek Iphone. Gaya hidup dan harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pasar serikat Lubuk Basung-Geragahanberalamatkan di Jl. Tujuh Suku Padang Baru, Kecamatan Lubuk Basung, Kabupaten Agam, Provinsi Sumatra Barat. Kode Pos 26452.

Berdasarkan penjelasan yang telah dijelaskan diatas, maka penulis tertarik untuk mengajukan penelitian dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Daging Sapi Pada Pasar Serikat Lubuk Basung-Geragahan”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Terjadinya penurunan penjualan yang dialami oleh pedagang daging sapi pada pasar serikat Lubuk Basung-Geragahan dari tahun 2017 sampai tahun 2021.
2. Penurunan penjualan disinyalir terjadi karena harga daging sapi yang mahal sehingga tidak terjangkau oleh masyarakat.
3. Gaya hidup masyarakat saat ini lebih memilih membeli makanan instan seperti frozen food dan aneka makanan cepat saji lainnya.

4. Kualitas Produk yang belum terjamin sehingga masyarakat ragu membeli daging sapi pada pasar saat ini dikarenakan berita yang tidak baik di media.
5. Harga daging jauh lebih tinggi dari pada makanan pokok lainnya sehingga masyarakat lebih memilih ke makanan pokok lain.
6. Penurunan penjualan mengakibatkan kerugian bagi pedagang daging sapi.
7. Banyaknya sampah yang berserakan dan bau yang tidak sedap membuat keputusan pembelian daging sapi menjadi rendah.
8. Area parkir yang sempit membuat masyarakat enggan ke pasar serikat Lubuk Basung-Geragahan dan memilih membeli daging sapi yang ada di lapak tepi jalan.

1.3 Batasan Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Agar terfokusnya penelitian ini maka penulis akan membatasi masalah ini dengan Gaya Hidup (X_1), Kualitas Produk (X_2) dan Harga (X_3) sebagai variabel bebas, kemudian Keputusan Pembelian (Y) sebagai variabel yang terikat daging sapi pada pasar serikat Lubuk Basung–Geragahan.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas dapat dibuat rumusan masalah, antara lain :

1. Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian daging sapi pada Pasar Serikat Lubuk Basung-Geragahan?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian daging sapi pada Pasar Serikat Lubuk Basung-Geragahan?
3. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian daging sapi pada Pasar Serikat Lubuk Basung-Geragahan?
4. Bagaimana pengaruh gaya hidup, kualitas produk, dan harga secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian daging sapi pada Pasar Serikat Lubuk Basung-Geragahan?

1.5 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian daging sapi pada Pasar Serikat Lubuk Basung-Geragahan?
2. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian daging sapi pada Pasar Serikat Lubuk Basung-Geragahan?
3. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian daging sapi pada Pasar Serikat Lubuk Basung-Geragahan?

4. Pengaruh gaya hidup, kualitas produk, dan harga secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian daging sapi pada Pasar Serikat Lubuk Basung-Geragahan?

1.5.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, antara lain:

1. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan untuk memecahkan masalah yang dihadapi pedagang daging sapi, terutama mengenai gaya hidup, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian daging sapi pada Pasar Serikat Lubuk Basung-Geragahan?

2. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi bagi ilmu pengetahuan yang datang dan dapat menjadi suatu sumber referensi bagi yang membutuhkan.

3. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai manajemen pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan gaya hidup, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian.