

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pertumbuhan ekonomi Indonesia pada tahun 2015 diperkirakan mencapai 5,2 persen, sedikit di bawah proyeksi Bank Dunia yang dirilis Juli 2014 lalu, yaitu sebesar 5,6 persen yang di akibatkan melemahnya pertumbuhan investasi dan ekspor. Pertumbuhan ekonomi tahun 2015, berasal dari konsumsi rumah tangga dan investasi yang mencatat pertumbuhan tinggi. Sementara dari sisi penawaran, penyumbang utama pertumbuhan ekonomi adalah beberapa sektor, diantaranya yaitu sektor industri, sektor perdagangan, dan sektor pertanian.

Dalam persaingan yang sangat ketat ini, dimana konsumen dihadapkan pada berbagai alternatif pilihan produk yang ditawarkan, maka produsen dituntut untuk selalu mengikuti perkembangan pasar sebagai dasar penetapan keputusan. Keberhasilan suatu keputusan memerlukan pemahaman tentang perilaku konsumen.

Sikap adalah fungsi dari harapan dan setelah itu merupakan fungsi dari sikap sebelumnya dengan tingkat kepuasan saat ini. Keinginan dalam pembelian merupakan fungsi sikap individual terhadap produk barang dan jasa.

Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan harapannya. Sedangkan Enggel (1994) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan

evaluasi penjual setelah alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil sama atau melampaui harapan pelanggan.

Banyak pengusaha yang tidak hanya menawarkan suatu sistem konsumsi yaitu penawaran yang ditandai dengan subsistem produk dan pelayanan yang saling terkait atau dikonsumsi selama periode tertentu. Secara konseptual ada tiga elemen yang membentuk sistem konsumen yaitu attribute level, kepuasan, dan minat berperilaku. Sistem konsumen terdiri dari beberapa subsistem dengan sistem produk dan pelayanan sebagai subsistem.

Perspektif sistem konsumsi mengakui bahwa subsistem produk dan subsistem pelayanan saling berpengaruh, dampak dari saling berpengaruh ini mempunyai implikasi bahwa kepuasan akan produk mempengaruhi minat berperilaku ke arah penyedia pelayanan dan kepuasan akan pelayanan dapat mempengaruhi minat berperilaku ke arah manufaktur produk.

Sebagai kota yang menyandang banyak predikat, mulai dari Kota Gudeg, Kota Budaya, Kota Wisata sampai Kota Pelajar. Keberadaan dari Kota Yogyakarta tidak hanya telah diketahui oleh masyarakat lokal, namun juga masyarakat internasional. Beberapa potensi wisata yang telah lama dikembangkan di kota ini antara lain “Keraton Yogyakarta, Malioboro, Pantai Parangtritis, Candi Prambanan, Istana Air Tamansari, dan masih banyak lagi”. Adanya berbagai daerah tujuan wisata yang ditawarkan oleh Kota Yogyakarta, tentunya banyak dimanfaatkan oleh sebagian besar warga baik dari daerah Yogyakarta maupun dari luar daerah Kota Yogyakarta untuk mencari rejeki dengan mendirikan usaha di kota ini.

Pedagang Kaki Lima (PKL) merupakan salah satu usaha yang banyak ditemui di Yogyakarta. Salah satunya usaha dalam bidang transaksi jual-beli barang-barang *second* atau yang sering disebut dengan nama Klithikan. Pasar Klithikan ini merupakan salah satu ciri khas yang telah melekat pada Kota Yogyakarta. Pasar ini dapat dijumpai di kawasan jalan Mangkubumi, Jalan Asem Gede dan Alun-alun Selatan Yogyakarta. Pada dasarnya pasar Klithikan di Mangkubumi sendiri telah tumbuh dan berkembang seiring dengan terjadinya krisis ekonomi pada tahun 1998. Para pedagang tersebut berusaha bertahan menjaga akses ekonominya, bahkan pada perkembangan selanjutnya pedagang Klithikan Mangkubumi justru menjadi salah satu sentral ekonomi di Yogyakarta. Awalnya pasar ini dikenal sebagai pusat penawaran dan penjualan barang bekas pakai (*second*). Tetapi saat ini pasar Klithikan telah berkembang sangat pesat. Terbukti, bahwa di pasar ini tidak hanya menjual bermacam barang bekas pakai, tetapi banyak juga yang telah menawarkan barang-barang baru.

Jenis pasar ini memang unik, kreatifitas dan inisiatif penjual dalam menggelar dagangannya sangat kental dirasakan ketika menginjakkan kaki di area pasar ini. Barang dagangannya pun sangat bervariasi, mulai dari barang elektronik, telepon seluler, onderdil kendaraan bermotor, pakaian, sepatu dan sandal dapat ditemui disana. Keinginan masyarakat untuk mengunjungi pasar Klithikan ini pun bisa dibilang cukup tinggi. Dari yang sekedar jalan-jalan untuk melihat-lihat barang yang digelar disana sampai yang benar-benar berniat membeli barang bagus dengan harga relatif murah.

Seiring dengan perkembangan Pasar Klithikan di Yogyakarta, rupanya berbagai masalah yang ditimbulkan dari aktifitas pedagang kaki lima disana semakin hari semakin terasa. Walaupun menarik untuk dikunjungi, tetapi tumpah ruahnya pedagang di trotoar jalan-jalan utama Kota Yogyakarta ini menyebabkan gangguan yang cukup berarti bagi ketertiban dan keindahan kota. Pada akhirnya, sejak tanggal 11 November 2007, ramainya pemandangan transaksi jual-beli di tiga kawasan tersebut (Jalan Mangkubumi, Jalan Asem Gede, dan Alun-alun Selatan) tidak dapat disaksikan lagi.

Berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 26 Tahun 2002 tentang pengelolaan Pedagang Kaki Lima (PKL), maka Pemerintah Kota Yogyakarta memberikan solusi bagi pedagang Klithikan Mangkubumi, Jalan Asem Gede, dan Alun-alun Selatan untuk direlokasi ke Pasar Klithikan Pakuncen, bekas pasar hewan Pakuncen di jalan HOS. Cokroaminoto, Yogyakarta. Lokasi Pasar Klithikan Pakuncen dinilai sangat strategis, kawasan kota di bagian barat ini dari waktu ke waktu trendnya semakin berkembang. Selain itu, keberadaan dari pasar Klithikan ini akan dapat lebih meningkatkan perkembangan kawasan Pakuncen itu sendiri.

Yogyakarta bisa disebut dengan kawasan yang mayoritas penduduknya berada pada ekonomi menengah ke bawah. Sehingga dengan keberadaan pasar Klithikan akan sangat membantu mereka. Karena harga yang di tawarkan di pasar Klithikan bisa dikatakan sangat murah. Sehingga sangat terjangkau bagi masyarakat menengah ke bawah.

Meskipun hal-hal tersebut diatas sangatlah kontra dengan kenyataan yang ada saat ini. Pada saat ini di Yogyakarta sendiri sudah sedikit maju. Dapat kita lihat di setiap sudut-sudut kota sudah banyak terdapat mall-mall atau toko-toko besar. Bahkan tidak jarang kita menemukan suatu mall atau toko yang menawarkan barang-barangnya dengan harga yang relatif murah. Mulai dari kebutuhan pokok sampai dengan barang-barang elektronik.

Dengan kondisi seperti ini, apakah masyarakat masih berminat membeli barang-barang di pasar “Klithikan”? hal seperti itulah yang perlu diteliti lebih lanjut.

Berdasarkan alasan tersebut maka penulis bermaksud melakukan penelitian dengan judul : **“Analisis Minat Beli Konsumen Terhadap Barang Bekas (Studi Kasus Pasar Klithikan Pakuncen)”**.

## **B. Batasan Masalah**

Mengingat luasnya permasalahan yang dibahas, dan untuk menghindari timbulnya salah pengertian dan peninjauan yang terlalu luas perlu adanya pembatasan masalah sebagai berikut :

1. Kualitas Produk
2. Harga
3. Pelayanan

**C. Rumusan Masalah**

1. Sejahterama Kualitas Produk mempengaruhi minat beli konsumen terhadap barang bekas di pasar Klithikan Pakuncen?
2. Sejahterama Harga mempengaruhi minat beli konsumen terhadap barang bekas di pasar Klithikan Pakuncen?
3. Sejahterama Pelayanan mempengaruhi minat beli konsumen terhadap barang bekas di pasar Klithikan Pakuncen?
4. Sejahterama Kualitas Produk, Harga dan Pelayanan mempengaruhi Minat Beli konsumen terhadap barang bekas di pasar Klithikan Pakuncen?

**D. Tujuan Penelitian**

1. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen dalam pembelian barang bekas di Pasar Klithikan Pakuncen.
2. Menganalisis pengaruh harga terhadap minat beli konsumen dalam pembelian barang bekas di Pasar Klithikan Pakuncen.
3. Menganalisis pengaruh pelayanan terhadap minat beli konsumen dalam pembelian barang bekas di Pasar Klithikan Pakuncen.
4. Menganalisis pengaruh kualitas produk, harga dan pelayanan terhadap minat beli konsumen dalam pembelian barang bekas di Pasar Klithikan Pakuncen.

## **E. Manfaat Penelitian**

### **1. Bagi Pedagang**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan pertimbangan dalam menyusun strategi bertahan pedagang Klithikan, dan memperoleh langkah yang tepat dalam menarik pembeli sebanyak-banyaknya.

### **2. Bagi Peneliti**

Hasil penelitian akan memberikan tambahan pengetahuan dalam menerapkan ilmu yang di dapat dalam bentuk lembar kerja skripsi yang mengangkat masalah minat beli konsumen.

### **3. Bagi Masyarakat**

Sebagai bahan wacana refrensi untuk keperluan dalam hal perkuliahan maupun penelitian lebih lanjut, dan dapat memberikan wacana baru mengenai pasar Klithikan kepada masyarakat yang belum mengenal dekat dengan pasar Klithikan.