

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pasar merupakan bagian dari kehidupan sosial masyarakat yang tumbuh kembangnya disesuaikan dengan kebiasaan norma adat di suatu wilayah, yang kemudian pasar tersebut menjadi sarana kegiatan perekonomian yang menopang dan memfasilitasi kebutuhan masyarakat. Kegiatan perekonomian tersebut menjadi tempat bertemunya penjual dan pembeli. Di tinjau dari perkembangannya pasar dapat diartikan sebagai lembaga atau institusi yang dikelola oleh pemerintah sehingga transaksi perdagangan dapat terjadi dengan baik. Dalam pengertian yang lebih modern, pasar adalah mekanisme yang memungkinkan bertemunya penawaran dan permintaan, baik dalam pengertian fisik maupun non-fisik.

Pasar tradisional dalam aktifitasnya selain memenuhi kebutuhan di lingkungannya dalam hal ini masyarakat yang membutuhkan barang dan jasa, pasar memiliki fungsi lain yang lebih luas seperti sebuah pendapat bahwa pasar tradisional memiliki potensi sebagai ikon daerah, Setiyanto (dalam Djau, 2009).

Berangkat dari hal tersebut pasar tradisional yang pada awalnya menggunakan metode-metode yang mengutamakan insting dalam proses transaksinya dengan calon pembeli, sudah seharusnya menempatkan posisinya sejajar dengan pasar modern dengan menggunakan strategi manajemen yang

baik, mengingat perkembangan teknologi, informasi dan inovasi begitu cepatnya, namun hal itu tidak sejalan dengan pasar tradisional itu sendiri. Dengan mengedepankan pertimbangan-pertimbangan khusus guna meningkatkan kualitas secara keseluruhan demi nilai tambah atas produk maupun jasanya itu menjadi penting demi persaingan yang seimbang atas transformasi pasar itu sendiri di era perdagangan bebas ini.

Pemerintah melalui Menteri Perdagangan Republik Indonesia No.53/M-DAG/PER/12/ 2008 sampai saat ini masih tetap mempertahankan pasar tradisional ditengah masyarakat walaupun keberadaanya mulai kembang kempis karena banyaknya pasar modern yang mulai menjamur ke pelosok wilayah, hal ini dapat terlihat bahwa di Jawa Tengah pada tahun 2011 masih terdapat pasar tradisional sebanyak 1.561 unit.

Di surakarta sendiri kondisi klasik dari pasar tradisional masih berjalan dengan mengedepankan pendekatan-pendekatan klasik dan insting dalam transaksinya. Beberapa pendapat mengungkapkan bahwa dengan semakin berkembangnya pasar modern, mengakibatkan pasar tradisional menjadi semakin terpinggirkan keberadaannya (Djau, 2009). Sejalan dengan pendapat tersebut bahwa pasar modern merupakan ancaman yang semakin nyata mendesak eksistensi keberadaan pasar tradisional itu sendiri, hal yang sederhana terjadi pada pasar tradisional yang mulai kehilangan multi fungsinya sebagai penyedia kebutuhan yang awalnya memenuhi kebutuhan secara general yaitu meliputi individu, rumah tangga maupun organisasi, saat ini bisa dikatakan secara kuantitas minat individu mulai berkurang dengan

keberadaan pasar modern yang lebih menjanjikan beberapa hal yang tidak diberikan oleh pasar tradisional misalnya, keterjangkauan tempat, fasilitas pelayanan, kualitas produk, dan ragam produknya. Sebagaimana diungkapkan oleh witz dan whitfielt (2006) bahwa pada dasarnya pasar modern menarik konsumen dengan menawarkan suasana yang menyenangkan, pelayanan yang baik serta variasi barang yang beragam dalam satu atap. Atau penekanan kepada konsentrasi dalam manajemannya menurut subandi (2005) dalam Devi (2012) pasar tradisional memiliki kelebihan pada penerapan konsep profesionalisme dan kualitas pelayanan untuk menarik konsumen sebanyak-banyaknya sehingga desain tata bangunan sejak awal telah mempertimbangkan keterpaduan dan kenyamanan, dengan penyediaan lahan parkir, ruang yang nyaman, kemudahan akses dengan transportasi umum, pemilahan jenis barang, dan pelayanan dari pramuniaga yang sangat memanjakan konsumen.

Bisa dikatakan bahwa permasalahan ini menjadi kasus terdahulunya sebelum penelitian ini coba diangkat karna dirasa pengaruh dari variabel penelitian ini menjadi akar dari permasalahan yang akan di hadapi dari perkembangan yang semakin membebaskan proses perdagangan.

Dari pendapat tersebut menjadi perlu adanya analisa lapangan guna ketahui penyebab utama atas apa yang terjadi dalam proses pengambilan keputusan terhadap kegiatan perekonomian pasar tradisional tersebut. Hal yang selama ini kita ketahui bahwa proses penentuan harga, tampilan produk, inovasi dan jangkauan sasaran produk maupun jasa tersebut sangat terbatas

untuk mengunci kegiatannya dalam satu skop yang disebut pasar itu sendiri. Sehubungan dengan latar belakang tersebut maka penulis akan melakukan penelitian di pasar tradisional di wilayah solo raya guna mengetahui apakah strategi pemasaran, teknologi informasi dan inovasi dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan. Maka penulis mengambil judul “Pengaruh Strategi Pemasaran, Perkembangan Teknologi Informasi Dan Inovasi Terhadap Pengambilan Keputusan Penjualan Pada Pasar Tradisional Di Surakarta.”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah, maka dapat diambil permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah variabel strategi pemasaran berpengaruh terhadap pengambilan keputusan penjualan.
2. Apakah variabel perkembangan teknologi informasi pemasaran berpengaruh terhadap pengambilan keputusan penjualan.
3. Apakah variabel inovasi berpengaruh terhadap pengambilan keputusan penjualan.
4. Apakah variabel strategi pemasaran, teknologi informasi, dan inovasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap pengambilan keputusan.
5. Apakah pengaruh variabel yang paling dominan terhadap pengambilan keputusan adalah teknologi informasi.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dirumuskan maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah variabel strategi pemasaran, perkembangan teknologi informasi, dan inovasi berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pada pasar tradisional di Solo secara parsial.
2. Untuk mengetahui variabel manakah yang paling dominan dalam proses pengambilan keputusan penjualan.
3. Memberikan edukasi kepada pasar tradisional dan dinas terkait atas perilaku ekonominya melalui hasil penelitian.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Ilmu Pengetahuan

Sebagai referensi terhadap penelitian lain yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, dan pertimbangan instansi terkait melalui hasil penelitian ini, serta sebagai dokumentasi pada Universitas Muhammadiyah Surakarta khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

2. Bagi penulis

Penelitian ini sebagai aplikasi dari teori-teori yang diperoleh selama perkuliahan dan selain itu juga sebagai bentuk keikutsertaan dalam merespon kondisi-kondisi yang tengah terjadi khususnya di bidang perekonomian melalui penelitian dan rekomendasi solusi atas kejadian

tersebut dan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar sarjana dalam bidang manajemen ekonomi.

3. Bagi pasar tradisional di Surakarta

Memberikan edukasi kepada pelaku usaha atau yang bersangkutan dengan hal tersebut tentang bagaimana membangun usaha yang seimbang melalui pengelolaan produk, pelayanan jasa, dan membangun komunikasi bisnis melalui media informasi dan teknologi yang sesuai, hal tersebut sebagai bentuk menjawab tantangan dari perkembangan perekonomian di era pasar terbuka ini melalui pemerintah kota dan dinas terkait.

4. Bagi Fakultas atau Universitas

Hasil penelitian ini dapat di jadikan sebagai masukan atau sumbangan pemikiran yang konstruktif dalam usaha sebagai bahan tambahan referensi bagi civitas akademika.

5. Bagi Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Sebagai kontribusi pewacanaan bagi perkembangan dan pengembangan metode serta konsep ilmu pengetahuan sosial, yang berangkat dari gejala-gejala sosial yang tumbuh berkembangnya harus di catatkan.

E. Sistematika Penulisan

Penyusunan skripsi ini dengan menggunakan sistematika yang sederhana dengan maksud agar lebih mudah menerangkan segala permasalahan menjadi terarah pada sasaran.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang teori-teori yang mendasari dan relevan dengan penelitian tinjauan terhadap penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri dari kerangka pemikiran, populasi, sampel dan metode pengambilan sampel, data dan sumber data, metode pengumpulan data, definisi operasional variabel dan pengukurannya, instrumen penelitian dan metode analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi gambaran umum mengenai obyek penelitian, hasil analisis data dan pembahasannya dengan pembuktian hipotesis penelitian.

BAB V PENUTUP

Penutup berisi simpulan dari serangkaian pembahasan skripsi dan saran-saran yang perlu untuk disampaikan baik untuk subyek penelitian maupun bagi penelitian selanjutnya.