

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam bayangan kita terlintas bahwa pasar tradisional pada umumnya bau, becek, kotor, dan kondisinya kurang enak dipandang mata. Dari segi produk dagangan yang ditawarkan kemasan produknya yang belum begitu menarik, serta penyajian produk yang kurang tertata dengan rapih.. (Mone Mau et al., 2023). Terdapat suatu UMKM yang menarik dari umumnya yang terdapat di pasar Koja Jakarta Utara yaitu usaha permainan sewa mobilan remote 2 Putri Toys (*battery car*). Usaha seperti ini pada umumnya banyak ditemui di mal-mal dan pusat perbelanjaan. Biasanya usaha ini memerlukan lahan yang cukup luas dengan menggunakan area disekitarnya untuk pengoperasiannya karena mobil remote tersebut dinaiki dikendarai oleh anak-anak berumur 2-8 tahun. Permainan ini dapat dikatakan permainan konvensional yang dapat memberikan interaksi secara langsung antara anak terhadap apa yang dimainkan, memberikan interaksi terhadap anak dan orang tua, memberikan pengembangan keterampilan motorik halus dan kasar dan juga keterlibatan fisik yang aktif secara nyata. Hal ini tentunya berbeda dengan permainan *online* yang saat ini sangat marak berkembang yang memiliki resiko antara lain : Anak-anak rentan terhadap kecanduan *game online*, yang dapat berdampak negatif pada kesehatan mental dan emosional mereka, anak-anak yang terlalu banyak bermain *game online* mungkin kurang mengalami interaksi sosial langsung, yang penting untuk pengembangan keterampilan sosial mereka.

Tabel 1.1
Data Penjualan dan jumlah pelanggan 2018-2023

Tahun	Rata-rata Omzet per bulan		Rata-rata pelanggan per bulan
2018	Rp	16.668.750	1111
2019	Rp	14.671.250	978
2020	Rp	10.534.286	702
2021	Rp	23.657.727	1577
2022	Rp	24.147.500	1610
2023	Rp	18.620.625	1241

Sumber : Buku kas 2 Putri Toys

Dalam kurun waktu satu tahun terakhir terdapat penurunan omzet penjualan tiap bulannya. Hal ini akan berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha ini di kemudian hari. Pasar memiliki peranan yang cukup penting di dalam kehidupan masyarakat. Setiap hari banyak masyarakat melakukan kegiatan jual beli baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam menjalankan kehidupan sehari-hari bisa dipastikan bahwa masyarakat memerlukan berbagai kebutuhan hidup yang tidak bisa diperoleh dari alam secara langsung. (Taufiqurrahman, 2020),

Menurut beberapa ahli pengertian dari pasar adalah seperangkat pembeli aktual dan potensial dari sebuah produk atau jasa (Kotler, 2014). Pasar adalah suatu tempat atau proses interaksi antara permintaan (pembeli) dan penawaran (penjual) dari suatu barang/jasa tertentu, sehingga akhirnya dapat menetapkan harga keseimbangan (harga pasar) dan jumlah yang diperdagangkan (Algifari, 2015). Pasar merupakan bertemunya penjual dan pembeli yang melakukan transaksi barang atau jasa yang berada di tempat secara fisik (Kotler, 2014). Dalam ilmu ekonomi, pengertian pasar memiliki arti yang lebih luas dari pada hanya sekedar tempat pertemuan antara penjual dan pembeli untuk mengadakan transaksi jual beli barang. Pengertian pasar tidak harus dikaitkan dengan suatu tempat yang dinamakan pasar dalam pengertian sehari-hari. “Pasar mencakup keseluruhan permintaan dan penawaran, serta seluruh kontak antara penjual dan pembeli untuk mempertukarkan barang dan jasa (Hanafie, 2010)

Pada tahun 2010 salah satu pasar tradisional yaitu Pasar Kojabaru yang terletak di Jl Kramat Jaya Raya Jakarta Utara mengalami perubahan / renovasi. Kondisi Pasar Kojabaru, Jakarta Utara menjadi lebih nyaman dan lebih terlihat terawat, kios-kios dan los pedagang terlihat lebih rapi. Antara pasar basah dan pasar kering terletak di lantai yang berbeda, untuk pasar basah berada di lantai 1 dan pasar kering berada di lantai dasar, barang dagangan diatur dan ditata dengan baik. Yang mana tidak terdapat sampah berserakan yang biasa menumpuk dan menimbulkan bau karena sudah memiliki petugas kebersihan. Lahan parkir juga cukup sudah memadai dapat menampung 50 lebih kendaraan roda 4 dan ratusan kendaraan roda 2. Terdapat petugas keamanan yang mengatur dan menjaga di area pasar. Pada lantai dasar terdapat tempat kosong (*hall*) layaknya sebuah mall yang biasanya

digunakan untuk pameran atau lapak usaha. Di dalam pasar koja baru terdapat berbagai macam pedagang atau usaha seperti pedagang sayur mayur, pedagang daging, pedagang ayam, pedagang sembako, pedagang baju, pedagang emas, dan lain lain.

Daya tarik produk adalah segala sesuatu yang dapat diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, dan dikonsumsi oleh konsumen di pasar untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan pasar yang relevan. (Tjiptono, 2015). Daya tarik produk memiliki peran yang sangat penting dalam keberlanjutan usaha permainan sewa mobilan *remote (battery car)* 2 Putri Toys yang terdapat di Pasar Koj Baru, Jakarta Utara agar mendapatkan perhatian dari konsumen, yang selanjutnya konsumen berminat untuk membeli dikarenakan usaha permainan sewa mobilan *remote (battery car)* 2 Putri Toys bidang usahanya berbeda dengan dari pada umum nya di pasar tradisional yaitu bergerak pada bidang usaha permainan sewa mobilan *remote (battery car)* yaitu permainan anak yang menyewakan produk mainan anak-anak untuk dikendarai seperti mobil *remote control (Bateri car)* dan motor aki di pasar tradisional yang mana tidak terdapat usaha yang sejenis di pasar tersebut bahkan pasar tradisional lainnya di wilayah Jakarta Utara, dikarenakan usaha ini bukanlah usaha pada umumnya yang terdapat di pasar tradisional dimana pengunjung datang ke pasar koja bermaksud membeli kebutuhan keperluan sehari-hari terutama kebutuhan untuk sandang dan pangan maka, sangatlah penting bagi usaha permainan sewa mobilan *remote (battery car)* 2 Putri Toys untuk merancang sedemikian rupa sebuah daya tarik yang menarik dan unik dalam setiap produk atau jasa dalam usahanya, daya tarik yang direncanakan, dirancang dan dimatangkan untuk ditampilkan yang dapat menjadi sebuah senjata yang ampuh dalam pemasaran agar menjadi magnet bagi para konsumen.

Harga dapat didefinisikan sebagai jumlah uang yang dibayar untuk suatu barang atau jasa atau jumlah uang yang ditukar konsumen untuk keuntungan karena memiliki atau menggunakan barang atau jasa tersebut. (Philip Kotler & Amstrong, 2013). Harga merupakan salah satu tolak ukur konsumen apabila menghubungkan harga atas manfaat yang dapat dirasakan atas suatu barang dan jasa, Penetapan harga yang tepat dalam memasarkan usaha permainan sewa mobilan *remote*

(*battery car*) 2 Putri Toys, maka pemilik usaha permainan dapat sukses dalam mendapatkan hasil yang maksimal dari proses penjualan begitu pula sebaliknya apabila tidak tepat dalam menetapkan harga maka akan ditinggalkan oleh para pelanggan dan susah untuk mendapatkan pelanggan baru walaupun tidak ada saingannya untuk jenis usaha yang sama di pasar Koja Baru Jakarta.

Store atmosphere adalah penataan ruang dalam (*instore*) dan ruang luar (*outstore*) yang dapat menciptakan kenyamanan bagi pelanggan, keseluruhan tata letak fisik toko dilakukan untuk menciptakan kenyamanan bagi pelanggan (Sutisna, 2012). Suasana pasar di pasar tradisional tentu sangat berbeda dengan pasar modern baik dari segi *interior* maupun *eksterior*, maka dari pada itu penting demi keberlanjutan usaha permainan sewa mobilan *remote (battery car) 2 Putri Toys* ini tetap berjalan harus memiliki strategi untuk dapat menarik pengunjung pasar koja baru khususnya pengunjung yang membawa anak-anak dengan kondisi suasana pasar yang panas tidak ber AC, ruang bermain yang tidak terlalu luas padat pengunjung dan pedagang yang hanya mengandalkan sedikit area di lantai dasar agar dapat menjadi pelanggan di usaha permainan sewa mobilan *remote (battery car) 2 Putri Toys*.

Konsumen membuat keputusan pembelian berdasarkan banyak faktor, termasuk teknologi, ekonomi, politik, budaya, produk, harga, promosi, bukti fisik, orang, dan proses. Sikap mereka tentang informasi ini menyebabkan mereka membuat kesimpulan tentang apa yang akan mereka beli. (Alma, 2013). Sebelum konsumen melakukan keputusan pembelian terhadap usaha permainan sewa mobilan *remote (battery car) 2 Putri Toys* ini, pada umumnya terlintas terlebih dahulu adanya perasaan minat beli terhadap barang dan jasa tersebut. Minat beli (*willingness to buy*) merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Para pengunjung pasar tradisional biasanya datang ke pasar koja berniat untuk membeli kebutuhan sehari-hari dan terdapat juga yang berbelanja membawa anak. Awalnya mungkin tidak terlintas dalam pikiran untuk berminat untuk anaknya bermain mobilan *remote (battery car)*, tetapi juga karena adanya faktor daya tarik produk, harga, dan suasana pasar yang diciptakan oleh pelaku usaha permainan sewa mobilan *remote (battery car) 2 Putri Toys* ini maka

pengunjung pasar berminat melakukan keputusan pembelian hingga anak nya dapat bermain di permainan mobilan *remote (battery car)* 2 Putri Toys.

Kualitas layanan yang baik akan membuat pelanggan merasakan kepuasan. persepsi konsumen terhadap kualitas layanan itu sendiri merupakan penilaian menyeluruh konsumen atas keunggulan suatu layanan (Kotler Philip & Armstrong, 2014). Secara defenitif dapat dikatakan bahwa kepuasan konsumen menurut (Basu Swasta & Handoko, 2010) adalah suatu dorongan keinginan individu yang diarahkan pada tujuan untuk memperoleh kepuasan. Kepuasan pelanggan tentu akan dapat dirasakan setelah pelanggan yang bersangkutan bermain di permainan mobilan *remote (battery car)* 2 Putri Toys produk baik orang tua (pendamping) maupun anak. Dengan kepuasan pelanggan tersebut dapat menjadikan pelanggan tersebut untuk datang kembali dan bermain permainan mobilan *remote (battery car)* 2 Putri Toys, apabila pelanggan puas terhadap produk atau layanan yang diberikan, akan menimbulkan kesetiaan pelanggan sehingga membuat pelanggan melakukan pembelian ulang (*repurchase buying*) di masa yang akan datang.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas terjadi penurunan omzet yang signifikan tiap bulannya. Permasalahan ini tentunya akan berdampak pada keberlanjutan usaha permainan sewa mobilan *remote (battery car)* apabila omzet terus menurun, maka dalam penelitian ini dicari faktor-faktor apa saja yang dapat mendorong konsumen membeli atau melakukan keputusan pembelian terhadap usaha permainan sewa mobilan *remote (battery car)* 2 Putri Toys agar omzet dapat kembali meningkat, sehingga terdapatlah pertanyaan ini dalam penelitian yaitu adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh daya tarik produk terhadap kepuasan pelanggan ?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan ?
3. Bagaimana pengaruh suasana pasar terhadap kepuasan pelanggan ?
4. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian ?
5. Bagaimana pengaruh daya tarik produk terhadap keputusan pembelian ?
6. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian ?
7. Bagaimana pengaruh suasana pasar terhadap keputusan pembelian ?

8. Bagaimana kepuasan pelanggan memediasi secara tidak langsung pengaruh daya tarik produk terhadap keputusan pembelian?
9. Bagaimana kepuasan pelanggan memediasi pengaruh harga terhadap keputusan pembelian?
10. Bagaimana kepuasan pelanggan memediasi suasana pasar terhadap keputusan pembelian?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis pengaruh secara langsung daya tarik produk terhadap kepuasan pelanggan.
2. Menganalisis pengaruh secara langsung harga terhadap kepuasan pelanggan.
3. Menganalisis pengaruh secara langsung suasana pasar terhadap kepuasan pelanggan.
4. Menganalisis pengaruh secara langsung kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian.
5. Menganalisis pengaruh secara langsung daya tarik produk terhadap keputusan pembelian.
6. Menganalisis pengaruh secara langsung harga terhadap keputusan pembelian.
7. Menganalisis pengaruh secara langsung suasana pasar terhadap keputusan pembelian.
8. Menganalisis kepuasan pelanggan memediasi secara tidak langsung pengaruh daya tarik produk terhadap keputusan pembelian.
9. Menganalisis kepuasan pelanggan memediasi secara tidak langsung pengaruh harga terhadap keputusan pembelian.
10. Menganalisis kepuasan pelanggan secara tidak langsung pengaruh suasana pasar terhadap keputusan pembelian.

1.4. Batasan Penelitian

Dikarenakan banyak faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian maka dari pada itu, penelitian ini dibatasi pada beberapa hal yaitu :

1. Penelitian ini hanya akan diteliti tentang pengaruh daya tarik produk, harga dan suasana pasar terhadap keputusan pembelian dengan menggunakan variabel kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi.
2. Untuk subyek dalam penelitian ini, analisis dan observasi pada penelitian ini hanya terbatas pada orang tua yang anaknya bermain di usaha permainan sewa mobilan *remote (battery car)* 2 Putri Toys di Pasar Koja Baru Jakarta Utara.

1.5. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan dalam bidang pemasaran baik dari pengelola PD Pasar Jaya maupun dari pihak pedagang / penjual.

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman tentang pengaruh daya tarik produk, harga, suasana pasar terhadap keputusan pembelian konsumen pada pengunjung pasar koja baru pada umumnya dan pelanggan 2 Putri Tosys secara khusus. Selain itu penelitian ini diharapkan juga dapat berkontribusi sebagai literatur untuk penelitian selanjutnya mengenai keputusan pembelian.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis dan bermanfaat untuk pedagang di pasar koja baru untuk dapat merumuskan strategi pemasaran mereka guna mendapatkan konsumen baru dan mempertahankan pelanggan yang ada serta terus mengembangkan inovasi-inovasi baru agar pelanggan melakukan pembelian ulang (*repurchase buying*) dan mendapatkan pelanggan baru.