

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Pembangunan nasional Indonesia bertujuan untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat yang adil, makmur, materiil dan spiritual. Dalam rangka mewujudkan tujuan tersebut, maka kegiatan di bidang pembangunan semakin digalakkan, dengan semakin meningkatnya pertumbuhan penduduk, maka dengan sendirinya kebutuhan masyarakat semakin meningkat termasuk di bidang perdagangan, seperti jual-beli kios sebagai tempat berdagang untuk memenuhi kebutuhan hidup.

Pendapatan penduduk di Indonesia rata-rata masih relatif rendah. Hal tersebut juga mempengaruhi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidup salah satunya seperti untuk memiliki kios untuk berdagang, karena mereka tidak dapat sepenuhnya membuat atau mengadakan sendiri, lebih-lebih bagi mereka yang tidak punya lahan sendiri yang siap untuk di bangun kios untuk menjalankan usaha atau berdagang.

Pasar adalah salah satu dari berbagai sistem, institusi, prosedur, hubungan sosial dan infrastruktur dimana usaha menjual barang, jasa dan tenaga kerja untuk orang-orang dengan imbalan uang (sukirno, 2012), Dengan perkembangan ini pemerintah desa mulai mengembangkan pusat pasar desa yang lebih teratur dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada pembeli dan penjual.

Dalam pembangunan pasar sebagai pusat pembelanjaan, dapat dilakukan dengan melakukan beberapa penilaian terhadap pasar (*market*) agar target pasarnya

tepat dan dapat menentukan konsep pusat pembelanjaan yang akan dibangun nantinya. Analisis itu seperti, analisis tapak yang berguna untuk menilai kelayakan dari tapak, seperti lokasi, aksesibilitas, lingkungan sekitar, dan rencana desa. Disamping analisis tapak, perlu diperhatikan kondisi demografi dan ekonomi, seperti jumlah penduduk dan trend pertumbuhannya, pendapatan atau pengeluaran perkapita. Analisis makro untuk *overview* pasar sebagai pusat pembelanjaan, yang melihat skala makro pasar pusat pembelanjaan yang tersebar di area yang dekat lokasi pasar, yang bisa dilihat dari segi pasokan, permintaan, *trend* harga, periode kontrak sewa dan cara pembayaran, serta prospek. Analisis terakhir adalah analisis mikro, yaitu melakukan analisis lebih detail dari pusat pembelanjaan, seperti target pasar, daerah cakupan, jumlah konsumen, pesaing, konsumen yang akan berbelanja, perkiraan kebutuhan ruang pusat pembelanjaan, dan lain-lain. Lebih lanjut dikatakan bahwa *grade* pusat pembelanjaan itu ditentukan oleh beberapa hal, yaitu kualitas bangunan, luas bangunan, kualitas penyewa, lokasi, harga sewa.

Dalam setiap desa, pemerintah desa selalu mencari pemasukan untuk menambah Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa (APBDes), baik melalui sumber daya alam maupun dari sumber lainnya, dalam hal sumber lainnya ini Pemerintah Desa Suci mencari pemasukan melalui sektor sewa menyewa stand di pasar, dengan menyewakan tempat kepada masyarakat sehingga masyarakat lebih mudah berdagang dan pemerintah juga mendapatkan keuntungan untuk desa.

Pasar merupakan suatu komponen penting dalam perkembangan perekonomian di masyarakat, perkembangan pasar di masyarakat telah membantu meningkatkan APBDes yang dilakukan oleh masyarakat.

Dalam hal ini pemerintah harus mempertimbangkan beberapa variabel-variabel yang akan menjadi rujukan pengembangan pusat pasar yaitu :produk, harga, lokasi dan promosi yang akan diberlakukan untuk penentuan harga stand dan juga fasilitas yang akan diadakan untuk menunjang minat menyewa masyarakat.

Menurut Rizky & Yasin (2014) minat yang timbul dalam diri pembeli seringkali berlawanan dengan kondisi keuangan yang dimiliki. Minat beli konsumen merupakan keinginan tersembunyi dalam benak konsumen. Minat beli konsumen selalu terselubung dalam tiap diri individu yang mana tak seorang pun bisa tahu apa yang diinginkan dan diharapkan konsumen. Menurut Nulufi & Murwatiningsih (2015) konsumen yang telah memiliki sikap positif terhadap suatu produk atau merek, akan menimbulkan minat pembelian terhadap produk atau merek tersebut.

Menurut Kotler dan Armstrong (2016: 47) Bauran pemasaran (*marketing mix*) mencakup empat (4) hal pokok dan dapat dikontrol yang meliputi produk (*product*), harga (*price*), lokasi (*place*) dan promosi (*promotion*) Pertimbangan untuk menentukan harga juga tidak bisa hanya sebatas menyebutkan harga, namun juga harus berorientasi kepada profit.

Pasar Jurang adalah pusat pembelanjaan yang di bangun oleh Pemerintah Desa Suci untuk menunjang ekonomi masyarakat, dengan menyediakan beberapa kios atau stand yang bisa disewa untuk berjualan. Pasar jurang terletak di jalan

panggung desa suci, bersebelahan langsung dengan makam islam desa suci dan samping jurang. Harga sewa stand dipasar jurang terbilang murah daripada yang lain, yaitu; Rp. 2.000.000 (Dua Juta Rupiah) per Tahun atau bisa juga menyewa per Bulan dengan biaya Rp. 200.000 (Dua Ratus Ribu Rupiah) per Bulannya. Dengan harga semurah itu tidak ada pedagang yang menyewa stand dipasar jurang dikarenakan sepi pembeli dan pedagang tidak mendapatkan profit.

Dengan lokasi yang strategis berada di samping Jl. Raya Panggang dimana jalan tersebut adalah jalan yang ramai dilalui oleh masyarakat serta rutinitas senam pagi yang diadakan tiap minggunya untuk menjadi daya tarik tersendiri terutama ibu-ibu yang biasa pergi kepasar.

Pasar jurang telah diresmikan dan dibuka pada tanggal 3 maret 2020, di tiga sampai empat bulan pertama, para penyewa atau pedagang masih melakukan kegiatan jual beli namun setelahnya pasar jurang ditinggal satu persatu oleh pedagang hingga tidak ada yang berjualan sampai saat ini, menurut Hasan ( staff BUMDES ) pasar itu masih dibuka penyewaannya. Akan tetapi tidak ada pedagang yang berminat untuk menyewa stand dipasar jurang.

Berdasarkan uraian di atas maka dari itu penulis tertarik untuk mengambil judul **Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Minat Sewa Stand Di Pasar Jurang Desa Suci Gresik.**

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka dirumuskan masalahnya, sebagai berikut:

- a. Apakah produk berpengaruh secara parsial terhadap minat sewa stand di pasar jurang Desa Suci Gresik?
- b. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap minat sewa stand di pasar jurang Desa Suci Gresik?
- c. Apakah lokasi berpengaruh secara parsial terhadap minat sewa stand di pasar jurang Desa Suci Gresik?
- d. Apakah promosi berpengaruh secara parsial terhadap minat sewa stand di pasar jurang Desa Suci Gresik?
- e. Apakah produk, harga, lokasi, dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap minat sewa stand di pasar jurang Desa Suci Gresik?

## **1.3. Batasan Masalah**

Peneliti membatasi masalah yang akan diteliti yaitu, pengaruh produk, harga, lokasi dan promosi terhadap minat sewa stand di Pasar jurang Desa Suci Gresik.

## **1.4. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini yaitusebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui apakah produk berpengaruh secara parsial terhadap minat sewa stand di pasar jurang Desa Suci Gresik.
- b. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap minat sewa stand di pasar jurang Desa Suci Gresik.
- c. Untuk mengetahui apakah lokasi berpengaruh secara parsial terhadap minat sewa stand di pasar jurang Desa Suci Gresik.

- d. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh secara parsial terhadap minat sewa stand di pasar jurang Desa Suci Gresik.
- e. Untuk mengetahui apakah produk, harga, lokasi dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap minat sewa stand di pasar jurang Desa Suci Gresik.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Hal-hal yang memberikan keuntungan dalam proses menciptakan sebuah penelitian ini terdiri dari dua jenis, yaitu:

##### **1.4.1. Manfaat Teoritis**

###### **a. Bagi Universitas**

Diharapkan hasil penelitian ini dapat berguna sebagai salah satu pertimbangan dalam penentuan kebijakan, sehingga tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai. dan sebagai perbandingan untuk penulisan sejenis selanjutnya.

###### **b. Bagi Perusahaan**

Penelitian ini dapat bermanfaat untuk memberikan informasi mengenai faktor minat sewa.

###### **c. Bagi Pembaca**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi masyarakat untuk menambah wawasan mengenai faktor minat sewa terutama manajemen pemasaran.

###### **d. Bagi Peneliti**

Penulis mengharapkan bahwa hasil penelitian ini dapat memberikan sebuah kontribusi secara perkembangan ilmu pengetahuan. Kontribusi ilmu

yang yang diperoleh adalah manajemen pemasaran. Penulis menggunakan variabel produk, harga, lokasi dan promosi terhadap minat sewa sebagai bahan pokok dasar dalam penelitian. Sehingga, dapat memberikan kontribusi berupa perkembangan dari berbagai macam ilmu yang diperoleh akan berguna di masa yang akan datang.

#### **1.4.2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana yang bermanfaat dalam mengimplementasikan pengetahuan peneliti. juga sebagai bahan pertimbangan untuk mengadakan perbaikan dalam masalah yang berhubungan dengan faktor yang mempengaruhi terhadap minat sewa.