

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia dikenal sebagai negara agraris dengan sebagian besar penduduknya bekerja pada bidang pertanian. Indonesia merupakan negara yang memiliki lahan pertanian yang sangat luas, sumber daya alam yang beraneka ragam dan berlimpah. Sebagai negara agraris pertanian mempunyai peranan yang sangat penting disektor pemenuhan kebutuhan pokok, selain itu pertanian berperan besar dalam mendongkrak sektor sosial, sektor perekonomian, dan sektor perdagangan. Pertanian merupakan suatu kegiatan dengan memanfaatkan ketersediaan sumber daya alam untuk dikelola sedemikian rupa dengan tujuan untuk memperoleh hasil produk pertanian. (Soetriono 2016:1). (Saputra dkk, 2022).

Sektor pertanian merupakan salah satu pilar utama dalam perekonomian Indonesia yang memiliki peran penting dalam menyediakan kebutuhan pangan, menciptakan lapangan kerja, serta menopang kesejahteraan masyarakat, terutama di daerah pedesaan. Menurut Badan Pusat Statistik (2022), sektor pertanian menyumbang sekitar 13% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia dan menjadi sumber penghidupan bagi lebih dari 30% tenaga kerja di Indonesia. Oleh karena itu, pembangunan dan penguatan sektor pertanian menjadi prioritas dalam berbagai kebijakan ekonomi nasional.

Pertanian Indonesia memiliki karakteristik yang beragam, mulai dari pertanian skala kecil yang dikelola oleh petani tradisional hingga pertanian modern yang menggunakan teknologi canggih. Namun, sektor ini masih menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan lahan, perubahan iklim, fluktuasi harga, serta rendahnya adopsi teknologi oleh sebagian besar petani. Selain itu, rantai distribusi yang panjang sering kali menyebabkan harga produk pertanian menjadi tidak stabil, baik bagi petani maupun konsumen.

Pasar rakyat merupakan salah satu jalur utama distribusi hasil pertanian di Indonesia. Pasar ini menyediakan akses bagi petani untuk menjual hasil panennya secara langsung kepada konsumen tanpa melalui perantara yang panjang. Keberadaan pasar rakyat sangat penting dalam mendukung kesejahteraan petani serta memberikan akses kepada masyarakat untuk memperoleh produk pertanian dengan harga yang lebih terjangkau. Namun, dalam menghadapi persaingan dengan pasar modern dan e-commerce, pasar rakyat perlu beradaptasi untuk meningkatkan kualitas layanan dan daya tariknya bagi konsumen.

Pasar rakyat memiliki karakteristik unik yang membedakannya dari pasar modern. Menurut Kotler dan Keller (2016), pasar rakyat adalah tempat perdagangan yang masih menggunakan sistem tawar-menawar dalam transaksi dan biasanya menjual berbagai kebutuhan sehari-hari, seperti sayuran, buah-buahan, daging, dan bahan pokok lainnya. Selain itu, pasar rakyat sering kali menjadi pusat aktivitas ekonomi lokal yang juga berfungsi sebagai tempat interaksi sosial antaranggota masyarakat.

Namun, keberadaan pasar rakyat menghadapi berbagai tantangan, situasi ini secara tidak langsung mengancam kelangsungan pasar rakyat. Selama ini, masyarakat memiliki persepsi bahwa pasar rakyat adalah tempat yang kurang tertata, kotor, berbau, dan berlumpur. Sementara itu, pasar modern yang berlokasi di dalam bangunan dengan fasilitas yang lebih baik lebih menarik bagi konsumen. Oleh karena itu, persepsi negatif ini perlu diubah agar masyarakat kembali berminat berbelanja di pasar rakyat. Kepuasan dalam berbelanja menjadi hal penting untuk meningkatkan ketertarikan masyarakat terhadap pasar rakyat. Menurut (Kotler, 2014) mendefinisikan bahwa kepuasan pembeli merupakan suatu perasaan senang atau kecewa yang dirasakan pembeli setelah menikmati kinerja produk atau jasa terhadap harapan yang diinginkan.

Kepuasan pembeli terhadap suatu barang atau jasa produk tertentu tergantung pada beberapa faktor seperti besarnya biaya untuk berpindah ke produk barang atau jasa yang lain, adanya kesamaan mutu, kualitas, atau pelayanan dari jenis barang atau jasa pengganti, adanya resiko perubahan biaya akibat barang atau jasa pengganti, dan berubahnya tingkat kepuasan yang didapat dari produk baru di banding dengan pengalaman terhadap produk sebelumnya yang pernah dipakai (Widjaja , 2016). Pembeli apabila dirinya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, maka pembeli atau pengguna jasa tersebut akan menceritakan kepuasan layanan tersebut kepada calon pembeli lain. Akan tetapi apabila pembeli tersebut tidak merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, maka pembeli tersebut juga akan menceritakan pengalaman mengecewakan.

Berdasarkan dari pengamatan awal, di Pasar Caplek Cigobang Majenang memiliki 10 penjual sayuran yang terdata. Kenyataan pada lapangan ada lebih dari 10 penjual sayuran yang membuka lapaknya. Kebutuhan sayuran untuk memenuhi pangan Masyarakat menjadi faktor banyaknya penjual memilih berjualan komoditi ini. Banyaknya pembeli yang datang untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari terutama kebutuhan pangan. Para penjual dan pengelola mengusahakan untuk memberikan pelayanan yang memuaskan agar pembeli merasa puas. Kepuasan pembeli memiliki peran penting bagi perusahaan atau tempat yang berhubungan dengan kehidupan masyarakat dalam upaya pengembangan di masa depan. Hal ini dikarenakan kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa yang dialami pembeli berdasarkan pelayanan yang diberikan oleh penjual sayuran di Pasar Caplek Cigobang Majenang, sesuai dengan harapan mereka. Terlebih Pasar Caplek Cigobang Majenang sedang melakukan revitalisasi pasar untuk menjadi pasar yang layak dan baik. Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Kepuasan Pembeli Terhadap Pelayanan Penjual Sayuran Di Pasar Caplek Cigobang Majenang”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana profil informan kunci yang berlokasi di Pasar Caplek Cigobang Majenang ?

2. Bagaimana karakteristik pembeli yang berlangganan sayuran di Pasar Caplek Cigobang Majenang ?
3. Bagaimana kondisi pelayanan yang diberikan oleh penjual sayuran kepada pembeli di Pasar Caplek Cigobang Majenang?
4. Bagaimana tingkat kepuasan pembeli terhadap pelayanan penjual sayuran di Pasar Caplek Cigobang Majenang ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah maka tujuan pada penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui profil informan kunci yang berlokasi di Pasar Caplek Cigobang Majenang
2. Untuk mengetahui karakteristik pembeli yang berlangganan sayuran di Pasar Caplek Cigobang Majenang
3. Untuk mengetahui kondisi pelayanan yang diberikan oleh penjual sayuran kepada pembeli di Pasar Caplek Cigobang Majenang
4. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pembeli terhadap pelayanan penjual sayuran di Pasar Caplek Cigobang Majenang

D. Manfaat Penelitian

1. Penulis

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan serta menjadi salah satu syarat yang harus ditempuh untuk mendapatkan gelar Sarjana Pertanian yang diperoleh selama menempuh pendidikan di Universitas Muhammadiyah Purwokerto

2. Pengelola pasar

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan banyak manfaat bagi Pasar Caplek Cigobang Majenang, dalam mengembangkan dan memperbaiki layanan.

3. Khalayak umum

Penulis mengharapkan hasil dari penelitian ini dapat menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya, serta memberikan manfaat berupa informasi yang berguna bagi pihak yang berkepentingan.

E. Pembatasan Masalah Dan Asumsi

Pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Lokasi penelitian bertempat di Pasar Caplek Cigobang Majenang
2. Waktu penyusunan proposal dilakukan di bulan Februari – Maret 2025
3. Responden yang dipilih sebagai informan kunci usaha bisnis adalah penjual sayuran yang ada di Pasar Caplek Cigobang Majenang
4. Responden merupakan pembeli baru atau sudah berlangganan di Pasar Caplek Cigobang Majenang
5. Kriteria untuk responden penjual sebagai berikut :
 - a. Penjual sayuran memiliki pembeli disetiap harinya
 - b. Penjual sayuran memiliki kios tetap di Pasar Caplek Cigobang Majenang
 - c. Penjual sayuran memiliki pengalaman berjualan lebih dari 10 tahun.

6. Pengambilan profil informan kunci usaha bisnis penjual sayuran menggunakan *purposive sampling*. Pengambilan sampel informan kunci sebanyak 5 penjual sayuran.
7. Analisis penelitian yang digunakan menggunakan analisis CSI (*Costumer Satisfaction Indeks*) dan IPA (*Importance Performace Analysis*), serta Diagram Kartesius.

