



Artikel Penelitian

Pengaruh Fluktuasi Harga Cabai Rawit dan Dampaknya pada Daya Beli Konsumen di Pasar Wage Nganjuk

The Influence of Price Fluctuations of Cayenne Pepper and Its Impact on Consumer Purchasing Power at the Wage Nganjuk Market

Bhaswarendra Guntur Hendratri^{1*}, Juni Iswanto¹, Agus Tohawi¹, Subekan¹, Alfin Yuli Dianto¹

¹ Institut Agama Islam Pangeran Diponegoro Nganjuk Indonesia

Article history:

Received: 20 September 2023
Revised: 29 October 2023
Accepted: 21 November 2023

Kata Kunci:

Perkembangan Bisnis,
Persaingan Pasar,
Layanan Penjual, Daya
Beli Konsumen

Keywords:

Business Development, Market
Competition, Seller Services,
Consumer Purchasing Power

INDEXED IN

SINTA - Science and
Technology Index
Crossref
Google Scholar
Garba Rujukan Digital: Garuda

CORRESPONDING AUTHOR

Bhaswarendra Guntur
Hendratri
Institut Agama Islam Pangeran
Diponegoro Nganjuk Indonesia

EMAIL

prodisyariahpd@gmail.com

Abstrak: Penelitian ini mengkaji dampak cepatnya perkembangan bisnis dalam pasar cabai rawit di Pasar Wage Nganjuk, yang diwarnai persaingan ketat akibat variasi harga dan layanan penjual. Pertanyaan penelitian difokuskan pada pengaruh harga cabai rawit (X1) dan layanan penjual (X2) terhadap keputusan pembelian konsumen (Y). Tujuannya adalah untuk memahami dampak masing-masing faktor dan interaksi di antara keduanya. Metode penelitian kuantitatif digunakan dengan mengumpulkan data primer melalui kuesioner dan wawancara, serta data sekunder melalui dokumentasi. Populasi penelitian mencakup seluruh konsumen di Pasar Wage Nganjuk, dengan 100 responden sebagai sampel. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara harga cabai rawit dan keputusan pembelian konsumen serta layanan penjual dan keputusan pembelian konsumen. Selain itu, terdapat pengaruh signifikan antara kombinasi harga cabai rawit dan layanan penjual terhadap keputusan pembelian konsumen. Implikasinya, penjual dan konsumen perlu memahami dinamika pasar ini untuk mengoptimalkan strategi bisnis mereka.

Abstract: This research examines the rapid impact of business development in the chili market at Pasar Wage Nganjuk, characterized by intense competition due to variations in prices and seller services. The research questions focus on the influence of chili prices (X1) and seller services (X2) on consumer purchasing decisions (Y). The goal is to understand the impact of each factor and their interaction. A quantitative research method is employed, collecting primary data through questionnaires and interviews, along with secondary data through documentation. The research population includes all consumers at Pasar Wage Nganjuk, with 100 respondents as the sample. The results indicate a significant influence of chili prices and seller services on consumer purchasing decisions. Additionally, there is a significant impact of the combination of chili prices and seller services on consumer purchasing decisions. The implication is that sellers and consumers need to understand the dynamics of this market to optimize their business strategies.

OPEN ACCESS

E ISSN 2623-2022

Jurnal Kolaboratif Sains (JKS)

Doi: 10.56338/jks.v6i11.4651

Pages: 1595-1600

LATAR BELAKANG

Dalam era modern saat ini, perkembangan bisnis berlangsung dengan cepat di mana-mana. (Anoraga, 2000) Persaingan pasar semakin ketat karena variasi harga cabai rawit dan layanan penjual. Konsumen kini memiliki berbagai pilihan sesuai kebutuhan masing-masing, mendorong pelaku usaha untuk menggunakan semua sumber daya yang dimilikinya agar dapat bersaing di pasaran. (Lupiyoadi, 2008)

Salah satu komoditas penting bagi kehidupan sehari-hari adalah cabai rawit, yang berperan sebagai bahan makanan utama. Namun, harga bahan makanan, terutama cabai rawit, mengalami kenaikan di seluruh Indonesia akibat kenaikan harga bahan bakar minyak dan cuaca yang tidak menentu. Harga bahan pangan esensial seperti cabai, beras, bawang merah, bawang putih, daging sapi, telur ayam, dan gula pasir naik 30-75%, bahkan kadang-kadang dua kali lipat.

Keputusan pembelian konsumen melibatkan proses memutuskan apakah akan membeli sesuatu atau tidak, dipengaruhi oleh kegiatan sebelumnya. (Firmansyah, 2020) Faktor seperti sertifikasi halal dan kegunaan produk memainkan peran penting dalam proses pengambilan keputusan, terutama bagi konsumen Muslim. (Hidayatullah et al., 2018) Penelitian oleh Fani Kurniawan menunjukkan dampak signifikan harga terhadap keputusan pembelian di pasar tradisional, (Hakam et al., 2019) sementara pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan di pasar modern. (Aysa, 2021) Namun, penelitian oleh Iin Indah Sari menyatakan bahwa harga tidak memiliki pengaruh parsial terhadap keputusan pembelian, sementara pelayanan memiliki pengaruh parsial.

Pasar tradisional menjadi tempat pertemuan antara penjual dan pembeli, ditandai oleh transaksi langsung dan proses tawar-menawar. Pasar Wage Nganjuk, yang didirikan atau dikelola oleh pemerintah pada tahun 1950, telah mengalami banyak kemajuan. Awalnya didominasi oleh petani yang menjual hasil ladang, pasar kini tidak hanya menjadi tempat untuk menjual hasil pertanian, melainkan juga sumber pendapatan dan peluang bisnis bagi masyarakat.

Analisis perbandingan harga cabai rawit di Pasar Wage Nganjuk selama setahun menunjukkan fluktuasi. Menurut koordinator pasar, Bapak Mulyadi, harga cabai rawit mengalami kenaikan dan penurunan setiap bulannya, mencapai tertinggi pada Juni 2022 sebesar Rp. 68.750,00 per kilogram dan terendah pada Mei 2023 sebesar Rp. 26.800,00 per kilogram.

Meskipun kenaikan harga cabai rawit memberikan keuntungan bagi petani, hal ini menjadi tantangan keuangan bagi konsumen, yang berpotensi memengaruhi permintaan. Dalam prinsip Islam, harga ditentukan oleh keseimbangan antara penawaran dan permintaan, di mana penjual dan pembeli saling sepakat. Kemampuan penjual menyediakan barang (A. P. Sari et al., 2020) dan kemampuan pembeli untuk bernegosiasi harga memainkan peran kunci. (Yulia & Fauzi, 2018).

Mengingat latar belakang tersebut, peneliti bertujuan untuk menyelidiki pengaruh harga cabai rawit dan layanan penjual terhadap keputusan pembelian konsumen di Pasar Wage Nganjuk, khususnya dalam konteks preferensi konsumen terkini terhadap produk yang terjangkau namun berkualitas tinggi.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini berjudul: "Pengaruh Fluktuasi Harga Cabai Rawit Dan Dampaknya Pada Daya Beli Konsumen Di Pasar Wage Nganjuk (Dalam Perspektif Islam)."

METODE

Dalam mengkaji pengaruh harga cabai rawit dan layanan penjual terhadap keputusan pembelian konsumen di Pasar Wage Nganjuk, penelitian ini melibatkan variabel terikat dan variabel bebas. Variabel terikatnya adalah keputusan pembelian konsumen (Y), dipengaruhi oleh dua variabel bebas, yaitu harga cabai rawit (X1) dan layanan penjual (X2). Penelitian ini bersifat kuantitatif, menggunakan analisis numerik dengan pendekatan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Data yang digunakan

mencakup data primer dari responden melalui kuesioner dan data sekunder dari kajian pustaka, arsip, dan jurnal terkait.

Dalam pemilihan sampel, populasi konsumen pembeli cabai rawit di Pasar Wage Nganjuk diidentifikasi, dan sebanyak 100 responden dipilih menggunakan rumus Lemeshow. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik Sampling Insidental, di mana responden dipilih berdasarkan kebetulan. Instrumen penelitian melibatkan penggunaan kuesioner dengan skala Likert sebagai alat untuk mengukur nilai variabel-variabel yang diteliti. Selain itu, observasi langsung dan wawancara dengan staf pengelola pasar digunakan sebagai metode pengumpulan data.

Analisis data dimulai dengan uji instrumen penelitian, termasuk uji validitas dan reliabilitas kuesioner. Uji asumsi klasik melibatkan uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas untuk memastikan kecocokan data dengan model regresi berganda. Langkah selanjutnya adalah uji regresi berganda untuk mengetahui pola hubungan antara variabel dependen dan independen. Uji hipotesis melibatkan uji F untuk menilai pengaruh simultan dan uji T untuk menilai signifikansi pengaruh parsial variabel independen.

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa baik model dapat menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai R^2 mendekati satu menunjukkan kemampuan model yang baik dalam menjelaskan variasi keputusan pembelian konsumen.

HASIL

Pasar Wage Nganjuk, sebagai pasar tradisional yang berdiri sejak tahun 1950, memiliki peran vital dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat Kabupaten Nganjuk. Terletak di Jalan Jend. Ahmad Yani, Desa Payaman, Kecamatan Nganjuk, pasar ini menjual beragam kebutuhan mulai dari bahan pokok, sayur-mayur, bumbu dapur, alat rumah tangga, hingga pakaian dan perhiasan emas. Dengan luas tanah sekitar 1.682 m² dan status kepemilikan tanah oleh Pemerintah Kabupaten Nganjuk, Pasar Wage Nganjuk beroperasi setiap hari, dimulai dari pukul 02.00 hingga 14.00 WIB, dengan toko pinggir jalan beroperasi mulai dari pukul 10.00 hingga 21.00 WIB.

Fasilitas yang disediakan di Pasar Wage Nganjuk meliputi musholla, WC umum, halaman parkir, dan Tempat Pembuangan Sampah (TPS). Visi pasar ini adalah terwujudnya pasar rakyat atau tradisional yang bersih, sehat, aman, nyaman, dan sejahtera. Sementara itu, misi pasar melibatkan peningkatan dukungan dan kualitas kelembagaan, peningkatan kesejahteraan pedagang, serta peningkatan kebersihan, ketertiban, dan keamanan pasar.

Struktur organisasi pasar pada tahun 2023 menunjukkan tanggung jawab yang terbagi antara Kepala Pasar, Petugas Administrasi, Petugas Penagih, Petugas Keamanan, dan Petugas Kebersihan. Kepala Pasar memiliki wewenang tertinggi dan bertanggung jawab atas seluruh kegiatan operasional di pasar. Petugas Administrasi bertanggung jawab untuk mencatat dan menyetorkan hasil pungutan retribusi pasar ke kas daerah, sementara Petugas Penagih fokus pada pemungutan retribusi sampah dan pajak. Petugas Keamanan bertugas menjaga keamanan dan ketertiban lingkungan pasar, sedangkan Petugas Kebersihan memiliki tanggung jawab menciptakan kebersihan dan ketertiban lingkungan pasar.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan fokus pada karakteristik responden dan instrumen penelitian. Berdasarkan data primer yang diolah pada tahun 2023, mayoritas responden yang berbelanja di Pasar Wage Nganjuk adalah perempuan, berusia 30-39 tahun, dan memiliki tingkat pendidikan SMP. Mayoritas responden juga bekerja sebagai ibu rumah tangga dengan pendapatan rendah, yang menjadikan Pasar Wage Nganjuk sebagai tempat belanja dengan harga relatif lebih murah.

Instrumen penelitian, termasuk uji validitas dan reliabilitas, digunakan untuk mengukur sejauh mana kuesioner dapat diandalkan. (Pratiwi et al., 2015) Pengujian validitas menunjukkan bahwa semua pernyataan pada variabel harga cabai rawit, layanan penjual, dan keputusan beli konsumen dianggap valid. Sementara itu, uji reliabilitas menghasilkan nilai Cronbach Alpha di atas 0,6 untuk setiap variabel, menandakan bahwa kuesioner dapat diandalkan sebagai alat pengukur data.

Pengujian asumsi klasik, seperti uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas, dilakukan untuk memastikan validitas model regresi. (N. R. Sari & Listiadi, 2021) Hasilnya menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi-asumsi tersebut, memperkuat keandalan hasil analisis.

Dalam pengujian hipotesis, variabel harga cabai rawit dan layanan penjual memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan beli konsumen. Analisis regresi berganda menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut secara bersama-sama berkontribusi terhadap keputusan beli konsumen, dengan nilai Adjusted R square sebesar 28,1%

Dari temuan ini, dapat disimpulkan bahwa harga cabai rawit dan layanan penjual memiliki peran penting dalam membentuk keputusan beli konsumen di Pasar Wage Nganjuk. Meskipun demikian, sebagian besar variabilitas keputusan beli masih dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lebih lanjut untuk memahami faktor-faktor tersebut dan mengembangkan strategi pemasaran yang lebih holistik di pasar tradisional ini.

DISKUSI

Pembahasan Hasil Penelitian Harga Cabai Rawit: Harga sebagai elemen penting dalam pemasaran memegang peran krusial dalam keputusan pembelian konsumen. (Farell et al., 2019) Analisis statistik menunjukkan adanya hubungan positif antara harga cabai rawit dan keputusan beli konsumen sebesar 28,1%. Hasil ini konsisten dengan teori pemasaran yang menekankan peran harga sebagai faktor penentu pembelian. (Saprida, 2018) Fenomena tawar menawar yang masih sering terjadi di Pasar Wage Nganjuk juga mendukung temuan ini.

Pembahasan Hasil Penelitian Layanan Penjual: Layanan penjual memperlihatkan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen sebesar 28,1%. Pelayanan yang sistematis, seperti pembayaran dengan antrian, menjadi nilai tambah bagi konsumen. Hasil ini mungkin berbeda dengan penelitian sebelumnya, seperti penelitian Fani Kurniawan, yang menunjukkan bahwa kualitas layanan penjual tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Disini, konteks dan karakteristik pasar mungkin menjadi faktor penentu. (Rahardja et al., 2020).

Pembahasan Hasil Penelitian Pengaruh Harga Cabai Rawit dan Layanan Penjual Terhadap Keputusan Beli Konsumen: Dengan melihat koefisien determinasi (R^2) sebesar 28,1%, penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan beli konsumen di Pasar Wage Nganjuk dipengaruhi oleh harga cabai rawit dan layanan penjual. Namun, sekitar 71,9% variabilitas keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang belum diteliti. Hal ini menggarisbawahi kompleksitas keputusan pembelian konsumen yang melibatkan sejumlah variabel.

Diskusi ini mengilustrasikan bahwa penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen di Pasar Wage Nganjuk. Temuan-temuan tersebut dapat menjadi landasan bagi peningkatan strategi pemasaran dan layanan penjual di pasar cabai rawit tersebut. Perlu dicatat bahwa hasil penelitian ini dapat memiliki implikasi yang berbeda di pasar-pasar lain, tergantung pada karakteristik dan dinamika pasar tersebut.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga cabai rawit (X_1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan beli konsumen (Y) di Pasar Wage Nganjuk. Kesimpulan ini didukung oleh nilai uji t , dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ 1,984. Selain itu, signifikansi variabel harga cabai rawit (X_1) terhadap keputusan beli konsumen (Y) adalah 0,005, lebih kecil dari nilai $\alpha=5\%$.

Temuan lain dari penelitian ini menunjukkan bahwa layanan penjual (X2) juga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan beli konsumen (Y) di Pasar Wage Nganjuk. Hal ini diperkuat oleh nilai uji t, dimana thitung sebesar $2,750 > t_{tabel} 1,984$. Selain itu, signifikansi variabel layanan penjual (X2) terhadap keputusan beli konsumen (Y) adalah $0,007$, lebih kecil dari nilai $\alpha=5\%$.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menegaskan bahwa baik harga cabai rawit (X1) maupun layanan penjual (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan beli konsumen (Y) di Pasar Wage Nganjuk. Hal ini ditunjukkan oleh penerimaan H_a dan penolakan H_0 . Uji F menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000$, dengan $F_{hitung} (20,326) > F_{tabel} (3,09)$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel harga cabai rawit dan layanan penjual secara bersama-sama memberikan kontribusi yang signifikan terhadap keputusan beli konsumen di pasar tersebut.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kepada semua pihak yang terlibat dalam penelitian ini, saya ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus. Tanpa dukungan dan kerjasama dari berbagai pihak, penelitian ini tidak akan mencapai hasil yang memuaskan.

Terima kasih kepada responden yang telah bersedia berpartisipasi dalam penelitian ini dengan memberikan tanggapan dan informasi yang berharga. Keikhlasan mereka telah menjadi landasan utama dalam menghasilkan temuan yang bermakna. Saya juga ingin mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing yang memberikan arahan, bimbingan, dan masukan yang sangat berharga selama proses penelitian. Tanpa bimbingan mereka, penelitian ini tidak akan mencapai tingkat kedewasaan ilmiah yang diharapkan.

Tidak lupa, apresiasi setinggi-tingginya untuk pihak-pihak lainnya yang turut serta mendukung dan melibatkan diri dalam setiap tahap penelitian ini. Semua kontribusi dan kerja sama yang diberikan sangat berarti dan memperkaya hasil akhir penelitian ini. Semoga penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif dan bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan masyarakat. Terima kasih sekali lagi atas semua dukungan dan kolaborasi yang telah diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, P. (2000). Manajemen bisnis. *Jakarta: Rineka Cipta*.
- Aysa, I. R. (2021). Tantangan Transformasi Digital Bagi Kemajuan Perekonomian Indonesia. *Jurnal At-Tamwil Kajian Ekonomi Syariah*, 3(2), 140–153.
- Farell, G., Thamrin, T., & Novid, I. (2019). Pelatihan Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Pengembangan Pemasaran Dan Kewirausahaan UKM Pada Kota Sawahlunto. *Suluah Bandang: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 19(1), 42–47. <https://doi.org/10.24036/sb.0310>
- Firmansyah, A. (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran* (Nomor Juni). <https://www.researchgate.net/publication/342644678>
- Hakam, A., Anggraeni, D., & Fadhil, A. (2019). Trend Gerakan Keislaman Di Universitas Negeri Jakarta: Tipologi, Metode, Dan Responnya Terhadap Fenomena Keberagaman Di Indonesia. *Reformulating Models of Religiosity in the Era of Industry Revolution 4.0, Icic*, 355–364. <http://seminars.unj.ac.id/icic/>
- Hidayatullah, S., Waris, A., Devianti, R. C., Sari, S. R., Wibowo, I. A., & PW, P. M. (2018). Perilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(2), 240–249. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v6i2.2560>
- Lupiyoadi, R. (2008). Dinamika Bisnis Jasa dan Pentingnya Pemasaran Jasa. In *Modul 1* (hal. 1–39). <https://doi.org/10.1177/0300985809357753>
- Pratiwi, N., Wardhani, N., & Sumarwati, S. (2015). Penerapan Metode Peta Pikiran Untuk

- Meningkatkan Motivasi Dan Keterampilan Menulis Teks Berita Pada Siswa Sekolah Menengah Pertama. *Jurnal Penelitian Bahasa, Sastra Indonesia, dan Pengajarannya*, 3(2), 54751.
- Rahardja, U., Aini, Q., Yusup, M., & Edliyanti, A. (2020). Penerapan Teknologi Blockchain Sebagai Media Pengamanan Proses Transaksi E-Commerce. *CESS (Journal of Computer Engineering, System and Science)*, 5(1), 28–32. <https://doi.org/10.24114/cess.v5i1.14893>
- Saprida, S. (2018). Akad Salam Dalam Transaksi Jual Beli. *Mizan: Journal of Islamic Law*, 4(1), 121–130. <https://doi.org/10.32507/mizan.v4i1.177>
- Sari, A. P., Pelu, M. F. A., Dewi, I. K., Ismail, M., Siregar, R. T., Mistriani, N., Marit, E. L., Killa, M. F., Bonaraja Purba, E., Lifchatullaillah, N., Ferinia, R., & Sudarmanto, E. (2020). Ekonomi Kreatif. In *Yayasan Kita Menulis* (Vol. 53, Nomor 9).
- Sari, N. R., & Listiadi, A. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Pendidikan Keuangan di Keluarga, Uang Saku terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan dengan Financial Self-Efficacy sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 9(1), 58–70. <https://doi.org/10.26740/jpak.v9n1.p58-70>
- Yulia, & Fauzi, R. (2018). Sistem Informasi Manajemen. In *Diktat Kuliah* (hal. 1–88).