

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Negara yang banyak memiliki kepulauan dan keberagaman adat yang berbeda adalah negara Indonesia. Pulau yang berbatasan langsung dengan negara tetangga terdapat di provinsi Kalimantan barat yaitu didaerah Kecamatan Jagoi Babang. Secara tidak langsung daerah yang berbatasan dengan negara Malaysia, cenderung bisa beradaptasi dengan kebiasaan-kebiasaan yang ada di negara tetangga. Berada di daerah yang terpencil, masyarakat di Jagoi Babang lebih mudah dalam mengakses barang-barang dari Malaysia dan ini sangat menguntungkan bagi masyarakat Jagoi Babang. Misalnya, untuk masuk ke negara lain khususnya negara Malaysia akan lebih dimudahkan dibandingkan dengan masyarakat yang tidak tinggal di daerah perbatasan. Mereka lebih mudah mendapatkan barang-barang impor dari Malaysia, karena berbatasan langsung dengan negara Malaysia.

Menurut Peraturan Pemerintah nomor 34 tahun 2019 tentang perdagangan perbatasan, setiap warga negara Indonesia yang berada di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI) yang berbatasan langsung dengan negara lain dapat melakukan perdagangan perbatasan dengan penduduk negara lain dapat melakukan perdagangan perbatasan dengan penduduk negara lain yang berada di wilayah perbatasan darat dan laut. Dokumen yang harus dibawa pada saat melakukan perdagangan perbatasan adalah dokumen keimigrasian bagi pekerja perbatasan yang diterbitkan oleh dinas imigrasi yang bertanggung jawab di kawasan perbatasan, dokumen pabean bagi pekerja perbatasan yang diterbitkan oleh dinas

pabean yang mengawasi tempat-tempat penyebrangan perbatasan. Penduduk negara tetangga yang berada di daerah perbatasan yang melakukan pembelian barang di dalam daerah pabean harus memiliki identitas pelintas batas yang dipersyaratkan oleh pemerintah negara yang bersangkutan. Penetapan tempat tertentu/wilayah tertentu sebagaimana dimaksud, menurut PP ini, dilakukan berdasarkan perjanjian Bilateral sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Jenis barang yang dapat diperjual-belikan hanya barang yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, yang dilakukan berdasarkan perjanjian Bilateral sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Sementara nilai maksimal transaksi pembelian barang ditetapkan berdasarkan perjanjian Bilateral sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan baik yang dilakukan di luar daerah pabean untuk dibawa ke dalam daerah pabean dan di dalam daerah pabean untuk dibawa ke luar daerah pabean.

Transaksi pembelian barang dalam batas nilai maksimal sebagaimana dimaksud, menurut PP ini diberikan pembebasan bea masuk dan pajak dalam rangka impor, pengecualian dari pengenaan bea keluar, pengecualian dari ketentuan pembatasan ekspor dan impor dan pengecualian dari ketentuan tata niaga impor di luar kawasan pabean (post border) sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Dalam hal ini nilai transaksi pembelian barang melebihi nilai maksimal transaksi sebagaimana dimaksud, terhadap keseluruhan barang tersebut di ambil tindakan berupa ekspor kembali (re-ekspor) sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan, bunyi pasal 7 ayat (4) PP ini.

Pemasukan barang dari transaksi pembelian barang di luar daerah pabean sebagai bagian dari perdagangan perbatasan ke dalam daerah pabean harus di lakukan melalui pos lintas batas. Demikian pula pengeluaran barang dari pembelian barang di dalam daerah pabean dalam rangka perdagangan lintas batas harus dilakukan di luar daerah pabean melalui pos lintas batas. Pemasukan barang ke dalam daerah pabean sebagaimana mestinya dilakukan dibawah pengawasan dan pengawasan petugas bea dan cukai di tempat pos lintas batas. Pos lintas batas wajib memiliki fasilitas pelayanan dan pengawasan kepabeanan dan cukai, keimigrasian, karantina dan keamanan.

Sebelum membeli suatu produk atau jasa, konsumen biasanya melakukan evaluasi untuk menentukan pilihan produk atau jasanya. Evaluasi dan seleksi yang digunakan mengarah pada keputusan. Pengambilan keputusan itu sendiri merupakan suatu proses yang melibatkan beberapa tahapan, yaitu identifikasi kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif sebelum pembelian, pembelian, konsumsi dan evaluasi alternatif setelah pembelian. (Nordvall, 2014), mengemukakan bahwa proses pengambilan keputusan pembelian adalah tahap di mana pembeli membuat keputusan tentang produk dan jasa yang akan dibeli. (Han, et, al. 2014) menyatakan bahwa pengambilan keputusan konsumen adalah proses terintegrasi untuk mengintegrasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satunya (Hidayat, 2016). Dalam keputusan pembelian produk, konsumen tidak selalu membeli produk baru tetapi barang tersebut menjadi opsi atau pilihan konsumen. Menurut masyarakat desa jagoi kualitas produk dari malaysia sangat baik dan harga produk malaysia juga

lebih murah. Keputusan pembelian adalah pemahaman konsumen tentang kebutuhan dan keinginan produk dengan menilai sumber yang ada dan mengidentifikasi alternatif dengan menetapkan tujuan pembelian (Swasta, 2008). Keputusan pembelian akan suatu produk akan di lihat dari faktor harga, kualitas produk, pelayanan, oleh konsumen.

Produk import saat ini memang sangat meresahkan dan memenuhi kondisi pemasaran di Indonesia terutama pada masyarakat perbatasan. Produk yang paling di minati masyarakat perbatasan yaitu barang-barang, berupa makanan, sembako dll. Karena tidak tersedianya produk Indonesia di daerah perbatasan, maka dari itu masyarakat cenderung memilih produk dari malaysia untuk memenuhi kebutuhannya sehari-hari, bisa di lihat dari segi jarak, harga barang-barang dari Malaysia lebih murah, kualitas produknya lebih bagus, pelayanannya yang sangat baik dan lebih mudah untuk didapatkan karena berbatasan langsung dengan negara tetangga.

Dari latarbelakang diatas peneliti dapat melihat lebih dalam perilaku masyarakat perbatasan yang cenderung lebih memilih produk impor dari negara malaysia, dan peneliti mengangkat judul “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MALAYSIA PADA MASYARAKAT KAWASAN PERBATASAN DI DESA JAGOI, KECAMATAN JAGOI BABANG”.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah faktor harga mempengaruhi keputusan pembelian produk malaysia pada masyarakat kawasan perbatasan ?
2. Apakah faktor kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian produk malaysia pada masyarakat kawasan perbatasan ?
3. Apakah faktor kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian produk malaysia pada masyarakat kawasan perbatasan ?
4. Apakah faktor lokasi mempengaruhi keputusan pembelian produk malaysia pada masyarakat kawasan perbatasan ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang ditemukan di atas, maka tujuan dari penelitian ini:

1. Untuk mengetahui apakah faktor lokasi mempengaruhi keputusan pembelian produk malaysia pada masyarakat kawasan perbatasan.
2. Untuk mengetahui apakah faktor kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian produk malaysia pada masyarakat kawasan perbatasan.
3. Untuk mengetahui apakah faktor kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian produk malaysia pada masyarakat kawasan perbatasan.
4. Untuk mengetahui apakah faktor harga mempengaruhi keputusan pembelian produk malaysia pada masyarakat kawasan perbatasan.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Harapan peneliti dengan adanya penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk malaysia pada masyarakat kawasan perbatasan.

2. Manfaat praktis

a. Bagi masyarakat

Sebagai acuan bagi masyarakat dalam mengambil sebuah keputusan dalam membeli produk yang akan di belinya.

b. Bagi peneliti

Diharapkan penelitian ini dapat berguna untuk peneliti sendiri, karena dengan meneliti ini peneliti akan memahami faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian produk malaysia pada masyarakat kawasan perbatasan.

c. Bagi akademik

Penelitian ini diharapkan bisa menambah ilmu dan bisa menjadi perbandingan kedepannya bagi peneliti yang lain sehingga bisa memperbaiki kekurangan yang ada pada penelitian ini.

E. Ruang Lingkup Penelitian

Adapun ruang lingkup pembahasan dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian produk malaysia pada masyarakat kawasan perbatasan di Jagoi Babang.

1. Variabel Penelitian

a. Variabel Bebas (Independent Variable)

Variabel bebas dalam Sugiono adalah jenis variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lain (Idris, 2014). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi.

b. Variabel Dependen (Variabel terikat)

Variabel terikat dalam Sugiono adalah jenis variabel yang di jelaskan atau di pengaruhi oleh variabel bebas (Idris, 2014). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

2. Definisi Operasional

Untuk menghindari penafsiran yang keliru mengenai persoalan yang muncul dalam penelitian ini, penulis mencoba memaparkan secara lebih operasional yang menyangkut hal-hal penting dalam penulisan ini. Definisi operasional penelitian ini, yaitu :

a. Keputusan pembelian

Keputusan pembelian mengkonsumsi keinginan dan kebutuhan produk dengan menetapkan tujuan pembelian dan menilai sumber yang ada dengan mengidentifikasi alternatif sehingga keputusan pembelian melibatkan perilaku pasca pembelian yang harus di pahami oleh orang tersebut.

b. Faktor Harga

Harga adalah faktor campuran yang dapat mendorong pendapatan melalui penjualan. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat menetapkan harga produknya dengan baik dan tepat agar konsumen tertarik dan mau membeli produk yang ditawarkan perusahaan agar menguntungkan.

c. Faktor Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan salah satu kunci persaingan antar pelaku usaha yang menawarkan kepada konsumen. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas baik sesuai dengan harga yang mereka bayarkan.

d. Faktor Kualitas pelayanan

Pelayanan adalah faktor pendorong dalam proses pembelian. Layanan adalah kekuatan pendorong dalam proses pembelian. Keberhasilan pemasaran produk terutama tergantung pada layanan yang diberikan perusahaan dan apakah produk tersebut akan di jual atau tidak.

e. Faktor Lokasi

Lokasi merupakan tempat bertemunya orang-orang untuk melakukan transaksi, membeli dan menjual suatu produk.