

ANALISIS PENGARUH KUALITAS BUAH TERHADAP DAYA BELI KONSUMEN PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI KASUS PADA PASAR MALAM BANJARBARU)

Indah Adriani Sholihah¹, Akhmad Hulaify², Rozzana Erziaty³

¹Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin
Fakultas Studi Islam - Ekonomi Syari'ah
E-mail: indahadriani.ia@gmail.com
No. HP: 082250327473

² Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin
Fakultas Studi Islam - Ekonomi Syari'ah
E-mail: hulaify@gmail.com

³Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin
Fakultas Studi Islam - Ekonomi Syari'ah
E-mail: erziatyrozzana@gmail.com

ABSTRAK

Mutu dan kesegaran buah-buahan sangat menentukan harga. Masalah ini berpengaruh terhadap daya beli masyarakat. Kesadaran akan kualitas tidak menjadi orientasi utama bagi keputusan konsumen membeli. Faktor yang sangat mempengaruhi perubahan harga adalah kualitas buah. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana Pengaruh Kualitas Buah terhadap Daya Beli Konsumen di pasar malam Banjarbaru dan Bagaimana implementasi peningkatan daya beli konsumen dan kualitas produk perspektif ekonomi syari'ah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas buah terhadap daya beli konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang buah dan konsumen muslim di pasar malam Karangrejo, pasar malam Idaman Balitan, dan pasar kamis RO. Ulin Banjarbaru, namun sampel yang digunakan sebanyak 76 responden. Sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan probability sampling. Teknik pengumpulan data yaitu dengan metode kuesioner, wawancara dan dokumentasi. Adapun variabel yang diteliti meliputi kualitas buah sebagai variabel bebas dan daya beli sebagai variabel terikat. Data ini dianalisis dengan menggunakan regresi linier sederhana. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai t hitung variabel bebas adalah 5,59 untuk kualitas buah. Sedangkan nilai t tabel adalah 1,992 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) artinya bahwa variabel kualitas berpengaruh secara signifikan terhadap daya beli konsumen. Sedangkan dari hasil analisis koefisien determinasi diperoleh nilai sebesar 0,297 atau 29,7%, yang artinya pengaruh variabel independen (kualitas buah) terhadap variabel dependen (daya beli) sebesar 0,297, ini menunjukkan bahwa kontribusi variabel-variabel independen adalah sebesar 29,7%, sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain.

Kata kunci: Kualitas; Daya Beli; dan Konsumen

ABSTRACT

The quality and freshness of fruits is very decisive in price. This problem take effect to purchase of the people. Awareness of quality is not the main orientation for buying fruits. This is factor affecting price changes. Formulation of the research problem is how effect of quality of fruit and how to implement it to increase consumer purchasing power in Banjarbaru night market according to syariah economic. The purpose of this study is to find out how much effect quality of fruit to consumer purchasing power, with population all fruite traders and consumers in Karang Rejo market, Idaman Balitan market, and R.O Ulin market Thursday, with 76 respondents. The sampling technique using probability sampling, technique of collecting data that is by method of questioner, interview, and documentation. The variables studied include the quality of fruit as independent variables and purchasing power as a dependent variable. This data was analyzed using simple linier regression. Based on the result of research indicate that t value of free variable count is 5,59 for fruit quality, while the value of t table is 1,992 ($t_{value} > t_{table}$) that means the quality variable significantly influence consumer purchasing power. The result of determination coefficient analysis obtained value of 0,297 or 29,7%, which means the influence of independent variables (fruit quality) to the dependent variable (purchasing power) of 0,297, it shows that the contribution of independent variables is equal to 29,7% while the rest is influenced by other factors.

Keywords: Quality; Purchasing Power; and Consumer.

PENDAHULUAN

Peningkatan strata pendidikan, kemampuan daya beli, dan kepedulian nilai gizi telah menggugah kesadaran konsumen akan pentingnya kualitas bahan makanan, khususnya pada buah-buah-buahan yang berkualitas. Peningkatan jumlah penduduk Indonesia memiliki hubungan yang sejalan dengan peningkatan konsumsi buah-buahan di Indonesia. Menurut BPS (2015) Frekuensi konsumsi atau makan buah-buahan di kota-kota besar tidak begitu mengalami penurunan. Hal ini karena adanya daya beli konsumsi masyarakat cukup tinggi terhadap buah-buahan.

Kesadaran akan kualitas tidak menjadi orientasi utama bagi keputusan konsumen untuk membeli. Faktor klasik yang menjadi masalah adalah harus mengeluarkan dana lebih untuk mengonsumsi produk berkualitas. Karena mutu dan kesegaran buah-buahan sangat menentukan harganya. Masalah ini sangat berpengaruh terhadap daya beli masyarakat. Fenomena umum di pasar tradisional maupun modern pada buah tertentu ketika harga buah naik, konsumen lebih memilih urung dalam membeli produk atau lebih memilih produk dengan kualitas rendah dengan harga yang lebih murah. Konsumen kelas menengah kebawah lebih memilih berbelanja buah ke pasar tradisional karena harga jauh lebih murah dengan kualitas buah yang tidak kalah saing. Ini karena kurangnya daya beli buah oleh konsumen kelas menengah kebawah. Dan faktor yang sangat mempengaruhi berubahnya harga adalah kualitas buah yang berubah seiring berubahnya musim. Ketika musim hujan, buah tertentu akan susah ditanam karena lahan yang terlalu basah. Ketika kemarau, pertumbuhan buah juga menjadi tidak mudah karena kurangnya air. Inilah yang menyebabkan harga buah menjadi fluktuatif sehingga mempengaruhi terhadap daya beli konsumen.

Kualitas produk mendapat perhatian para produsen dalam ekonomi Islam dan ekonomi konvensional. Akan tetapi terdapat perbedaan signifikan diantara pandangan ekonomi ini dalam penyebab adanya perhatian masing masing terhadap kualitas, tujuan dan caranya. Sebab dalam ekonomi konvensional, produsen berupaya menekankan kualitas produknya hanya semata-mata untuk merealisasikan tujuan materi. Boleh jadi tujuan tersebut merealisasikan produk yang bisa dicapai dengan biaya serendah mungkin, dan boleh jadi mampu bersaing dan bertahan dengan produk serupa yang diproduksi orang lain. Karena itu produk tersebut menjadi tidak berkualitas, jika beberapa motivasi tersebut tidak ada padanya; seperti produk tertentu yang ditimbun karena tidak dikhawatirkan adanya persaingan. Bahkan seringkali mengarah pada penipuan, dengan menampakkan barang yang buruk dalam bentuk yang nampaknya bagus untuk mendapatkan keuntungan setinggi mungkin.

Penulis sangat tertarik untuk mengkaji dan membahas lebih lanjut mengenai pentingnya kualitas terhadap daya beli konsumen, dan apa saja yang menyebabkan kurangnya daya beli konsumen, dan bagaimana perspektif ekonomi Islam dalam menjaga kualitas produk. Untuk keperluan ini maka menjadi penting untuk melakukan penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Buah terhadap Daya Beli Konsumen di Pasar Malam Banjarbaru. Berdasarkan latar belakang, dapat dikemukakan rumusan masalah sebagai berikut : Bagaimana Pengaruh Kualitas Buah terhadap Daya Beli Konsumen di pasar malam Banjarbaru? Bagaimana implementasi peningkatan daya beli konsumen dan kualitas produk perspektif ekonomi syari'ah?

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji dan mengetahui seberapa besar pengaruh dan faktor-faktor penentu daya beli konsumen terhadap produk buah-buahan berkualitas, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari keberlanjutan pasokan, kualitas dan harga terhadap daya beli produk buah-buahan, dan untuk mengkaji perspektif ekonomi Islam dalam menjaga mutu dan kualitas produk.

Menurut Nasution (2005), kualitas produk adalah kecocokan penggunaan produk (*fitness for use*) untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Menurut Kotler, dalam buku perilaku konsumen karya Etta Mamang Sangadji (2013), merumuskan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sedangkan menurut Rambat Lupiyado dan A. Hamdani (2009), kualitas adalah sejauh mana produk memenuhi spesifikasi-spesifikasinya. Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2006) kualitas produk merupakan salah satu sarana positioning utama pasar. Kualitas produk mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa, oleh karena itu kualitas berhubungan erat dengan nilai pelanggan. Dalam artian sempit kualitas bisa didefinisikan sebagai bebas dari kerusakan.

Menurut Ahmad Ubaidillah dan Nuraeni, Indikator Kualitas Produk meliputi, Kadar produk, Desain produk, dan Daya tahan produk. Tetapi komponen kualitas pada umumnya yaitu mengenai kenampakan (*visual*), tekstur, *flavor* (rasa, bau), nilai gizi, dan lain lain. Standar kualitas terbagi menjadi beberapa kelas yaitu, *extra class* (kualitas super), *class 1* (bagus), *class 2* (boleh dipasarkan), terakhir *extra class & class 1* untuk pasar internasional. Di Indonesia terdapat standar kualitas buah, dan setiap buahnya memiliki standar yang berbeda-beda.

TABEL 1
Standar mutu buah menurut SNI

Karakteristik	Mutu 1	Mutu 2
Keseragaman sifat varietas	Seragam	Seragam
Keseragaman bentuk	Keseragaman di atas 98%	Keseragaman 95% s/d 96%
Keseragaman ukuran	Seragam	Seragam
Kepadatan	Padat	Kurang padat
Kadar busuk maks %	0	1 s/d 2
Kerusakan maksimal %	5	5 s/d 10
Kadar kotoran maksimal. %	0,5	0,5 s/d 1

Sumber data : www.materipertanian.com tahun 2018

Agar mutu buah tetap terjaga, maka beberapa hal perlu diperhatikan. Yang paling penting untuk menjaga mutu dan kualitas buah adalah memperhatikan penyimpanan buah, dan hygiene atau kebersihan buah. Tidak hanya buah saja, untuk menjaga mutu dan kualitas semua produk khususnya bahan makanan perlu memperhatikan penyimpanan dan kebersihannya agar tetap terjaga.

Menurut Dr. Supawi Pawenang, daya Beli adalah kemampuan masyarakat sebagai konsumen untuk membeli barang atau jasa yang dibutuhkan. daya beli masyarakat ini ditandai dengan meningkat ataupun menurun, dimana daya beli meningkat jika lebih tinggi dibanding periode lalu sedangkan daya beli menurun ditandai dengan lebih tingginya kemampuan beli masyarakat dari pada periode sebelumnya.

Berikut ini adalah beberapa faktor yang dapat mempengaruhi daya beli masyarakat antara lain yaitu : **(1) Tingkat Pendapatan.** Pendapatan merupakan suatu balas jasa dari seseorang atas tenaga atau pikiran yang telah disumbangkan, biasanya berupa upah atau gaji. Makin tinggi pendapatan seseorang makin tinggi pula daya belinya dan semakin beraneka ragam kebutuhan yang harus dipenuhi, dan sebaliknya. **(2) Tingkat Pendidikan.** Makin tinggi pendidikan seseorang makin tinggi pula kebutuhan yang ingin dipenuhinya. Contohnya seorang sarjana lebih membutuhkan computer dibandingkan seseorang lulusan sekolah dasar. **(3) Tingkat Kebutuhan.** Kebutuhan setiap orang berbbeda-beda. Seseorang yang tinggal di kota daya belinya akan lebih tinggi jika dibandingkan dengan yang tinggal di desa. **(4) Kebiasaan Masyarakat.** Di zaman yang serba modern muncul kecenderungan konsumerisme didalam masyarakat. Penerapan pola hidup ekonomis yaitu dengan membeli b arang dan jasa yang benar-benar dibutuhkan, maka secara tidak langsung telah meningkatkan kesejahteraan hidup. **(5) Harga Barang.** Jika harga barang naik maka daya beli konsumen cenderung menurun sedangkan jika harga barang dan jasa turun maka daya beli konsumen akan naik. Hal ini sesuai dengan hukum permintaan. **(6) Mode.** Barang-barang yang baru menjadi mode dalam masyarakat biasanya akan laku keras di pasar sehingga konsumsi bertambah. Dengan demikian mode dapat mempengaruhi konsumsi.

Menurut Dr. Supawi Pawenang, pengukuran daya beli masyarakat dapat dilakukan dengan dua indeks yaitu indeks harga konsumen dan indeks harga produsen. Indeks Harga Konsumen yaitu suatu pengukuran keseluruhan biaya pembelian produk oleh rata-rata konsumen. dimana dalam pengukuran indeks ini perlu memperhatikan beberapa hal yaitu harga, kuantitas, tahun dasar, dan tahun pembelian. Sedangkan indeks harga produsen yaitu pengukuran biaya untuk memproduksi barang yang akan dibeli konsumen.

Berikut ini adalah beberapa masalah yang sering muncul dalam penghitungan daya beli, yaitu : **(1) Bias substitusi** atau adanya perubahan harga dari satu tahun ke tahun berikutnya yang tidak proporsional, ini dikarenakan fluktuasi harga buah yang sering terjadi di sebabkan oleh banyak hal, seperti inflasi, musim, stok buah, dll. **(2) Selalu bermunculannya produk-produk baru.** **(3) Perubahan**

kualitas yang tidak terukur. Perubahan kualitas pada buah di sebabkan berbagai macam hal, di antaranya karena musim dan cuaca.

Kualitas produk mendapat perhatian para produsen dalam ekonomi Islam dan ekonomi konvensional. Akan tetapi terdapat perbedaan signifikan diantara pandangan ekonomi ini dalam penyebab adanya perhatian masing masing terhadap kualitas, tujuan dan caranya. Sebab dalam ekonomi konvensional, produsen berupaya menekankan kualitas produknya hanya semata-mata untuk merealisasikan tujuan materi.

Firman Allah SWT dalam (Q.S Al-Baqarah. 168)

يَتَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَلًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya : “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh nyata bagimu”.

Dari surah tersebut dapat disimpulkan bahwa untuk memproduksi barang kita harus memperhatikan kualitas produk tersebut sehingga nantinya produk tersebut dapat dimanfaatkan dengan baik dan barokah. Jaribah bin Ahmad Al-Haritsi dalam bukunya Fiqih Ekonomi Umar bin Al-Khathab Cet 1 (2006) menjelaskan, motivasi kualitas produk mendapat perhatian besar dalam ilmu fiqih Umar Radhiyallahu Anhu. Umar menyerukan untuk memperbagus pembuatan makanan, seraya mengatakan, “Perbaguslah adonan roti ; karena dia salah satu cara mengembangkannya,” Artinya, perbaguslah adonan roti dan perhaluslah ; karena demikian itu menambah berkembangnya roti dengan air yang dikandungnya. Kemudian Umar Rhadiyallahu Anhu memberikan pengajaran secara rinci kepada kaum perempuan tentang pembuatan makanan yang berkualitas, seraya mengatakan, “janganlah seseorang diantara kamu membiarkan tepung hingga airnya panas, kemudian meninggalkannya sedikit demi sedikit, dan mengaduknya dengan centongnya; sebab demikian itu akan lebih bagus baginya dan lebih membantunya untuk tidak mengeriting.

M. Quraish Shihab (2013) mengutip dari Yusuf Qardhawi dalam kitabnya *fi fiqh al-Awwaliyat*, setiap tuntutan agama dapat berkaitan dengan tuntutan lainnya sehingga membandingkan antara satu dengan yang lain menjadi amat perlu. Perbandingan tersebut bisa antara sekian banyak kepentingan atau kemaslahatan, atau sebaliknya, disebabkan aneka mudharat dan kerusakan yang dapat di akibatkannya, sebagaimana dapat juga dengan membandingkan antara kemaslahatan dan kemudharatan. Oleh karena itu, banyak sekali rumus yang dikemukakan para ulama. Berikut ini beberapa rumus umum yang dapat membantu dalam menetapkan prioritas-prioritas: **(1)** Mendahulukan upaya membersihkan atas memperindah. Mutu dan kualitas lebih diutamakan daripada kemas. Demikian prinsip dasar dalam jual-beli. Dalam literature agama disebutkan rumus yang berbunyi “*at-Takhally muqaddam ‘ala at-tahally*”, yang maksudnya “mendahulukan upaya membersihkan atas memperindah”. Tak banyak gunanya kemas yang baik jika kualitas komoditas yang dikemas tidak bermutu. **(2)** Mendahulukan yang butuh atas yang tidak butuh. Disisi lain dari segi bisnis, yang butuh akan memberi penawaran yang lebih tinggi daripada yang tidak butuh. **(3)** Mendahulukan yang dekat atas yang jauh. Mendahulukan yang dekat adalah cermin dari upaya menjalin hubungan silaturahmi yang merupakan anjuran agama paling menonjol. Misalkan, lebih diutamakan mendahulukan membantu sanak keluarga daripada orang lain. **(4)** Mendahulukan kualitas atas kuantitas. Banyak ayat al-Qur’an yang memuji kelompok kecil yang berkualitas dan mengecam kelompok yang banyak yang tidak berkualitas. Seperti dalam QS. al-Baqarah ayat 240, kemudian QS. At-Taubah ayat 25, QS. Al-Mulk ayat 2. Dalam surah-surah tersebut, Allah tidak menyatakan “yang lebih banyak”, tetapi “yang lebih baik”. Nabi saw. bersabda:

أَحَبُّ الْأَعْمَالِ إِلَى اللَّهِ أَدْوَمُهَا وَإِنْ قَلَّ

“kegiatan yang paling disukai Allah adalah yang bersinambungan walau sedikit” (HR. Bukhari dan Muslim melalui Abu Hurairah). (Lidwa Pustaka)

Hadits tersebut menjelaskan, sesuatu yang sedikit tetapi konsisten menjadi lebih baik karena “sedikitnya” tidak mengundang keletihan dan “kesinambungannya” dapat mengantarkan pada peningkatan kualitasnya. Hal ini berlaku dimana saja, pada siapa saja, dan kapan saja. Contohnya

dipasar, dalam memasok buah atau barang dagangannya. (5) Mendahulukan kemudahan (yang ringan) atas kesulitan (yang berat). (6) Mendahulukan yang manfaatnya banyak atas yang sedikit.

Hipotesis

Ha : Terdapat pengaruh kualitas pada daya beli konsumen di pasar malam Banjarbaru.

Ho : Tidak terdapat pengaruh kualitas pada daya beli konsumen di pasar malam Banjarbaru.

Ha : $r = 0$

Ho : $r \neq 0$

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif metode analisis Deskriptif. Data yang dikumpulkan akan digunakan untuk pemecahan masalah yang sedang diteliti atau untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan, dengan subjek penelitian ini pedagang buah dan konsumen di pasar malam di Banjarbaru. Adapun desain penelitian yang digunakan adalah sebagai berikut : (1) Variabel bebas : kualitas buah (X), (2) Variabel terikat : Daya beli konsumen (Y). Menurut Nazir (2005) desain penelitian adalah “Semua proses yang dilakukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian.” Dalam pengertian lebih sempit, desain penelitian hanya pengumpulan dan analisis data saja.

Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*Field Research*), yaitu penelitian yang langsung dilakukan di lapangan atau pada responden. Pada penelitian ini, peneliti meneliti terkait dengan bagaimana pengaruh kualitas buah terhadap daya beli konsumen di Pasar Malam Banjarbaru dan bagaimana implementasi peningkatan daya beli konsumen dan kualitas produk perspektif ekonomi syari’ah. Penelitian ini dilakukan dikampanye yang sebenarnya. Penelitian di lapangan dilakukan dengan menggali data yang bersumber dari lokasi atau tempat penelitian yaitu yang berkenaan dengan kualitas terhadap daya beli konsumen di Banjarbaru. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah perhitungan statistik menggunakan SPSS dengan pendekatan metode Deskriptif Statistik.

Validitas atau kesahihan menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur (*a valid measure if it successfully measure the phenomenon*). Menurut Sugiharto dan Sitingak (2006), validitas berhubungan dengan suatu peubah mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas dalam penelitian menyatakan derajat ketepatan alat ukur penelitian terhadap isi sebenarnya yang diukur. Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa yang diukur. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Suatu instrument penelitian dikatakan valid, bila :

- 1) Koefisien korelasi *product moment* melebihi 0,3 (Azwar, 1992; Soegiyono, 1999).
- 2) Koefisien korelasi *product moment* $> r$ -tabel (α ; $n - 2$) n = jumlah sampel.
- 3) Nilai *sig* $\leq \alpha$.

Rumus yang bisa digunakan untuk uji validitas Konstruk dengan teknik korelasi *product moment*, yaitu:

$$r_{hitung} = \frac{n(\Sigma XY) - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{[n(\Sigma X^2) - (\Sigma X)^2][n(\Sigma Y^2) - (\Sigma Y)^2]}}$$

Keterangan :

n = jumlah responden

x = skor variable (jawaban responden)

y = skor total dari variable untuk responden ke- n

Reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Uji reliabilitas menggunakan teknik *Alpha Cronbach* dapat digunakan untuk menentukan apakah suatu instrument penelitian reabel atau tidak, bila jawaban yang diberikan responden berbentuk skala, seperti 1-3, 1-5, dan 1-7 atau jawaban responden yang menginterpretasikan penilaian sikap. Kriteria suatu instrument penelitian dikatakan reabel dengan menggunakan teknik *Alpha Cronbach*, bila koefisien reliabilitas (r_{11}) $> 0,6$.

Tahapan perhitungan uji reliabilitas dengan menggunakan teknik *Alpha Cronbach*, yaitu :

1) Menentukan nilai varian setiap butir pertanyaan

$$\sigma^2_i = \frac{\sum X^2_i - \frac{(\sum X_i)^2}{n}}{n}$$

2) Menentukan nilai varian total

$$\sigma^2_t = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n}$$

3) Menentukan reliabilitas instrumen

$$r^{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2 b}{\sigma^2 t} \right]$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

X_i = Jawaban responden untuk setiap butir pertanyaan $\sum X$ = Total jawaban responden untuk setiap butir pertanyaan

$\sigma^2 t$ = Varian total

$\sum \sigma^2 b$ = Jumlah Varian butir

k = Jumlah butir pertanyaan

r_{11} = Koefisien reliabilitas instrumen

Untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Jadi uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variable tetapi pada nilai residualnya. Sering terjadi kesalahan yang jamak yaitu bahwa uji normalitas dilakukan pada masing-masing variabel. Hal ini tidak dilarang tetapi model regresi memerlukan normalitas pada nilai residualnya bukan pada masing-masing variabel penelitian.

Uji normalitas dapat dilakukan dengan uji histogram, uji normal P plot, uji Chi Square, Skewness dan Kurtosis atau uji Kolmogorov Smirnov. Tidak ada metode yang paling baik atau paling tepat. Pengujian dengan metode grafik sering penggunaan uji normalitas dengan uji statistic bebas dari keragu-raguan, meskipun tidak ada jaminan bahwa pengujian dengan uji statistic lebih baik dari pada pengujian dengan metode grafik. Penulis menggunakan uji normal P plot. Menurut Ulfia Rahmi "uji asumsi klasik", jika residual tidak normal tetapi dekat dengan nilai kritis (misalnya signifikansi Kolmogorov Smirnov sebesar 0,049) maka dapat dicoba dengan metode lain yang mungkin memberikan justifikasi normal. Tetapi jika jauh dari nilai normal maka dapat dilakukan beberapa langkah yaitu : melakukan transformasi data, melakukan trimming data outliers atau menambah data observasi. Transformasi dapat dilakukan ke dalam bentuk logaritma natural, akar kuadrat, inverse, atau bentuk yang lain tergantung dari bentuk kurva normalnya, apakah condong ke kiri, ke kanan, mengumpul ditengah atau menyebar ke samping kanan dan kiri.

Regresi sederhana adalah alat yang dapat digunakan untuk melakukan prediksi permintaan di masa yang akan datang, berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu variable bebas (*independent*) terhadap satu variable tak bebas (*dependent*).

Uji Signifikansi secara parsial

Jika, $-t_{tabel} \leq t_{hitung}$ ' maka Ho diterima.

Jika, $t_{hitung} > t_{tabel}$ ' maka Ho ditolak.

Menghitung t_{hitung}

$$t_{hitung} = \frac{b_i}{S_{b_i}}$$

Keterangan :

b_i = nilai konstanta

S_{b_i} = standar error

Sebelum menghitung nilai t_{hitung} terlebih dahulu mencari nilai S_{b_i} (standar error). Adapun nilai S_{b_i} (standar error) dapat dicari dengan tahapan sebagai berikut :

Menghitung nilai standar error (S_{bi})

Rumus S_{bi} adalah :

$$S_{bi} = \frac{Sx_1 - x^2}{\sqrt{[(\sum X^2_2)][1 - (rx^1 - x_2)^2]}}$$
$$S_{b2} = \frac{Sx^1 - x^2}{\sqrt{[(\sum X^2_2 - n \cdot X^2_2)][1 - (rx^1 - x^2)^2]}}$$

Menentukan nilai varian

$$S^2_{x^1 - x^2} = \frac{\sum y^2 - [b^1(\sum x^1 y) + b_3(x_2 y)]}{n - m - 1}$$

Menentukan nilai deviasi standar

$$S_{x^1 - x^2} = \sqrt{S^2_{x^1 - x^2}}$$

Keterangan:

$S_{x^1-x^2}$ = standar deviasi regresi berganda

n = jumlah data

m = jumlah variable bebas

Menentukan nilai t_{tabel} , nilai t_{tabel} dapat dicari dengan menggunakan table *t-student*. Bila pengujian dua sisi, maka nilai α dibagi 2.

$$t_{tabel} = t(\alpha/2)(n - 2)$$

One way anova (analisis ragam satu arah) biasanya digunakan untuk menguji rata-rata/pengaruh perlakuan dari suatu percobaan yang menggunakan 1 faktor, dimana 1 faktor tersebut memiliki 3 atau lebih kelompok. Siregar Syofian (2014), disebut satu arah karena peneliti dalam penelitiannya hanya berkepentingan dengan 1 faktor saja atau juga dapat dikatakan *one way anova* (analisis ragam satu arah) mengelompokkan data berdasarkan satu kriteria saja. Misalnya, ingin mengetahui ada perbedaan yang nyata antara rata-rata hitung tiga kelompok data dan uji statistic yang digunakan uji F.

Ada beberapa asumsi yang digunakan pada pengujian *anova*, yaitu :

- 1) Data dari populasi-populasi (sampel) berjenis interval atau rasio.
- 2) Populasi-populasi (sampel) yang akan diuji lebih dari 2 populasi.
- 3) Populasi-populasi yang akan diuji berdistribusi normal.
- 4) Varian setiap populasi (sampel) harus sama.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah perhitungan statistic menggunakan SPSS dengan pendekatan metode Deskriptif Statistik.

Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Adapun sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari pedagang buah dan konsumen yang ada di pasar malam yang menjadi lokasi penelitian penulis.

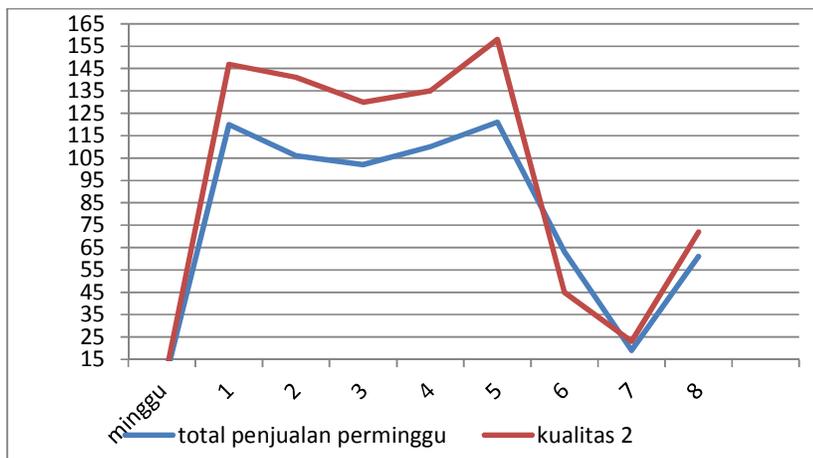
Data Sekunder yaitu data yang diperoleh dari sumber-sumber yang telah ada. Data sekunder diperoleh melalui buku-buku, tidak langsung dari subjek penelitiannya. Peneliti menggunakan data ini sebagai data pendukung yang berhubungan dengan penelitian. Sumber data sekunder yang dipakai beberapa sumber yang relevan dengan penelitian yang dilakukan. Bahan hukum sekunder, yaitu bahan-bahan yang memberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer. Bahan hukum sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari bahan-bahan kepustakaan berupa buku pengetahuan, kitab-kitab Fiqh, dan dokumen-dokumen lainnya berupa data penjualan buah, dan dokumen lain yang mendukung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian dengan melibatkan sebanyak 76 responden dari konsumen pasar, untuk memberikan informasi mengenai pengaruh variabel X yaitu kualitas buah terhadap pengaruhnya pada variabel Y yaitu daya beli. Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan untuk menjawab permasalahan “Analisis Pengaruh Kualitas Buah Terhadap Daya Beli Konsumen Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Pasar Malam Banjarbaru)”.

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua pernyataan yang berada dikuesioner yang telah disebar dinyatakan valid, karena variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai koefisien yang lebih besar dari $r_{table} = 0,190$ (nilai r_{table} untuk $n = 76$). Hasil uji reliabilitas menunjukkan semua koefisien reliabel $> 0,6$, hal ini menyatakan bahwa pernyataan dalam kuesioner reliabel. Model persamaan regresi untuk memperkirakan Daya beli konsumen yang dipengaruhi oleh kualitas buah adalah : $Y = 21,488 + 0,318 X$. Dari persamaan regresi tersebut diketahui bahwa parameter koefisien regresi untuk variabel kualitas buah berpengaruh terhadap daya beli. Artinya setiap terjadi peningkatan variabel kualitas produk maka daya beli akan mengalami kenaikan. Dalam upaya mengidentifikasi seberapa jauh pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya, diperoleh dari nilai koefisien determinasi. Sebagaimana yang telah diuraikan sebelumnya, bahwa nilai koefisien determinasi yang dinyatakan dalam angka R^2 (R square) adalah sebesar 0,297 atau 29,7%, yang artinya pengaruh variabel independen (kualitas buah) terhadap variabel dependen (daya beli) sebesar 0,297, ini menunjukkan bahwa kontribusi variabel independen adalah sebesar 29,7%, sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain.

Selanjutnya untuk mengetahui signifikan tidaknya hasil penelitian dengan menghitung t_{hitung} . Diketahui dari item Uji t statistik digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel dependen yang diuji pada tingkat signifikan 0,05. di pembahasan sebelumnya menunjukkan angka t_{hitung} dari kualitas adalah 5,59 sedangkan t_{tabel} adalah 1,992 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) artinya bahwa variabel kualitas buah berpengaruh secara signifikan terhadap daya beli konsumen.



Gambar 1. Total penjualan buah perminggu (kg)

Dari hasil penelitian di atas dapat dibandingkan dengan hasil penjualan pedagang buah yaitu rata-rata penjualan buah kualitas 1 $<$ kualitas 2. Artinya kualitas buah mempengaruhi daya beli konsumen.

Firman Allah SWT dalam (Q.S Al-Baqarah. 168) untuk memproduksi barang kita harus memperhatikan kualitas produk tersebut sehingga nantinya produk tersebut dapat dimanfaatkan dengan baik dan barokah. Dan dalam Firman Allah swt dalam Al-Quran surat Al-Mulk ayat 2 menjelaskan bahwa ujian Allah adalah untuk mengetahui siapa di antara hamba-hamba-Nya yang terbaik amalnya, lalu dibalas-Nya mereka pada tingkatan yang berbeda sesuai kualitas amal mereka; tidak sekedar banyaknya amal tanpa menekankan kualitasnya. Dan dapat disimpulkan bahwa kualitas produksi adalah satu-satunya cara yang mubah yang mungkin diikuti produsen muslim dalam memproses produknya dan meraih keuntungan setinggi mungkin dengan biaya serendah mungkin. Dalam ekonomi islam, kualitas produk diupayakan untuk mendapatkan keuntungan yang besar. Memproduksi produk berkualitas dinilai lebih efektif karena akan mendapatkan manfaat agar lebih berkah serta mencegah kemudharatan dan mempengaruhi ketahanan karena kualitas yang bagus akan lebih tahan lama. Tetapi dalam ekonomi konvensional, dalam memproduksi menekankan efektif dan efisiensi seperti menekan biaya produksi, memasok, dan bahkan banyak kecurangan-kecurangan yang dilakukan untuk mendapatkan keuntungan yang besar, sehingga kualitas produk tidak terjaga lagi.

Mengenai implementasi peningkatan daya beli konsumen, Jika kurangnya daya beli di karenakan kurangnya pemahaman konsumen akan kualitas, maka konsumen harus mengetahui terlebih dahulu mengenai kualitas produk sebelum membeli produk. Ini berlaku untuk semua produk bukan hanya buah saja. Seperti berikut: **(1)** Mendahulukan kebutuhan primer atas kebutuhan sekunder. Hal ini tentu saja menjadi prioritas utama dalam membeli sesuatu. Kebutuhan primer pasti jauh lebih penting oleh karena itu sangat penting juga untuk mendahulukan kebutuhan primer atau kebutuhan pokok. **(2)** Perlunya konsumen mendahulukan yang bersih daripada yang indah. Maksudnya disini adalah pentingnya melihat kualitasnya daripada kemasannya. Konsumen perlu memperhatikan kebersihan, kesegaran, bahkan nilai gizi jika perlu. Karna percuma konsumen tertarik membeli sesuatu dikarenakan kemasannya yang baik, tetapi kualitas produk yang dikemas tidak bermutu. **(3)** Mendahulukan kualitas atas kuantitas. Konsumen juga harus mendahulukan kualitas terlebih dahulu dibandingkan dengan kuantitas atau jumlahnya. Buah dengan kualitas yang baik kandungan gizinya lebih banyak, ukurannya juga lebih besar dan segar, sehingga cukup hanya dengan mengonsumsi beberapa tetapi manfaat yang didapat terasa. Bahkan buah berkualitas, daya simpannya juga akan lebih lama karena buah yang berkualitas baik menurut SNI 01-3162-1992 dipanen dalam keadaan buah yang tua tetapi tidak terlalu matang dan tidak lunak. Jika dibandingkan dengan kualitas rendah, walaupun dari jumlah terlihat lebih banyak, tetapi daya simpan lebih sedikit dibandingkan buah dengan kualitas yang baik, dan hanya akan mengakibatkan pemborosan. **(4)** Mendahulukan yang manfaatnya banyak atas yang sedikit. Semua buah pasti mempunyai manfaat masing-masing. Tetapi buah yang berkualitas kandungan gizinya lebih banyak jika dibandingkan dengan buah dengan kualitas rendah. Penulis rasa tidak masalah dengan harga yang mahal jika sebanding dengan manfaat yang didapat.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas, maka dapat kita tarik kesimpulan berdasarkan uji hipotesis, H_a diterima dan H_0 ditolak artinya variabel kualitas buah berpengaruh terhadap daya beli konsumen. Berdasarkan uji signifikan, t_{hitung} lebih besar daripada t_{table} , artinya variabel kualitas buah berpengaruh secara signifikan terhadap daya beli konsumen. Mengenai peningkatan daya beli, konsumen perlu memahami produk buah berkualitas dan memprioritaskan berbagai macam hal sebelum membeli seperti mendahulukan kebutuhan pokok atas kebutuhan sekunder, mendahulukan yang bersih atas yang indah, mendahulukan kualitas atas kuantitas, dan mendahulukan yang manfaatnya lebih banyak atas yang sedikit.

Saran yang dapat diajukan bagi pedagang pasar malam Banjarbaru, diharapkan dari penelitian ini dapat memberikan masukan dan kebijakan berkaitan dengan upaya meningkatkan daya beli konsumen dengan tetap memperhatikan kualitas buah yang disesuaikan dengan harga yang ditawarkan. Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya untuk memperluas penelitian sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap tentang komparasi kualitas produk menurut Islam dan menurut konvensional.

REFERENSI

Buku 1 Penulis

- Azwar, Saifuddin. 2013. *Metode Penelitian* Cet ke-14. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ali, Zainuddin. 2013. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Gitosudarmo, Indriyo. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta. BPFE.
- Hatta, Ahmad. 2009. *Tafsir Qur'an Per Kata; dilengkapi dengan Asbabun Nuzul & Terjemah*. Jakarta: Maghfirah Pustaka.
- Herdiansyah, Haris. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hasan, M. Iqbal. 2002. *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Ghalia Indonesia. Jakarta
- Hadari, Nawawi. 1998. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Gajah Mada University Press. Yogyakarta.
- Jaribah bin Ahmad Al-Haritsi. 2017. *Fiqih Ekonomi Umar bin Al-Khathab*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar. Cet ke-5.

- Muhammad. 2016. *Metodologi penelitian ekonomi Islam pendekatan kuantitatif*. Penerbit : Rajawali Press.
- Moleong, Lexy. 2001. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Shihab, M. Quraish. 2013. *bisnis sukses dunia Akhirat*. Ciputat: Lentera Hati.
- Siregar Syofian, 2014. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif: dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, (Jakarta : Bumi Aksara.).
- Soeratno, Arsyad. 2008. *Metode Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta:UPP STIM YKPN.
- Soeratno, 2007. *metode penelitian sosial*, Bandung: PT. RemajaRosdakarya.
- Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif*. Penerbit : Alfabeta Bandung, Cet. Ke-16.

Buku 2 Penulis

- Kotler, Philip & Gary Armstrong. 2006. *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Erlangga.
- Lupiyado, Rambat & A. Hamdani. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Jakarta.
- Mamang S, Etta & Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : CV.Andi Offset.

Buku Lebih Dari Satu Edisi

- Hadi, Sutrisno. 2004. *metodelogi research I*. Yayasan Penerbitan Fakultas UGM. Yogyakarta.
- Nasution, *Manajemen Mutu*. EDISI KETIGA. 2005. Penerbit : Ghalia Indonesia.

Penulis dengan Beberapa Buku

- Arikunto, Suharsimi. 1993. *Managemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta. Cet ke 12

Penulis Tidak Diketahui / Lembaga

- Badan Pusat Statistik Kota Banjarbaru. 2015.
Dokumen/Arsip Disperindag Kota Banjarbaru.
Dokumen/Arsip UPTD Pasar tradisional idaman.

Buku Terjemahan

- Manan, Abdul. 1997. *Teori dan Praktik Ekonomi Islam, terj. Nastangin*. Yogyakarta: Dana Bhakti Prima Yasa.

Artikel Jurnal/Ensiklopedi

- Pawenang, Supawi. 2016. *Modul Perkuliahan Lingkungan Ekonomi Bisnis*. Surakarta: Program Pascasarjana. UNIBA.
- Ubaidillah, Ahmad & Nuraeni. *Pengaruh Kualitas Produk dan Word Of Mouth Communication terhadap Keputusan Pembelian Studi Pada Toko Emas Ari Jaya*. Jurnal Ilmu Sosial dan Politik.
- Yusarli, Zeni. 2015. *Tinjauan Hukum Islam Tentang Praktek Konsumen*. IAIN Raden Intan Lampung. Bandar Lampung.

Perangkat Lunak

Lidwa Pustaka Offline, *Kitab Hadits Digital 9 Imam*.

Internet

Nuryadin, Rusmin. *Kajian Pembangunan Pasar Tradisional Kota Banjarbaru Kalimantan Selatan*
(mr_yadien@yahoo.co.id)

MateriPertanian.com, “Standar Mutu Buah Menurut SNI”, <https://www.materipertanian.com/standar-mutu-tomat/>

Ulfia Rahmi, “uji asumsi klasik”, <https://tepenr06.wordpress.com/2011/12/05/uji-asumsi-klasik/>