

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pasar merupakan salah satu dari berbagai sistem, prosedur, institusi hubungan sosial serta infrastruktur tempat usaha menjual barang, jasa, dan tenaga kerja untuk orang-orang dengan imbalan uang. Perkembangan pasar di Indonesia semakin luas seiring dengan perkembangan ekonomi di dalamnya. Menurut klasifikasinya, pasar dapat dibedakan menjadi dua yaitu, pasar modern dan pasar tradisional. Akan tetapi disini, perkembangan pasar modern di Indonesia meningkat lebih pesat dibandingkan perkembangan pasar tradisional. Pembangunan pasar modern yang berkembang pesat, dirasakan banyak pihak berdampak terhadap eksistensi pasar tradisional dan para pelaku usaha sejenis disekitarnya (Endi Sarwoko, 2008, h.40-41).

Barang dan jasa yang jual memakai alat pembayaran yang sah seperti uang. Saat ini berkembangnya pasar modern sangatlah pesat terbukti dengan banyaknya bermunculan tempat-tempat berbelanja untuk kebutuhan sehari-hari contohnya supermarket, hypermart, minimarket, dan lain-lain sehingga mengalahkan eksistensi pasar tradisional. Kondisi tersebut lambat laun akan menjatuhkan pasar tradisional yang didalamnya didominasi masyarakat kecil.

Perkembangan ini mengakibatkan perubahan dimana perubahan ini mempengaruhi kehidupan masyarakat, terutama yang ada dikota-kota besar, perubahan tersebut salah satunya adalah tempat berbelanja masyarakat. Memilih tempat berbelanja adalah proses interaksi antara strategi pemasaran, karakteristik individu, dan pembeli. Konsumen akan membandingkan atau memilah-milah karakteristik tempat berbelanja yang mungkin dirasa masuk kriteria. Pasar tradisional dahulu merupakan tempat utama yang dituju oleh konsumen untuk berbelanja, tetapi karena adanya perkembangan dari waktu ke waktu, bermunculannya pasar-pasar modern atau swalayan yang dikenal dengan supermarket membuat masyarakat terkadang lebih memilih berbelanja ke pasar modern.

Pembangunan pasar modern kini dirasakan banyak pihak dan juga mulai berdampak terhadap keberadaan pasar tradisional, karena Pasar modern dikelola secara profesional dengan berupa fasilitas yang lengkap, selain itu juga peranan dari tenaga kerja yang profesional dalam melayani konsumen. Peranan tenaga kerja sangat penting karena sebagai penggerak utama atas kelancaran usaha dan kinerja perusahaan (Wahyudin Maguni, 2018, h. 111). sedangkan pasar tradisional pengelolaannya terkadang masih kurang profesional dan ketidaknyamanan berbelanja seperti pasar yang kumuh dan berserakan. Sebagian masyarakat, khususnya di perkotaan, dalam memenuhi kebutuhan hidupnya lebih memilih pasar modern yang bersih, nyaman, dengan harga yang pasti dibanding pasar tradisional yang terkesan kumuh, bau, kotor, dan harga yang tidak pasti.

Pemerintah menggunakan istilah pasar modern sebagai toko modern sebagaimana dituangkan dalam Peraturan Menteri Perdagangan No. 53/MDAG/PER/12/2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, mendefinisikan toko modern merupakan toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk Minimarket, Supermarket, Department Store, Hypermarket ataupun grosir yang berbentuk perkulakan. Data dari Retail Asia Online menunjukkan ritel Indomaret dan Alfamart berada di peringkat ke 4 dan ke 5 di Indonesia, sedangkan dari pemeringkatan Retail Asia Pasific (RAP), Indomaret dan Alfamart menduduki peringkat ke 254 dan ke 263 dengan omset pada tahun 2007 masing-masing Rp 3.035 milyar dicapai Indomaret dengan jumlah outlet mencapai 1.800, dan Rp 2.849 milyar dicapai Alfamart dengan jumlah outlet 1.475 (Endi Sarwoko, 2008, h.70).

Salah satu pasar modern di kota Kendari yang telah menjamur di masyarakat yaitu indomaret yang berdiri sejak tahun 2017, Menurut dari ketua bidang 10 himpunan pengusaha muda Indonesia Sultra, Hendrawan, cabang indomaret sekira 40 titik tersebar. Jumlah ini dianggap cukup mengancam keberadaan ritel. Penurunan omset bahkan mencapai 20%. Itu disebabkan barang di indomaret lebih murah, pengambilan barang langsung dari distributor sehingga harga jual lebih murah dibanding di ritel ataupun PKL.

Sementara itu Kompas menyajikan data survey tentang alasan mengapa konsumen tetap mengunjungi pasar tradisional. Alasan konsumen adalah harga lebih murah, harga bisa ditawar, lokasi dekat rumah, banyak pilihan makanan dan produk segar, menyediakan segala keperluan. Alasan tersebut sangat tipikal dan klasik sekali. Karena alasan tersebutlah yang memungkinkan pasar tradisional tetap eksis walaupun diancam oleh kehadiran pasar modern, kehadiran pasar modern dirasa lebih menguntungkan karena berbagai alternatif tempat berbelanja dengan fasilitas yang menyenangkan konsumen.

Memang tidak bisa dipungkiri bahwa dengan beroperasinya berbagai macam pasar modern, masyarakat otomatis akan menikmati pelayanan yang bagus, karena pasar modern sangat mengutamakan kenyamanan konsumen dan memberikan harga yang sangat kompetitif serta persediaan barang yang komplit dan juga didukung oleh sistem manajemen yang terbaru.

Agresifitas pasar modern untuk memperluas bangsa pasar menimbulkan kekhawatiran dalam dunia ritel nasional terutama dipihak pasar tradisional. Dalam beberapa tahun saja, gerai-gerai pasar modern di Indonesia mengalami pertumbuhan rata-rata 17,57% pertahun, pada tahun 2007, jumlah usaha ritel Indonesia sebanyak 10.365 gerai, sampai akhir 2011 telah mencapai 18,152 gerai yang tersebar di seluruh Indonesia (Gemma Sallam Grasesita, 2014, h.3)

Dari segi harga, pasar modern lebih tinggi dibandingkan pasar tradisional. Meskipun begitu konsumen seringkali tetap berbelanja di pasar modern, karena yang ditawarkan oleh pasar modern terkadang relative lebih menarik, sering ada penawaran diskon, dan berbagai inovasi penawaran menarik lainnya yang sangat jauh berbeda dengan pasar tradisional. Kemudian dalam segi tempat. Pasar modern benar-benar memberikan kondisi yang maksimal bagi para konsumen. Tempat pasar modern seringkali berada di pusat-pusat strategis dalam kehidupan masyarakat. Pasar modern dibangun dengan sangat baik, kondisinya bersih dan fasilitas pendukung konsumen untuk berbelanja yang sangat lengkap, misalnya: trolley, tas belanja, pendingin udara, tempat parkir yang luas, dan lain-lain.

Pasar tradisional di Kota Kendari yang lebih dulu ada dibandingkan minimarket dan swalayan minimarket dan swalayan yang sekarang ada secara

tidak langsung merasakan dampak dari kehadiran minimarket dan swalayan. Banyak masyarakat yang tinggal disekitar pasar kini beralih memilih belanja di minimarket maupun swalayan dengan alasan lebih lengkap dan nyaman atau sekedar ingin melihat-melihat, meskipun sebenarnya produk-produk yang ada di swalayan maupun minimarket tersedia di pasar tradisional

Tabel 1.1
Jumlah Pasar di Kota Kendari, 2018

kecamatan	Pasar Tradisional
Baruga	2
baruga	1
Puuwatu	1
Kadia	1
Wua-wua	1
Poasia	1
Abeli	1
Kambu	1
Nambo	1
Kendari	1
Kendari barat	1
Jumlah	11

(Sumber/Source: Dinas Perdagangan, Koperasi dan UMKM Kota Kendari/ Trade, Corporate, and UMKM Office Kendari Municipality)

Berkembangnya pasar modern dan stagnannya pasar tradisional di kota Kendari, menyebabkan munculnya berbagai persepsi masyarakat dalam memilih tempat berbelanja. Adapun faktor yang mempengaruhi persepsi dan perilaku masyarakat sebagai konsumen adalah faktor ekonomi yang di dalamnya terdapat faktor pendapatan, faktor harga, dan faktor konsumsi.

Seperti fenomena yang ada saat ini dimana jika pendapatan suatu konsumen meningkat maka konsumen lebih cenderung berbelanja di pasar modern daripada pasar tradisional. Sedangkan jika pendapatan konsumen yang bisa dikatakan rendah tentu akan cenderung berbelanja di pasar tradisional dan akan membatasi jumlah barang yang di konsumsi. Harga menjadi faktor yang di pertimbangkan dalam membeli suatu produk. Konsumen dalam membeli produk tentu akan mencari yang sesuai dengan seleraanya atau sesuai dengan preferensinya. Dan akan mempertimbangkan mana yang lebih ekonomis. Dan ada

juga konsumen yang rela mengeluarkan uang dalam jumlah yang cukup besar untuk memperoleh barang berkualitas demi terpenuhi preferensinya. Masyarakat yang ekonomis sangat mempertimbangkan faktor harga disamping nilai guna dari barang tersebut yang membentuk preferensinya (Fashbir Noor Sidin, 2006, h.22).

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti dapat merumuskan permasalahan pokok sebagai berikut:

Bagaimana pendapatan, harga dan pengeluaran belanja di pasar tradisional Baruga dan pasar modern Lippo Plaza Kendari ?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

Untuk mengukur dan menguji pendapatan, harga dan pengeluaran belanja dalam berbelanja di pasar tradisional Baruga dan pasar modern Lippo Plaza Kendari.

1.4. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dari berbagai pihak, yaitu:

1.4.1 Secara teoritis

1. Sebagai referensi bagi para pembaca dan mengaktualisasikan konsep yang ada hubungannya dengan pembahasan skripsi
2. Sebagai bahan perbandingan bagi peneliti yang lain dalam mengembangkan materi dan pembahasan skripsi kearah yang lebih sempurna

1.4.2 Secara praktis

Sebagai upaya pembelajaran pribadi bagi penulis dalam menuangkan kemampuan dan pengetahuan dalam bentuk karya ilmiah

1.5. Definisi Operasional

Untuk memudahkan pemahaman dalam pembahasan skripsi yang berjudul “Analisis Preferensi Konsumen Berbelanja di Pasar Tradisional dan Pasar Modern” maka peneliti akan menjelaskan apa yang menjadi pembahasan peneliti mengenai variabel-variabel penelitian ini secara operasional.

1. Preferensi konsumen adalah pilihan suka atau tidak suka konsumen terhadap suatu produk, dalam hal ini adalah pilihan konsumen terhadap pasar modern dan pasar tradisional yang ada di kota kendari. Pengukurannya dilakukan dengan melihat evaluasi konsumen terhadap atribut pasar modern dan pasar tradisional.
2. Konsumen muslim dalam penelitian ini merupakan konsumen yang beragama islam dimana tujuan dari konsumsi bukan hanya untuk memenuhi naluri hidup tapi juga untuk memenuhi maqashid syariah. Sehingga konsumen muslim mengkonsumsi barang atau jasa yang halal dan berasal dari pendapatan atau upah yang halal
3. Pasar modern dalam penelitian ini merupakan pasar yang mengedepankan konsep profesionalisme dan kualitas pelayanan dimana pembeli dan penjualnya tidak melakukan transaksi secara langsung, pembeli hanya melihat label harga pada suatu produk kemasan produk dan pembelinya dilayani secara mandiri oleh pramuniaga.
4. Pasar tradisional dalam penelitian ini adalah pasar yang ditandai dengan adanya transaksi penjual dan pembeli secara langsung serta adanya proses tawar-menawar. Bangunannya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka penjual maupun pengelola pasar. Pada pasar tradisional ini sebagian besar menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa sayur-sayuran, buah-buahan, lauk-pauk, dan kebutuhan lainnya.