

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kehidupan sehari-hari manusia membutuhkan kebutuhan pangan yang harus dipenuhi. Untuk memenuhi kebutuhan pangan tersebut dengan membeli kebutuhan pangan di pasar tradisional atau pasar modern. Dengan adanya persaingan antar pasar tradisional dengan pasar modern menciptakan preferensi konsumen dalam memilih berbelanja. Pasar tradisional merupakan pasar awal yang menjadi bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli produk atau jasa. Hadirnya pasar modern yang muncul dengan berbagai keunggulan yang ditawarkan membuat konsumen yang berkunjung di pasar tradisional berkurang karena masyarakat saat ini tidak hanya sekedar berbelanja untuk memenuhi kebutuhannya saja tetapi juga untuk bersosialisasi dan rekreasi (Sembiring, 2017).

Preferensi konsumen merupakan tingkat kecenderungan konsumen terhadap suatu hal, karena dasarnya manusia memiliki sikap bebas untuk memiliki atau menginginkan sesuatu sesuai dengan yang dibutuhkan dan diinginkan. Bergesernya preferensi pola pembelian konsumsi masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya, disebabkan antara lain mulai pudarnya pamor pasar tradisional. Masyarakat saat ini tidak hanya sekedar belanja untuk memenuhi kebutuhannya saja tetapi bergeser juga untuk bersosialisasi dan rekreasi. Kegiatan berbelanja tidak hanya dilakukan pada pagi hari saja. Saat ini, waktu bukan merupakan hal yang baku, dimana aktivitas belanja dapat dilakukan kapan saja, setiap waktu, terutama di kota-kota besar. (Nurhayati,

2014)

Pasar adalah salah satu kegiatan perdagangan yang tidak bisa terlepas dari kegiatan sehari-hari manusia. Dengan semakin pesatnya perkembangan penduduk maka semakin besar pula tuntutan kebutuhan akan pasar baik secara kuantitas maupun kualitas. Keberadaan pasar tradisional dan pasar modern sudah menjadi bagian yang tidak terlepaskan dalam kehidupan masyarakat perkotaan. Beberapa pendapat mengungkapkan bahwa dengan semakin berkembangnya pasar modern, mengakibatkan pasar tradisional menjadi semakin terpinggirkan keberadaannya (Ali, 2013). Pasar pada umumnya dibedakan menjadi dua yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Semakin pesatnya perkembangan penduduk membuat masyarakat beranggapan bahwa pasar tradisional dan pasar modern sudah menjadi bagian yang tidak terlepaskan oleh masyarakat daerah perkotaan karena kedua pasar tersebut memiliki peran tersendiri dari kebutuhan masyarakat sekitar.

Fenomena pasar yang terjadi saat ini adalah banyaknya pasar tradisional dan pasar modern yang tersebar di daerah-daerah yang membentuk preferensi konsumen sehingga pasar tradisional yang dulunya menjadi salah satu tempat bertemu penjual dan pembeli sekarang ditambah dengan munculnya pasar modern yang hadir dengan kemajuan, fasilitas dan keadaan pasar yang lebih bersih dan memadai. Serta adanya modernisasi ini membuat pasar modern lebih menarik keberadaannya di masa sekarang terutama bagi anak muda, tetapi pasar tradisional tetap menjadi pilihan utama ibu-ibu untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Menurut Sarwoko (2008) Dalam Peraturan Menteri Perdagangan No. 53/M-DAG/PER/12/2008 dijelaskan bahwa pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, swasta, badan usaha milik negara dan badan usaha milik daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar. Pasar tradisional di perkotaan sekarang terancam akibat dari adanya eksistensi pasar modern, daya Tarik pasar tradisional menurun akibat adanya kondisi serta kelengkapan sarana dan prasarana pasar tradisional, keadaan pasar tradisional yang tidak memadai yang disebabkan oleh penataan barang dagangan yang meluber ke jalan koridor sehingga mengganggu para konsumen yang akan berbelanja. Adanya pasar modern tidak dapat menggantikan peran pasar tradisional Karena keduanya memiliki konsumen tersendiri dan dibutuhkan oleh beberapa lapisan masyarakat.

Pasar modern adalah pasar yang dikelola dengan manajemen modern, umumnya terdapat di kawasan perkotaan, sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik kepada konsumen (umumnya anggota masyarakat kelas menengah ke atas). Pasar modern antara lain mall, supermarket, departement store, shopping centre, waralaba, minimarket, swalayan, pasar serba ada, toko serba ada dan sebagainya. Barang yang dijual memiliki variasi jenis yang beragam. Selain menyediakan barang-barang lokal, pasar modern juga menyediakan barang impor. Barang yang dijual mempunyai kualitas yang relatif lebih terjamin karena

melalui penyeleksian terlebih dahulu secara ketat sehingga barang yang rijek/tidak memenuhi persyaratan klasifikasi akan ditolak. Secara kuantitas, pasar modern umumnya mempunyai persediaan barang di gudang yang terukur. Dari segi harga, pasar modern memiliki label harga yang pasti (tercantum harga sebelum dan setelah dikenakan pajak) Sarwoko (2008). Pasar modern di masa sekarang cukup mencuri perhatian konsumen karena tempatnya yang rata rata diberada di pusat kota dan dengan tempat yang cukup luas, bersih, penataan jenis barang yang disusun rapi, penyediaan lahan parkir serta pelayanan yang baik sehingga konsumen leluasa untuk berbelanja dengan nyaman.

Kemajuan perkembangan terjadi adanya preferensi konsumen yang mengalami perubahan perilaku konsumen dalam memilih berbelanja antara pasar modern dan pasar tradisional. Kesadaran dan persepsi membentuk sikap konsumen untuk berbelanja dengan mempertimbangkan tempat, keadaan, pelayanan dalam memilih suatu produk. Dengan preferensi konsumen yang sudah semakin meningkat membuat pasar tradisional dan pasar modern sudah tersebar luas di seluruh Indonesia seperti di kabupaten Mojokerto.

Kota Mojokerto merupakan salah satu Daerah di Provinsi Jawa Timur yang memiliki luas wilayah kecil, Kota tersebut terletak 50 km² barat daya Surabaya. Meskipun termasuk kota yang kecil. Kota Mojokerto merupakan tingkat kepadatan yang cukup tinggi sehingga mereka pasti mempunyai kebutuhan sekunder dan kebutuhan primer. Kota ini sendiri salah satu kota yang memiliki pendapatan tinggi di provinsi Jawa Timur. Perkembangan modernisasi juga berpengaruh terhadap perubahan

gaya hidup masyarakat, seiring dengan kemajuan perkembangan yang pesat membuat masyarakat mengikuti alur perubahan.

Kota Mojokerto merupakan salah wilayah peralihan yang disebut dengan wilayah desa-kota, sehingga pergeseran gaya hidup membuat masyarakat yang sebelumnya berbelanja di pasar tradisional beralih ke pasar modern untuk pemenuhan gaya hidup. Perkembangan pasar tradisional dan pasar modern terlihat jelas perbedaannya dari segi harga, tempat, lokasi, kualitas produk dan fasilitas membuat masyarakat membandingkan antar kedua pasar tersebut. Oleh karena itu kota Mojokerto cukup strategis untuk membahas perbandingan preferensi konsumen dalam berbelanja di pasar modern dan pasar tradisional. Karena dilihat setiap tahun bertambahnya jumlah pasar modern dan pasar tradisional di kota Mojokerto.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui preferensi konsumen dalam pemilihan pasar tradisional dan pasar modern di Kota Mojokerto secara umum tanpa berpatokan pada komoditas atau jenis barang tertentu yang berbeda dari penelitian terdahulu yang berfokus kedalam satu komoditas tertentu karena semakin bertambahnya pasar modern yang tersebar di Mojokerto apakah membuat konsumen tetap memilih pasar tradisional atau beralih ke pasar modern. Lokasi yang digunakan berbeda dengan penelitian sebelumnya karena ini berada di pasar tradisional (Kedungmaling) dan pasar modern (Superindo).

1.2 Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang penelitian maka peneliti menetapkan rumusan

permasalahan yang digunakan adalah

1. Bagaimana fenomena di pasar tradisional dan pasar modern di kabupaten Mojokerto
2. Apakah faktor harga, kualitas produk, lokasi pasar, dan fasilitas berpengaruh terhadap preferensi konsumen di pasar tradisional dan pasar Modern di kabupaten Mojokerto

1.3 Tujuan Penelitian

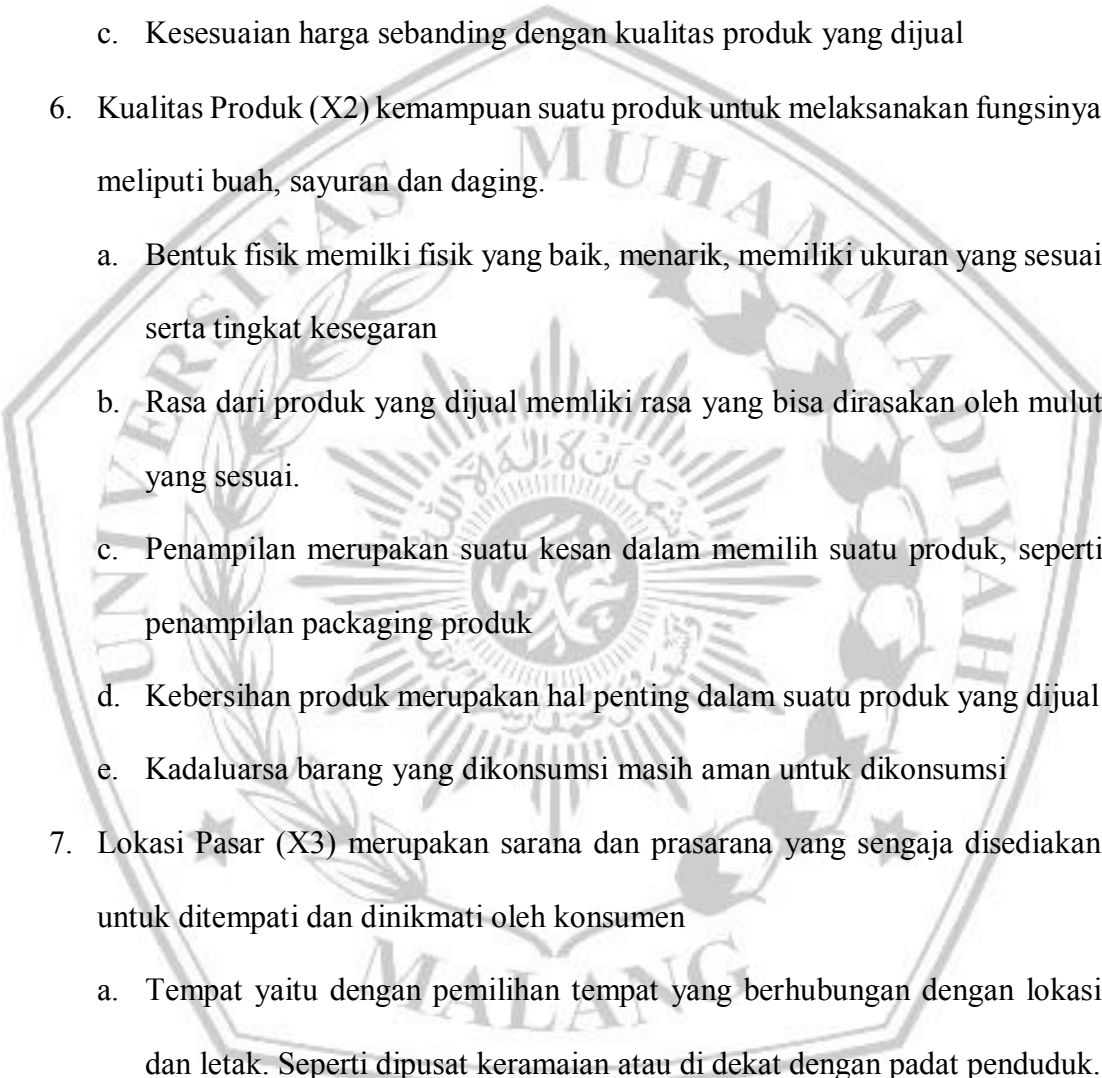
1. Mendeskripsikan Fenomena di Pasar Tradisional dan pasar Modern di Kabupaten Mojokerto
2. Mengetahui Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Lokasi Pasar, dan Fasilitas terhadap Preferensi Konsumen di Pasar Tradisional dan Pasar Modern di Kabupaten Mojokerto

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Masyarakat
Sebagai informasi mengenai preferensi konsumen terhadap pemilihan berbelanja di pasar tradisional dan pasar modern.
2. Bagi Pemerintahan
Sebagai acuan pemerintah dalam merancang program kerja kedepan agar apa yang akan direncanakan memiliki data dan informasi yang terukur.
3. Bagi Peneliti lain
Sebagai tambahan literatur dalam pengembangan penelitian

1.5 Definisi Operasional

1. Preferensi konsumen (Y) adalah kecenderungan konsumen dalam berbelanja seperti menentukan tempat untuk berbelanja, penelitian ini pemelihan tempat yang dimaksud adalah Pasar Tradisional brangkal dan Pasar Modern Superindo.
 - a. Kepuasan dalam pembelian yaitu konsumen merasa cukup dan tidak ada kekecewaan terhadap barang yang telah dibeli.
 - b. Keamanan adalah aspek rasa aman dalam berbelanja yang dirasakan kosumen selama mendapat pelayanan.
 - c. Kesesuaian barang yang diinginkan konsumen sesuai dengan seperti apa yang diharapkan
2. Fenomena pasar adalah kejadian atau peristiwa yang dapat diamati ditempat, tempat yang dimaksud adalah pasar Tradisional dan pasar Modern
3. Pasar Modern merupakan pasar yang sudah memakai teknologi dan adanya sistem manajemen sehingga harga yang ditawarkan tetap serta menyediakan barang lokal dan impor, dan sistem pembayaran yang dapat digunakan tunai dan non tunai.
4. Pasar Tradisional merupakan pasar yang menggunakan sistem tawar menawar dalam penjualannya sehingga harga yang ditawarkan juga berbeda disetiap toko. tempatnya berupa di toko, kios, tenda.
5. Harga (X1) adalah sejumlah uang yang harus dikeluarkan konsumen untuk mendapatkan suatu barang atau keuntungan.

- 
- a. Harga terjangkau yaitu harga yang ditetapkan oleh penjual yang bisa menjangkau seluruh pembeli.
 - b. Persaingan yaitu harga yang ditetapkan penjual mampu bersaing dengan penjual lainnya.
 - c. Kesesuaian harga sebanding dengan kualitas produk yang dijual
6. Kualitas Produk (X2) kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi buah, sayuran dan daging.
- a. Bentuk fisik memiliki fisik yang baik, menarik, memiliki ukuran yang sesuai serta tingkat kesegaran
 - b. Rasa dari produk yang dijual memiliki rasa yang bisa dirasakan oleh mulut yang sesuai.
 - c. Penampilan merupakan suatu kesan dalam memilih suatu produk, seperti penampilan packaging produk
 - d. Kebersihan produk merupakan hal penting dalam suatu produk yang dijual
 - e. Kadaluarsa barang yang dikonsumsi masih aman untuk dikonsumsi
7. Lokasi Pasar (X3) merupakan sarana dan prasarana yang sengaja disediakan untuk ditempati dan dinikmati oleh konsumen
- a. Tempat yaitu dengan pemilihan tempat yang berhubungan dengan lokasi dan letak. Seperti dipusat keramaian atau di dekat dengan padat penduduk.
 - b. Akses pasar yang berada dijalan yang mudah untuk dijangkau atau dicapai dengan kendaraan pribadi dan transportasi umum.
8. Fasilitas (X4) merupakan sarana dan prasarana yang sengaja disediakan untuk ditempati dan dinikmati oleh konsumen

- a. Memiliki tempat ibadah yang memadai.
- b. Memiliki toilet yang sesuai.
- c. Foodcourt aneka makanan dan minuman

