

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Indonesia sebagai negara yang sedang berkembang terus berupaya meningkatkan pembangunan ekonomi untuk mewujudkan masyarakat demokratis yang berkeadilan dan sejahtera. Witjaksono (2009) mendefinisikan pembangunan ekonomi merupakan suatu proses pembangunan yang dilaksanakan oleh suatu negara/ daerah dalam rangka memakmurkan warga negara atau penduduk daerah setempat. Pembangunan ekonomi mengarah pada kebijakan yang diambil pemerintah guna mencapai tujuan ekonomi yang mencakup dalam pengendalian inflasi, kesempatan kerja dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Pembangunan ekonomi secara umum ingin meningkatkan taraf hidup masyarakat di suatu negara. Tercapainya tujuan tersebut dapat dilihat dari pendapatan per kapita, lapangan kerja, kualitas pendidikan yang bermutu serta nilai – nilai budaya dan kemanusiaan yang ada. Secara keseluruhan pembangunan perekonomian akan memperbaiki kesejahteraan dari kehidupan masyarakat dan, menimbulkan rasa percaya diri masing – masing individu sebagai suatu bangsa. Tingkat kemakmuran sangat berkaitan dengan pertumbuhan ekonomi dan salah satu sektor yang sangat berpengaruh adalah perdagangan.

Sektor perdagangan merupakan sektor yang berperan penting dalam perekonomian negara. Hal ini ditunjukkan dari kontribusinya yang cukup positif terhadap pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB). Salah satu yang memiliki pengaruh besar di sektor perdagangan adalah pasar. Pasar adalah tempat yang mempertemukan antara penjual dan pembeli. Kegiatan ekonomi masyarakat baik dalam hal produksi, distribusi dan konsumsi sangat berkaitan dengan kegiatan pasar. Kegiatan-kegiatan dan aktivitas yang terjadi di pasar terjadi karena adanya suatu kebutuhan yang harus dipenuhi dan dipuaskan. Sehingga pasar sangat penting perannya dalam pembangunan perekonomian.

Menurut Perpres No.112 Tahun 2007, 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, losdan 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. Peran pasar tradisional dari waktu ke waktu semakin menurun hingga sekarang. Berkurangnya peran pasar tradisional akan mengakibatkan masyarakat dengan perekonomian menengah ke bawah kehilangan lapangan pekerjaan.

Pasar tradisional merupakan sektor perekonomian yang sangat penting bagi mayoritas penduduk di Indonesia. Masyarakat miskin yang bergantung kehidupannya pada pasar tradisional tidak sedikit. Menjadi pedagang di pasar tradisional merupakan alternatif pekerjaan di tengah banyaknya pengangguran di Indonesia. Pasar tradisional biasanya terhubung dengan toko-toko kecil di dusun-

dusun sebagai tempat kulakan. Pasar tradisional di pedesaan juga terhubung dengan pasar tradisional di perkotaan, yang biasa menjadi sentral kulakan bagi pedagang pasar pedesaan di sekitarnya. Pasar tradisional merupakan penggerak ekonomi masyarakat.

Pasar tradisional merupakan tulang punggung perekonomian yang tak bisa dibiarkan tergerus oleh pasar moderen yang semakin menjamur, karena pasar ini melibatkan jutaan pedagang yang relatif berskala kecil. Peran pasar tradisional dari waktu ke waktu semakin menurun hingga sekarang. Hal ini tidak hanya berdampak pada pedagangnya tetapi juga dapat berdampak pada perekonomian daerah itu sendiri. Masyarakat Indonesia sebagian besar tergolong dalam ekonomi menengah kebawah, yang sebagian besar menaruh kehidupannya dengan berdagang di pasar tradisional, jadi seharusnya keberadaan pasar harus ditingkatkan lagi. Meningkatkan kembali peran pasar tradisional, diharapkan mampu menggalakkan pembangunan ekonomi. Perkembangan masyarakat yang saat ini berada pada zaman globalisasi dan teknologi yang maju menyebabkan adanya pengaruh terhadap pasar tradisional.

Pada hampir semua kota besar di Indonesia, secara berangsur-angsur pasar tradisional mengalami penurunan pendapatan pedagang. Kondisi ini berpengaruh terhadap penerimaan pemerintah daerah. Penurunan ini terjadi karena berubahnya preferensi masyarakat berbelanja dari pasar tradisional ke pasar semi modern dan modern. Pasar tradisional identik dengan kondisi lingkungan yang kotor, kumuh, becek dan bau berbeda halnya dengan pasar modern yang menawarkan fasilitas lebih menarik dan dengan suasana yang lebih nyaman. Kenyamanan berbelanja

biasanya menjadi alasan bagi konsumen untuk lebih memilih pasar modern dibandingkan dengan pasar tradisional.

Marina L Pandin (2008) mengatakan bahwa pertumbuhan bisnis yang sangat fantastis terjadi pada minimarket selama lima tahun 2004-2008, rata-rata pertahun mencapai 38, 1% atau melampaui pertumbuhan hypermarket sebesar 21,5 %, dan supermarket 6,2%. Data tersebut menunjukkan bahwa pasar tradisional justru terancam dengan maraknya pasar modern berupa minimarket waralaba. Untuk melindungi pasar tradisional maka dikeluarkan peraturan Menteri Perdagangan No. 53/M-DAG-PER/12/2008 tentang Pedoman Penataan dan pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.

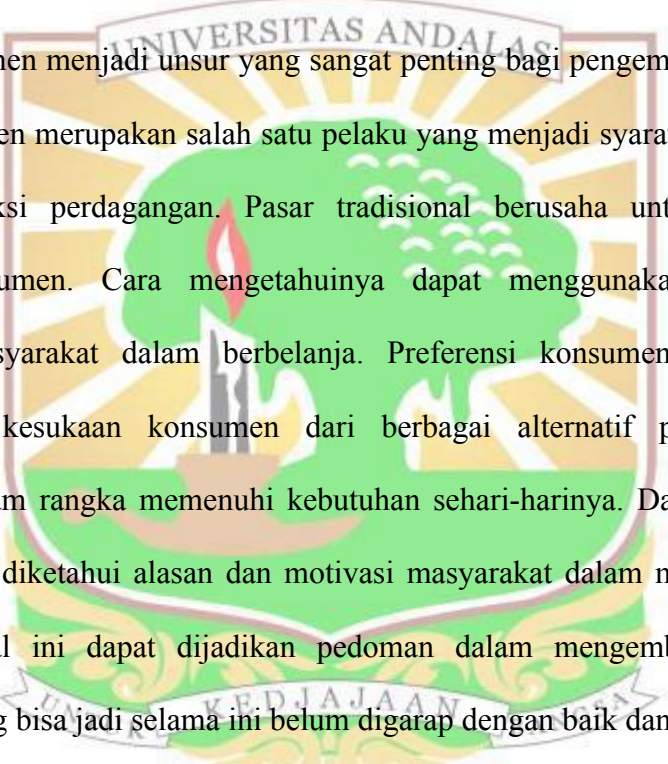
Preferensi konsumsi masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya mengalami pergeseran. Pergeseran ini terjadi karena mulai pudarnya pamor pasar tradisional. Masyarakat saat ini tidak hanya sekedar berbelanja untuk memenuhi kebutuhannya saja, tetapi juga untuk bersosialisasi dan rekreasi. Waktu bukan merupakan hal yang baku, sehingga aktivitas belanja dapat dilakukan kapan saja, setiap waktu. Terutama di kota-kota besar yang memiliki segmen pembeli yang berbeda berdasarkan karakteristiknya, jenis dan frekuensi perbelanjaan serta akses termasuk kemudahan angkutan. Karakteristik para pengunjung (konsumen) pasar tradisional adalah komunitas lokal, yang pada umumnya berpendapatan menengah ke bawah.

Berdasarkan hasil observasi peneliti sebagai pelaku ekonomi yaitu sebagai pedagang dan tentunya konsumen. Kurun waktu 5 tahun belakangan ini terjadi pergeseran preferensi konsumen di pasar raya Solok. Hal ini disebabkan karena makin menjamurnya alternatif tempat belanja lainnya. Tercatat lebih dari 30 minimarket berada di kawasan kota Solok, yang mana 15 diantaranya berdekatan dengan lokasi pasar raya Solok. Hal ini tentu tidak menguntungkan bagi pasar raya Solok (Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Solok).

Penataan dan pembinaan yang dilakukan dalam regulasi harus dilihat dari sudut pandang yang saling bersinergi bagi pihak yang berkepentingan. Sudut pandang itu adalah kesejahteraan masyarakat, pertumbuhan, dan lingkungan, sehingga tidak hanya menjadi wacana yang bergerak pada tataran opini publik tetapi harus dapat diwujudkan dalam praktek di lapangan. Jika pengelolaan terhadap kelangsungan hidup pasar tradisional tidak mendapatkan perhatian yang serius dari pemerintah, maka akan menimbulkan dampak sosial yang cukup signifikan karena di pasar tradisional terdapat ratusan pedagang yang bekerja secara informal. Bila para pedagang mengalami kerugian secara permanen, mereka akan bangkrut, dan akibatnya akan kehilangan mata pencaharian. Hilangnya mata pencaharian akan mengakibatkan beban bagi dirinya sendiri, masyarakat dan pemerintah. Kerawanan sosial, ketidakpuasan, dan kualitas hidup yang semakin menurun, merupakan dampak yang harus diperhatikan.

Istilah “Siapa yang kuat/unggul dialah yang menang” mungkin bisa saja terjadi dalam konteks ini, apabila pasar tradisional tidak segera memperkuat posisinya untuk meningkatkan daya saingnya. Perlahan tapi pasti, pergeseran minat masyarakat dalam berbelanja akan cenderung beralih dari pasar tradisional

ke pasar moderen. Meskipun hal ini mungkin tidak akan terjadi hingga 100 persen karena pasar tradisional masih memiliki langganannya terutama masyarakat kelas bawah. Seandainya pasar tradisional dapat lebih memanfaatkan kesempatan dan peluang ini untuk berusaha lebih kreatif dalam meningkatkan daya saingnya, pergeseran belanja konsumen dari pasar tradisional ke pasar moderen setidaknya dapat diminimalisir. Sehingga pangsa pasar untuk pasar tradisional dapat dipertahankan sampai periode-periode berikutnya.



Konsumen menjadi unsur yang sangat penting bagi pengembangan sebuah pasar. Konsumen merupakan salah satu pelaku yang menjadi syarat terlaksananya sebuah transaksi perdagangan. Pasar tradisional berusaha untuk memenuhi tuntutan konsumen. Cara mengetahuinya dapat menggunakan pendekatan preferensi masyarakat dalam berbelanja. Preferensi konsumen (masyarakat) menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai alternatif pilihan tempat berbelanja dalam rangka memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Dari pemahaman tersebut, perlu diketahui alasan dan motivasi masyarakat dalam memilih tempat berbelanja. Hal ini dapat dijadikan pedoman dalam mengembangkan pasar tradisional yang bisa jadi selama ini belum digarap dengan baik dan optimal.

Menurut Iswari dan Suryandari (2003) terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian bahkan mempunyai loyalitas dapat diukur dengan variabel harga, pelayanan, kualitas, lingkungan fisik, lokasi, dan keragaman barang. Salah satu kelebihan pasar tradisional adalah harga yang dijual pedagang dapat ditawar oleh pembeli. Sehingga harga yang terjadi adalah persetujuan dari penjual dan pembeli, oleh karena itu pembeli harus pintar dalam menawar harga. Pada umumnya konsumen

akan memilih pasar tradisional yang letaknya strategis, seperti di tengah kota, dekat dengan penduduk tersebut. Adapun pemilihan tempat yang strategis tersebut diharapkan agar mudah dijangkau dengan kendaraan pribadi maupun dengan kendaraan umum. Konsumen yang tergolong dalam kelas menengah kebawah dan tidak mempunyai kendaraan pribadi lebih sering berbelanja pada pasar tradisional, karena lebih hemat pada biaya transportasinya.

Produk yang beraneka ragam juga akan menarik konsumen untuk berbelanja di pasar tradisional. Dengan adanya keragaman produk/barang tersebut konsumen diharapkan dapat memilih sendiri dan menentukan kebutuhan apa saja yang muncul pada saat akan berbelanja, karena semua barang sudah disediakan oleh para penjual yang ada di pasar tradisional. Pelayanan yang baik tentunya juga akan membuat konsumen untuk memilih berbelanja dipasar tradisional. Keramahmataman, kedekatan personal, dan suasana persaudaraan yang kental antara pedagang dengan pembeli akan menciptakan rasa nyaman dalam berbelanja. Fasilitas yang lebih baik dan lebih lengkap juga perlu disediakan supaya konsumen dapat merasakan kepuasan berbelanja di pasar tradisional. Faktor-faktor tersebut harus dikelola, dan ditata dengan baik oleh pemerintah maupun oleh pedagang.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Pergeseran dominasi dalam ritel nasional memang telah nampak ketika arus globalisasi tak bisa lagi dibendung apalagi dilarang. Perkembangan pasar tradisional semakin terdesak oleh pasar modern, ini dapat kita lihat jaringan perusahaan waralaba asing telah menembus bahkan menjamur sampai ke desa-desa di seluruh Indonesia. Disamping itu, semakin tumbuh pesat berupa

supermarket, hypermarket, dan toko berbentuk perkulakan atau grosir di kota-kota seluruh Indonesia. Dengan memperhatikan kondisi seperti ini, sebenarnya akar masalah industri ritel di Indonesia adalah ‘market power’ ritel asing yang sangat kuat menguasai pasar. Dengan demikian, terjadi ketidakseimbangan dalam bersaing antara ritel asing dengan pasar tradisional.

Perkembangan pasar moderen yang telah mencapai kategori tak terkendali memang telah menyisakan kekhawatiran bahkan fobia pasar tradisional. Kondisi pasar tradisional yang terkenal mengkhawatirkan menjadi salah satu faktor menurunnya daya saing pasar tersebut. Hanya terdapat dua pilihan bagi pasar tradisional menghadapi persaingan usaha yang ketat dengan pasar moderen yaitu dibiarkan mati atau ada strategi yang dapat digunakan untuk mensiasati persaingan tersebut dengan mencari potensi dari pasar tradisional yang bisa dikembangkan. Salah satu cara untuk mensiasatinya adalah dengan mengetahui dan mempelajari apa yang diinginkan konsumen.

Konsumen menjadi unsur yang sangat penting bagi pengembangan sebuah pasar karena konsumen merupakan salah satu pelaku yang menjadi syarat terlaksananya sebuah transaksi perdagangan. Dalam hal ini pasar tradisional berusaha untuk memenuhi tuntutan konsumen. Cara mengetahuinya dapat menggunakan pendekatan preferensi masyarakat dalam berbelanja. Preferensi konsumen (masyarakat) menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai alternatif pilihan tempat berbelanja dalam rangka memenuhi kebutuhan sehari-harinya.



Dari pemahaman tersebut, perlu diketahui alasan dan motivasi masyarakat dalam memilih tempat berbelanja. Hal ini dapat dijadikan pedoman dalam mengembangkan pasar tradisional yang bisa jadi selama ini belum digarap dengan baik dan optimal. Secara sistematis, masalah yang akan diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh harga barang terhadap preferensi konsumen berbelanja di pasar tradisional ?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap preferensi konsumen berbelanja di pasar tradisional ?
3. Bagaimana pengaruh kelengkapan barang terhadap preferensi konsumen berbelanja di pasar tradisional ?
4. Bagaimana pengaruh kondisi pasar terhadap preferensi konsumen berbelanja di pasar tradisional ?
5. Bagaimana lokasi pasar terhadap preferensi konsumen berbelanja di pasar tradisional ?

### **1.3 Tujuan penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui dan memahami pengaruh harga barang terhadap preferensi konsumen berbelanja di pasar tradisional
2. Mengetahui dan memahami pengaruh kualitas pelayanan terhadap preferensi konsumen berbelanja di pasar tradisional
3. Mengetahui dan memahami kelengkapan barang terhadap preferensi konsumen berbelanja di pasar tradisional

4. Mengetahui dan memahami pengaruh kondisi pasar terhadap preferensi konsumen berbelanja di pasar tradisional
5. Mengetahui dan memahami pengaruh lokasi pasar terhadap preferensi konsumen berbelanja di pasar tradisional

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan dari perumusan masalah, diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi masyarakat khususnya pedagang pasar tradisional, pengelola pasar tradisional, asosiasi yang bersangkutan, pemerintah provinsi dan daerah sebagai bahan masukan dan referensi dalam pengembangan pasar tradisional. Selain itu, penelitian ini bermanfaat bagi penulis sendiri dalam menambah pengetahuan, dan wawasan.

#### **1.5 Sistematika Penulisan**

Sistematika dari penulisan skripsi ini terdiri dari lima bab, dengan rincian tiap-tiap bab antara lain sebagai berikut :

##### **BAB 1 : PENDAHULUAN**

Pada bab ini akan dibahas mengenai latar belakang yang menjadi alasan pemilihan judul, identifikasi masalah, tujuan dilakukannya penelitian ini, manfaat dari penelitian yang dilakukan, dan sistematika penulisan.

##### **BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

Pada bab ini akan dibahas teori-teori umum dan teori-teori khusus yang merupakan pendapat para ahli yang dimana teori tersebut digunakan untuk memberikan pemahaman serta analisa yang lebih mendalam pada penelitian ini.

### **BAB 3 : METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan daerah penelitian, data dan sumber data, metode pengumpulan serta metode analisis yang digunakan dalam penelitian.

### **BAB 4 : GAMBARAN UMUM PENELITIAN**

Membahas tentang gambaran umum tempat penelitian (deskripsi objek penelitian).

### **BAB 5 : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini akan dibahas uraian tentang hasil penelitian dan pembahasan.

### **BAB 6 : PENUTUP**

Bab ini adalah bab penutup dari keseluruhan bab yang terdapat dalam penulisan akhir ini. Pada bab ini juga terdapat kesimpulan dan saran dari perancangan meja kerja yang nantinya menjadi acuan pengembangan lebih lanjut

