

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pasar merupakan tempat untuk bertukarnya barang, jasa dan tenaga kerja dengan menggunakan uang sebagai alat pembayarannya. Sebelum mengenal kegiatan ini, perekonomian jaman dahulu menggunakan model *barter*. Yaitu dengan menukarkan barang dengan barang yang menurut mereka sebanding. Pasar dibedakan menjadi dua, pasar abstrak dan pasar konkret. Pasar abstrak terjadi tidak harus bertatap muka antara penjual dan pembeli namun menggunakan media ataupun alat. Sedangkan pasar konkret merupakan tempat bertransaksinya penjual dan pembeli secara langsung, contohnya pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional sendiri merupakan tempat bertemunya antara penjual dan pembeli serta adanya transaksi secara langsung dan ada proses tawar-menawar sebelum menemukan harga yang cocok antar penjual dan pembeli yang biasanya berada di kios-kios, gerai atau lapak terbuka yang dibuka oleh pengelola pasar. Sedangkan pasar modern tidak jauh berbeda pengartiannya dengan pasar tradisional, namun pasar modern penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli hanya melihat daftar harga (*Barcode*), kemudian berada dalam bangunan yang lebih nyaman dari pasar tradisional dan pelayanan secara mandiri (*Swalayan*) atau dilayani oleh pramuniaga.

Pertumbuhan pasar tradisional dapat diketahui dari situs resmi Perusahaan Daerah Pasar Surya (PDPS), yang bertujuan pengelolaan profesional pasar. Pasar surya di Surabaya ada 74 pasar, dengan rincian 20 pasar cabang selatan, 29 pasar cabang utara dan 25 pasar cabang timur di update pada Maret 2013. Berbanding sangat jauh dengan pertumbuhan pasar modern yang mencapai 361 pasar pada tahun yang sama. Dan tiap tahunnya jumlah pasar modern selalu meningkat. Total pasar modern yang ada di Surabaya hingga tahun 2009 ada 458 pasar, dan dimungkinkan akan tetap terus meningkat. (Badan Perencanaan Pembangunan Kota (Bappeko) Surabaya, 2011).

Tabel 1. Data Bappeko Surabaya total pasar modern (Juni 2011)

JENIS PASAR MODERN	TAHUN					
	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Factory Outlet	35	33	31	31	31	31
Supermarket	41	43	45	51	52	37
Minimarket	176	180	182	188	210	321
Departement Store	15	15	14	15	16	16
Mall/Plaza	17	18	20	21	24	24
Waralaba Asing	0	0	0	28	28	29
Total	284	289	292	334	361	458

Sumber : Data Bappeko Kota Surabaya, 2011

Dari pertumbuhan antara kedua pasar tersebut, bisa ditarik sebuah kesimpulan. Bahwasannya akan ada pergeseran gaya hidup konsumtif konsumen dalam memilih tempat berbelanja mereka. Hal ini terlihat dari pertumbuhan pasar modern yang setiap harinya berkembang pesat, sehingga mendesak daya serap pasar tradisional yang berada di sekitarnya. Pernyataan tersebut telah terjadi di kota-kota besar khususnya Jakarta, seperti yang di ungkap oleh Sukesih, 1994. Dalam penelitiannya yang berjudul “Pasar Swalayan dan Prospeknya” menyatakan telah terjadi gejala pergeseran yang cepat dalam pola berbelanja masyarakat di kota-kota besar (khususnya Jakarta).

Ketertarikan konsumen yang lebih tertarik berbelanja di pasar modern dari pada pasar tradisional, yang membuat turunnya peningkatan pasar tradisional dan mengalami tumbuhnya pasar modern. Hal serupa telah di teliti oleh Hartati, 2006. Dalam penelitiannya yang berjudul “Pergeseran Perdagangan Eceran Dari Sektor Tradisional ke Modern” pada kurun waktu 1995 dan 2000 serta 2000 dan 2005 ditingkat propinsi maupun nasional, di mana pada tahun tersebut mengalami terus penurunan pada pasar tradisional sedangkan untuk pasar modern mengalami peningkatan.

Adanya perbedaan fasilitas-fasilitas dan kenyamanan berbelanja, ditengarai yang menjadikan konsumen lebih tertarik berbelanja di pasar modern. Seperti yang dilakukan oleh Nurmalasari, 2007. Dalam penelitiannya yang berjudul “Faktor yang Mempengaruhi Daya Saing dan Prefrensi Masyarakat dalam berbelanja di Pasar Tradisional. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa adanya kesenjangan jauh antara pasar tradisional dan pasar modern dari segi kuantitas maupun kualitas.

Kemudian peneliti ingin mengetahui apakah latar belakang yang di kemukakan tetap berlaku pada kota besar (khususnya Surabaya) yang terletak di daerah pinggir kota. Dengan memilih lokasi penelitian di daerah Kelurahan Wonokusumo Surabaya, yang di sana terdapat 5 tempat berbelanja di sepanjang jalan yang kurang lebih 500 Meter. Tercatat ada tiga pasar modern, dua Alfamart dan satu Indomaret. Dan dua pasar tradisional, Pasar Wonokusumo dan Pasar Buah Wonokusumo yang merupakan pengalihan penggusuran dari pasar Petek'an. Persaingan untuk mendapatkan konsumen dan pencarian omset yang lebih besar pasti akan terjadi antara kedua pasar yang saat ini telah berkembang di daerah tersebut. Oleh karena itu pengetahuan akan preferensi konsumen terhadap fasilitas dan kelebihan pasar akan dijadikan bahan pertimbangan dengan harapan sebagai bahan acuan pertimbangan untuk mengembangkan pasar tradisional agar mampu bersaing dengan pasar modern. Berdasarkan latar belakang diatas, maka perlu diadakan penelitian tentang faktor-faktor yang berhubungan dengan keputusan konsumen untuk berbelanja di pasar modern studi kasus Kelurahan Wonokusumo, Kecamatan Semampir, Surabaya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas dapat dirumuskan permasalahan yang akan di jawab pada penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana karakteristik konsumen pasar modern di Kelurahan Wonokusumo Kecamatan Semampir Surabaya?
2. Faktor-faktor apa saja yang berhubungan dengan keputusan konsumen untuk memilih berbelanja di pasar modern?

1.3 Tujuan penelitian

1. Mengetahui karakteristik konsumen yang berbelanja di pasar modern.
2. Menganalisa faktor-faktor yang berhubungan keputusan konsumen dalam berbelanja di pasar modern.