

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setiap konsumen pasti memiliki pilihan dalam menentukan produk. Hal tersebut bisa dikatakan preferensi. Preferensi konsumen, khususnya pada tahap pemilihan tempat berbelanja, merupakan tahap dimana konsumen sudah melakukan pemilihan terhadap tempat belanja yang disenangi dibandingkan tempat belanja lainnya, yang pada akhirnya menimbulkan niat untuk berbelanja dimana hal itu tersebut merupakan tahap kecenderungan konsumen untuk bertindak sebelum melakukan keputusan berbelanja. Faktor preferensi akan mengarahkan konsumen atau pembeli barang-barang kebutuhannya di pasar. Jadi apa yang akan dibeli oleh konsumen di sebuah pasar merupakan petunjuk atas susunan preferensinya. Dengan kata lain permintaan konsumen di pasar merupakan preferensi yang nyata bagi konsumen. Istilah preferensi digunakan untuk mengganti kata *preference* dengan arti yang sama atau minat terhadap sesuatu. Preferensi merupakan suatu sifat atau keinginan untuk memilih. Preferensi konsumen dalam berbelanja dapat dilakukan melalui indikator frekuensi belanja ke pasar tradisional maupun ke pasar modern.

Pasar tradisional selalu menjadi indikator nasional dalam memelihara stabilitas harga pangan untuk Sembilan kebutuhan pokok. Contohnya Kelangkaan dan lonjakan harga beras di pasar, menyebabkan pemerintah kalangkabut dan dapat menjadi salah satu ukuran kinerja para menteri di bidang ekonomi. Pasar tradisional di seluruh Indonesia masih merupakan wadah yang utama dalam

penjualan produk-produk dalam skala ekonomi rakyat terutama bagi : petani, nelayan, pengrajin dan *home industry*. Pasar tradisional sebagai salah satu pasar dengan simbol perekonomian rakyat. *Nilai utilitas* atau nilai guna pasar tradisional sangat penting bagi masyarakat kalangan menengah kebawah. Oleh sebab itu terdapat puluhan ribu rakyat kecil (pedagang) yang menggantungkan hidup atau sumber mata pencaharian mereka di pasar tradisional.

Pasar tradisional merupakan tulang punggung perekonomian yang tak bisa dibiarkan tergerus oleh pasar modern yang semakin menjamur, karena pasar ini melibatkan jutaan pedagang yang relatif berskala kecil. Jumlah pasar tradisional di Indonesia pada tahun 2017 yaitu sebanyak 9.950 unit jumlah ini terus berkurang dari tahun 2007 yaitu sebanyak 13.450 unit (Kementrian Dalam Negeri, 2017). Hal ini disebabkan karena terus meningkatnya jumlah pasar modern atau ritel di Indonesia. Di sisi lain, pasar tradisional masih berkutat dengan permasalahan klasik yakni seputar pengelolaan yang kurang profesional dan ketidaknyamanan dalam berbelanja. Pasar modern dan pasar tradisional bersaing dalam pasar yang sama, yaitu pasar ritel. Hampir semua produk yang dijual di pasar tradisional secara keseluruhan juga dapat ditemui di pasar modern, khususnya hypermarket (berita satu, 2016).

Fenomena ini menunjukkan bahwa pola pikir masyarakat saat ini telah berganti dimana yang sebelumnya membeli ataupun berbelanja kebutuhan di pasar tradisional saat ini telah beralih ke pasar modern baik itu supermarket maupun minimarket. Hal ini disebabkan karena di pasar modern pelayanan dan tempat yang mereka sajikan ke konsumen sangat jauh berbeda dibandingkan pada pasar

tradisional. Perbedaan ini dapat dilihat dari segi suasana yang ditawarkan antara pasar tradisional dan pasar modern yakni di pasar tradisional sendiri konsumen banyak sekali disugahi dengan suasana yang terbilang buruk seperti tempat yang kotor, becek dan sering kali tidak ada jaminan terhadap barang yang konsumen akan beli, sedangkan di pasar modern tempatnya bersih dan ber AC dingin, sehingga nyaman bagi konsumen apabila sedang berbelanja di pasar modern. Keadaan ini merupakan peluang bagi mereka yang mampu memanfaatkan situasi tersebut. Industri ritel telah menjadi salah satu pemenuhan kebutuhan konsumen (Nurhayati dkk,2012).

Kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa pasar tradisional dan pasar modern memiliki segmen pembeli yang berbeda berdasarkan karakteristiknya, jenis dan frekuensi perbelanjaan serta akses termasuk kemudahan angkutan dan faktor-faktor pendukung lainnya seperti umur, pendidikan, pendapatan keluarga dan pengeluaran belanja ke pasar. Karakteristik para pengunjung pasar tradisional adalah komunitas lokal dalam wilayah pengaruh pasar umumnya berpendapatan menengah ke bawah yang berbelanja kebutuhan harian. Mereka mengunjungi pasar 2-3 kali seminggu karena harus memasak untuk kebutuhan keluarganya sedangkan mereka yang bekerja umumnya mengunjungi pasar tradisional pada hari libur. Kunjungan ke pasar modern umumnya untuk membeli berbagai barang yang tidak tersedia di pasar tradisional atau karena harganya lebih murah. Mereka mengunjunginya secara periodik sekali seminggu atau sekali sebulan untuk kebutuhan pokok yang lebih murah harganya karena strategi penjualan barang esensial yang berskala besar.

Berkembang pesatnya pasar modern dibanding pasar tradisional di kota-kota besar menyebabkan munculnya berbagai persepsi masyarakat dalam memilih tempat belanja. Adapun faktor yang mempengaruhi persepsi dan perilaku masyarakat sebagai konsumen terdiri dari faktor ekonomi, faktor produk, psikologi dan situasional. Faktor ekonomi merupakan salah satu faktor yang sangat penting yang didalamnya terdapat faktor pendapatan dan faktor harga. Dimana kebanyakan konsumen berpenghasilan tetap, setidaknya dalam jangka pendek. Jika konsumen mengurangi biaya pada suatu bidang, maka mereka dapat menambah di bidang lain

Banyaknya faktor yang mempengaruhi masyarakat menyebabkan perbedaan pola perilaku konsumen dalam menentukan preferensi belanjanya. Kajian/studi tentang preferensi konsumen ini dapat dilihat melalui indikator frekuensi kunjungan berbelanja ke pasar baik pasar tradisional maupun modern. Terbukti dengan semakin menjamurnya pembangunan pasar modern, perkembangan pasar modern di Kabupaten Bangkalan seakan tumbuh seperti jamur di musim penghujan.

**Tabel 1.1 Jumlah Pedagang Pasar Pasar Tradisional
Di Kabupaten Bangkalan Tahun 2016-2018**

No.	NAMA PASAR	TAHUN BERDIRI	JUMLAH PEDAGANG PASAR		
			2016	2017	2018
1.	Tanah merah	Tahun 1950	2651	2665	2760
2.	Blega	Tahun 1960	1534	1488	1397
3.	Sepulu	Tahun 1948	1108	940	692
4.	Ki Lemah Duwur	Tahun 2006	1638	1756	1530
5.	Kedungdung	Tahun 1948	948	942	951
6.	Kwanyar	Tahun 1948	630	619	276
7.	Tanjung Bumi	Tahun 1948	895	803	698
8.	Arosbaya	Tahun 1949	815	830	841
9.	Durjan	Tahun 1948	542	477	505
10.	Langkap	Tahun 1970	421	434	453
11.	Galis	Tahun 1950	509	505	-
12.	Labang	Tahun 1948	419	576	442
13.	Klampis	Tahun 1948	647	645	670
14.	Dupok	Tahun 1948	369	371	404
15.	Patemon	Tahun 1948	220	224	197
16.	Socah	Tahun 1970	446	411	33
17.	Kamal	Tahun 1996	336	343	370
18.	Duwek Buter	Tahun 1967	344	357	376
19.	Modung	Tahun 1948	411	411	409
20.	Bancaran	Tahun 2005	410	423	429
21.	Seninan	Tahun 1980	201	217	222
22.	Campor	Tahun 1950	221	227	249
23.	Sukolilo	Tahun 1948	253	281	290
24.	Lomaer	Tahun 1948	275	190	178
25.	Tona'an	Tahun 1948	282	263	244
26.	Tragah	Tahun 1949	126	126	126
27.	Kombangan	Tahun 1968	203	224	209
28.	Jaddih	Tahun 1975	166	153	150
29.	Baru Kencur	Tahun 2011	63	70	71
JUMLAH			17083	16971	15512

Sumber: Dinas Perdagangan Kabupaten Bangkalan 2019

Dari tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jumlah pedagang yang ada di pasar tradisional setiap tahunnya ada penurunan, jadi setiap tahunnya pedagang yang ada di pasar tradisional setiap tahunnya ada yang menutup tokonya. akan tetapi jika dilihat dari tabel di atas tidak semua pasar yang ada di Kabupaten Bangkalan terjadi penurunan, contohnya saja di Kecamatan Tragah setiap tahunnya jumlah pedagang sama tidak ada penurunan dan juga tidak ada peningkatan, di pasar Kecamatan Kamal jumlah pedagang setiap tahunnya mengalami peningkatan, pada tahun 2016 jumlah pedagang yang ada di pasar kamal sebanyak 336 pedagang dan pada tahun 2017 jumlah pedagang yang ada di pasar Kecamatan Kamal mengalami peningkatan yang sebelumnya di tahun 2016 sebanyak 336 pedagang di tahun 2017 sebanyak 343 pedagang jadi ada penambahan sebanyak 7 pedagang di tahun 2017 sedangkan pada tahun 2018 jumlah pedagang di pasar Kamal tetap mengalami peningkatan sebanyak 27 pedagang baru dari 343 pedagang menjadi 370 pedagang di tahun 2018.

Tabel 1.2 Jumlah Kios Pasar Tradisional Kabupaten Bangkalan Tahun 2016-2018

No.	NAMA PASAR	TAHUN BERDIRI	JUMLAH KIOS					
			2016		2017		2018	
			Kios P	Kios S,P.	Kios P	Kios S,P.	Kios P	Kios S,P.
1.	Tanah merah	Tahun 1950						
2.	Blega	Tahun 1960	34	38	34	38	34	38
3.	Sepulu	Tahun 1948	54	24	54	24	54	24
4.	Ki Lemah Duwur	Tahun 2006	248	413	248	413	248	413
5.	Kedungdung	Tahun 1948	-	50	-	50	-	50
6.	Kwanyar	Tahun 1948	82	54	82	54	82	54
7.	Tanjung Bumi	Tahun 1948	114	28	114	28	114	28
8.	Arosbaya	Tahun 1949	36	22	36	22	36	22
9.	Durjan	Tahun 1948	-	20	-	20	-	20
10.	Langkap	Tahun 1970	35	15	35	15	35	15
11.	Galis	Tahun 1950	37	40	37	40	37	40
12.	Labang	Tahun 1948	63	17	63	17	63	17
13.	Klampis	Tahun 1948	33	55	33	55	33	55
14.	Dupok	Tahun 1948	-	30	-	30	-	30
15.	Patemon	Tahun 1948	67	61	67	61	67	61
16.	Socah	Tahun 1970	76	42	76	42	76	42
17.	Kamal	Tahun 1996	104	80	104	80	104	80
18.	Duwek Buter	Tahun 1967	-	-	-	-	-	-
19.	Modung	Tahun 1948	62	2	62	2	62	2
20.	Bancaran	Tahun 2005	104	77	104	77	104	77
21.	Seninan	Tahun 1980	19	16	19	16	19	16
22.	Campor	Tahun 1950	26	25	26	25	26	25
23.	Sukolilo	Tahun 1948	16	40	16	40	16	40
24.	Lomaer	Tahun 1948	39	6	39	6	39	6
25.	Tona'an	Tahun 1948	8	4	8	4	8	4
26.	Tragah	Tahun 1949	-	38	-	38	-	38
27.	Kombangan	Tahun 1968	7	-	7	-	7	-
28.	Jaddih	Tahun 1975	-	8	-	8	-	8
29.	Baru Kencur	Tahun 2011	-	-	-	-	-	-
JUMLAH			1264	1250	1264	1250	1264	1250

Sumber: Dinas Perdagangan Kabupaten Bangkalan 2019

Dari tabel di atas sebenarnya jumlah kios permanen maupun semi permanen yang ada di tiap tiap pasar di Kabupaten Bangkalan tidak ada perubahan setiap tahunnya, jumlah keseluruhan kios permanen sebanyak 1.264 kios sampai dengan tahun 2018 jumlah kios di tiap pasar tidak mengalami peningkatan maupun penurunan, Hal yang sama juga terjadi pada kios semi permanen jumlah kios semi permanen sebanyak 1.250 kios, jumlah ini juga sama tidak mengalami peningkatan maupun penurunan setiap tahunnya tetap sama jumlahnya dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2018.

Pesatnya perkembangan pasar modern menyebabkan bertambahnya jumlah tempat berbelanja. Banyaknya tempat belanja sangat berpengaruh pada pengambilan keputusan konsumen untuk menentukan alternatif tempat belanja yang baik. Perkembangan pasar modern seperti minimarket, supermarket, dan hypermaret akhir akhir ini telah menggeser peran dari pasar tradisional. Sebagian masyarakat terutama masyarakat yang tinggal di daerah perkotaan, telah memenuhi kebutuhan rumah tangganya dengan berbelanja di pasar modern. Keberadaan pasar modern dirasa lebih menguntungkan konsumen karena memunculkan alternatif tempat untuk berbelanja dengan fasilitas yang memadai dan fasilitas yang lebih bagus dari pasar tradisional.

Tabel 1.3. Jumlah Toko Modern di Kabupaten Bangkalan Tahun 2015 - 2018

Tahun	2015	2016	2017	2018
Jumlah	33	34	36	46

Sumber: Dinas Perijinan Kabupaten Bangkalan 2018

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah pasar modern yang terdaftar di Kabupaten Bangkalan jumlahnya cukup banyak yang berkembang tiap tahunnya pada tahun 2015 jumlah pasar modern yang ada di Kabupaten Bangkalan sebanyak 33 pasar modern dan di tahun 2016 ada peningkatan yakni berjumlah 34 begitupun pada tahun 2017 bangunan atau kios bertambah menjadi 36 kios kemudian pada tahun 2018 ada peningkatan yang cukup signifikan yang jumlah kios atau bangunan di tahun 2017 berjumlah 36 pada tahun 2018 jumlah kios atau bangunan pasar modern sebanyak 46 ada sekitar tambahan 10 bangunan dari tahun 2017 ke 2018. Pasar modern terdapat hampir di setiap Kecamatan dan tentu saja dapat mempengaruhi pasar tradisional yang ada. Hal tersebut disebabkan karena kurangnya jumlah dalam bersaing dan konsumen mulai menyukai berbelanja di pasar modern yang mudah dijumpai. Kondisi tersebut lambat laun akan menjatuhkan pasar tradisional yang di dalamnya didominasi masyarakat kecil.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian skripsi yang berjudul “**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PASAR MODERN DAN PASAR TRADISIONAL DI KABUPATEN BANGKALAN**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka permasalahan yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah

1. Mengapa Konsumen Memilih Berbelanja di Pasar Tradisional?
2. Mengapa Konsumen Memilih Berbelanja di Pasar Modern?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dari adanya penelitian ini yaitu “

1. Untuk menganalisis alasan konsumen dalam memilih berbelanja di pasar tradisional di Kecamatan Kamal
2. Untuk menganalisis alasan konsumen dalam memilih berbelanja di pasar modern di Kecamatan Kamal

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara akademis diharapkan penelitian ini mampu memberikan sumbangan pemikiran terhadap teori ekonomi mikro tentang preferensi konsumen.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi pemerintah

Penelitian ini bermanfaat bagi pemerintah Daerah Kabupaten Bangkalan sebagai masukan untuk memperhatikan dampak dari adanya ritel atau pasar modern terhadap pedagang kecil yang berada di lingkungan tersebut.

b. Bagi masyarakat (konsumen)

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi masyarakat atau konsumen guna menjadi menambah khasanah ilmu pengetahuan dibidang ekonomi khususnya terkait dengan preferensi konsumen dalam berbelanja.

c. Bagi Swasta

a. Bagi pemilik pasar modern

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi masukan dalam pengambilan langkah kedepannya. Selain itu juga diharapkan dapat bekerjasama dengan pelaku ekonomi lokal khususnya usaha mikro.

b. Bagi pedagang di pasar tradisional

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi masukan untuk pedagang di pasar tradisional agar dapat meningkatkan kualitas dan pelayanan dan meminimalisir kekurangan yang ada di pasar tradisional.