

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini telah terjadi revolusi supermarket global yang merambah, tidak saja di Kota Jakarta, tetapi kota-kota lain di luar Jawa. Hal ini menimbulkan sebuah pertanyaan kepada kita, apakah pasar tradisional akan tetap eksis di era munculnya supermarket global atau pasar modern sampai ke kota-kota kecil. Pengertian pasar tradisional sendiri adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung dengan adanya suatu proses tawar menawar terlebih dahulu. Bangunan tempat berjualan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dinuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Secara umum pengertian pasar adalah kegiatan penjual dan pembeli yang melayani transaksi jual-beli.¹ Pengkategorian pasar tradisional dan pasar modern sebenarnya baru muncul belakangan ini ketika

¹ id.m.wikipedia.org/wiki/kualitas diunduh 20 Maret 2017 pukul 15.34.

mulai bermunculannya pasar swalayan, supermarket, hypermarket dsb.

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Sedangkan Pasar modern adalah pasar yang penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang (barcode), berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan secara mandiri (swalayan) atau dilayani oleh pramuniaga.²

Semua kegiatan yang dilibatkan dalam penjualan barang atau jasa langsung pada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi atau non bisnis yang biasa disebut dengan *retailing*. Maka, bisnis *retail* dapat diartikan sebagai kegiatan pasar yang merancang untuk memberikan kepuasan pada konsumen pemakai dan mempertahankan para pelanggan melalui program peningkatan kualitas berkelanjutan.

² Id.m.wikipedia.org/wiki/pasar diunduh 30 Maret 2017 pukul 19.22.

Seiring dengan perkembangan waktu, adanya modernisasi dan meningkatnya kesejahteraan masyarakat, banyak masyarakat Bangetayu yang berbelanja di pasar modern (*supermarket/hypermarket*) dan mulai enggan berbelanja di pasar tradisional (kecuali untuk produk-produk yang tidak ada di *supermarket/hypermarket*). Tidak sedikit konsumen yang merubah perilaku belanjanya dari pasar tradisional pindah, coba-coba (*trial*), dan cari alternatif (*switching*) ke pasar modern. Hal ini wajar karena kondisi pasar tradisional selalu identik dengan becek, semrawut, kurang nyaman. Kelemahan dari pasar tradisional inilah yang menjadi daya jual bagi pasar modern. Seperti halnya pada mall-mall yang menyediakan tempat yang nyaman, teratur, bergengsi, ber-AC, aman, bersih, dan pembeli bisa memilih barang dengan leluasa.

Kebanyakan pasar tradisional menjual berbagai kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa beras, sayuran, daging, ikan, buah, telur, bumbu, dan kue. Namun selain makanan ada juga pasar rakyat yang menyediakan berbagai kebutuhan sekunder seperti kain, pakaian, obat, aksesoris, barang elektronik, dan jasa. Pasar tradisional masih banyak ditemukan di berbagai

daerah di Indonesia, dan umumnya terletak dekat kawasan perumahan agar memudahkan pembeli untuk mencapai pasar.

Menurunnya kinerja pasar tradisional selain disebabkan oleh adanya pasar modern, penurunannya justru lebih disebabkan oleh lemahnya daya saing para kegiatan tradisional. Kondisi pasar tradisional pada umumnya memprihatinkan. Banyak pasar tradisional yang tidak terawat. Sehingga dengan berbagai kelebihan yang ditawarkan oleh pasar modern kini pasar tradisional terancam oleh keberadaan pasar modern. Kelemahan tersebut telah menjadi karakter dasar yang sangat sulit di ubah. Faktor desain dan tampilan pasar. Serta atmosfer, tata ruang, tata letak. Selain itu, keragaman dan kualitas barang, promosi pengeluaran, jam operasional pasar yang terbatas. Dan optimalisasi pemanfaatan ruang jual merupakan kelemahan terbesar pasar tradisional dalam menghadapi persaingan dengan pasar modern.

Tingkat persaingan dunia usaha di Indonesia sangatlah ketat, karena setiap pengusaha senantiasa berusaha untuk dapat meningkatkan pangsa pasar dan meraih konsumen baru. Pengusaha harus dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat

agar usahanya dapat bertahan dan memenangi persaingan, sehingga apa yang menjadi tujuannya dapat tercapai. Pada dasarnya semakin banyak pesaing maka semakin banyak pula pilihan bagi konsumen untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan harapannya. Sehingga konsekuensi dari perubahan tersebut adalah konsumen menjadi lebih cermat dan pintar menghadapi setiap produk yang diluncurkan. Persaingan yang semakin ketat di mana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap pengusaha harus menempatkan orientasi pada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama³. Semakin banyaknya produsen yang menawarkan produk dan jasa, maka konsumen memiliki pilihan yang semakin banyak untuk menentukan jadi tidaknya pembelian.

Beberapa pengamat mencatat, dari tahun ke tahun dimulai dari tahun 2000, pangsa pasar retail tradisional terus menurun karena semakin menjamurnya retail-retail modern, hal tersebut diperparah dengan adanya pergeseran kondisi sosial ekonomi

³ Tjiptono, *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*, Yogyakarta: Fandi, 2000, h.24

yang dilakukan oleh para pelaku retail modern yang pada awalnya hanya dikunjungi oleh kalangan konsumen kelas atas, sekarang merambah ke konsumen menengah dan bawah. Keberadaan pasar-pasar tradisional makin lama makin terpinggirkan, sejalan dengan menjamurnya mall, hypermarket dan minimarket. Pasar tradisional, terpaksa harus menyingkir ke belakang panggung, menjadi semacam budaya yang terlupakan.

Hal ini juga dialami oleh beberapa pasar tradisional di Semarang termasuk pasar tradisional Bangetayu. Menurunnya jumlah konsumen menjadi faktor utama kelesuan daya saing pasar tradisional. Dari hasil wawancara dengan pedagang pasar, faktor yang mempengaruhi kelesuan usaha di pasar tradisional antara lain berkurangnya pembeli, meningkatnya persaingan antar pedagang, meningkatnya persaingan dengan PKL, harga yang tinggi, sulitnya mendapatkan stok barang dagang dan meningkatnya persaingan dengan supermarket.

Akan tetapi merosotnya eksistensi pasar tradisional bukan sepenuhnya akibat adanya pasar modern. Karena pada kenyataannya menurunnya omset pasar tradisional juga dipengaruhi oleh perubahan selera konsumen (masyarakat).

Sehingga salah satu cara agar pasar tradisional tetap bertahan, perlu pembenahan atau revitalisasi di beberapa aspek yang meliputi, sarana dan prasarana, pelayanan, dan lain-lain.

Peneliti memilih lokasi di daerah Bangetayu karena pertimbangan latar belakang dan pendapatan masyarakat yang beragam dari masyarakat yang notabene perekonomiannya kelas bawah, menengah dan atas. Sehingga memicu beragamnya tingkat konsumsi, kebiasaan atau perilaku belanja, dan beragamnya keputusan mereka dalam memilih atau menentukan jasa pasar yang akan mereka pilih. Dan dari sana pula akan tergambar jelas aksibilitas konsumen yang akan sangat berbeda antara konsumen pasar tradisional dan konsumen pasar modern. Dengan latar belakang inilah peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul; **PENGARUH KEBERAGAMAN PRODUK, HARGA, DAN PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT DI PASAR TRADISIONAL BANGETAYU GENUK SEMARANG**

1.2 Rumusan Masalah

1. Seberapa besar pengaruh keberagaman produk terhadap minat masyarakat belanja di pasar tradisional Bangetayu Genuk Semarang?
2. Seberapa besar pengaruh harga terhadap minat masyarakat belanja di pasar tradisional Bangetayu Genuk Semarang?
3. Seberapa besar pengaruh pelayanan terhadap minat masyarakat belanja di pasar tradisional Bangetayu Genuk Semarang?
4. Seberapa besar keragaman produk, harga dan pelayanan secara bersama berpengaruh terhadap minat masyarakat belanja di pasar tradisional Bangetayu Genuk Semarang?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui apakah keberagaman produk pasar tradisional dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk belanja di pasar tradisional Bangetayu Genuk Semarang
2. Mengetahui apakah harga produk pasar tradisional dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk belanja di pasar tradisional Bangetayu Genuk Semarang

3. Mengetahui apakah pelayanan dari pasar tradisional dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk belanja di pasar tradisional Bangetayu Genuk Semarang
4. Mengetahui secara bersama apakah keragaman produk, harga dan pelayanan secara bersama berpengaruh terhadap minat masyarakat belanja di pasar tradisional Bangetayu Genuk Semarang

Manfaat yang dapat diharapkan dan dapat diperoleh dari pelaksanaan penelitian ini adalah :

1. Manfaat bagi penulis

Penelitian ini diharapkan memberi pengalaman yang bersifat pragmatis dan empiris kepada penulis, sehingga dapat melakukan komparasi antara teori dan praktik.

2. Manfaat bagi manajemen pasar

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang membangun bagi petugas pasar tradisional Bangetayu Genuk Semarang sehingga dapat lebih meningkatkan mutu kualitas layanan untuk menghadapi persaingan mendatang

1.4 Sistematika Penulisan

Sistematika Penelitian dalam skripsi ini adalah:

BAB I PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah
2. Perumusan Masalah.
3. Tujuan dan Manfaat Penelitian.
4. Sistematika Penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

1. Landasan Teori
2. Penelitian Terdahulu
3. Kerangka Pemikiran Teoritik
4. Hipotesis

BAB III METODE PENELITIAN

1. Jenis dan Sumber data
2. Populasi dan Sampel
3. Metode Pengumpulan Data
4. Variabel Penelitian dan Pengukuran
5. Teknik Analisis Data

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Objek Penelitian
2. Data dan Analisis Data
3. Pembahasan

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan
2. Saran