

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Penelitian

Saat ini bisnis ritel merupakan bisnis yang mempunyai prospek tinggi di kalangan masyarakat. Di setiap wilayah kini banyak terdapat beberapa pasar modern (*hypermarket, departement store, supermarket, swalayan, minimarket*). Bahkan mungkin dalam suatu wilayah tersebut keberadaan swalayan lebih banyak dibandingkan dengan pasar tradisional. Permasalahan timbul karena keberadaan pasar modern semakin lama semakin menggeser pasar tradisional. Hal ini menyebabkan semakin terpuruknya pasar tradisional.

Hasil survei lembaga riset AC Nielsen terhadap pasar modern dan pasar tradisional di Indonesia menunjukkan tingkat pertumbuhan ritel modern tahun 2001-2003 naik 31,4 persen. Pada tahun 2001 jumlah ritel modern nasional 3.865 dan tahun 2003 menjadi 5.103. Tingkat pertumbuhan ritel tradisional justru mengalami penurunan yaitu pertumbuhan minus 8,1 persen. Tahun 2001 jumlah ritel tradisional berjumlah 1.899.736 kios, tetapi tahun 2003 mengalami penurunan dengan jumlah 1.745.589 kios. (Saputro, 2010)

Banyaknya macam fasilitas yang disediakan oleh pasar swalayan dibandingkan pasar tradisional maka hal tersebut membuat konsumen cenderung lebih memilih. Bahkan hanya untuk membeli beberapa bahan-bahan pokok seperti beras, minyak, gula, teh, dll masyarakat membelinya di pasar

swalayan padahal bahan-bahan kebutuhan tersebut juga dijual di pasar tradisional.

Harga yang ditawarkan oleh pasar swalayan dan pasar tradisional pun bersaing, bahkan mungkin lebih murah dibandingkan pasar tradisional. Sehingga untuk berbelanja di pasar swalayan konsumen merasa harga tidak dipermainkan karena selain mereka dapat memperoleh barang dengan harga yang relatif sama dengan pasar tradisional, konsumen juga dimanjakan dengan beberapa fasilitas-fasilitas yang disediakan di pasar swalayan.

Pada pasar swalayan sering diadakan beberapa promo atau diskon bagi produk, pembelian berdasarkan nominal yang ditentukan disertai hadiah, jaminan maupun layanan tambahan gratis yang diberikan oleh pasar swalayan. Hal tersebut juga dapat menyebabkan beralihnya konsumen pasar tradisional ke pasar swalayan yang manajemennya masih sederhana dan tidak menawarkan kenyamanan bagi konsumennya serta masih ada tawar menawar harga dengan pedagang.

Perkembangan sikap berbelanja ini terjadi juga di Daerah Kabupaten Kulon Progo. Terdapat 27 pasar tradisional Di Kabupaten Kulon Progo. Dimana masyarakatnya mulai tertarik untuk berbelanja di pasar swalayan yang mulai saat ini semakin banyak muncul dibandingkan pasar tradisional yang telah hadir sebelumnya.

Adanya pasar swalayan menyebabkan masyarakat kini lebih tertarik berbelanja di pasar swalayan. Atribut-atribut yang diberikan pasar swalayan lebih banyak sehingga konsumen merasa lebih nyaman dalam berbelanja misalnya penataan letak barang (*Display*), produk yang ditawarkan lebih bervariasi, ruangan AC, desain ruangan yang menarik, tata letak yang efektif, lingkungan yang bersih, serta keamanan dalam berbelanja.

Perkembangan pasar swalayan tersebut kini menjadikan masyarakat memiliki alternatif lain yang dapat dipilih sebagai tempat berbelanja. Selain berbelanja pasar swalayan juga dapat dijadikan sebagai tempat untuk sekedar meluangkan waktu bersama keluarga. Padahal dahulu hanya pasar tradisional yang merupakan suatu tempat tujuan utama bagi masyarakat untuk berbelanja.

Berdasarkan fenomena yang telah dipaparkan pada latar belakang maka saya tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **”ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT-ATRIBUT PASAR SWALAYAN DAN PASAR TRADISIONAL Studi kasus di Kabupaten Kulon Progo”** Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian sebelumnya yang berjudul **”Analisis sikap konsumen terhadap atribut-atribut pasar swalayan dan pasar tradisional studi kasus di Kotamadya Yogyakarta”** yang ditulis oleh Novrita Andriana Fitri tahun 1999.

**B. Rumusan Masalah Penelitian**

1. Bagaimana analisis sikap konsumen terhadap atribut-atribut yang terdapat pada pasar swalayan dan pasar tradisional ?
2. Bagaimana identifikasi atribut-atribut yang paling penting dipertimbangkan oleh konsumen sebelum berkunjung ke pasar swalayan dan pasar tradisional ?

**C. Tujuan Penelitian**

1. Menganalisis sikap konsumen terhadap atribut-atribut yang disediakan pada pasar swalayan dan pasar tradisional.
2. Menganalisis atribut-atribut yang paling penting dipertimbangkan oleh konsumen sebelum berkunjung ke pasar swalayan dan pasar tradisional.

**D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat bagi peneliti

Hasil dari penelitian ini merupakan usaha untuk menerapkan pengetahuan teoritis yang di dapatkan selama perkuliahan dan mempraktekkan penelitian secara langsung.

2. Manfaat di bidang praktik

Adanya penelitian ini sebagai pengetahuan untuk lebih mengembangkan strategi-strategi penjualan dengan memperhatikan atribut-atribut yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen.