

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Pasar adalah salah satu kegiatan perdagangan yang tidak bisa terlepas dari kegiatan sehari-hari manusia. Dengan semakin pesatnya perkembangan penduduk maka semakin besar pula tuntutan kebutuhan akan pasar baik secara kuantitas maupun kualitas. Keberadaan pasar tradisional sudah menjadi bagian yang tidak terlepaskan dalam kehidupan masyarakat desa maupun perkotaan (Djau, 2009; Damsar, 2009) menjelaskan bahwa pasar merupakan salah satu yang menggerakkan dinamika kehidupan ekonomi. Berfungsinya lembaga pasar sebagai institusi ekonomi yang menggerakkan kehidupan ekonomi tidak terlepas dari aktivitas yang dilakukan oleh pembeli dan pedagang.

Pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plasa, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya. Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah Daerah, Pemerintah Daerah, swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dengan proses jual beli barang dagangan melalui

tawar menawar sedangkan pusat perbelanjaan adalah suatu area tertentu yang terdiri dari satu atau beberapa bangunan yang didirikan secara vertikal dari satu atau beberapa bangunan yang didirikan secara vertikal maupun horizontal, yang dijual atau disewakan kepada pelaku usaha atau dikelola sendiri untuk melakukan kegiatan perdagangan barang (Perpres RI No : 112 Tahun 2007).

Era globalisasi dan liberalisasi perdagangan dunia telah memacu terjadinya perubahan drastis terhadap lingkungan bisnis. Hubungan antar negara dan bangsa tidak lagi mengenal batas-batas teritorial, baik dalam segi inventasi, industri, individu dan informasi. Semua penghambat terjadinya lalu lintas perdagangan antar negara dihilangkan. Persaingan seperti ini diindikasikan dengan munculnya dinamika perdagangan yang semakin agresif di pasar. Di samping menjadi sasaran globalisasi dunia, Indonesia juga menjadi imbas perkembangan ekonomi global. Dalam hal ini perubahan ekonomi yang cepat mengharuskan para pedagang agar cepat pula merespon perubahan-perubahan tersebut. Menurut Djau (2009), peran pasar sebagai salah satu dari kegiatan ekonomi tidak bisa terlepas dari kehidupan sehari-hari masyarakat. Semakin pesat jumlah penduduk, semakin besar pula tuntutan kebutuhan terhadap pasar baik secara kuantitas maupun kualitas. Kebutuhan dan keinginan konsumen itu perlu dikenali dan dipenuhi sebagai syarat sosial dan ekonomi bagi eksistensi pasar. Untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, pasar perlu mengetahui mengapa seseorang melakukan pembelian. Pasar-pasar yang ada timbul dari

sekelompok pedagang yang melihat adanya suatu perdagangan sebagai akibat adanya permintaan (*demand*) dan penawaran (*supply*) yang semakin meningkat intensitasnya. Dengan demikian pasar-pasar ini pada dasarnya merupakan fasilitas pelayanan sosial-ekonomi yang sudah banyak ditemui dan diterima keberadaannya. Pasar sebagai salah satu bentuk pelayanan sosial karena pasar tersebut berhubungan langsung dengan masyarakat dalam rangka pemenuhan kebutuhannya. Di sisi lain pasar sebagai pelayanan ekonomi ditunjukkan dengan peranannya dalam menyokong secara langsung pada kegiatan ekonomi dan produksi masyarakat maupun daerah, serta memberikan keuntungan finansial bagi pelaku kegiatan pasar dan pemasukan pendapatan bagi daerah. Sebagai upaya untuk menjadikan pasar tradisional sebagai salah satu motor penggerak dinamika perkembangan perekonomian suatu kota, maka diperlukan adanya pasar yang dapat beroperasi secara optimal dan efisien serta dapat melayani kebutuhan masyarakat. Efisiensi dan optimasi pelayanan suatu pasar di antaranya dapat dilihat dari pola penyebaran sarana perdagangan, waktu pelayanan pasar, kondisi fisik pasar, jenis dan variasi barang yang diperdagangkan, dan sistem pengelolaan pasar (kelembagaan) pasar itu sendiri, (<http://www.pu.go.id>, diakses 20 Januari 2015).

Tabel 1.1
Jumlah Pengunjung antar Pasar Tradisional Kota Yogyakarta Tahun 2015

NO	Nama pasar	Jumlah pengunjung (Orang)		
		Hari kerja	Hari libur	Rata-rata
1	Pasar Beringharjo	56156	65222	60689
2	Pasar Buah dan Sayur Giwangan	11690	11349	11520
3	Pasar Pathuk	1426	1532	1479
4	Pasar Kranggan	8287	8881	8584
5	Pasar Demangan	4212	4647	4430
6	Pasar Sentul	2177	2059	2118
7	Pasar Legi Kotagede	7752	12839	10296
8	Pasar Serangan	1235	1528	1382
9	Pasar Klitikan Pakuncen	7940	9311	8626
10	Pasar Pasty	3699	9674	6687
11	Pasar Ngasem	2650	2770	2710
12	Pasar Pengit	1241	1323	1282
13	Pasar Terban	885	902	894
14	Pasar Legi Patangpuluhan	1844	3015	2430
15	Pasar Lempuyangan	2556	2662	2609
16	Pasar Ciptomulyo	26	35	31
17	Pasar Prawirotaman	5186	5323	5255
18	Pasar Kembang	1237	1345	1291
19	Pasar Tolak Gendeng	2198	2597	2398
20	Pasar Sanggrahan	69	78	74
21	Pasar Ledok Gondomanan	258	199	229
22	Pasar Pace	31	109	70
23	Pasar Gedongkuning	1002	1318	1160
24	Pasar Karangwaru	248	508	378
25	Pasar Senen	2374	1605	1990
26	Pasar Suryobraton	53	58	56
27	Pasar Kluwih Ngadikusuman	523	841	682
28	Pasar Gading	261	342	302
29	Pasar Pujokusuman	1149	1344	1247
30	Pasar Telo Karangajen	117	137	127
31	Pasar Ledok Tunjungsari	22	24	23
	TOTAL	128504	153577	141041

Sumber : Dinas Pengelolaan Pasar Kota Yogyakarta 2015

Dari Tabel 1.1 dapat di ketahui bahwa pasar Beringharjo menempati posisi pertama sebagai pasar tradisional Kota Yogyakarta yang memiliki pengunjung terbanyak di tahun 2015, yang memiliki rata-rata pengunjung mencapai 60689 orang. Di posisi kedua adalah pasar buah dan sayur Giwangan yang memiliki jumlah pengunjung rata-rata mencapai 11520 orang, kemudian pasar legi Kotagede menjadi pasar tradisional ketiga di Yogyakarta yang memiliki pengunjung terbanyak di tahun 2015 yang mencapai rata-rata 10296. Setelah pasar legi Kotagede, terdapat pasar klitikan Pakuncen yang memiliki jumlah pengunjung mencapai rata-rata 8626 orang dan menjadi pasar tradisional ke empat yang memiliki jumlah pengunjung paling banyak, dan yang berada di posisi kelima adalah pasar Kranggan berjumlah rata-rata 8584 pengunjung di tahun 2015 ini. Dari tabel di atas juga dapat di ketahui bahwa banyaknya jumlah pengunjung pasar tradisional Kota Yogyakarta tidak hanya terjadi di hari libur saja, tetapi juga terjadi di hari kerja. Sehingga tidak dapat di ambil kesimpulan bahwa banyaknya pengunjung pasar tradisional lebih banyak di hari libur dari pada hari kerja, karena jumlah pengunjung baik di hari libur maupun hari kerja memiliki rata-rata yang sama banyak.

Sebutan propinsi DIY sebagai kota budaya, kota pendidikan, dan sebagai salah satu daerah tujuan wisata, tak heran setiap saat jumlah penduduknya mengalami perkembangan. Pertambahan penduduk tersebut meliputi masuknya berbagai suku dengan berbagai adat istiadat dan kebudayaannya, memberikan corak tersendiri yang akan mempengaruhi

gaya hidup dan perilaku konsumen di wilayah ini.

Proses psikologis dasar memainkan peran penting dalam memahami bagaimana konsumen secara aktual mengambil keputusan pembelian. Keputusan membeli dipengaruhi oleh empat faktor, yaitu faktor budaya (budaya, sub-budaya, kelas sosial); sosial (kelompok acuan, keluarga, peran dan status); pribadi (usia, tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian, dan konsep diri) serta psikologis (motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan, dan sikap (Kotler dan Lane, 2009). Konsumen harus mengambil keputusan menyangkut barang dan jasa yang mereka pilih; di mana harus dibeli di pasar tradisional, dengan harga dan kualitas yang bagaimana, siapa yang harus mengambil keputusan membeli sangat dipengaruhi oleh harga, kualitas, pelayanan, model dan kemasan, variasi, suasana, lokasi, dan promosi (Kotler dan Lane, 2009).

Pasar Beringharjo merupakan salah satu pasar tradisional yang tertua di kota Yogyakarta. Pasar ini didirikan pada tahun 1926 dan telah menjadi pusat kegiatan ekonomi masyarakat Yogyakarta selama bertahun-tahun. Pasar Beringharjo juga merupakan pasar yang memiliki jumlah pengunjung ataupun peminat pada tiap tahunnya karena letaknya yang strategis yang berada di kompleks Malioboro Yogyakarta. Sedangkan Pasar Ngasem merupakan pasar yang terletak di kawasan wisata Tamansari Kota Yogyakarta, pasar ini dulunya khusus menjual satwa burung, namun sekarang Pasar Ngasem dipisah atau direlokasi menjadi Pasar PASTY yaitu Pasar Satwa dan Tanaman Hias yang khusus menjual berbagai macam

satwa-satwa dan tanaman hias. Sedangkan Pasar Ngasem sendiri masih tetap berjalan dan masih dilakukan aktivitas perdagangan di kawasan Wisata Tamansari Yogyakarta. Sebagai alasan mengambil Pasar Ngasem sebagai penelitian karena bisa dilihat dari data dari Dinas Pengelolaan Pasar tahun 2015 memiliki jumlah pengunjung paling banyak diantara banyak pasar yang lokasinya berdekatan dengan Pasar Beringharjo dan alasan lain karena Pasar Ngasem sebagai bagian dari kawasan Malioboro atau Kawasan Pusat Pertokoan Yogyakarta (*Yogyakarta Inner City*) dan masih satu kelompok dengan Wisata Tamansari Yogyakarta yang mengalami perkembangan secara alami sejalan dengan dinamika kehidupan masyarakat yogyakarta.

Studi sebelumnya yang dilakukan oleh Fure (2013) yang meneliti tentang “Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca” menemukan bahwa lokasi, keberagaman produk, harga, dan kualitas pelayanan secara bersama berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada pasar tradisional Bersehati Calaca. Lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada pasar tradisional Bersehati, Keberagaman produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada pasar tradisional Bersehati, harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada pasar tradisional Bersehati, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada pasar tradisional Bersehati.

Penelitian ini akan menganalisis berbagai faktor yang akan berpengaruh terhadap pilihan masyarakat dalam memilih pasar tradisional

yang ada di Kota Yogyakarta. Adapun judul penelitian ini adalah "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat dalam Memilih Pasar Tradisional di Kota Yogyakarta (Studi kasus di Pasar Beringharjo dan Pasar Ngasem Kota Yogyakarta)".

B. Rumusan Masalah

Persaingan yang terjadi diantara pasar tradisional yang ada di Kota Yogyakarta kini semakin banyak muncul, preferensi masyarakat akan memilih tersebut kini didukung dengan semakin banyaknya inovasi-inovasi yang dilakukan oleh pasar tradisional, sehingga muncul pertanyaan penelitian sebagai berikut :

“Apakah terdapat perbedaan preferensi masyarakat terhadap harga, kualitas, fasilitas, lokasi dan jam operasional di Pasar Beringharjo dan Pasar Ngasem ? ”

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah :

Untuk mengetahui perbedaan preferensi terhadap harga, kualitas, fasilitas, lokasi dan jam operasional yang berada di Pasar Beringharjo dan Pasar Ngasem.

D. Manfaat Penelitian

Beberapa mamfaat yang diharapkan setelah melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Pemerintah

Dengan dilakukan penelitian ini dapat dijadikan saran bagi pemerintah daerah Kota Yogyakarta untuk mengetahui permasalahan yang dialami pasar tradisional agar bisa memberikan solusi sekaligus mengatasi permasalahan tersebut.

2. Bagi Konsumen

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi acuan untuk masyarakat yang akan memilih berbelanja di pasar tradisional yang ada Kota Yogyakarta.