

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya. Pasar Tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan 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 dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar. Pasar modern memiliki keunggulan ditengah masyarakat yaitu dari segi pelayanan yang menarik, terjangkau dan serba instan.

Pangsa pasar retail tradisional terus menurun karena semakin menjamurnya retail-retail modern, hal tersebut diperparah dengan adanya pergeseran kondisi sosial ekonomi yang dilakukan oleh para pelaku retail modern yang pada awalnya hanya di kunjungi 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.

Pusat perbelanjaan modern di Medan terus-menerus bermunculan. Minimarket seperti Alfamart dan Indomaret terus melakukan ekspansi, sehingga

pembeli pasar tradisional beralih ke ritel modern. Menurunnya jumlah konsumen menjadi faktor utama kelesuan daya saing pasar tradisional.

Hasil survey kepuasan pelanggan terhadap 50 pasar tradisional di Kota Medan yang dilaksanakan Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Medan (2013) menunjukkan bahwa pembeli memiliki tingkat kepuasan yang rendah pada beberapa faktor, yakni :

1. Kebersihan tempat berjualan.
2. Areal jalan antar kios untuk pembeli yang nyaman.
3. Kebersihan kamar mandi.
4. Parkir kendaraan bermotor.
5. Sirkulasi udara.
6. Kemasan Produk.
7. Pedagang berjualan sesuai zona jenis produk.
8. Ketersediaan Mesin ATM berbagai bank.

Survey kepuasan pelanggan diatas didasarkan pada 5 (lima) indikator kualitas pelayanan yakni *reliability*, *responsiveness*, *emphaty*, *assurance*, dan *tangible*. Dari kedelapan faktor diatas, sebagian besar di dominasi masalah kebersihan, kenyamanan dan fasilitas fisik. Masalah kebersihan dan kenyamanan menjadi permasalahan yang sudah sejak lama dikeluhkan. Tidak dapat dipungkiri lagi bahwa tingkat kebersihan di pasar modern jauh lebih baik dibandingkan di pasar tradisional. Tidak akan terlihat sampah-sampah bertebaran di pasar modern, lain halnya dengan di pasar tradisional. Kebersihan itulah yang kemudian akan membentuk *mindset* konsumen tentang produk yang dijual di pasar tersebut.

Konsumen akan merasa apa yang mereka beli di pasar modern lebih baik karena kondisi tempat penjualannya yang lebih higienis.

Pasar Pusat Pasar merupakan salah satu pasar tradisional yang berdiri sejak tahun 1929, dan kini dikelola oleh PD Pasar Kota Medan. Lokasi pasar ini bersebelahan dengan pasar modern yakni Medan Mall dan Olympia. Keragaman jenis barang ditambah kesegaran produk ikan, daging dan sayuran menjadi daya tarik konsumen berbelanja di pasar ini. Namun seperti telah diuraikan sebelumnya, masih terdapat berbagai kondisi yang masih belum memuaskan konsumen.

Penelitian AC Nielsen (Kompas, 2010) menyatakan bahwa 93% konsumen tujuan berbelanja adalah hiburan dan rekreasi. Hal tersebut menunjukkan bahwa pada saat melakukan pembelian aktual, konsumen tidak hanya sekedar memenuhi kebutuhan biologis, tetapi juga memenuhi kebutuhan emosionalnya, seperti ingin berekreasi, kebutuhan akan rasa gengsi pada saat pelanggan, sehingga konsumen cenderung mencari tempat perbelanjaan yang memuaskan harapannya. Seiring dengan perkembangan waktu, adanya modernisasi dan meningkatnya kesejahteraan masyarakat, banyak masyarakat di Kota Medan dan sekitarnya yang pelanggan di pasar modern dan mulai enggan pelanggan di pasar tradisional (kecuali untuk produk-produk yang tidak ada di supermarket atau hipermarket). Menurut Limanjaya dan Wijaya (2006) tidak sedikit konsumen yang merubah perilaku belanjanya dari pasar tradisional pindah, coba-coba, dan cari alternatif ke supermarket dan hipermarket. Hal ini wajar karena kondisi pasar tradisional identik dengan becek, kotor, dan kurang nyaman. Kelemahan dari pasar tradisional inilah yang menjadi daya jual bagi pasar

modern. Dalam hal ini pelanggan sangat memperhatikan hal-hal yang terkait dengan nilai tambah terhadap kenyamanan mereka dalam melakukan aktivitas belanja mengingat berubahnya pandangan bahwa belanja adalah merupakan aktivitas rekreasi, maupun pemenuhan keanekaragaman kebutuhan mereka dalam satu lokasi (*one stop shopping*). 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) dan ketersediaan fasilitas yang disediakan pengelola pasar dan pedagang. Menurut Sukandi (2010) menyatakan bahwa fasilitas memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Peneliti memilih lokasi di Pasar Pusat Pasar Medan karena pertimbangan latar belakang dan pendapatan pembeli yang beragam dari pendapatan kelas bawah, menengah dan atas, selain itu faktor lokasi yang bersebelahan dengan pasar modern yakni Medan Mall. Kondisi ini memicu beragamnya tingkat konsumsi, kebiasaan atau perilaku belanja, dan beragamnya keputusan mereka ketika pelanggan di Pusat Pasar Medan.

1.2 Rumusan Masalah

Permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah masih rendahnya kepuasan pelanggan di Pusat Pasar Medan. Sehubungan dengan masalah tersebut, maka beberapa pertanyaan mendasar yang perlu dijawab dalam penelitian ini adalah :

- a. Berapa besar pengaruh fasilitas fisik dan fasilitas non fisik terhadap kepuasan pelanggan di Pasar Pusat Pasar Kota Medan ?

- b. Faktor apa yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan berbelanja di Pasar Pusat Pasar Kota Medan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini yakni :

- a. Mengetahui pengaruh fasilitas fisik dan fasilitas non fisik terhadap kepuasan pelanggan di Pasar Pusat Pasar Medan.
- b. Menganalisis faktor yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan berbelanja di Pasar Pusat Pasar Kota Medan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi :

- a. PD Pasar Kota Medan, untuk mengetahui faktor-faktor yang perlu diperbaiki agar kepuasan pelanggan konsumen meningkat.
- b. Program Studi Magister Manajemen, sebagai bahan referensi dibidang penelitian mengenai pasar tradisional.
- c. Bagi peneliti, penelitian ini merupakan suatu kesempatan untuk menuangkan teori – teori yang diperoleh dari perkuliahan dalam penyusunan Geladikarya ini.
- d. Bagi peneliti selanjutnya, sebagai bahan referensi yang dapat memberikan perbandingan dalam melakukan penelitian dalam topik yang sama.

1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

Penelitian ini dibatasi pada ruang lingkup :

- a. Fasilitas pada Pasar Pusat Pasar Medan pada penelitian ini dibatasi pada fasilitas fisik dan fasilitas non fisik.
- b. Pedagang yang menempati kios merupakan populasi utama pada penelitian ini, sedangkan penjual yang menempati meja atau lapak tidak diikutsertakan sebagai populasi.