

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di Indonesia harga komoditas bahan pangan yang sering mengalami fluktuasi harga antara lain beras, jagung, kedelai tepung terigu, gula pasir, minyak goreng, bawang merah, cabe, telur, daging dan susu. Perubahan harga komoditas pangan dapat menjadi penyumbang terbesar laju inflasi dikarenakan dengan jumlah penduduk yang cukup besar, permintaan bahan makanan akan menjadi cukup tinggi. Namun terkadang penawaran belum cukup mampu untuk memenuhi permintaan tersebut, sehingga akhirnya mendorong laju inflasi (Prabowo, 2019)

Perkembangan laju inflasi selama tahun 2018 sebesar 0,419 persen, 2019 sebesar 0,07 persen, 2020 sebesar 0,044 persen, 2021 sebesar 0,19 persen, dan 2022 sebesar 0,52 persen. Inflasi ini cenderung mengalami naik dan turun setiap tahun berjalan. Inflasi tersebut terjadi karena adanya kenaikan pada golongan, makanan, minuman, serta tembakau, golongan informasi, kesehatan, jasa keuangan, komunikasi, serta juga pariwisata (BPS Sulawesi Selatan, 2022).

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu atau masyarakat untuk membeli barang atau jasa tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang sebenarnya, melainkan lebih didorong oleh keinginan atau gaya hidup. Dalam konteks berbelanja bahan pokok di pasar, perilaku konsumtif ini semakin terlihat akibat beberapa faktor, baik internal maupun eksternal. Secara internal, motivasi, gaya hidup, dan pengaruh keluarga menjadi faktor utama yang mendorong masyarakat untuk berbelanja secara konsumtif. Masyarakat terkadang sulit membedakan antara kebutuhan dan keinginan, sehingga pembelian bahan pokok

tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan dasar, tetapi juga untuk memenuhi keinginan yang bersifat simbolis atau gaya hidup. Faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku ini antara lain perkembangan pusat perbelanjaan modern seperti minimarket dan mall yang menawarkan kenyamanan, kemudahan, dan berbagai promosi menarik sehingga masyarakat lebih tertarik berbelanja di tempat tersebut dibandingkan pasar tradisional. Hal ini juga didukung oleh kemajuan teknologi dan maraknya e-commerce yang memudahkan akses berbelanja secara online (Husen, dkk, 2021).

Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep yang penting dalam perencanaan bisnis dan manajemen suatu perusahaan. Pelanggan umumnya mengharapkan produk berupa barang atau jasa yang dia konsumsi dapat diterima dan dinikmatinya dengan pelayanan yang baik serta memuaskan. Kepuasan dapat membentuk persepsi dan hal ini dapat memposisikan produk perusahaan di mata pelanggan. Hal tersebut penting sebagai acuan dalam pembenahan kualitas pelayanan, sehingga pelayanan yang diberikan bisa memberikan kepuasan pada tingkat yang optimal. Dalam era perdagangan bebas, setiap perusahaan menghadapi persaingan yang ketat. Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan oleh pesaing. Dengan demikian, hanya perusahaan yang berkualitas yang dapat bersaing dan menguasai pasar (Nugroho, 2017).

Pasar adalah tempat pertemuan antara penjual dan pembeli yang melakukan transaksi barang atau jasa, mekanisme pasar umumnya terkait dengan masalah keseimbangan dalam kegiatan pasar. Kondisi seimbang di mana kekuatan dari penawaran dan permintaan dalam kondisi yang seimbang di pasar, keadaan ini menyebabkan harga dan kualitas yang seimbang dan transaksi terjadi. Namun, harga menjadi tidak wajar bila mana hal ini terjadi karena suplai dipasar secara sistematis dikurangi secara sengaja akibatnya harga meningkat dan menyebabkan kelangkaan barang. Kelangkaan adalah kondisi dimana kita tidak mempunyai cukup sumber daya untuk memuaskan semua kebutuhan kita. Dengan singkat kata kelangkaan terjadi karena jumlah kebutuhan lebih banyak dari jumlah barang dan jasa yang tersedia. Kelangkaan bukan berarti segalanya sulit diperoleh atau ditemukan. Kelangkaan juga dapat diartikan alat yang digunakan untuk memuaskan kebutuhan jumlahnya tidak seimbang dengan kebutuhan yang harus terpenuhi (Mardiah, 2017).

Sejumlah bahan pangan pokok atau sembako seperti beras, minyak goreng, bawang merah, bawang putih, gula, daging, susu, telur, gas Elpiji dan garam mengalami kenaikan harga. Ini adalah contoh persyaratan dasar atau kompenennya. Hukum pasar akan berlaku karena bahan pokok yang tersedia sedikit atau tidak ada sama sekali, dan harga jual yang tinggi menyebabkan harga naik. Harga bahan pangan tentu berfluktuasi secara signifikan setiap bulannya, hal ini dipengaruhi oleh pasokan dan kelangkaan pangan Selain itu, distribusi barang yang terlambat datang membuat stabilitas pasar dipengaruhi oleh kelangkaan barang, khususnya kebutuhan (Sembako) pertanian seperti, beras, kedelai, cabai, bawang merah,

bawang putih. Bahan pokok seperti gula, minyak goreng, tepung terigu, dan kebutuhan yang berasal dari peternakan dan perikanan, seperti daging sapi, ayam, telur dan ikan segar. Stabilitas pasar terganggu karena kelangkaan. Pelanggan yang kesulitan menemukan apa yang mereka butuhkan juga terkena dampak kelangkaan, dan mereka juga menyuarakan ketidakpuasan mereka ketika membeli kebutuhan pokok dengan harga selangit untuk sementara waktu dikarenakan harga yang bisa saja berubah kapanpun (Arifin, 2020).

Adapun daftar harga bahan pokok dari tahun 2019-2023, dapat dilihat pada Tabel 1 berikut ini

Tabel 1. Harga Bahan Pokok di Kota Makassar, Tahun 2019-2023

Jenis bahan pokok	Harga (Rp/Kg)				
	2019	2020	2021	2022	2023
Beras	10.000	12.000	10.000	12.000	14.000
Cabai merah	26.000	40.000	30.000	30.000	40.000
Garam Halus	7.000	7.500	7.500	8.000	8.000
Gula pasir	12.000	15.000	13.000	12.500	18.000
Bawang putih	22.000	25.000	25.000	24.000	37.000
Minyak goreng	20.000	30.000	21.000	21.000	25.000
Daging ayam	35.000	46.000	40.000	48.000	50.000
Telur	37.000	50.000	40.000	45.000	45.000
Terigu	10.000	11.000	10.000	10.000	11.000

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Makassar, 2024

Berdasarkan penelitian terhadap pedagang pasar tradisional, bahan pokok seperti beras, gula dan sembilan kebutuhan pokok selalu menjadi penanda nasional ketahanan pangan di pasar tradisional. Hal ini dapat dilakukan ketika bahan pokok seperti beras dan berbawangan atau rempah dapur yang terbatas. Karena beras dan bawang merupakan bahan pangan paling mendasar dan pasar utama di Indonesia, pasar tradisional mempunyai peran strategis yang penting dalam kerangka menghasilkan pendapatan dan lapangan kerja. Oleh karena itu, perlu dilakukan

upaya untuk menjadikan pasar tradisional lebih maju guna mempertahankan kehadirannya untuk bersaing dengan pasar modern. Pasar tradisional mengalami penurunan pendapatan dan tidak mampu bersaing dengan pasar modern karena pasar tradisional sering dikaitkan dengan lingkungan yang kotor, tidak terawat dan tidak menyenangkan. Berbeda dengan pasar modern yang menawarkan lingkungan yang bersih, tidak becek, AC, dan tempat duduk yang nyaman. Namun bagi Sebagian besar masyarakat kelas menengah ke bawah, pasar tradisional merupakan sarana penghidupan sehingga hal ini cukup memperhatikan bagi masyarakat, untuk memastikan masyarakat menengah kebawah tetap bisa berjualan, pasar tradisional di setiap daerah harus tetap ada. Oleh karena itu, kios-kios pasar harus di atur sedemikian rupa sehingga pelanggan mempunyai ruang yang luas dan fasilitas harus tetap bersih, aman dan memiliki tempat parkir yang dalam kondisi baik dan di Kelola oleh pemilik pasar (Hasan & Kurniawan, 2022).

Berbeda dengan keadaan di pasar modern, dimana lokasi pasar ditentukan sendiri oleh pihak swasta (pengusaha-pengusaha) melalui koorporasi mereka dan membangun supermarket, hypermarket, minimarket dan sebagainya. Para pedagang membayar tempat tertentu sebagaimana yang telah ditentukan oleh koorporasi dan menyediakan sendiri pasokan barang yang hendak dijual. Pihak koorporasi menyediakan layanan maksimal agar pedagang merasa nyaman untuk berdagang di tempat mereka. Koorporasi menyediakan layanan kenyamanan dan keamanan, baik bagi pedagang maupun bagi kepuasan konsumen. Disini tidak ada aktivitas tawar menawar antara pembeli dan pedagang. Koorporasi yang akan membayar pajak kepada pemerintah, sehingga pemerintah tidak memiliki

hubungan langsung dengan pedagang. Itulah sebabnya nampak bahwa suasana berbelanja di pasar modern jauh lebih nyaman daripada berbelanja di pasar-pasar tradisional, meskipun seringkali ada selisih harga barang yang dibelanjakan oleh konsumen relatif besar daripada harga barang di pasar tradisional. Daya tarik pasar modern selain karena faktor kenyamanan dan keamanan berbelanja, juga mampu menyediakan keragaman barang yang diperlukan oleh berbagai lapisan sosial. Itulah sebabnya banyak pengunjung yang datang ke pasar modern meskipun bukan untuk tujuan berbelanja. Di Indonesia, pasar tradisional hidup dan berkembang lambat sejak ratusan tahun yang lalu, sedangkan pasar modern berkembang pesat pada periode akhir bersamaan dengan pesatnya perkembangan teknologi, informasi dan telekomunikasi dewasa ini (Mukti, 2021).

Di Kota Makassar, kondisi pasar tradisional seperti Pasar Pabaeng-baeng dan Pasar Cidu masih memprihatinkan karena terkesan kumuh, kotor, dan berbau, sehingga menimbulkan stigma negatif. Akibatnya, sebagian masyarakat memilih berbelanja di pedagang kaki lima, pedagang keliling, atau pasar modern seperti supermarket dan minimarket yang dinilai lebih bersih dan nyaman, meskipun penataan pasar tradisional belum mampu memenuhi harapan pengunjung.

Oleh sebab itu penulis mengambil judul “Perilaku Konsumtif dan Tingkat Kepuasan Konsumen Dalam Berbelanja Bahan Pokok Pada Pasar Modern Atau Pasar Tradisional”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti dapat merumuskan beberapa masalah yaitu:

1. Bagaimana Jenis bahan pokok, jumlah pembelian, harga bahan pokok yang dibelanja konsumen dalam perbulan dipasar modern dan tradisional di kota Makassar
2. Bagaimana kategori perilaku konsumtif konsumen dalam berbelanja bahan pokok di pasar modern dan pasar tradisional di Kota Makassar
3. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen dalam berbelanja bahan pokok di pasar modern dan pasar tradisional di Kota Makassar

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka ditemukan beberapa tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Mendeskripsikan jenis bahan pokok, jumlah pembelian, dan budget bahan pokok yang dibelanjakan konsumen perbulan di pasar modern dan tradisional di Kota Makassar.
2. Menganalisis kategori perilaku konsumtif konsumen dalam berbelanja bahan pokok di pasar modern dan pasar tradisional.
3. Menganalisis tingkat kepuasan konsumen dalam berbelanja bahan pokok di pasar modern dan pasar tradisional.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini memberikan manfaat bagi penulis berupa pemahaman yang lebih mendalam lagi mengenai dampak kemunculan pasar modern dan pasar tradisional di Kota Makassar serta dapat menjadikan perbandingan apakah masyarakat akan memprioritaskan belanja dipasar modern atau pasar tradisional.

Bagi pemerintah penelitian ini memberikan informasi yang bermanfaat bagi pemerintah, khususnya dalam merumuskan kebijakan pengelolaan dan pengembangan pasar modern maupun pasar tradisional. Data yang dihasilkan dapat menjadi acuan untuk meningkatkan kualitas layanan, fasilitas, kebersihan, serta kenyamanan pasar agar mampu bersaing dan memenuhi harapan konsumen.

Bagi pembaca penelitian ini dapat menambah wawasan pembaca mengenai perbedaan sikap konsumtif dan tingkat kepuasan konsumen antara pasar modern dan pasar tradisional. Selain itu, pembaca dapat memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan berbelanja, sehingga dapat menjadi pertimbangan dalam memilih tempat berbelanja bahan pokok.