

## **I. PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Industri retail merupakan salah satu sektor yang berperan penting dalam perekonomian nasional. Industri tersebut merupakan kedua terbesar di Indonesia yang mampu menyerap tenaga kerja setelah industri pertanian (Amri, 2012). Menurut Pramono (2011) pada sektor retail serapan tenaga kerja meningkat peringkat kedua setelah sektor pertanian, dengan 10% dari total tenaga kerja nasional.

Pasar adalah bagian dari industri retail yang merupakan lembaga pemasaran yang mendukung kelancaran penyaluran arus barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan pokok masyarakat diantaranya adalah pasar tradisional dan pasar modern. Menurut peraturan presiden nomor 112 (2007) pasar merupakan area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu, pasar disebut juga sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya.

Pasar tradisional adalah pasar yang bersifat tradisional dimana para penjual dan pembeli dapat mengadakan tawar-menawar secara langsung (Amri, 2012). Barang-barang yang diperjual belikan adalah barang yang berupa barang kebutuhan pokok masyarakat, diantaranya adalah produk pertanian yang berupa sayur dan buah.

Seiring dengan berkembangnya zaman membuat kelembagaan pemasaran produk sayur dan buah menjadi tumbuh secara luas dan modern. Salah satunya adalah melalui pasar modern, sehingga hal tersebut berpengaruh pada kinerja

ekonomi pasar tradisional. Saat ini keberadaan pasar tradisional mulai tergantikan dengan adanya pasar modern yang dekat dengan masyarakat. Pasar modern memberikan banyak kemudahan bagi konsumennya seperti letaknya yang dekat dengan pemukiman, fasilitas yang nyaman dan bersih, adanya potongan harga untuk produk-produk tertentu, layanan pesan antar, dan jam buka toko yang lebih lama (Christine, 2016).

Saat ini pasar modern semakin berkembang, data Komisi Pengawas Persaingan Usaha menyebutkan bahwa ritel Alfamart tumbuh 13,26% dari sebanyak 2.376 outlet pada tahun 2008 dan menjadi sebanyak 3.098 outlet pada tahun 2009 (Pramono, 2011). Data survey AC Nielsen dalam Pramono pada tahun 2011 menyatakan bahwa pasar modern telah tumbuh sebesar 31,4%, sebaliknya bersamaan dengan itu, pasar tradisional tumbuh negatif sebesar 8%, sehingga terjadi perubahan preferensi konsumen pasca ekspansi pasar ritel modern. Hal tersebut terjadi karena masyarakat menginginkan aktivitas berbelanja dapat dilakukan kapan saja, setiap waktu, terutama di kota-kota besar. Selain itu juga masyarakat tidak hanya berbelanja untuk memenuhi kebutuhan hidupnya saja tetapi juga untuk bersosialisasi dan rekreasi.

Di Daerah Istimewa Yogyakarta terdapat sebuah pasar tradisional besar yang telah berdiri sejak lama yaitu Pasar Gamping. Pasar Gamping merupakan salah satu pasar tradisional terbesar yang terletak di Desa Ambarketawang, Kecamatan Gamping, Kabupaten Sleman. Pada Pasar Gamping terdapat 3 jenis pasar yaitu pasar induk, pasar sentral, dan pasar buah. Pasar yang terletak di Jalan Wates Kilometer 5 ini masih tetap beroperasi seperti pasar tradisional pada umumnya.

Sama seperti pasar tradisional lainnya, Pasar Gamping merupakan pasar tradisional yang menyediakan kebutuhan pokok masyarakat diantaranya adalah menjual sayur dan buah-buahan. Pasar Gamping selalu ramai setiap harinya, masing-masing masyarakat memiliki motif perilaku atau kebiasaan yang berbeda untuk berbelanja di pasar ini.

Berdasarkan uraian diatas dapat dijelaskan bahwa saat ini terjadi persaingan antara pasar tradisional dengan pasar modern. Pertumbuhan pasar modern yang pesat berdampak pada kinerja ekonomi pasar tradisional, sehingga pasar tradisional menghadapi tantangan berat dengan kian masifnya penetrasi dan ekspansi pasar modern. Selain itu juga dengan adanya pasar modern membuat pola pikir masyarakat berubah, kini masyarakat tidak hanya berbelanja untuk memenuhi kebutuhan hidupnya saja tetapi juga untuk bersosialisasi dan rekreasi. Waktu operasional pasar modern yang fleksibel dan lebih lama dibandingkan dengan pasar tradisional, serta kenyamanan dan keamanan dalam berbelanja menjadi faktor yang sangat diperhatikan sehingga dapat menarik masyarakat agar memilih berbelanja di pasar modern. Hal-hal seperti inilah yang tidak dapat ditemukan di pasar tradisional. Oleh karena itu penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana minat masyarakat di Kecamatan Gamping untuk membeli sayur dan buah di Pasar Gamping.

## **B. Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui sikap masyarakat untuk membeli sayur dan buah di Pasar Gamping Kabupaten Sleman.

2. Mengetahui norma subjektif masyarakat untuk membeli sayur dan buah di Pasar Gamping Kabupaten Sleman.
3. Mengetahui minat masyarakat untuk membeli sayur dan buah di Pasar Gamping Kabupaten Sleman.

**C. Kegunaan**

1. Bagi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, khususnya fakultas pertanian program studi agribisnis. Sebagai bahan pengembangan ilmu dan wawasan terkait dengan minat masyarakat.
2. Bagi peneliti selanjutnya, sebagai tambahan referensi untuk mengembangkan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan minat masyarakat, khususnya untuk membeli sayur dan buah di pasar tradisional.
3. Bagi pemerintah, sebagai strategi perlindungan dan pengembangan pasar tradisional agar dapat tetap eksis dan bersaing dengan pasar modern.