

ABSTRAK

Dikotomi pasar tradisional dan pasar modern muncul setelah adanya konsep jual beli dengan harga tetap, tidak ada tawar menawar dan pelayanan dilakukan secara swalayan yang disebut dengan pasar modern. Pasar modern dengan berbagai format seperti hypermarket, supermarket dan minimarket telah berkembang pesat akhir-akhir ini di kota-kota di Indonesia tidak terkecuali di Kota Yogyakarta. Berbagai keunggulan yang ditawarkan pasar modern ditambah derasnya arus globalisasi membuat gaya hidup dan pola belanja masyarakat mulai berubah dari pasar tradisional ke pasar modern. Banyaknya pasar tradisional dan pasar modern di Kecamatan Gondokusuman menguntungkan bagi karena konsumen dapat memilih tempat berbelanja kebutuhan sehari-hari sesuai dengan kesukaan mereka. Pasar tradisional yang tadinya eksis tanpa pesaing menjadi terancam akibat maraknya pertumbuhan pasar modern.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persaingan yang terjadi antara pasar tradisional versus pasar modern di daerah perkotaan khususnya di Kecamatan Gondokusuman Kota Yogyakarta. Persaingan yang diteliti meliputi aspek karakteristik pasar, jangkauan pelayanan, preferensi konsumen serta persepsi konsumen terhadap kedua jenis pasar. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *non probability sampling*. Teknik *Purposive sampling/judgemental* digunakan untuk populasi jenis pasar dan teknik *accidental sampling* untuk populasi konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari aspek karakteristik kondisi fisik, pasar tradisional kalah jauh dibanding pasar modern. Dari aspek komoditas terjadi persaingan yang lebih intens antara pasar tradisional dengan supermarket dibanding minimarket. Dari aspek karakteristik konsumen, terdapat perbedaan yang menonjol antara konsumen pasar tradisional dan pasar modern dalam hal pekerjaan, komoditas yang dibeli dan frekuensi belanja. Komoditas yang paling banyak dibeli konsumen di pasar tradisional adalah komoditas segar, sedangkan di supermarket komoditas yang paling banyak dibeli adalah produk kebersihan. Dari aspek jangkauan pelayanan, pasar modern memiliki area pelayanan yang lebih luas. Terjadi tumpang tindih antara jangkauan pelayanan pasar modern dan pasar tradisional. Dari aspek preferensi menunjukkan bahwa konsumen tidak setia belanja pada satu jenis pasar dalam berbelanja kebutuhan sehari-hari. Meskipun demikian preferensi konsumen terhadap pasar tradisional masih lebih tinggi dari pada pasar modern. Terdapat hubungan yang nyata secara statistik pada variabel rentang usia dan pendidikan dengan pemilihan jenis retail (tradisional dan modern). Persepsi konsumen menunjukkan keunggulan pasar modern dibanding pasar tradisional.

Kata Kunci : Pasar tradisional, Pasar Modern, Jangkauan pelayanan, Preferensi dan Persepsi konsumen