

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan globalisasi melahirkan fenomena menarik dalam kehidupan masyarakat pada dewasa ini, maraknya inovasi dilakukan masyarakat dunia membuat arus globalisasi sudah tidak bisa dibendung lagi. Globalisasi yang sering dimaknai sebagai proses menduniannya sistem teknologi, sosial, ekonomi dan budaya telah melahirkan keluarga *gadget* atau milenial. Keluarga milenial adalah keluarga yang dibentuk pada saat perubahan mode ekonomi terjalin dengan perubahan teknologi, masyarakat, dan sistem pendidikan (Sembiring dan Rohimah, 2021).

Manusia dalam kehidupan sehari-harinya membutuhkan adanya kebutuhan pangan yang harus di penuhi. Kebutuhan sehari-hari tersebut dapat dipenuhi dengan membeli bahan pangan tersebut di pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional dan pasar modern terdapat jenis tempat belanja yang berbeda, pasar tradisional selalu menjadi indikator nasional dalam memelihara stabilitas harga pangan untuk kebutuhan pokok (Sembiring, 2016).

Pembangunan pasar modern dirasakan oleh banyak pihak berdampak terhadap keberadaan pasar tradisional. Pasar modern dikelola secara profesional dengan fasilitas yang serba lengkap, di sisi lain pasar tradisional masih dihadapkan dengan permasalahan klasik seputar pengelolaan yang kurang profesional dan ketidaknyamanan berbelanja. Hampir semua produk yang dijual di pasar tradisional dapat ditemui di pasar modern. Aspek harga pasar modern terkadang diopinikan lebih murah dari pada harga di pasar tradisional (Dakhoir, 2018).

Tabel 1. Perkembangan Jumlah Pasar Tradisional dan Pasar Modern di Indonesia Periode 2019 – 2021

No	Tahun	Jumlah Pasar Tradisional (unit)	Jumlah Pasar Modern (unit)
1.	2019	13.550	10.731
2.	2020	13.448	13.578
3.	2021	9.950	19.979

Sumber: Departemen Perdagangan, 2022

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa jumlah perkembangan pasar modern yang semakin meningkat selama periode 2019-2021. Sedangkan jumlah pasar tradisional cenderung terus mengalami penurunan. Perkembangan pasar modern yang berkembang pesat membuat efek usaha pada pasar tradisional terkikis dalam hal keberlanjutan usaha yang dilakukan. Ini bisa dilihat sudah banyak kios di pasar tradisional yang harus tutup karena sulit bersaing dengan pasar modern. Hal ini akan terus terjadi seiring kehadiran pasar modern yang kian marak.

Konsumen adalah orang yang hanya menggunakan produk tersebut tanpa menjualnya kembali kepada pihak-pihak tertentu. Konsumen memiliki perbedaan dengan produsen atau distributor itu sendiri. Konsumen hanya membeli lalu menggunakan barang sesuai dengan apa yang dibutuhkan tidak berlebihan, barang yang dibelipun biasanya berupa barang yang memiliki kegunaan tertentu baginya. Konsumen memiliki kebebasan tersendiri dalam memilih produk apa yang akan dikonsumsinya sesuai dengan preferensinya, khususnya para keluarga milenial yang memiliki karakteristik berbeda dengan keluarga sebelumnya (Indriya dkk, 2021).

Keluarga milenial merupakan sebuah keluarga yang terdiri dari ibu dan ayah adalah orang yang lahir antara tahun 1981 hingga 1994. Era pembaruan teknologi keluarga milenial ditawarkan sebuah fasilitas yang membuat semua informasi menjadi lebih cepat tanpa mengenal batas waktu. Pola pikir dan karakter keluarga milenial dapat dikatakan lebih visioner dan inovatif melakukan terobosan-terobosan dalam penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi. (Khamim, 2019)

Keluarga milenial telah menciptakan berbagai perubahan pandangan yang berbeda di tengah masyarakat. Salah satu perubahan yang dirasakan ialah perubahan preferensi dalam berbelanja produk di berbagai tempat pembelanjaan di Indonesia. Tempat pembelanjaan atau secara garis besar ialah pasar, merupakan salah satu tempat dan sumber manusia dalam memenuhi kebutuhan hidup. Menurut Peraturan Presiden No. 112 Tahun 2007, “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”.

Jenis pasar yang sering ditemui oleh masyarakat milenial dapat dikategorikan menjadi 2 jenis berdasarkan bentuk transaksinya yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pilihan-pilihan setiap orang terhadap sebuah produk/jasa inilah yang disebut dengan preferensi. Preferensi adalah proses merangking seluruh hal yang dapat dikonsumsi dengan tujuan memperoleh preferensi atas suatu produk maupun jasa (Odekamaru, 2019).

Beragamnya pilihan tempat pembelanjaan menjadikan lebih banyak referensi tempat yang menjadi sasaran bagi konsumen milenial dalam memenuhi

kebutuhannya namun apa yang paling disukai dan seberapa besar pengaruh karakteristik tempat belanja sehingga dapat menarik konsumen milenial untuk berbelanja ke tempat belanja tersebut (Odekamaru, 2019).

Berdasarkan fenomena di atas, penulis menganggap penting dan perlu adanya kajian mendalam mengenai permasalahan tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Analisis Preferensi Konsumen “Keluarga Milenial” Dalam Keputusan Pembelian Produk Pangan di Kota Makassar (Studi Kasus di Pasar Tradisional dan Pasar Modern)”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik konsumen keluarga milenial yang membeli di pasar tradisional dan pasar modern di Kota Makassar?
2. Bagaimana perbedaan tingkat preferensi konsumen keluarga milenial dalam keputusan pembelian produk pangan di pasar tradisional dan pasar modern di Kota Makassar?
3. Faktor apa saja yang mempengaruhi preferensi konsumen keluarga milenial terhadap pembelian produk pangan di pasar tradisional dan pasar modern di Kota Makassar?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini yang akan dicapai adalah untuk:

1. Mendeskripsikan karakteristik konsumen keluarga milenial yang membeli di pasar tradisional dan pasar modern di Kota Makassar.
2. Menganalisis perbedaan tingkat preferensi konsumen antara keluarga milenial dalam keputusan pembelian produk pangan di pasar tradisional dan pasar modern di Kota Makassar.
3. Menganalisis faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen keluarga milenial dalam pembelian produk pangan di pasar tradisional dan pasar modern di Kota Makassar.

1.4. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian yang diharapkan oleh penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti, sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana pada Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Muslim Indonesia dan sarana untuk mengaplikasikan berbagai teori yang diperoleh semasa kuliah. Menambah pengalaman dan sarana latihan dalam memecahkan masalah-masalah yang ada di masyarakat sebelum terjun dalam dunia kerja dan penelitian ini dapat dijadikan bahan informasi atau referensi bagi penelitian selanjutnya.
2. Sebagai masukan bagi pihak yang berkepentingan dalam kajian pasar tradisional dan pasar modern.
3. Bagi pemerintah sebagai bahan informasi bagi pihak pemerintah maupun lembaga lainnya dalam hal mengambil kebijakan khususnya dalam pasar tradisional dan pasar modern.