

**DAMPAK PASAR MODERN TERHADAP PEREKONOMIAN
PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DI KOTA MASAMBA
KECAMATAN MASAMBA KABUPATEN LUWU UTARA
(Studi Kasus Pada Alifmart dan Pasar Sentral Masamba)**



IAIN PALOPO

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program
Studi Ekonomi syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Oleh;

**BUDI TAQWA
NIM.13.16.4.0176**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) PALOPO
TAHUN 2019**

**DAMPAK PASAR MODERN TERHADAP PEREKONOMIAN
PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DI KOTA MASAMBA
KECAMATAN MASAMBA KABUPATEN LUWU UTARA
(Studi Kasus Pada Alifmart dan Pasar Sentral Masamba)**



IAIN PALOPO

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program
Studi Ekonomi syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Oleh;

**BUDI TAQWA
NIM. 13.16.4.0176**

Pembimbing:

- 1. Ilham, S.Ag.,M.A**
- 2. Hendra Safri, S.E.,M.M**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) PALOPO
TAHUN 2019**

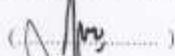
PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul "Dampak Pasar Pasar Modern terhadap Perekonomian Pedagang Pasar Tradisional di Masamba Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara (Studi Kasus pada Alifmart dan Pasar Sentral Masamba)" yang ditulis oleh **Budi Taqwa** Nomor Induk Mahasiswa 13.16.4.0176, Mahasiswa Program Studi **Ekonomi Syariah** pada Fakultas **Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo** yang dimunaqasyahkan pada **20 September 2019 M.** bertepatan dengan **20 Muharram 1441 H.** telah diperbaiki sesuai dengan catatan dan permintaan tim penguji, dan diterima sebagai syarat memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)**.

Palopo, 03 Oktober 2019 M

4 Shafar 1441 H

TIM PENGUJI

1. Dr. Hj. Ramlah M, M.M.	Ketua Sidang	()
2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, M.A.	Sekretaris Sidang	()
3. Burhan Rifuddin, Se., M.M.	Penguji I	()
4. Muzayyanah Jabani, ST., M.M.	Penguji II	()
5. Ilham, S.Ag., M.A.	Pembimbing I	()
6. Hendra Safri, SE., M.M.	Pembimbing II	()

Mengetahui

Dean Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Hj. Ramlah M, M.M.
NIP: 196102081994032001

Head of the Islamic Economics Study Program



Dr. Fasifa, M.EI.
NIP: 198102132006042003

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Budi Taqwa
NIM. : 13.16.4.0176
Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiat atau duplikasi dari tulisan/ karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini dibuat sebagaimana mestinya. Bilamana di kemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Palopo, 11 September 2019

Yang membuat pernyataan,



Budi Taqwa
NIM. 13.16.4.0176

الرَّحِيمِ الرَّحْمَنِ اللَّهُ بِسْمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ، وَعَلَى آلِهِ وَأَصْحَابِهِ وَمَنْ تَبِعَهُمْ
بِإِحْسَانٍ إِلَى يَوْمِ الدِّينِ، أَمَّا بَعْدُ.

Alhamdulillah segala puji bagi Allah swt yang memberikan petunjuk-nya kepada penulis dalam proses menuntut ilmu dan menyelesaikan tugas akhir penyusunan skripsi ini. salawat dan salam kepada rasulullah saw senantiasa menjadi suri tauladan bagi kita semua. Skripsi ini berjudul “dampak pasar modern terhadap perekonomian pedagang pasar tradisional di Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara”.

Penelitian ini merupakan tugas akhir untuk melengkapi keseluruhan kegiatan perkuliahan dan juga sebagai bentuk pertanggung jawaban penulis sebagai mahasiswa IAIN Palopo serta memenuhi salah satu persyaratan guna memperoleh gelar strata satu (S1) pada program studi ekonomi syariah di fakultas ekonomi dan bisnis Islam IAIN Palopo.

Dalam melakukan penelitian dan penyusunan skripsi ini. Penulis tak lupa menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang turut andil dalam memberikan bimbingan, arahan, bantuan dan kerjasamanya, terkhusus kedua orang tua saya Bapak Heri Karba dan Ibu Ferlina Jumain yang telah mengasuh dan mendidik penulis dengan kasih sayang sejak kecil hingga sekarang, begitu pula selama penulis mengenal pendidikan dari sekolah dasar hingga perguruan tinggi begitu banyak pengorbanan yang telah mereka berikan kepada penulis baik secara moril maupun material. Sungguh peneliti sadari tidak mampu untuk membalas semua itu, hanya doa yang dapat penulis persembahkan untuk mereka berdua semoga senantiasa berada dalam limpahan kasih sayang Allah swt. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Rektor Dr.Abdul Pirol, M.Ag., selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.
2. Ibu Dekan Dr. Hj. Ramlah Makkulase, MM., selaku Dekan fakultas ekonomi dan bisnis Islam IAIN Palopo.
3. Dr.Muhammad Ruslan Abdullah.,M.A, Tadjuddin., M.Si, dan Dr. Takdir, SH.,M.Hselaku wakil dekan I,II,III fakulltas Ekonomi dan bisnis Islam IAIN Palopo.
4. Dr. Fasiha., M.El.Ak selaku ketua program studi ekonomi syariah.
5. Bapak Ilham, S.Ag., M.M dan Hendra Safri, S.E., M.M selaku dosen pembimbing skripsi I dan dosen pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberi masukan kepada penulis mulai awal sampai terselesaikannya skripsi ini.
6. Bapak Burhan Rifuddin, S.E., M.M dan Muzayyana Jabani, ST., M.M selaku dosen penguji I dan dosen penguji II.
7. Seluruh dosen besertastaf IAIN Palopo yang dengan sabar mendidik dan membagi pengetahuan, pemahaman, motivasi dan pelayanan selama penulis melaksanakan studi.
8. Kepala perpustakaan dan jajarannya yang telah memberikan ruang dan pelayanan dalam membantu penulis untuk keperluan studi kepustakaan.
9. Bapak Josep Riwu Kaho selaku pimpinan pasar sentral Masamba yang telah memberikan informasi yang di butuhkan oleh peneliti hingga selesai menyusun skripsi.
10. Teman-teman FEBI 2013 dan semua pihak yang belum sempat penulis jelaskan satu persatu, penulis mengucapkan terimakasih atas bantuannya, dukunganya dan doa'nya.

Akhirnya tidak ada kata yang lebih penting selain harapan, semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis terkhususnya dan bagi pembaca pada umumnya, Amin.

Palopo, 11 September 2019

Penulis,

Budi Taqwa

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
ABSTRAK	ix

BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Defenisi Operasional	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan	7
B. Kajian Pustaka.....	9
C. Kerangka Pikir	26
BAB III METODE PENELITIAN	28
A. Jenis Penelitian.....	28
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	29
C. Sumber data.....	29
D. Populasi dan Sampel	30
E. Pengukuran Variabel Penelitian	31
F. Metode pengumpulan data	32
BAB IV HASIL PENELITIAN	35
A. Deskripsi Objek Penelitian.....	35
1. Letak Geografis dan Kondisi Kabupaten Luwu Utara.....	35
2. Jumlah Penduduk	36
B. Hasil Penelitian	37
1. Sejarah Pasar Tradisional Masamba	37
2. Tarif Retribusi Pasar Tradisional Masamba.....	38
3. Fasilitas Pasar Tradisional Masamba	40
4. Tempat Berjualan Penjual Pasar Tradisional Masamba.....	42
5. Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Perekonomian Pedagang Pasar Tradisional di Masamba.....	44
6. Strategi Pasar Tradisional Masamba Menghadapi Keberadaan Pasar Modern	47
C. Pembahasan	53
1. Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Perekonomian Pedagang Pasar Tradisioinal di Masamba.....	53

2. Strategi Pasar Tradisional Masamba Menghadapi Keberadaan Pasar Modern.....	56
BAB V PENUTUP	59
A. Kesimpulan	59
B. Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	61

ABSTRAK

Nama : Budi Taqwa

NIM : 13.16.4.0176

Konsentrasi : Ekonomi Syariah

Judul : Dampak Pasar Modern terhadap Perekonomian Pedagang Pasar Tradisional di Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara (studi kasus pada alifmart dan pasar sentrak masamba)

Kata Kunci : Pasar Modern, Pasar Tradisional, Perekonomian Pedagang

Skripsi ini berjudul dampak pasar modern terhadap perekonomian pedagang pasar tradisional di Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara (studi

kasus pada alifmart dan pasar sentrak masamba), yang bertujuan untuk mengetahui dampak keberadaan pasar modern terhadap perekonomian pedagang pasar tradisional di Masamba Kec. Luwu Utara dan untuk mengetahui strategi pasar tradisional menghadapi keberadaan pasar modern.

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan penelitian kualitatif. Jenis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi dan wawancara. Adapun analisis data dilakukan dengan cara reduksi data, display data dan Verifikasi data/kesimpulan.

Dari hasil penelitian bahwa (1) dampak keberadaan pasar modern terhadap perekonomian pedagang pasar tradisional di Masamba Kec. Masamba Kab. Luwu Utara dengan adanya pasar modern dapat menurunkan pendapatan pedagang pasar tradisional khususnya penjual barang campuran, tas dan pakaian, karena fasilitas yang diberikan pasar modern dapat membuat konsumen lebih nyaman, serta kualitas barang yang terjamin. Konsumen juga terkadang mendapatkan diskon, dan kartu anggota dari minimarket untuk memudahkan pelayanan dan kenyamanan berbelanja. Selain itu penjual sembako beranggapan bahwa keberadaan pasar modern tidak menurunkan pendapatan pedagang pasar tradisional, karena terdapat barang-barang tertentu yang tidak dijual di pasar modern, serta memiliki keunggulan dari segi harganya. Hal inilah yang menjadi posisi pasar tradisional bisa bertahan karena hal ini tidak bisa dijumpai di pasar modern. (2) Strategi yang dilakukan pedagang pasar tradisional dalam menghadapi persaingan dengan pasar modern antara lain, memberikan harga lebih murah, menyediakan barang beragam dan lengkap, kualitas barang terjamin, menata letak barang dengan lebih baik, melayani dengan cepat, bersikap ramah terhadap pembeli, menjaga kebersihan, dan menerima pembayaran dalam bentuk cicilan.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sebagai pusat kegiatan ekonomi, pasar merupakan tempat bertemunya antara penjual dan pembeli, sedangkan sebagai pusat kebudayaan merupakan sarana tempat terjadinya interaksi antara warga masyarakat sebagai tempat

pembauran dan pusat informasi.¹ Pasar merupakan kumpulan seluruh pembeli dan potensial atas tawaran pasar tertentu.² Pasar selama ini sudah menyatu dan memiliki tempat paling penting dalam kehidupan masyarakat sehari-hari, bagi masyarakat pasar bukan hanya tempat bertemunya antara penjual dan pembeli tetapi juga sebagai wadah untuk berinteraksi sosial.

Pasar selama ini sudah menyatu dan memiliki tempat paling penting dalam kehidupan masyarakat sehari-hari, bagi masyarakat pasar bukan hanya tempat bertemunya antara penjual dan pembeli tetapi juga sebagai wadah untuk berinteraksi sosial. Para ahli ekonomi mendiskripsikan sebuah pasar sebagai kumpulan penjual dan pembeli yang melakukan transaksi atas suatu produk tertentu atau kelompok produk tertentu.³ Berkaitan dengan aturan jual beli, dalam QS. An-Nisa / 4 : 29, Allah SWT berfirman:

وَلَا مِنْكُمْ تَرَاضٍ عَنْ تِجْرَةٍ تَكُونُ أَنْ إِلَّا بِالْبَاطِلِ بَيْنَكُمْ أَمْوَالِكُمْ تَأْكُلُوا أَمْوَالِ الَّذِينَ يَتَأْتِيهَا
رَحِيمًا بِكُمْ كَانَ اللَّهُ إِنْ أَنْفُسَكُمْ تَقْتُلُوا

Terjemahnya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu.”⁴

Secara umum, masyarakat mengenal dua jenis pasar yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Keduanya mempunyai ciri yang berbeda jika dilihat dari bangunan, tempat berjualan, dan sistem jual beli yang dilakukan.

¹ Christine S.T Kansil, *Kitab Undang-Undang Hukum Perusahaan*, (Jakarta: Pradnya Pramita, 2000), 284.

² Philip Kotler, Alih Bahasa: Benyamin Molan, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kesebelas Jilid 1, (Jakarta: Intan Sejati Klaten, 2005), h. 157.

³ Muhammad Aziz Hakim, *Menguasai Pasar Mengeruk Untung*, (Jakarta: Krisna Persada, 2005), h. 34

⁴Departemen Agama RI, *Al`Quran dan Terjemahnya*, h.122.

Pasar tradisional umumnya terdiri dari los atau tenda, tidak permanen, dan lingkungannya tidak nyaman karena becek, kotor, bau, dan tidak aman. Sedangkan pasar modern biasanya memiliki bangunan megah dan permanen, fasilitas memadai, nyaman, aman, banyaknya diskon yang ditawarkan dan harga yang tercantum pasti.

Pasar tradisional selalu menjadi indikator nasional dalam memelihara stabilitas harga pangan untuk sembilan kebutuhan pokok. Kelangkaan dan lonjakan harga beras di pasar misalnya, menyebabkan pemerintah kalang-kabut dan dapat menjadi salah satu ukuran kinerja para menteri bidang ekonomi. Pasar tradisional di seluruh Indonesia masih merupakan wadah utama penjualan produk-produk berskala ekonomi rakyat terutama bagi : petani, nelayan, pengrajin dan *home industry*. Pasar Tradisional sebagai salah satu pasar ritel adalah simbol perekonomian rakyat. Nilai utilitas atau nilai guna pasar tradisional sangat urgen bagi masyarakat bawah, karena terdapat puluhan ribu rakyat kecil (pedagang) yang menggantungkan hidup atau sumber penghidupan mereka di pasar tradisional.

Pesatnya pembangunan pasar modern dirasakan oleh banyak pihak berdampak terhadap keberadaan pasar tradisional. Di satu sisi, pasar modern dikelola secara profesional dengan fasilitas yang serba lengkap. Di sisi lain, pasar tradisional masih berkuat dengan permasalahan klasik seputar pengelolaan yang kurang profesional dan ketidaknyamanan berbelanja. Pasar modern dan tradisional bersaing dalam pasar yang sama, yaitu pasar ritel. Hampir semua produk yang dijual di pasar tradisional seluruhnya dapat ditemui di pasar

modern, khususnya hipermarket. Semenjak kehadiran hipermarket, pasar tradisional disinyalir merasakan penurunan pendapatan dan keuntungan yang drastis.

Apabila usaha pasar modern dan tradisional dapat tumbuh dan berkembang secara seimbang, maka visi Semarang sebagai kota perdagangan dan jasa yang merupakan basis aktivitas ekonomi masyarakat guna mewujudkan kesejahteraan masyarakat dapat terealisasi. Keberadaan pasar modern di Indonesia akan berkembang dari tahun ke tahun. Perkembangan yang pesat ini bisa jadi akan terus menekan keberadaan pasar tradisional pada titik terendah dalam 20 tahun mendatang. Pasar modern yang notabene dimiliki oleh peritel asing dan konglomerat lokal akan menggantikan peran pasar tradisional yang mayoritas dimiliki oleh masyarakat kecil dan sebelumnya menguasai bisnis ritel di Indonesia.

Untuk mengantisipasi hal tersebut perlu adanya langkah nyata dari pedagang pasar agar dapat mempertahankan pelanggan dan keberadaan usahanya. Para pedagang di pasar tradisional harus mengembangkan strategi dan membangun rencana yang mampu memenuhi kebutuhan dan tuntutan konsumen sebagaimana yang dilakukan pasar modern.

Pertumbuhan pasar modern bak deret ukur, pasar modern, yang dulu terpusat di kota besar, kini memang mulai merambah kota kecil dan kabupaten. Seperti di kabupaten Luwu Utara telah berdiri 13 minimarket dimana setiap kecamatan terdapat 1-2 mini market yang berupa indomart atau alfamidi.⁵

⁵ Data lengkap pertumbuhan pasar moderen di Kabupaten Luwu Utara

Maraknya pembangunan sejumlah hypermarket dan minimarket di sejumlah kota besar membuat pedagang pasar tradisional khawatir. Minimarket yang menjamur di perumahan, rasanya hampir bisa ditemui di setiap Rukun Warga. Pasar yang tadinya dikuasai toko kelentongan dan makanan ringan, kini diambil alih oleh minimarket.

Kehadiran pasar modern memang membuat belanja menjadi suatu wisata keluarga yang memberi pengalaman tersendiri. Pasar modern kini juga dikemas dalam tata ruang yang apik, terang, lapang, sejuk dan tidak lagi disuguhkan dengan suasana yang kotor, panas, sumpek, dan becek. Dengan kelebihan yang ditawarkan, tentu saja dengan mudah pasar modern akan menarik perhatian masyarakat.

Meskipun informasi gaya hidup modern dengan mudah diperoleh dan perkembangan pasar modern semakin hebat, tetapi tampaknya masyarakat masih memiliki dan mempunyai budaya untuk tetap berkunjung dan berbelanja ke pasar tradisional. Di satu sisi terdapat perbedaan yang mendasar antara pasar tradisional dan pasar modern, perbedaan itu adalah di pasar tradisional masih terdapat proses tawar-menawar harga, sedangkan di pasar modern harga sudah pasti ditandai dengan label harga.

Walaupun kebiasaan masyarakat dan budaya yang melekat untuk selalu mengunjungi ke pasar tradisional tidak memberi kebahagiaan untuk pedagang di pasar tradisional, karena masih banyak konsumen yang lari ke pasar modern sehingga pasar tradisional kalah dengan fasilitas tersebut. Dengan begitu secara otomatis para konsumen lebih tertarik dengan penawaran yang diberikan oleh

pasar modern. Adanya gejala pergeseran pola berbelanja masyarakat tentunya menguntungkan bagi pasar modern sedangkan bagi pasar tradisional ini merupakan sebuah ancaman. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku masyarakat dalam memilih pasar.

Berdasarkan hal tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Pasar Modern terhadap Perekonomian Pedagang Pasar Tradisional di Masamba Kec. Masamba Kab. Luwu Utara.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang masalah diatas, maka dapat disimpulkan dengan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apa dampak keberadaan pasar modern terhadap perekonomian pedagang pasar tradisional di Masamba Kec. Luwu Utara?
2. Bagaimana strategi pasar tradisional menghadapi keberadaan pasar modern ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dampak keberadaan pasar modern terhadap perekonomian pedagang pasar tradisional di Masamba Kec. Luwu Utara
2. Untuk mengetahui strategi pasar tradisional menghadapi keberadaan pasar modern.

3. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kegunaan baik secara teoritis maupun praktis.

1. Secara Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperkaya hasanah ilmu pengetahuan, khususnya di bidang perdagangan, ekonomi dan isu-isu didalam problematika masyarakat.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi atau sumbangan pemikiran kepada akademisi maupun jurusan Pengembangan Masyarakat Islam tentang pasar.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi Pedagang dan umumnya bagi masyarakat Masamba dalam mengembangkan dan meningkatkan kualitas kehidupan internal pasar maupun eksternal masyarakat sekitar serta dapat memberikan masukan untuk arah kebijakan pemerintah tentang pembangunan pasar tradisional

D. Defenisi Operasional

1. Pasar Modern merupakan pasar yang dibangun oleh pemerintah, swasta atau koperasi dalam bentuk berupa mall, supermarket, *department store* dan *shopping center* dimana pengelolaannya dilaksanakan secara modern dan mengutamakan pelayanan kenyamanan berbelanja dengan manajemen berada di satu tangan

2. Pasar Tradisional merupakan pasar yang bentuk bangunannya relatif sederhana, dengan suasana yang relatif kurang menyenangkan (ruang usaha sempit, sarana parkir kurang memadai, kurang menjaga kebersihan pasar dan penerangan yang kurang baik).

3. Perekonomian pedagang pasar tradisional adalah perekonomian

masyarakat yang berakar pada potensi dan kekuatan masyarakat/pedagang tradisional untuk menjalankan roda perekonomian mereka sendiri.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

1. Damasus Ottis Widiandra dan Hadi Sasana dengan judul penelitian Analisis Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Keuntungan Usaha Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus di Pasar Tradisional Kecamatan Banyumanik Kota Semarang) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa apabila usaha pasar modern dan tradisional dapat tumbuh dan berkembang secara seimbang, maka visi Semarang sebagai kota perdagangan dan jasa yang merupakan basis aktivitas ekonomi masyarakat guna mewujudkan kesejahteraan masyarakat dapat terealisasi. Secara keseluruhan visi kota Semarang mengandung pengertian bahwa dalam jangka waktu lima tahun kedepan dapat terwujud kota yang memiliki sarana prasarana berskala metropolitan sehingga dapat melayani

seluruh aktivitas masyarakat termasuk daerah hinterland-nya, dengan aktivitas ekonomi utama yang bertumpu pada sektor perdagangan dan jasa, tetap memperhatikan keberadaan potensi ekonomi lokal, dalam bingkai dan tatanan masyarakat yang senantiasa dijiwai oleh nilai-nilai religius guna mewujudkan kesejahteraan seluruh masyarakat. Selama ini penanganan masalah perkembangan pasar modern dan pasar tradisional telah ditangani oleh dinas instansi terkait baik dilingkungan pemerintah maupun non pemerintah. Namun demikian belum diketahui dengan pasti bagaimana dampak keberadaan pasar modern yang ada di pinggiran kota terhadap pasartradisional.

2. Putri Windarni denga judul skripsi “Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Kondisi Pasar Tradisional Bandar Jayadi Kecamatan Terbanggi Besar Lampung Tengah” hasil penelitian menunjukkan bahwa Pesatnya pembangunan pasar modern dirasakan oleh banyak pihak berdampak terhadap keberadaan pasar tradisional. Disatu sisi, pasar modern dikelola secara profesional dengan fasilitas yang serba lengkap; disisi lain, pasar tradisional masih berkuat dengan permasalahan klasik seputar pengelolaan yang kurang profesional dan ketidaknyamanan berbelanja. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan mengenai dampak keberadaan pasar modern terhadap kondisi pasar tradisional Bandar Jaya. Penelitian ini menggunakan metode penitian kuantitatif dengan tipe eksplanatif. Penelitian dilakukan di pasar tradisional Bandar Jaya di Kecamatan Terbanggi Besar Lampung Tengah. Populasi pada pasar tradisional Bandar Jaya berjumlah 2.159 penjual, penarikan sampel menggunakan rumus Slovin dengan Batas toleransi kesalahan 5% diperoleh sampel 338 responden. Peneliti

menggunakan Rank Spearman untuk menguji hubungan antar variabel X (Keberadaan pasar moder) dan Variabel Y (Kondisi pasar tradisional). Hasil uji hubungan menunjukkan bahwa dampak keberadaan pasar modern terhadap kondisi pasar tradisional sebesar 0,406 yang berkategori sedang dengan taraf sig. (2 tailed) sebesar 0,000.

B. Tinjauan Pustaka

1. Teori Pasar

Pasar secara sederhana merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual-beli barang dan jasa. Adapun pasar menurut kajian Ilmu Ekonomi memiliki pengertian; pasar adalah suatu tempat atau proses interaksi antara permintaan (pembeli) dan penawaran (penjual) dari suatu barang/jasa tertentu, sehingga akhirnya dapat menetapkan harga keseimbangan (harga pasar) dan jumlah yang diperdagangkan. Jadi setiap proses yang mempertemukan antara pembeli dan penjual, maka akan membentuk harga yang disepakati antara pembeli dan penjual.

Pasar dapat dibedakan menurut statusnya yaitu pasar resmi dan pasar tidak resmi sedangkan dari lingkup pelayanannya dapat pula dibedakan menurut pasar lokal, pasar regional dan pasar global. Berdasarkan jenis barang dan jasa yang ditawarkan maka pasar dapat pula dibedakan menjadi pasar umum dan pasar khusus yang dibedakan pula menurut waktu pelayanan seperti pasar malam dan jenis barang yang ditawarkan seperti pasar ternak. Menurut skala kegiatan dibedakan menjadi pasar eceran, pasar grosir dan pasar induk dan menurut skala

pelayanan lokal terbagi pula kepada pasar lingkungan, pasar wilayah dan pasar kota.

Definisi lain menyebutkan bahwa pasar dapat dibedakan antara pasar langsung dan pasar tidak langsung. Pasar langsung diartikan sebagai pertemuan antara penjual dan pembeli di satu tempat yang bernegosiasi sehingga mencapai kesepakatan dalam bentuk jual beli atau tukar menukar. Dari definisi ini, ada empat poin penting yang menonjol dan menandakan terbentuknya pasar: pertama, ada penjual dan pembeli; kedua, mereka bertemu di sebuah tempat tertentu; ketiga, terjadi kesepakatan diantara penjual dan pembeli sehingga terjadi jual beli atau tukar menukar; dan keempat, antara penjual dan pembeli kedudukannya sederajat. Dalam sejarah ekonomi, pasar seperti ini disebut sebagai pasar tradisional. Tetapi, ada juga pasar di mana pembeli dan penjual bertemu tapi tidak terjadi transaksi yang didasarkan pada proses tawar menawar seperti di supermarket atau hypermarket. Dalam kasus lainnya, ada pasar di mana pembeli dan penjual tidak harus bertemu di satu tempat, juga tidak harus terjadi tawar menawar. Contohnya adalah pasar *e-commerce* (jual beli melalui internet). Pasar seperti inilah yang disebut sebagai pasar tidak langsung. Selain melalui internet, pasar tidak langsung juga dapat dilihat pada perdagangan di bursa saham, pasar uang maupun pasar valuta asing.

Menurut Mariana dan Paskarina, pasar memiliki berbagai definisi yang berkembang. Dari definisi yang ada, pasar dapat didefinisikan sebagai suatu kelompok penjual dan pembeli yang mempertukarkan barang yang dapat disubstitusikan. Konsep dan pemaknaan pasar sesungguhnya sangat luas,

mencakup dimensi ekonomi dan sosial-budaya. Dalam perspektif ekonomi pasar secara fisik diartikan sebagai tempat berlangsungnya transaksi barang dan jasa dalam tempat tertentu. Sedangkan secara ekonomi, pasar merupakan tempat bertemunya permintaan dan penawaran, yaitu ada yang menawarkan barang dan ada yang menginginkannya dengan harga yang disepakati kedua belah pihak. Dalam perspektif sosial-budaya, pasar merupakan tempat berlangsungnya interaksi sosial lintas strata. Dikotomi tradisional dan moderen yang dikenakan terhadap jenis pasar bersumber dari pergeseran pemaknaan terhadap pasar, yang semula menjadi ruang bagi berlangsungnya interaksi sosial, budaya, dan ekonomi kemudian tereduksi menjadi ruang bagi berlangsungnya transaksi ekonomi dan pencitraan terhadap modernisasi yang berlangsung dalam masyarakat.

Sukesih menyatakan bahwa citra pasar dalam arti fisik telah mengalami banyak pembenahan dan peningkatan menjadi hal yang menarik seiring dengan kemajuan pembangunan ekonomi. Menariknya sarana tempat berdagang tersebut baik yang dikelola oleh pemerintah maupun swasta, ditentukan oleh pengelola pasar/tempat perdagangan dan tidak kalah pentingnya yang dilakukan/peranan pedagang itu sendiri.⁶ Menurut Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No.23/MPP/Kep/1/1998 tentang Lembaga-Lembaga Usaha Perdagangan, pasar didefinisikan sebagai tempat bertemunya pihak penjual dan pihak pembeli untuk melakukan transaksi dimana proses jual beli terbentuk, yang menurut kelas mutu pelayanan, dapat digolongkan menjadi pasar tradisional dan pasar modern.

⁶Sukesih, H, *Pasar Swalayan dan Prospeknya*, (Bandung: Jurnal Ekonomi dan Pembangunan, 1994), h. 68-63.

Bagi sektor perdagangan, pasar merupakan tempat pedagang berusaha, sebagai sarana distribusi barang bagi produsen dan petani, tempat memonitor perkembangan harga dan stok barang beserta lapangan kerja bagi masyarakat luas.

Pasar Tradisional merupakan pasar yang bentuk bangunannya relatif sederhana, dengan suasana yang relatif kurang menyenangkan (ruang usaha sempit, sarana parkir kurang memadai, kurang menjaga kebersihan pasar dan penerangan yang kurang baik). Barang yang diperdagangkan adalah kebutuhan sehari-hari, harga barang relatif murah dengan mutu yang kurang diperhatikan dan cara pembeliannya dilakukan dengan tawar menawar. Keadaan pasar tradisional kurang berkembang dan cenderung tetap tanpa banyak mengalami perubahan dari waktu ke waktu. Kesan kotor, kumuh, becek masih melekat pada pasar tradisional, harga tidak pasti, adu tawar, barang tidak lengkap menyebabkan pasar tradisional kehilangan pembelinya. Namun pasar tradisional tetap memiliki keunggulan, yaitu dari segi interaksi dan komunikasi sosial di mana terjadi keakraban antara penjual dengan pembeli. Penjual mengenal konsumen dengan baik.

Dalam lingkup pasar tradisional sebagai pasar pemerintah, terdapat 3 pelaku utama yang terlibat dalam aktivitas sehari-hari, yaitu : Penjual , Pembeli, dan Pegawai/Pejabat Dinas Pasar. Selain 3 pelaku utama tsb terdapat pelaku yang lain ,yaitu buruh panggul, petugas, parkir, petugas kebersihan, preman dan copet. Adapun ciri pasar tradisional yaitu : a) Dalam pasar tradisional tidak berlaku fungsi-fungsi manajemen : *Planning* , *Organizing*, *Actuating*, *Controlling*. b) Tidak ada konsep *marketing*, yaitu : Bahwa pembeli adalah raja, terdapat pelayanan penjualan; Penentuan harga berdasarkan perhitungan harga pokok

ditambah keuntungan tertentu, Produk berkualitas, Tempat penjualan yang nyaman bagi pembeli,dll.

Sedangkan Penjual Pasar Tradisional biasanya mempunyai ciri : a) Tempat jualannya kumuh, sempit, tidak nyaman, gelap, kotor; b) Penampilan penjualnya tidak menarik; b) Cara menempatkan barang dagangan tanpa konsep *marketing*. Adapun pembeli Pasar Tradisional mempunyai ciri : a) Rela berdesakdesakan ditempat yang kumuh dan tidak nyaman; a) Tidak peduli dengan lalulalang pembeli lainnya; b) Pembeli pasar tradisional biasanya menguasai dan mengenal pasar tersebut utamanya masalah harga, karena bila tidak tahu, harga komoditas bisa dua atau tiga kali lipat.

Pasar Modern merupakan pasar yang dibangun oleh pemerintah, swasta atau koperasi dalam bentuk berupa mall, supermarket, *department store* dan *shopping center* dimana pengelolaannya dilaksanakan secara modern dan mengutamakan pelayanan kenyamanan berbelanja dengan manajemen berada di satu tangan, bermodal relatif kuat dan dilengkapi dengan label harga yang pasti. Adapun ciri-ciri Pasar Modern yaitu : a) Kelengkapan pasar modern menjadikan sangat efisien karena para pelanggan (konsumen) melakukan pekerjaan-pekerjaan yang biasanya dilakukan oleh pramuniaga secara pribadi melayani konsumen berbelanja. b) Mempunyai penataan ruang yang membuat nyaman bagi pembeli. c) Pelanggan sendiri yang melakukan pembelian, berjalan sepanjang lorong-lorong yang tersedia, memilih barang sesuai keinginan dan mengisi kereta belanja atau keranjang belanja yang dibawa serta. d) Pasar swalayan lebih mencerminkan

industrialisasi jasa. Pasar modern bermula dari toko serba ada (toserba) yang kemudian berkembang menjadi supermarket dengan aset dan omzet lebih besar.

Supermarket kemudian berkembang menjadi *hypermarket* yaitu sebuah toko serba ada dengan skala lebih besar dan ada unsur modal asing didalamnya. *Supermarket* atau *hypermarket* memiliki keunggulan dibandingkan dengan pasar tradisional karena harga barang murah, kemasan rapi, jenis barang lengkap, situasi bersih dan nyaman menjadikan *hypermarket* sebagai *one stop shopping*. Konsumen pergi ke *hypermarket* untuk membeli semua kebutuhan dengan gengsi tersendiri. Banyak barang yang tidak dikenal dan bukan menjadi kebutuhan, akhirnya menimbulkan selera konsumen. Supermarket dan *hypermarket* tidak saja memenuhi kebutuhan konsumen, tetapi juga menciptakan kebutuhan.

2. Mekanisme (tata cara) Pasar Modern Mendominasi di Kalangan Masyarakat

Basu Swasta, memberikan definisi perilaku konsumen sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang dan jasa termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.

Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini.

Bagi para konsumen, persoalan utama yang mereka hadapi adalah mengatur penggunaan barang-barang kebutuhan mereka agar dapat memberikan kepuasan yang paling besar dengan biaya yang kecil. Artinya konsumen memiliki prioritas

terhadap barang dan jasa yang dibutuhkannya. Dengan demikian akan cenderung membelanjakan uang dengan secara berlebihan untuk mendapatkan sesuatu dan menggunakan biaya yang kecil untuk mendapatkan barang yang lain.

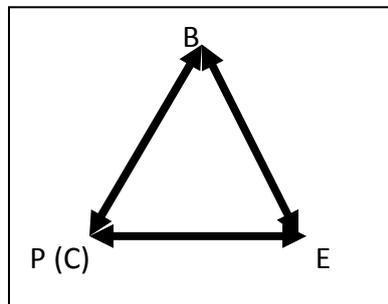
Harga yang tinggi tentu akan menyebabkan para konsumen akan berhati-hati untuk menggunakan uangnya. Maksudnya konsumen akan cenderung menggunakan uangnya untuk mendapatkan barang yang lebih murah.

Albert Bandura dalam teorinya yaitu Teori belajar sosial atau bisa disebut dengan teori obsevasional learning (belajar pengamatan), teori belajar ini masih relative baru dibandingkan dengan teori-teori belajar yang lainnya. Belajar dengan cara mengamati ini disebut juga “pengkondisian yang diwakilkan” (*vicarious condition*).⁷ Dengan demikian, belajar melalui pengamatan terjadi meskipun pengamatan tidak melakukan tingkah laku itu atau tidak diperkuat secara langsung. Berbeda dengan penganut Behaviorismelainya. Bandura memandang perilaku manusia (individu) tidak semata-mata atas dasar refleksi otomatis melainkan juga akibat reaksi yang timbul akibat interaksi antara lingkungan dengan skema kognitif individu itu sendiri. Prinsip dasar dari teori ini adalah bahwa yang dipelajari individu terutama dalam sosial dan moral terjadi melalui peniruan (*imitation*) dan penyajian contoh perilaku (*modeling*) yaitu pembelajaran yang terjadi ketika seseorang mengobservasi dan meniru tingkah laku orang lain, serta suatu bentuk asosiasi suatu rangsangan dengan rangsangan lainnya. Teori ini juga masih memandang pentingnya conditioning (pengalaman langsung).Melalui

⁷ Yustinus Semiun Ofm, *Kesehatan Mental 1 (Pandangan Umum Mengenai Penyesuaian Diri Dan Kesehatan Mental Serta Teori-Teori Yang Terkait)*, (Kanisius:Yogyakarta, 2006), h. 185.

pemberian reward (ganjaran) dan punishment (hukum), seorang individu akan berfikir dan memutuskan perilaku sosial mana yang perlu dilakukan.

Teori belajar sosial Bandura menunjukkan pentingnya proses mengamati dan meniru perilaku, sikap dan reaksi emosi orang lain. Teori ini menjelaskan perilaku manusia dalam konteks interaksi timbal balik yang berkesinambungan antara kognitif, perilaku, dan pengaruh lingkungan.



Seperti gambar berikut ini :

Model Bandura tentang pengaruh timbal balik tingkah laku, pengaruh manusia dan kognitif dan lingkungan. P (C) adalah faktor manusia dan kognitif. B adalah tingkah laku, dan E adalah lingkungan. Panah menggambarkan bahwa hubungan antara faktor-faktor tersebut bersifat timbal balik.

Faktor-faktor yang berproses dalam belajar observasi adalah :

- 1) Perhatian (atensi), mencakup peristiwa peniruan (adanya kejelasan, keterlibatan perasaan, tingkat kerumitan, kelaziman, nilai fungsi), karakteristik pengamat (kemampuan indera, minat, persepsi, penguatan sebelumnya).
- 2) Penyimpanan atau proses mengingat, mencakup kode pengkodean simbolik, pengorganisasian pikiran, pengulangan simbolik, pengulangan motorik.

- 3) Reproduksi motorik, mencakup kemampuan fisik, kemampuan meniru, keakuratan umpanbalik.
- 4) Motivasi, ini merupakan dorongan dari luar dan penghargaan terhadap dirisendiri.

Selain itu juga harus diperhatikan bahwa faktor model atau teladan mempunyai prinsip-prinsip sebagai berikut :

- a. Tingkat tertinggi belajar dari pengamatan diperoleh dengan cara mengorganisasikan sejak awal dan mengulangi perilaku secara simbolik kemudian melakukannya. Proses mengingat akan lebih baik dengan cara mengkodekan perilaku yang ditiru kedalam kata-kata, tanda atau gambar daripada hanya observasi sederhana (hanya melihat saja).
- b. Individu lebih menyukai perilaku yang ditiru jika sesuai dengan nilai yang dimilikinya.
- c. Individu akan menyukai perilaku yang ditiru jika model atau panutan tersebut disukai dan dihargai serta perilakunya mempunyai nilai yang bermanfaat.

Karena melibatkan atensi, ingatan, dan motivasi, teori ini dilihat dalam Teori Behavior-Kognitif. Teori belajar sosial membantu memahami terjadinya perilaku agresi dan penyimpangan psikologi dan bagaimana modifikasi perilaku.

alam hal ini perhatian masyarakat dalam memilih jenis pasar sebagai tempat membeli kebutuhan, yang kemudian tergeneralisasi oleh masyarakat lain. Adanya kebiasaan masyarakat yang selektif dengan kualitas barang dan harga, membuat sebagian dari mereka memilih pasar yang tertentu, kemudian

masyarakat lain melihat, mempelajari dan mengadopsi perilaku tersebut kedalam dirinya.

3. Pengaruh Adanya Pasar Modern bagi Masyarakat

Pengaruh merupakan segala sesuatu yang timbul oleh benda sehingga mengakibatkan mengubah sesuatu yang di pengaruhi tersebut. Kapitalisme dan Neo-Liberalisme tidak lebih dari imperialisme gaya baru dimana Negara maju dan kuat teknologi, militer maupun modal kapital mendominasi Negara yang lemah. Pemerintah suatu Negara tidak lagi mendapatkan tempat untuk menentukan arah kebijakan dalam negerinya, mereka tunduk dibawah kekuatan ekonomi politik (liberal) internasional. Kapitalisme mewujud dalam penampakan yang semakin rumit dan kompleks, siapa yang memiliki modal kuat maka dia yang menang. Kuasa modal/kapital berpengaruh bukan hanya dalam ruang lingkup makro (sosial, politik dan budaya), tetapi juga pada setiap detail hidup manusia (masyarakat/ekonomi). Seperti halnya manusia yang mulanya menciptakan uang sebagai alat tukar, justru terbalik dikendalikan oleh apa yang ia ciptakan yaitu uang.

Sejalan dengan perkembangan teknologi, produksi, dan pertukaran komoditi dilakukan secara besar-besaran. Satu produk diproduksi secara massal demi memenuhi kebutuhan orang banyak, dan juga untuk menjaring keuntungan yang sebesar-besarnya. Karl Marx, mengatakan bahwa pola ekonomi mempengaruhi interaksi sosial, sehingga dalam kapitalisme interaksi antara manusia berada dibawah pengaruh ekonomi. Perkembangan teknologi dan informasi yang melibas ruang dan waktu, rasa untuk saling mengungguli antar ras

manusia, relasi sosial, politik, budaya, serta banyak hal yang lain, membuat situasi kini jauh berbeda dengan kondisi berabad silam

Seperti halnya, pasar kapitalis (ambruk plaza) akibat persaingan pasar yang semakin menjadi “modal banyak pasti menang” serta keunggulan yang ditawarkan pasar kapitalis berkualitas membuat pengaruh yang signifikan bagi kehidupan sosial dan perekonomian masyarakat tradisional. Dimana omset pendapatan menurun dikarenakan kurang kualitasnya pasar serta dari gaya hidup modern membuat sebagian masyarakat menganut model tersebut, masyarakat diubah menjadi masyarakat yang modern. Seperti yang dikatakan Karl Marx, bahwa system ekonomi mempengaruhi interaksi sosial (unggul secara materi), dimana pasar dengan hiruk-pikuknya tanpa disadari membawa kepada banalitas. Dimana manusia (masyarakat) kehilangan bentuk kesadarannya.

4. Pasar Tradisional

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar. Bangunan pasar biasanya terdiri atas kios-kios atau gerai, akses lebih luas bagi para produsen dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Kebanyakan pasar tradisional menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan makanan, ikan buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, barang-barang elektronik, dan jasa, serta menjual kue-kue.

Pedangan diartikan sebagai orang yang melakukan perdagangan, memperjual belikan barang yang tidak diproduksi sendiri, untuk memperoleh suatu keuntungan dan kenyamanan sehingga yang disebut dengan pedagang pasar

tradisional adalah para pedagang atau penjual yang ada disekitar pasar, ada pedagang kaki lima, pedagang buah-buahan dan lain-lain.

Lebih jelasnya pasar tradisional yang penulis maksud adalah semua pedagang yang ada didaerah kedungkandang atau orang dan masyarakat yang mempunyai toko dan warung untuk diperdagnagkan pada konsumen.

Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2012 Tentang Perlindungan Dan Pemberdayaan Pasar Tradisional Serta Penataan Dan Pengendalian Pusat Pembelanjaan Dan Toko Modern pasal 1 ayat (10) “Pasar Tradisional Adalah pasar yang dibangun dan dikelola baik secara mandiri oleh pemerintah, pemerintah daerah, pihak swasta maupun badan usaha milik daerah/perusahaan daerah atau dalam bentuk kerjasama antara pemerintah daerah dengan pihak swasta, berupa tempat usaha dalam bentuk toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki/disewa oleh pedagang kecil atau menengah, kelompok masyarakat atau koperasi, dengan proses transaksi usaha dilakukan melalui prosestawar-menawar”.

Pasar merupakan system, institusi, prosedur, hubungan social dan infrastruktur dimana usaha menjual barang, jasa dan tenaga kerja untuk orang-orang dengan imbalan uang. Barang dan jasa yang dijual menggunakan alat pembayaran yang sah seperti uang flat. Kegiatan ini merupakan bagian dari perekonomian ini adalah pengaturan yang memungkinkan pembeli dan penjual untuk item pertukaran.

Pasar yang menyediakan barang atau jasa untuk keperluan usaha atau untuk membuat barang/jasa lain dan/atau untuk diperdagangkan kembali disebut pasar industry atau industrial market, sedangkn pasar yang mengedarkan produk

konsumen yang terdiri dari barang atau jasa yang lazimnya digunakan untuk kehidupan hidup perorangan , keluarga, atau rumahtangganya atau tidak untuk komersil disebut pasar konsumen.

Menurut Kolter pasar konsumen diartikan diartikan sebagai paasr yang terdiri dari pribadi-pribadi atau rumah tangga yang member atau mendapatkan barang atau jasa untuk keperluan konsumen sendiri termasuk pasar tradisional yang merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar menawar, bangunan biaanya terdiri dari kios-kios atau gerai-gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Pasar yang menyediakan barang atau jasa untuk keperluan usaha atau untuk membuat barang/jasa lain dan/atau untuk diperdagangkan kembali disebut pasar industry atau industrial market, sedangkn pasar yang mengedarkan produk konsumen yang terdiri dari barang atau jasa yang lazimnya digunakan untuk kehidupan hidup perorangan , keluarga, atau rumahtangganya atau tidak untuk komersil disebut pasar konsumen.

Dalam ilmu ekonomi mainstream, konsep pasar adalah setiap struktur yang memungkinkan pembeli dan penjual untuk menukar jenis barang,jasadaninformasi.Pertukaranbarangataujasauntukuang adalah transaksi pasar peserta terdiri dari semua pembeli dan penjual yang baik yang memengaruhi harganya. Dengan demikian penjual melihat pasar sebagai tempat atau lingkungan

yang harus mereka manfaatkan untuk menyerap habis seluruh persediaan produknya, baik yang mereka buat maupun yang mereka perdagangkan.⁸

Pasar terbagi atas 2 jenis, yaitu pasar tradisional dan pasar modern, konsep dari kedua pasar ini hampir sama yang membedakan hanyalah kelebihan dan keuntungan dari kedua jenis pasar ini. Hal-hal yang membedakan pasar tradisional dan pasar modern adalah:

- a. Harga Barang. Barang-barang yang dijual di pasar tradisional dan pasar modern memiliki perbedaan harga yang cukup signifikan. Harga suatu barang di pasar tradisional bahkan bisa sepertiga dari harga barang yang sama yang dijual di supermarket, terutama untuk produk-produk segar seperti sayur-mayur serta bumbu- bumbu dapur seperti bawang merah, bawang putih, jahe, lengkuas, merica, cabai merah, cabai rawit, dan lain sebagainya.
- b. Tawar menawar. Berbelanja di pasar tradisional memungkinkan pembeli untuk menawar harga barang-barang hingga mencapai kesepakatan dengan pedagang. Jika cukup pintar menawar, anda bisa mendapatkan barang dengan harga yang jauh lebih murah. Sedangkan di pasar modern, pembeli tidak mungkin melakukan tawar menawar karena semua barang telah dipatok dengan harga pas.
- c. Diskon. Untuk urusan diskon, sejumlah supermarket memang sering memberikan berbagai penawaran yang menggiurkan. Akan tetapi, perlu diperhatikan apakah hal tersebut merupakan rayuan terselubung agar pembeli bersikap lebih konsumtif. Tidak jarang, orang menjadi lapar mata ketika

⁸ Ibid

berbelanja di supermarket dan tergoda membeli barang-barang yang tidak merekabutuhkan.

- d. Kenyamanan berbelanja. Untuk urusan kenyamanan, berbelanja di pasar modern memang jauh lebih nyaman ketimbang berbelanja di pasar tradisional. Berbagai supermarket memiliki area yang lebih luas, bersih, rapi, dan dilengkapi dengan pendingin ruangan. Sedangkan pasar tradisional menempati area yang lebih sempit, sumpek, sesak, dan tak jarang mengeluarkan bau kurangsedap.
- e. Kesegaran produk. Untuk produk-produk segar seperti daging, ikan, sayur-mayur, telur, dan lain sebagainya, pasar tradisional biasanya menyajikan produk yang jauh lebih segar ketimbang supermarket, karena belum ditambahkan zatpengawet.

Pasar tradisional merupakan salah satu sektor penting yang mendukung perekonomian rakyat. Di dalamnya, kepentingan rakyat kecil hingga kalangan menengah ke atas diwadahi. Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual dan pembeli secara langsung.

Pasar tradisonal adalah tempat berjualan yang tradisional (turun temurun), tempat bertemunya penjual dan pembeli dimana barang- barang yang diperjual belikan tergantung kepada permintaan pembeli (konsumen), harga yang ditetapkan merupakan harga yang disepakati melalui suatu proses tawar menawar, pedagang selaku produsen menawarkan harga sedikit diatas harga standar. Pada umumnya pasar tradisional merupakan tempat penjualan bahan-bahan kebutuhan

pokok (sembako). Biasanya pasar tradisional beraktifitas dalam batas-batas waktu tertentu, seperti pasar pagi, pasar sore, pasar pekan dan lain sebagainya. Pasar tradisional biasanya dikelola oleh pemerintah maupun swasta, fasilitas yang tersedia biasanya merupakan bangsal- bangsal, loods-loods, gudang, toko-toko, stand-stand/kios-kios, toilet umum pada sekitar pasar tradisional. Pada pasar tradisional proses jual beli terjadi secara manusiawi dan komunikasi dengan nilai-nilai kekeluargaan yang tinggi.

5. Pengaturan Mengenai Kedudukan Hukum Pedagang Pasar Tradisional

Sektor perdagangan adalah sektor yang sangat terbuka dalam arti tidak ada halangan bagi seseorang untuk keluar masuk sektor ini. Perkembangan kegiatan perdagangan melibatkan peran serta masyarakat sebagai konsumen, badan-badan usaha sebagai produsen barang dan jasa maupun pedagang yang berfungsi sebagai penjual kepada konsumen. Khusus untuk usaha kecil dan menengah maka sektor ini membentang diantara transaksi komoditi tradisional sampai transaksi perdagangan komoditas modern. Untuk memperlancar transaksi kedua pelaku yang terlibat tersebut diperlukan sarana tempat penjualan barang yang mencerminkan keinginan dan aspirasi pihak-pihak yang terlibat.

Pasar tradisional yang merupakan bentuk tempat pembelajaran sejak dulukala merupakan bentuk tempat pembelajaran sejak dulu kala merupakan bentuk tempat pelayanan ekonomi dan social. Pasar yang menampung sejumlah besar pedagang barang-barang keperluan sehari-hari ini diwarnai oleh suasana dan corak kegiatan yang relative monoton.

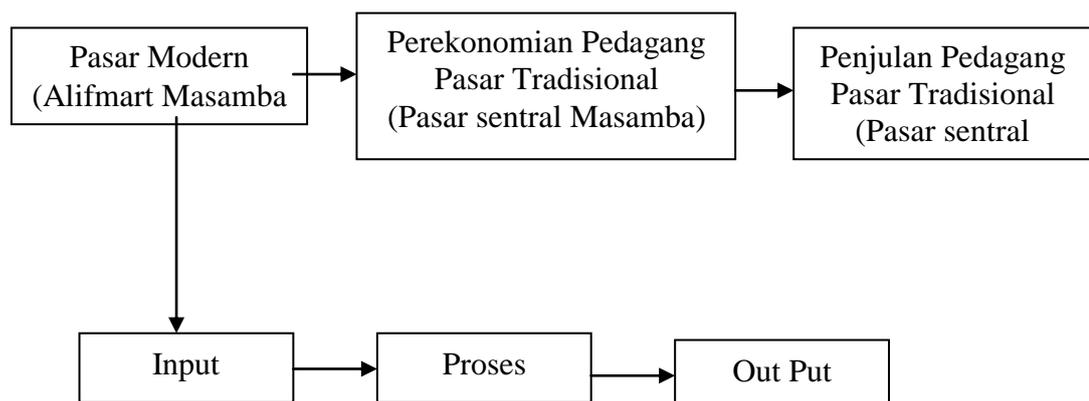
Pemberdayaan pasar tradisional, dalam penentuan pasar ada beberapa kriteria pasar yang harus diukur untuk mempermudah penetapan pasar sasaran, yaitu:

- a. Pasar potensial adalah sekumpulan konsumen yang menyatakan tingkat minat yang memadai terhadap penawaran pasar.
- b. Pasar tersedia adalah sekumpulan konsumen yang mempunyai minat, pendapatan, akses dan kualifikasi untuk penawaran pasar tertentu.
- c. Pasar sasaran adalah bagian dari pasar tersedia yang akan dimasuki perusahaan berdasar oleh kesiapan dan kebijakan perusahaan.

C. Kerangka Pikir

Dewasa ini tidak dapat dipungkiri bahwa penurunan pertumbuhan jumlah maupun omset penjualan pasar tradisional dari tahun ke tahun telah menunjukkan gejala pergeseran pola belanja konsumen. Hal ini mengindikasikan bahwa preferensi masyarakat dalam berbelanja lebih cenderung ke pasar modern dibandingkan ke pasar tradisional. Dengan kata lain pasar tradisional sudah mulai ditinggalkan oleh masyarakat yang lebih memilih berbelanja di pasar moderen. Padahal seperti diketahui pasar tradisional merupakan sarana pengembangan ekonomi rakyat yang menjadi salah satu saluran distribusi yang cukup efektif untuk menyalurkan dan mendistribusikan barang dari produsen ke konsumen.

Adanya gejala pergeseran pola berbelanja masyarakat tentunya menguntungkan bagi pasar moderen sedangkan bagi pasar tradisional ini merupakan sebuah ancaman. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku masyarakat dalam memilih pasar. Faktor-faktor seperti umur, pendidikan, pengeluaran belanja ke pasar, dan pendapatan keluarga perbulan akan membentuk preferensi masyarakat (dalam hal ini preferensi masyarakat adalah preferensi keluarga), dalam penelitian ini preferensi masyarakat diukur dengan frekuensi kunjungan belanjanya selanjutnya membentuk persepsi konsumen terhadap pasar tradisional maupun pasar modern. Faktor pendapatan yang berangkat dari teori engel yang menyatakan bahwa semakin rendah tingkat pendapatan keluarga maka semakin besar presentase pengeluaran untuk konsumsi makanan artinya proporsi alokasi pengeluaran untuk pangan akan semakin kecil dengan bertambahnya pendapatan keluarga, karena sebagian besar dari pendapatan tersebut dialokasikan pada kebutuhan non-pangan.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengangkat fakta, keadaan, variabel, dan fenomena-fenomena yang terjadi.

Jika melihat judul penelitian ini, maka metode penelitian ini bisa diperkhusus menjadi penelitian deskriptif kualitatif, yakni prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.⁹ Penelitian ini adalah studi lapangan (*field study*), dengan mengangkat objek kajian yakni strategi pasar tradisional dalam menghadapi

Robert B. Dugan dan Steven J. Taylor. *Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif*, (Cet. I; Surabaya: Usaha Nasional, 1993), h. 30.

persaingan pasar dengan pasar modern dengan objek penelitian pedagang dan konsumen.

Untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih terarah maka penelitian ini disusun dengan tiga tahapan, yaitu (1) tahap persiapan yang menyangkut tentang penyusunan proposal dan pembuatan instrumen, (2) tahap pengumpulan data yang berkaitan dengan penyebaran angket dan wawancara serta pengurusan surat izin meneliti, (3) tahap pengolahan data yang menyangkut tentang pengklasifikasian data dan penyusunan hasil penelitian, yang selanjutnya dideskripsikan sebagai hasil laporan penelitian.

2. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Pemilihan penggunaan pendekatan penelitian kualitatif dalam penelitian ini didasarkan pada fenomena kasus yang akan diteliti yaitu strategi pasar tradisional dalam menghadapi pasar tradisional Teknik pendekatan yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan manajemen, yakni pendekatan dari segi manajemen yang dilakukan penjual pasar tradisional dalam menghadapi persaingan pasar dengan pasar modern.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di Kecamatan Masamba Kab. Luwu Utara.

C. Subjek Penelitian

Subyek informan dalam penelitian ini adalah orang-orang yang mengetahui, berkaitan dan menjadi pelaku dalam pelaksanaan kegiatan pembelajaran yang diharapkan dapat memberikan informasi atau lebih ringkasnya ialah sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data tersebut diperoleh. Untuk menjangkau sebanyak mungkin informasi, maka peneliti mengambil data dari berbagai sumber dengan tujuan untuk mendapatkan informasi yang cukup dan berkaitan dengan Kajian penelitian ini. Dalam penelitian kualitatif, tidak ada sampel acak melainkan sampel bertujuan (*purposive sampling*). Dalam penelitian ini dibagi enam subyek informan, yaitu pedagang barang campuran berjumlah 3 orang, pedagang bahan makanan berjumlah 5 orang, penjual ikan berjumlah 2 orang, penjual sayur 3 orang, pedagang pakaian 2 orang, pedagang pecah belah sebanyak 2 orang dan konsumen sebanyak 5 orang.

D. Sumber Data

Data adalah segala fakta dan angka yang dapat dijadikan bahan untuk menyusun informasi, sedangkan informasi adalah pengolahan data untuk suatu keperluan. Sedangkan sumber data adalah subjek dari mana data diperoleh. Adapun jenis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara dengan pihak-pihak yang dianggap memahami masalah yang diteliti, semua data yang diperoleh langsung ke lokasi penelitian berupa observasi, wawancara dan

dokumentasi. Data dan informasi yang diperoleh di lapangan menyangkut strategi pasar tradisional dalam menghadapi keberadaan pasar modern.

2. Data Skunder

Data skunder adalah data yang mendukung data primer. Data skunder diperoleh dari buku-buku, internet dan sumber lainnya yang dianggap relevan dengan permasalahan yang diteliti. Sumber ini merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data, melainkan penelusuran kajian studi kepustakaan (*library research*).

E. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini akan dipaparkan sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi yaitu proses pengumpulan data dengan cara pengamatan langsung dari lapangan mengenai objek peneliti. Lexy J. Moleong menambahkan jenis observasi sebagai berikut :

- a. Pengamatan secara terbuka diketahui oleh subjek, sedangkan sebaliknya para subjek memberikan kesempatan kepada pengamat untuk mengamati peristiwa yang terjadi dan mereka menyadari ada orang yang mengamati hal yang dilakukan oleh mereka.
- b. Pada penelitian tertutup, pengamatnya beroperasi dan mengadakan pengamatan tanpa diketahui para subjek.

Teknik observasi yang digunakan peneliti adalah observasi terbuka dan observasi tertutup. Dengan teknis ini peneliti dapat lebih mudah dalam mencatat dan merekam fenomena yang ada di lapangan secara langsung.

2. *Interview* (wawancara)

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara si penanya atau pewawancara dengan si penjawab atau responden dengan menggunakan alat yang dinamakan *interview guide* (panduan wawancara). Peneliti melakukan wawancara dengan pihak-pihak terkait dengan maksud untuk melengkapi data yang diperoleh melalui observasi. Wawancara pada penelitian ini dilakukan pada pedagang pasar tradisional Masamba.

F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Berkaitan dengan hal analisis data kualitatif, analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang telah diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesis, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Menurut Miles and Huberman dalam Sugiyono, mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif yaitu dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh.

Aktivitas dalam analisis data adalah *data reduction, data display, dan conclusion*. Berdasarkan aktivitas tersebut bahwa pertama kali setelah melakukan teknik pengumpulan data dan data telah diperoleh maka langkah selanjutnya adalah mereduksi data tersebut kemudian menyajikan data-data sesuai dengan yang didapatkan kemudian menyimpulkan atau menarik kesimpulan.

Setelah data-data dan keterangan yang diperlukan dianggap telah cukup, selanjutnya diolah dengan menggunakan metode kualitatif, yang akan dianalisis dengan cara sebagai berikut:

- a. Metode induktif, yakni menganalisa data yang sifatnya khusus untuk mendapatkan kesimpulan/ pengertian umum.
- b. Metode deduktif, yakni mengkaji dan menganalisa data yang bersifat umum untuk mendapatkan kesimpulan berupa pengertian khusus.
- c. Metode komparatif, yakni mengkaji dan menganalisa data dengan membandingkan antara induktif dan deduktif.

Untuk mengolah data hasil penelitian, penulis melakukan langkah-langkah sebagai berikut :

- a. Reduksi Data

Setiap peneliti akan dipandu oleh tujuan yang akan dicapai. Tujuan utama dari penelitian kualitatif adalah pada temuan. Untuk itu perlu dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan

memberikan gambaran yang jelas, dan mempermudah peneliti untuk pengumpulan data selanjutnya.

b. Display Data

Penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Dalam hal ini yang paling sering digunakan dalam menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.

c. Verifikasi data/kesimpulan

Kesimpulan awal yang dikemukakan adalah masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Objek penelitian

1. Letak Geografis dan Kondisi Kabupaten Luwu Utara

Kabupaten Luwu Utara adalah merupakan salah satu Kabupaten di bagian selatan Sulawesi Selatan yang berjarak kurang lebih 420 Km dari ibu kota Provinsi Sulawesi Selatan terletak diantara $01^{\circ} 53' 019''$ - $02^{\circ} 55' 36''$ Lintang Selatan (LS) dan $119^{\circ} 47' 46''$ - $120^{\circ} 37' 44''$ Bujur Timur (BT) dengan batas-batas administrasi:

- Sebelah Utara : berbatasan dengan Sulawesi Tengah
- Sebelah Selatan : berbatasan dengan Kab. Luwu & Teluk Bone
- Sebelah Barat : berbatasan dengan Prov. Sulawesi Barat
- Sebelah Timur : berbatasan dengan Luwu Timur

Luas wilayah Kabupaten Luwu Utara sekitar 7.843,57 Km² terbagi dalam 12 kecamatan yang meliputi 173 desa/kelurahan yang terdiri dari 4 kelurahan dan 169 desa. Dan terdapat 8 sungai besar yang mengalir wilayah Kabupaten Luwu Utara. Dan sungai terpanjang adalah Sungai Rongkong dengan panjang 108 Km. Serta curah hujan beragam rata-rata selama tahun 2010 Diantara 12 Kecamatan, Kecamatan seko merupakan Kecamatan yang terluas dengan luas 2.109,19 Km² atau 28,11 % dari totalwilayah Kabupaten Luwu Utara, sekaligus merupakan kecamatan yang terletak paling jauh dari Ibukota Kabupaten Luwu Utara, yakni berjarak 198 Km. Urutan kedua adalah Kecamatan Rampi dengan luas 1.565,65 Km² atau 20,87% dan yang

paling sempit wilayahnya adalah Kecamatan Malangke Barat dengan luas wilayah 93,75Km² atau 1,25 % dan pada tahun 2012 di bentuk satu kecamatan baru yang pemekarannya dari kecamatan Bone-Bone berdasarkan Peraturan Daerah Kab. Luwu Utara Nomor : 01 tahun 2012 tanggal 05 April 2012 dan Peraturan Bupati Luwu Utara Nomor : 19 Tahun 2012 Tanggal 04 Juni 2012 tentang pembentukan Kecamatan Tana Lili dengan jumlah 10 Desa.

2. Jumlah Penduduk

Kabupaten Luwu Utara merupakan salah satu daerah dengan komposisi penduduk yang multi etnis, agama dan budaya yang terdiri dari penduduk asli (Luwu), pendatang (Bugis, Makassar dan Toraja). Dan para pendatang atas program pemerintah melalui transmigrasi (Jawa, Bali, dan Lombok). Secara umum menyebar pada semua Kecamatan sedang para pendatang menyebar pada dataran rendah yang subur dan daerah pesisir. Sementara pendatang dari etnis Jawa, Bali dan Lombok terkonsentrasi pada 3 Kecamatan masing-masing Kecamatan Bone-Bone, Sukamaju dan Mappedeceng dengan mata pencaharian mayoritas bergerak pada sektor pertanian.

Kemajemukan penduduk ini membawa konsekuensi dengan terjadinya pembauran (Assimilasi) budaya dan social antar etnis, termasuk perkawinan, pengalaman usaha perdagangan dan pertanian. Jumlah Penduduk Kabupaten Luwu Utara pada tahun 2011 data hasil Sensus penduduk 2011 tercatat 290.365 yang terdiri dari laki-laki sebanyak 146.312 jiwa dan perempuan sebanyak 144.053 jiwa. Dengan laju pertumbuhan penduduk per tahun 0,98%. Pertumbuhan penduduk setiap tahun terus meningkat harus menjadi perhatian

pemerintah dalam perencanaan pembangunannya. Jumlah penduduk tersebut terbagi habis kedalam 68.904 rumah tangga, dimana rata-rata jumlah anggota rumah tangga sebanyak 4 jiwa. Kecamatan Bone-bone merupakan kecamatan dengan jumlah penduduk terbesar yaitu sebesar 46.364 jiwa. Sedangkan yang terkecil adalah Kecamatan Rampi, sebesar 2.912 jiwa. Kepadatan penduduk rata-rata di Luwu Utara sebesar 39 jiwa /Km²

B. Hasil Penelitian

1. Sejarah Pasar Tradisional Masamba

Pada awalnya mata pencaharian masyarakat Masamba adalah sebagai petani. Masyarakat bertani dengan memanfaatkan lahan yang diberikan oleh pemerintah. Seiring berjalannya waktu, mata pencaharian utama masyarakat sekitar pasar Masamba berubah menjadi berdagang. Hal ini disebabkan oleh faktor pertumbuhan penduduk yang mengharuskan masyarakat membuat rumah-rumah baru dengan memanfaatkan lahan persawahan atau ladang dari pemerintah tersebut untuk anggota keluarganya, sehingga tanah yang semula digunakan sebagai lahan pertanian beralih fungsi menjadi pemukiman warga.

Selain itu faktor lain yang menjadi penyebab beralihnya mata pencaharian masyarakat Masamba dari petani menjadi berdagang yaitu adanya perkembangan ekonomi.

Dalam rangka pencapaian kesejahteraan masyarakat, maka pada tahun 1981 dibangunlah fasilitas-fasilitas umum seperti pasar tradisional. Seperti yang disebutkan dalam Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 53 Tahun 2008, 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.

Pasar tradisional merupakan 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 dimana fungsinya adalah melayani masyarakat disekitarnya dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dalam pembangunan dan pengelolaan sebuah pasar, sangat dibutuhkan sebuah manajemen tata kelola pasar yang baik dan terintegritas. Hal ini dilakukan demi mendapatkan pasar yang lebih profesional baik demi kenyamanan para pedagang maupun masyarakat sebagai konsumen atau pelanggan.

Pada tahun 2001, pasar tradisional Masamba tersebut direnovasi kembali dengan tujuan untuk melakukan modernisasi pasar karena bangunan-bangunan yang ada dinilai sudah rusak dan tidak layak huni. Renovasi pasar dilakukan mulai dari penataan lapak-lapak yang ada disekitar pasar tersebut. Setelah renovasi pasar selesai dilakukan, pasar tradisional Masamba pengelolaannya diserahkan kepada pemerintah setempat.

Pasar sentral Masamba merupakan salah satu pasar tradisional terbesar di Luwu Utara yang terletak di Desa Baliase Kecamatan Masamba. Tempatnya yang strategis dapat diakses dari jalan pros trans Sulawesi.

2. Tarif Retribusi Pasar Tradisional Masamba

Menurut Undang-Undang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, retribusi adalah pungutan daerah sebagai pembayaran jasa atau pemberian izin

tertentu yang khusus disediakan dan atau diberikan oleh pemerintah daerah untuk kepentingan orang pribadi atau badan. Menurut Josep Riwu Kaho, retribusi daerah adalah pungutan daerah sebagai pembayaran, pemakaian atau karena jasa pekerjaan, usaha/milik daerah untuk kepentingan umum atau karena jasa yang diberikan oleh daerah baik langsung maupun tidak langsung.¹⁰

Retribusi berasal dari kata “*retributio*” (latin) yang berarti pungutan. Secara umum retribusi adalah pungutan yang dilakukan oleh pemerintah atas pemakain prasarana atau pemanfaatan jasa yang disediakan seperti, pemakaian jalan dan sebagainya.

Menurut Peraturan Daerah Luwu Utara Nomor 12 Tahun 2001 tentang Retribusi Pasar Bab I pasal 1, pasar adalah tempat yang diberi batas tertentu dan terdiri atas halaman atau pelataran, bangunan berbentuk toko, kios, los dan bentuk lainnya yang dikelola oleh Pemerintah Daerah dan khusus disediakan untuk berdagang. Retribusi pasar atau yang biasa disebut retribusi adalah pembayaran atas jasa penyelenggaraan dan atau penyediaan fasilitas pasar tradisional atau sederhana yang berupa los, kios, toko, halaman atau pelataran dan bangunan lainnya yang dikelola oleh Pemerintah Daerah dan khusus disediakan untuk pedagang atau pribadi yang memanfaatkan fasilitas pasar, tidak termasuk yang dikelola oleh Perusahaan Daerah (PD) maupun swasta.

Berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Luwu Utara Nomor 12 Tahun 2001 tentang Retribusi Pasar Bab V pasal 7, prinsip dan sasaran dalam penetapan struktur besarnya tarif retribusi dimaksudkan untuk menutupi biaya

¹⁰ Josep Riwu Kaho Pimpinan Pasar Sentral Masama “*wawancara*” 6 Januari 2019

penyelenggaraan penyediaan pelayanan fasilitas pasar dengan mempertimbangkan kemampuan masyarakat dan aspek keadilan. Biaya meliputi biaya penyusutan, biaya bunga pinjaman, biaya operasional dan pemeliharaan.

Bab VI pasal 8 pada Peraturan Daerah Kabupaten Luwu Utara, struktur tarif digolongkan berdasarkan jenis fasilitas yang terdiri atas halaman atau pelataran, los, kios, toko dan bangunan lainnya, luas lokasi dan jangka waktu pemakaiannya.

Berikut ini besarnya tarif pasar tradisional sentral Masamba:

a. Setiap pedagang yang menggunakan hamparan dipungut retribusi sebesar:

Luas s/d 1 m² Rp. 1000/hari

Luas s/d 2 m² Rp. 1000/hari

b. Setiap pedagang yang menggunakan los dipungut retribusi sebesar:

Los semi permanen (termasuk tenda) Ukuran s/d 4 m² Rp. 2000/hari

Los permanen Ukuran s/d 4 m² Rp. 2000/hari

Ukuran 5 s/d 6,5 m² Rp. 3000/hari

3. Fasilitas Pasar Sentral Masamba

Pasar tradisional Luwu Utara merupakan salah satu pasar sentral yang berada di Luwu Utara. Menurut informasi dari Staf Pengelola pasar tradisional Sentral Masamba Syarief menyebutkan bahwa pasar adalah pusat perbelanjaan terbesar yang ada di Luwu Utara dengan luas 22.000 meter persegi dengan jumlah pedagang sekaligus pemilik toko lebih dari 1.159 orang. Pasar tradisional Bandar Jaya ini merupakan salah satu asset terbesar yang dimiliki oleh Luwu Utara yang dibangun dan dimiliki atas nama Pemerintah Daerah. Namun

demikian, meskipun pasar ini adalah milik Pemerintah Daerah kebijakan yang mengatur dan mengelola Pasar sentral Masamba secara umum masih menggunakan Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 tentang pengelolaan pasar tradisional. Itu artinya Pemerintah Daerah belum memiliki kebijakan sendiri yang berupa Peraturan Daerah guna secara khusus mengatur dan mengelola pasar tradisional Masamba.¹¹

Keberadaan pasar tradisional Masamba adalah kebutuhan vital yang tak dapat dipisahkan dari masyarakat Luwu Utara. Keberadaannya yang strategis, berada tepat berhadapan dengan Jalan Lintas Sulawesi menjadikan pasar Masamba sebagai pusat perbelanjaan terbesar di Luwu Utara yang mudah untuk di akses dari berbagai daerah sekitar Luwu Utara. Fasilitas yang dimiliki pasar tradisional Masamba saat ini pun dapat dikatakan dalam keadaan yang kurang baik. pasar tradisional Masamba memiliki berbagai fasilitas diantaranya jalan raya sebagai akses masuk, Tempat Pembuangan Sampah (TPS), saluran air, tempat parkir dan toilet umum. Jalan raya sebagai akses masuk pintu sebelah kanan pasar tradisional Masamba saat ini dalam keadaan rusak parah. Kerusakan yang terjadi sampai saat ini perbaikannya masih belum tuntas. Sehingga keadaan jalanan menjadi pemandangan yang sudah biasa terjadi bagi para pengguna jalan setiap harinya.

Tempat parkir yang dimiliki pasar tradisional Masamba sebanyak 4 sisi yaitu sisi depan, sisi kanan, sisi kiri dan sisi belakang. Tempat parkir yang tersedia disesuaikan dengan banyaknya jumlah pintu masuk ke pasar tradisional Masamba.

¹¹ Wawancara syarif kepala pasar

Hal ini dibuat agar setiap pengunjung yang akan ke pasar tradisional Masamba bisa memiliki tempat parkir bagi kendaraannya sesuai arah kedatangan. Bagi pengunjung yang datang dari arah utara, barat dan selatan dapat memarkirkan kendaraannya di tempat parkir pintu utama yaitu sisi depan, bagi pengunjung yang datang dari arah timur dapat memilih tempat parkir di sisi kanan, kiri ataupun belakang pasar tradisional Masamba.

4. Tempat Berjualan Penjual Pasar Tradisional Masamba

Pemerintah Daerah Luwu Utara telah melakukan upaya perbaikan pasar tradisional Masamba dengan membangun Pasar Masamba Namun, upaya ini ternyata berujung pada permasalahan baru karena banyak pedagang lama yang tersingkir akibat tidak mampu membeli kios baru. Harga jual atau sewa kios yang mahal membuat sebagian besar pedagang kecil pasar tradisional lama harus memutar otak untuk tetap dapat berjualan di sekitar pasar tradisional Masamba. Pada dasarnya, pembangunan pasar ini dibangun guna penataan pasar yang lebih baik melalui pengorganisasian para pedagang kecil di pasar tradisional Masamba. Namun faktanya, sewa kios yang cukup mahal tidak membuat semua pedagang kecil mampu untuk membeli atau menyewa kios yang berada didalam pasar tradisional Masamba. Ketidak mampuan pedagang kecil dalam menyewa kios tentu tidak membuat mereka berhenti untuk berdagang di pasar tradisional Masamba. Sebagian besar dari mereka yang tidak mampu menyewa kios, kini menempati trotoar sekitar pasar tradisional masamba.

Saat ini ada penjual yang memilih berdagang di trotoar pasar tradisional Masamba, tidak sedikit pula penjual yang menggelar dagangannya di bagian

dalam pasar tradisional Masamba. Tempat yang digunakan untuk berjualan adalah tempat bagi pembeli ataupun pengunjung berjalan kaki. Pemandangan ini sudah biasa terjadi setiap harinya. Maka tidak heran bagi para pengunjung melihat keadaan ini. Keadaan inilah yang sebenarnya membuat pasar tradisional Masamba terlihat semraut. Suatu keadaan yang membuat banyak para pengunjung yang ingin berbelanja menjadi tidak nyaman.

Keadaan ini dipertegas oleh bapak Randi bahwa kondisi yang lebih parah dari ini dapat terjadi ketika Bulan Ramadhan tiba. Di saat itu, kondisi dari bagian tengah pasar tradisional Masamba menjadi lebih semraut, karena banyaknya pengunjung yang ingin berbelanja ditambah dengan para pedagang buah, sandal dan mainan yang tetap menggelar dagangannya. Sehingga yang terjadi saat bulan ramadhan adalah keadaan pasar yang berdesak-desakan antara para pengunjung dan para penjual¹². Kondisi ini diperparah ketika sudah memasuki saat akan lebaran Idul Fitri, pengunjung yang berjalan di bagian tengah pasar otomatis akan menjadi sangat susah bergerak. Karena saat mendekati lebaran, para pengunjung pasar tradisional Masamba menjadi bertambah banyak.

Penetapan harga produk yang dijual di pasar tradisional secara keseluruhan pedagang yang diwawancarai menyatakan harga jual ditetapkan berdasarkan margin dari pembelian ke produsen dan keuntungan yang diharapkan. Dengan mekanisme tawar menawar dengan pengepul atau produsen yang mensuplai

¹² Randi Staf Pasar Sentral Masamba “wawancara” 8 Januari 2019

produk di pasar tradisional, diharapkan mendapatkan harga pembelian termurah, sehingga mampu mendapatkan laba yang tinggi.

Keunikan harga jual di pasar tradisional adalah masing-masing pedagang menetapkan harga yang relatif sama untuk satu jenis komoditas, walaupun ada perbedaan, perbedaannya hanya sedikit, dan perbedaan tersebut dicapai dari mekanisme tawar-menawar antara pedagang dan pembeli. Hal ini disebabkan umumnya pedagang mengambil produk dari para pengepul atau produsen yang sama, sehingga memperoleh harga yang relatif sama. Kondisi inilah yang menyebabkan ketatnya persaingan antar pedagang dalam menetapkan harga jual. Persaingan harga antar pedagang di pasar tradisional terutama di antara sesama pedagang, berikutnya grosir yang juga pemasok dari pedagang-pedagang di pasar, baru berikutnya para pedagang kaki lima berdagang di halaman-halaman / jalan di seputar pasar tradisional.

5. Dampak Keberadaan Pasar Modern terhadap Perekonomian Pedagang Pasar Tradisional di Masamba Kec. Luwu Utara

Keberadaan pasar modern ini tidak dapat dibendung seiring dengan perubahan pemikiran dan perilaku konsumsi masyarakat. Namun keberadaannya yang mampu menghadirkan kebutuhan konsumen dengan fasilitas yang lebih baik, dikelola dengan lebih profesional dan harga yang lebih murah, dikhawatirkan dapat mempengaruhi peran pasar tradisional di masyarakat. Keberadaan pasar tradisional dari satu sisi memang banyak memiliki kekurangan seperti lokasinya yang kadang mengganggu lalu lintas, kumuh, kurang tertata, dan lain-lain. Namun, keberadaan pasar tradisional tidak dapat dikesampingkan dalam

menopang perekonomian masyarakat menengah kebawah. Namun ternyata keberadaan pasar modern mempengaruhi pendapatan pedagang pasar tradisional. Setelah adanya pasar modern, pendapatan pedagang menjadi menurun.

Hal ini terbukti setelah dilakukan wawancara langsung dengan pedagang di Pasar Sentral Masamba yang barangnya juga terdapat di pasar modern.

“Semenjak ada Alfamart dan Indomaret omset penjualan kami mengalami banyak penurunan tentunya memberikan dampak yang negatif bagi kami yang ada di pasar ini”¹³

Ibu Ratni menambah bahwa :

“Sejak banyaknya supermarket di wilayah Masamba, dagangan menjadi sepi. Dulusekitar awal 90 an, saya yang datang mencari barang kulakan dan tidak perlu mengemasi dagangannya. Karena tidak sempat dikemasi sudah habis duluan. Demikian juga rokok, sabun, odol, permen, dan perlengkapan cuci lainnya, kita harus memesan kembali ke penyalurnya karena stok sudah kehabisan. Tapi sekarang betapa sulitnya, untuk rokok yang tadinya biasa belanja 3 sampai 4 kali dalam seminggu kini kita yang didatangi didatangi distributor. Demikian juga barang lainnya hamper sama kondisinya. Sehingga saya perlu lebih kreatif lagi menyiasati agar barang tidak menumpuk”.¹⁴

Hal ini dipertegas oleh ibu Suciani selaku staf pegawai yang ada di pasar Sentral Masamba:

¹³Nur Kholok Pedagang Barang Campuran “wawancara” 7 Januari 2019

¹⁴Ratni Pedagang Barang Campuran “wawancara” 7 Januari 2019

“Secara umum para pedagang di pasar tradisional beranggapan bahwa pasar modern dapat memberikan dampak negatif terhadap pendapatan mereka karena pasar modern semakin banyak dan berdekatan pula dengan pasar tradisional”¹⁵

Lain halnya yang diungkapkan oleh ibu Sujatmi mengatakan yang beranggapan bahwa pasar modern sama sekali tidak mempengaruhi pendapatan mereka karena masyarakat tetap tertarik berbelanja untuk keperluan dapur dan kosmetik di pasar tradisional karena harga yang lebih murah.¹⁶

Tapi pada dasarnya lebih banyak dari pedagang tersebut yang beranggapan dapat menurunkan pendapatan mereka. Pedagang yang beranggapan pasar modern dapat menurunkan pendapatan mereka secara keseluruhan yaitu pedagang pakaian, pedagang sandal/sepatu, dan pedagang tas. Mereka mengatakan pendapatan mereka menurun karena semakin banyaknya pasar modern, seperti minimarket, indomaret dan fashion store yang memberikan keragaman produk, harga yang lebih murah, dan kenyamanan berbelanja kepada konsumen, sehingga konsumen lebih tertarik berbelanja di pasar modern.

Pedagang barang campuran yang berjualan di Pasar Sentral Masamba sangat mengeluhkan keberadaan Indomaret dan Alfamart yang baru saja dibangun setahun yang lalu. Jarak kedua pasar modern ini kurang lebih 1 Km dari Pasar Sentral Masamba. Mereka menawarkan diskon besar-besaran di waktu tertentu, dan tentunya harga lebih murah, serta produk yang beragam.

Adapun yang dapat mempengaruhi konsumen beralih ke pasar modern dapat dilihat dari sisi internal maupun eksternal. Dari sisi internal seperti, harga

¹⁵ Suciani Pegawai Pasar “wawancara” 8 Januari 2019

¹⁶ Sujatmi Pedagang “wawancara” 7 Januari 2019

lebih murah, barang beragam dan lengkap, kualitas barang terjamin, dan tata letak yang lebih baik. Kemudian dari sisi eksternal, seperti kecepatan layanan, keramahan layanan, menjaga kebersihan, dan fasilitas yang nyaman.

6. Strategi Pasar Tradisional Masamba Menghadapi Keberadaan Pasar Modern

Dalam sebuah persaingan usaha sangat diperlukan adanya strategi. Strategi merupakan modal utama untuk bertahan. Menurut Swastha bagi perusahaan kecil maupun perusahaan yang ingin meningkatkan efisiensinya, dapat mengadakan segmentasi pasar. Mereka dapat memusatkan kegiatan pemasaran pada segmen-segmen pasar yang dipilih. Jika sasaran pasarnya sudah ditentukan melalui riset pemasaran, maka perusahaan harus membuat suatu rencana yang baik untuk memasuki segmen pasar yang dipilih.¹⁷

Memang harus diakui, harga jual beberapa komoditas, di pasar tradisional bisa lebih mahal dibandingkan yang dijual di ritel modern (Alfamart dan Indomaret), sehingga bisa dikatakan daya saing pasar tradisional dalam hal harga masih kalah dengan ritel modern. Tetapi kelemahan ini masih mampu dieliminir dengan karakteristik pasar tradisional yang menyajikan mekanisme tawar-menawar antara penjual dengan pembeli, sehingga adakalanya pembeli justru mampu mendapatkan harga lebih murah dari harga di ritel modern. Hal ini disebabkan penjual berusaha mengurangi margin keuntungan yang diperolehnya untuk beberapa komoditas yang dijualnya tetapi mengambil margin keuntungan yang lebih besar untuk komoditas lainnya pada saat transaksi dengan konsumen.

¹⁷Basu Swastha, *Pengantar Bisnis Modern* (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2002), h. 193.

Penyebab lain dan seringkali menjadi penyebab utama adalah, ritel modern mampu menjalin kerjasama dengan pemasok besar, sehingga dengan pembelian dalam jumlah banyak mereka mendapatkan potongan harga, sehingga mampu menjual lebih murah. Salah satu kelebihan ritel modern adalah memiliki jaringan luas atau beberapa outlet yang tersebar di beberapa lokasi, sehingga dapat melakukan pengambilan barang dari pemasok dalam jumlah besar, untuk didistribusikan pada masing-masing pemasok, sedangkan pedagang di pasar tradisional, karena pengambilan dari pemasok terbatas pada kapasitas tokonya sendiri, sehingga tidak mungkin mengambil dalam jumlah besar, sehingga harga perolehan dari distributor lebih mahal jika dibandingkan dengan ritel modern.

Permasalahan lain yang dialami pedagang pasar tradisional adalah tingginya tingkat persaingan antar pedagang, sehingga satu-satunya strategi yang sering diambil untuk mendapatkan pembeli adalah strategi harga, yaitu memberikan harga termurah yang diinginkan pembeli dalam proses tawar menawar agar pembeli tidak pindah ke toko lain. Selain itu persaingan juga terjadi antara pedagang (toko) dengan pedagang kaki lima yang tersebar diseluruh area pasar. Para pedagang PKL menanggung biaya yang lebih murah dibandingkan dengan toko karena hanya menanggung biaya retribusi saja, sedangkan pedagang toko selain menanggung retribusi, juga harus menanggung sewa toko. Grosir di lingkungan pasar juga menjadi penyebab berkurangnya tingkat keuntungan pedagang, karena pedagang di pasar tradisional seringkali juga mengambil barang dagangan pada grosir, sedangkan grosir juga melayani pembelian eceran dari konsumen yang selisih harganya tidak terlalu banyak dengan pembelian yang

dilakukan oleh toko pada grosir, sehingga margin keuntungan yang diperoleh pedagang menjadi lebih kecil untuk tetap mendapatkan pembeli. Hal ini didukung dari data yang diperoleh dari pedagang dimana penurunan keuntungan 31,3% disebabkan oleh berkurangnya pembeli, 50% karena persaingan yang semakin ketat, sisanya karena kenaikan harga komoditas secara umum, sehingga daya beli masyarakat berkurang.

Selain itu, pasar tradisional memiliki berbagai kelemahan yang telah menjadi karakter dasar yang sangat sulit diubah. Faktor desain dan tampilan pasar, tata ruang, tata letak, keragaman dan kualitas barang, promosi penjualan, jam operasional pasar yang terbatas, serta optimalisasi pemanfaatan ruang jual merupakan kelemahan terbesar pasar tradisional dalam menghadapi persaingan dengan pasar modern.

Seperti yang diungkapkan oleh ibu Riska bahwa:

“Untuk membeli kebutuhan bulanan seperti popok, susu bayi, sabun dan lain-lain saya lebih suka membeli di Alfamart atau Indomart apalagi kalau di awal bulan terdapat diskon disetiap produk dan mengenai kenyamanan sangat nyaman serta mudah dijangkau”¹⁸

Strategi dalam menjual penting dimiliki oleh para pedagang umumnya, termasuk para pedagang pasar tradisional. Pengertian strategi disini, masih sebatas strategi (cara) menjual barang dalam menghadapi persaingan. Para pedagang yang mempunyai pengetahuan lebih tentang para konsumen dan pesaingnya akan dapat mengembangkan strategi memasarkan (menjual) barang

¹⁸ Riska Pengunjung Alfamart “wawancara” 9 Januari 2019

yang tepat untuk mempertahankan konsumennya dan menghadapi pesaingnya. Pengetahuan yang mereka miliki tersebut merupakan suatu keunggulan dibanding pedagang lain, termasuk para pesaing.

Para pedagang kios di pasar tradisional perlu mencoba untuk melakukan penjualan dengan harga diskon pada periode tertentu guna meningkatkan penjualan, seperti yang biasa dilakukan para pedagang di pasar-pasar moderen. Pemahaman tentang akses ke lokasi seringkali ditanggapi salah oleh para pedagang dengan melanggar peraturan tentang tempat berdagang, yaitu berusaha berdagang di dekat pintu masuk atau halaman depan pasar, padahal pedagang tersebut sebenarnya sudah memiliki lapak di dalam pasar. Sebagai alasannya adalah pedagang lain terutama Pedagang Kaki Lima (PKL) sebagai pesaingnya juga melakukan hal yang serupa. Untuk menghindari hal ini, maka pihak pengelola pasar perlu menegakkan peraturan yang tegas tentang lokasi berdagang. Pemahaman tentang segmentasi pedagang menentukan jenis dan kualitas serta harga barang-barang yang dijual.

Seperti yang diungkapkan oleh bapak Rahmat:

“Untuk menghadapi persaingan dengan pasar modern, maka kami perlu memiliki strategi khusus karena kenyataannya yang dihadapi saat ini pasar modern lebih eksistensi dari pada pasar tradisional yaitu menjalin hubungan dengan pembeli atau pelanggan yang mempunyai kelompok atau perkumpulan dan menjalin hubungan dengan pedagang eceran.”¹⁹

¹⁹Rahmat Pedagang “wawancara” 8 Januari 2019

Selain itu strategi dari pedagang dalam mempertahankan pelanggan dan keberadaan usahanya yaitu membangun rencana mengubah citra dan khas yang mampu memenuhi kebutuhan dan tuntutan konsumen sebagaimana yang dilakukan oleh pasar modern. Peran Pengelola Pasar Tradisional sangat penting untuk mengupayakan agar strategi tersebut berjalan dengan baik, bahkan harus bisa mensinergikan setiap elemen atau pihak yang terkait dalam pembinaan dan pemberdayaan pasar tradisional tersebut.

Beberapa hal yang harus dibenahi seperti: kebersihan, lantai yang kering tidak becek, penataan lokasi yang sesuai dengan jenis barang yang dijual, lorong untuk pembeli yang lapang agar mudah berlalu-lalang antara pembeli, adanya pengaturan pencahayaan dan pengaturan udara, keamanan, tersedianya pusat informasi, adanya pelatihan secara rutin bagi para pedagang tentang bagaimana mengatasi kebakaran dan bagaimana menyelamatkan diri jika terjadi kebakaran. Maka, Pengelola Pasar Tradisional dituntut untuk menjaga pasar tradisional tersebut agar tetap memiliki eksistensi, dikelola dengan bersih, indah dan higienis secara terus menerus. Jika pasar tradisional dikelola dengan baik dan menarik, maka tidak perlu khawatir menghadapi pasar modern karena keduanya adalah sama-sama tempat dimana penjual dan pembeli melakukan transaksi.

Selain itu strategi yang lain dilakukan oleh pedagang pasar antara lain, harga lebih murah, barang beragam dan lengkap, kualitas barang terjamin, tata

letak yang lebih baik, melayani dengan cepat, bersikap ramah terhadap pembeli, menjaga kebersihan, dan menerima pembayaran dalam bentuk cicilan.²⁰

Pedagang pasar tradisional harus memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen untuk meraih kepuasan masyarakat dengan menyediakan produk-produk yang berkualitas dan pelayanan yang baik. Pedagang pasar tradisional dalam menjual produknya harus jujur dan menyampaikan keadaan produknya apabila terjadi kerusakan.

Meskipun banyak faktor kelemahan dalam pasar tradisional akan tetapi ada juga kelebihan yang seharusnya kita perhatikan. Salah satunya adalah harga barang yang kita inginkan jauh lebih murah dan bisa ditawar lagi. Jadi kita harus dapat mengangkat pasar tradisional menjadi pasar yang nyaman, dan dengan menjaga kebersihan. Karena segmen pasar yang dilayani pasar tradisional dan modern berbeda, selama mereka berkonsentrasi kepada segmen pasarnya masing-masing, keberadaan pasar modern tidak akan sampai mematikan pasar tradisional. Selain itu, pasar tradisional juga masih memiliki beberapa keunggulan yang masih membuatnya bisa terus bertahan.

Pasar tradisional harus memperbaiki sarana dan prasarana seperti toilet, tempat parkir dan tempat beribadah, renovasi pada pasar tradisional perlu dilakukan untuk mengimbangi kehadiran minimarket disekitar yang menawarkan kenyamanan berbelanja untuk menarik konsumen, perlunya penataan tempat berdagang dipasar tradisional ini dikarenakan keberadaan tempat

²⁰Wati pedagang “wawancara” 7 Januari 2019

pedagang dipasar tradisional kurang teratur penataannya sehingga menimbulkan kesan tidak nyaman pada konsumen.

Dari berbagai pernyataan dari beberapa konsumen, menyebutkan bahwa kebanyakan konsumen yang enggan datang atau berbelanja di pasar tradisional dikarenakan beberapa hal seperti, kondisi jalanan yang becek, sempitnya lahan parkir, dan kurang menjaga kebersihan, yang memang selama ini belum mendapatkan perhatian dari para pelaku pasar tradisional.

Dengan perhatian yang lebih terhadap hal-hal tersebut diharapkan mampu menarik minat para konsumen sehingga perjalanan pasar tradisional akan lebih panjang dan tidak kalah bersaing dengan munculnya pasar modern. Sehingga pasar tradisional bisa lebih maju dan berkembang serta bertahan hidup.

C. Pembahasan

1. Dampak Keberadaan Pasar Modern terhadap Perekonomian Pedagang Pasar Tradisional di Masamba Kec. Luwu Utara

Pada dasarnya pasar modern dan pasar tradisional memiliki segmentasi pasar yang berbeda. Di pasar tradisional masih terjadi proses tawar-menawar harga yang dapat memungkinkan terjalinnya kedekatan personal dan emosional antara penjual dan pembeli yang tidak didapatkan pada pasar modern harga sudah pasti di tandai dengan menggunakan label harga. Salah satu keunggulan pasar modern di bandingkan dengan pasar tradisional adalah kemampuan pasar modern menjalin kerjasama dengan pemasok besar dan dilakukan dengan jangka waktu yang lama, yang menyebabkan dapat meningkatnya efisiensi melalui skala ekonomi yang besar, juga beberapa strategi harga antara lain pemangkasan harga,

dan diskriminasi harga antara waktu, strategi non harga diantara iklan, jam buka lebih lama, pembelian secara gabungan, dan parkir gratis.

Menurut hasil penelitian penulis pada saat observasi lapangan ini dilihat dari 3 aspek, yaitu omset, pendapatan dan jumlah konsumen. Dari hasil wawancara, diketahui bahwa keberadaan pasar modern berpengaruh pada omset pedagang Pasar Tradisional. Selain itu dampak dari keberadaan pasar modern di sekitar pasar tradisional akan membawa dampak berkurangnya jumlah konsumen dan pendapatan pada pedagang pasar tradisional yang berbelanja pada pasar tradisional.

Beberapa konsumen yang berpindah berbelanja pada pasar tradisional adalah ibu rumah tangga yang memang berbelanja untuk kebutuhan sehari-hari, hasil penelitian menunjukkan bahwa ibu rumah tangga lebih mudah mendapatkan kebutuhan mereka di pasar modern, namun tidak semua konsumen akan beralih ke pasar modern, karena beberapa kebutuhan tidak akan dijual di pasar modern, dampak adanya pasar modern tergantung dari karakteristik berbelanja konsumen.

Pesatnya pembangunan pasar modern dirasakan oleh banyak pihak berdampak terhadap keberadaan pasar tradisional. Di satu sisi, pasar modern dikelola secara profesional dengan fasilitas yang serba lengkap, di sisi lain, pasar tradisional masih berkuat dengan permasalahan klasik seputar pengelolaan yang kurang profesional dan ketidaknyamanan berbelanja. Hal ini sejalan dengan kondisi pasar yang dialami pasar tradisional Masamba pada saat ini.

Pembangunan pasar modern memberikan ancaman besar dalam hal kebebasan ekonomi untuk saling mematikan, terjadinya ketimpangan social ekonomi didalam masyarakat. Sepintas pasar modern menawarkan kenyamanan, kepraktisan dan kemurahan harga, hal ini yang semakin menjadikan pasar tradisional semakin tenggelam.

Pertumbuhan pasar modern di Kabupaten Luwu Utara sangat berpengaruh terhadap pasar tradisional dalam hal ini diperlukan campur tangan pemerintah, untuk lebih bisa membatasi pembangunan pasarmodern tidak hanya berdasarkan jarak namun pembatasan pembangunan, sehingga pemerintah tidak terlepas dari peran fungsinya, yang memberikan kapasitas hukum bagi pasar tradisional dan dapat menjamin keberlangsungan usaha yang ada didalamnya. Maraknya pembangunan pasar modern memberikan ancaman besar dalam hal kebebasan ekonomi untuk saling mematikan yang dapat merusak nilai kebersamaan dan kekeluargaan.

Pertumbuhan Pasar Modern di Luwu Utara sangat tinggi dari tahun ketahun semakin bertambah sedangkan pasar tradisional mengalami pertumbuhan yang tidak signifikan. Kesemrawutan yang terjadi di pasar seakan menjadi hal biasa saja, permasalahan ini seharusnya menjadi perhatian bersama baik dari UPT pasar sebagai pengelola pasar maupun pedagang pasar. Kebiasaan dan pola pikir dari pedagang juga harus di ubah. Untuk mewujudkan pasar yang nyaman, bersih dan tertata dengan baik.

2. Strategi Pasar Tradisional Masamba Menghadapai Keberadaan Pasar Modern

Bagi para konsumen, persoalan utama yang mereka hadapi adalah mengatur penggunaan barang-barang kebutuhan mereka agar dapat memberikan kepuasan yang paling besar dengan biaya yang kecil.²¹ Artinya konsumen memiliki prioritas terhadap barang dan jasa yang dibutuhkannya. Dengan demikian akan cenderung membelanjakan uang dengan secara berlebihan untuk mendapatkan sesuatu dan menggunakan biaya yang kecil untuk mendapatkan barang yang lain.

Harga yang tinggi tentu akan menyebabkan para konsumen akan berhati-hati untuk menggunakan uangnya.²² Maksudnya konsumen akan cenderung menggunakan uangnya untuk mendapatkan barang yang lebih murah.

Maraknya pembangunan sejumlah hypermarket dan minimarket di sejumlah kota besar membuat pedagang pasar tradisional khawatir. Minimarket yang menjamur di perumahan, rasanya hampir bisa ditemui disetiap Rukun Warga. Pasar yang tadinya dikuasai toko kelontongan dan makanan ringan, kini diambil alih oleh minimarket.

Kehadiran pasar modern memang membuat belanja menjadi suatu wisata keluarga yang memberi pengalaman tersendiri. Pasar modern kini juga dikemas dalam tata ruang yang apik, terang, lapang, sejuk dan tidak lagi disuguhi dengan suasana yang kotor, panas, sumpek, dan becek. Dengan kelebihan yang ditawarkan, tentu saja dengan mudah pasar modern akan menarik perhatian

²¹ Muhammad Nejatullah Siddiqi, Penerjemah Anas Sidik, *Kegiatan Ekonomi Dalam Islam*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1991), h. 81.

²² Muhammad Nejatullah Siddiqi, Penerjemah Anas Sidik, *Kegiatan Ekonomi Dalam Islam*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1991), h. 81.

masyarakat.

Dari hasil wawancara dapat diketahui bahwa upaya yang dilakukan pedagang pasar tradisional untuk menjaga eksistensi usahanya yaitu dengan menerapkan sistem grosir dan sistem ecer, dan sebagian mereka mengatakan berjualan seperti biasanya hanya ada beberapa yang memasarkan barangnya secara online, untuk menambah pelanggan.

Dari segi harga barang, mereka tidak menjual barang dagangan dengan harga lebih murah, namun beberapa pedagang seperti pedagang sembako memberikan pengurangan pada beberapa kebutuhan pokok seperti minyak, beras, sabu cuci dan lain-lain.

Pedagang tradisional di Pasar sentral Masamba tidak memberikan diskon atau potongan harga, namun hanya menerapkan sistem harga ecer dan harga grosiran, jadi untuk pembeli yang membeli banyak akan diberi harga grosiran. Dalam menjalankan usahanya pedagang tradisional hanya bergantung pada modal yang diputar jarang ada pedagang yang melakukan pinjaman modal usahanya.

Pasar Modern memiliki hubungan yang sangat erat dengan pasar tradisional. Hubungan dapat berupa hubungan sosial maupun ekonomi. Dari segi sosial, antara pasar modern dengan pasar tradisional berlokasi di wilayah yang cenderung berdekatan. Pada umumnya, pelaku usaha modern mendirikan usahanya di dekat pasar tradisional hal tersebut menunjukkan bahwa ketiga usaha tersebut berada dalam satu wilayah sosial yang sama.

Dari segi ekonomi, pasar modern berada pada pasar yang sama dengan pasar tradisional. Keduanya menjual barang dagangan yang sejenis, antara lain perlengkapan sehari-hari dan perlengkapan rumah tangga namun tidak semua barang yang diperjual belikan di pasar modern dapat ditemukan di pasar tradisional.

Apabila pasar modern dan pasar tradisional berdiri di wilayah yang sama berarti sasaran konsumen keduanya adalah sama yaitu penduduk di sekitar wilayah tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa kedua usaha tersebut memiliki kaitan yang sangat erat dan dapat saling mempengaruhi satu sama lain.

Pasar modern berkompetensi dengan pasar tradisional dalam pasar yang sama. Akan tetapi, mereka memiliki perbedaan yang cukup signifikan. Dari segi modal, pasar modern memiliki modal yang terbatas. Fasilitas yang ditawarkan kelengkapan fasilitas dan kenyamanan. Sedangkan pasar tradisional memiliki fasilitas yang masih sederhana, tidak lengkap dan sering ada gangguan kenyamanan.

aBAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Dampak keberadaan pasar modern terhadap perekonomian pedagang pasar tradisional di Masamba Kec. Luwu Utara dengan adanya pasar modern dapat menurunkan pendapatan pedagang pasar tradisional khususnya penjual barang campuran, tas dan pakaian, karena fasilitas yang diberikan pasar modern dapat membuat konsumen lebih nyaman, serta kualitas barang yang terjamin. Konsumen juga terkadang mendapatkan diskon, dan kartu anggota dari minimarket untuk memudahkan pelayanan dan kenyamanan berbelanja.

2. Strategi yang dilakukan pedagang pasar tradisional dalam menghadapi persaingan dengan pasar modern antara lain, memberikan harga lebih murah, menyediakan barang beragam dan lengkap, kualitas barang terjamin, menata letak barang dengan lebih baik, melayani dengan cepat, bersikap ramah terhadap pembeli, menjaga kebersihan, dan menerima pembayaran dalam bentuk cicilan.

B. Saran

1. Kepada pedagang pasar tradisional di Kabupaten Luwu Utara untuk meningkatkan kualitas barang, menjaga kebersihan, dan bersikap ramah agar konsumen tertarik dan lebih nyaman berbelanja serta memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen untuk meraih kepuasan konsumen. Pedagang juga disarankan dalam menjual produknya harus jujur, dan menyampaikan keadaan produk apabila terjadi kerusakan.

2. Kepada pengelola pasar maupun Pemerintah Kabupaten Luwu Utara agar membenahi pasar tradisional dengan menjaga kebersihan, lantai tidak becek, penataan lokasi yang sesuai dengan jenis barang yang dijual, lorong untuk pembeli yang lapang agar mudah berlalu-lalang untuk berbelanja, adanya pengaturan cahaya dan pengaturan udara, keamanan, lahan parker yang luas.. Jika pasar dikelola dengan baik dan menarik, maka tidak perlu khawatir menghadapi pasar modern

3. Kepada Pemerintah setempat agar lebih tegas kepada pedagang yang melanggar peraturan dengan berjualan di pintu masuk pasar tradisional sehingga pembeli lebih leluasa berjalan masuk ke dalam pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Kansil, Christine S.T. *Kitab Undang-Undang Hukum Perusahaan*, Jakarta: Pradnya Pramita, 2000.
- Kotler, Philip. Alih Bahasa: Benyamin Molan, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kesebelas Jilid 1, Jakarta: Intan Sejati Klaten, 2005.
- Hakim, Muhammad Aziz. *Menguasai Pasar Mengeruk Untung*, Jakarta: Krisna Persada, 2005.
- Widiandra, Damasus Ottis dan Hadi Sasana dengan judul penelitian Analisis Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Keuntungan Usaha Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus di Pasar Tradisional Kecamatan Banyumanik Kota Semarang), (<http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/jme>). Jurusan IESP Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, 2013.
- Windarni, Putri dengan judul skripsi “Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Kondisi Pasar Tradisional Bandar Jayadi Kecamatan Terbanggi Besar Lampung Tengah), Skripsi: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung Bandar Lampung, 2018.
- Dharmmesta dan Handoko, *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: BPFE, 2005.
- Pontoh, C.H. 2005. “Pasar”. <http://coen-husain-pontoh.blogspot.com>. Diakses pada tanggal 20 September 2018.
- Mariana dan Paskarina, *Menggagas Model Revitalisasi Pasar Tradisional: Studi Terhadap Implementasi Perda No.19 Tahun 2001 Tentang Pengelolaan Pasar Kota Bandung*, Bandung: Puslit KP2W Lemlit, UNPAD, 2006.
- Sukesih, H, *Pasar Swalayan dan Prospeknya*, Bandung: Jurnal Ekonomi dan Pembangunan, 1994.
- Departemen Perdagangan RI. 2006. ”Pusat Distribusi”.<http://www.depdag.go.id>. Diakses pada tanggal 20 September 2018.
- Malano, Hermanto, 2011. *Selamatkan Pasar Tradisional*, Jakarta: Gramedia, 2008.
- Rosyidi, Suherman. *Pengantar Teori Ekonomi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003.
- Az. Nasution, *Konsumen dan Hukum Tinjauan Sosial, Ekonomi dan Hukum pada Perlindungan Konsumen Indonesia*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1995.

Rosyidi, Suherman *Pengantar Teori Ekonomi*, Jakarta: Raja Garafindo Persada, 2003.

Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi: Mixed Methods*, Bandung: Alfabeta 2012.

Koentjaraningrat, *Metode- Metode Penelitian Masyarakat*, Edisi Ketiga, Jakarta; PT. Gramedia Pustaka Utama, 1997.

Arifin, Zainal. *Penelitian Pendidikan Metode dan Paradigma Baru* , 2008.

Moh. Nazir, *Metode penelitian*, Cet. VI; Bogor: Ghalia Indonesia, 2005.

Lampiran

Skripsi

Foto Dokumentasi bersama pedagang pasar Sentral Masamba



Gedung Pasar Sentral Masamba



Foto Dokumentasi bersama Pedagang Pasar Sentral Masamba



Kondisi di Pasar Sentral Masamba



Wawancara dengan Pedagang Daging Ayam Potong Segar



Observasi di Pasar Sentral Masamba



Wawancara dengan Pedagang Barang Campuran

