

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman pada masa dewasa ini banyak permasalahan yang hangat dibicarakan terutama pada permasalahan aspek di kehidupan masyarakat perkotaan. Dari waktu ke waktu, perkembangan kota terus berubah. Sejalan dengan meningkatnya jumlah penduduk perkotaan serta meningkatnya jumlah kebutuhan kehidupan, meningkat pula kebutuhan kehidupan.⁷ Sehingga masalah yang kerap terjadi di perkotaan ialah masalah yang berbondong-bondong merebut kesempatan untuk memenuhi kebutuhan kehidupannya, salah satu permasalahan masyarakat perkotaan ialah permasalahan di pasar tradisional.

Di Indonesia pasar tradisional merupakan wadah kebutuhan ekonomi masyarakat, yang dimana pasar tradisional itu sendiri merupakan ciri khas budaya indonesia. Pasar tradisional juga merupakan pola interaksi sosial yang terdapat para pedagang dan pembeli itu saling tawar-menawar antara harga dan produk.

Dalam suatu perekonomian pasar (market economy), dua unit sosial memainkan peran penting; individu dan perusahaan. Individu memiliki sumber daya dan produk konsumsi, perusahaan menggunakan sumber daya itu dan menghasilkan produk. Mekanisme yang menggerakkan perekonomian pasar, perekonomian pasar ialah interaksi berbagai kekuatan pasar yang, melalui sistem harga, mengatur penggunaan sumber daya dan produksi serta distribusi barang dan jasa. Bahan bakar mekanisme ini adalah beragam gagasan seperti persaingan

⁷Adon Nasrullah Jamaludin, *Sosiologi Perkotaan: Memahami Masyarakat Kota dan Problematikanya*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), h. 51

sempurna, kebebasan berusaha, dan kedaulatan konsumen. Pemerintah memainkan peran ekonomi yang kurang signifikan dalam sistem semacam itu.

Peran pemerintah dalam sistem pasar adalah mempromosikan persaingan usaha dan memastikan perlindungan konsumen. Faktor kunci yang menggerakkan perekonomian pasar adalah kedaulatan konsumen. Yakni, hak konsumen untuk memutuskan apa yang akan dibeli dan kebebasan perusahaan untuk bergiat di dalam pasar. Selama individu dan perusahaan bebas mengambil keputusan ekonomi, saling pengaruh antara permintaan dan penawaran akan menjamin alokasi sumber daya yang tepat.⁸

Tetapi dengan berkembangnya zaman muncullah pasar modern yang muncul di pertengahan pasar tradisional seperti halnya yang terjadi di Kota Bandung ialah pasar tradisional Kiaracondong yang dimana pasar Kiaracondong tersebut berada di tengah-tengah pasar modern seperti mall, Alfamart, Borma, Griya, Indomart, Careffour dan sebagainya.

Pasar Kiaracondong merupakan salah satu Pasar Inpres yang di bangun pada tahun 1981 oleh CV. Gunakarya dengan menghabiskan biaya sebesar Rp. 234.460.000,- (Dua Ratus Tiga Puluh Empat Juta Empat Ratus Enam Puluh Ribu Rupiah) diatas tanah seluas 6.628 M² dengan luas bangunan 3.675 M². Pasar Kiaracondong terletak di Jalan H. Ibrahim Adjie, Kelurahan Kebon Jayanti Kecamatan Kiaracondong Kota Bandung. Pasar ini menjual barang dagangan

⁸ Henry Simamora, *Manajemen Pemasaran Internasional*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2007), h. 74

berupa bahan-bahan pokok sehari-hari, khususnya bahan pangan seperti buah-buahan, sayuran, beras, makanan ringan, dan lain-lain.⁹

Sesuai dengan perkembangan zaman, situasi usaha pun semakin kompetitif dan terjadi berbagai persaingan. Kini pasar modern yang mempunyai jaringan regional semakin merambah ke berbagai wilayah. Dengan adanya pertumbuhan pasar modern saat ini memang sangat pesat bukan hanya di kota, tapi sudah menjalar hingga ke pelosok-pelosok desa. Kita banyak melihat adanya minimarket yang buka 24 jam atau minimarket yang saling bersisian maupun berseberangan. Di desa-desa pun keberadaan minimarket (bentuk terkecil dari pasar modern) tidak aneh lagi bagi masyarakat, mereka berduyun-duyun berbelanja di tempat yang menawarkan kesejukan dan kenyamanan itu.

Sedangkan pasar tradisional khususnya pasar Kiaracondong di hadapkan dengan beberapa permasalahan seperti, adanya pasar tumpah pada waktu shubuh sampai pagi hari yang mengakibatkan kemacetan dan kurangnya pedagang dalam menyadari K3 (Keamanan, Kesehatan dan Keselamatan Kerja), pasar terkesan kumuh, becek, bau dan kotor. Pedagang juga merasa tersaingi oleh pedagang kaki lima (PKL) di Lingkungan Pasar Kiaracondong, banyak munculnya pasar modern yang mengapit pasar Kiaracondong seperti Carefour, Griya, Alfamart dan lain-lain, yang mengakibatkan banyaknya ruang dagang di pasar Kiaracondong tutup dikarenakan mengalami penurunan omset penjualan, penjualan kurang laku, ataupun gulung tikar. Masih banyaknya ruang dagang ditelantarkan oleh pemilik hak pakai atau ruang yang tidak dipakai.

⁹ Ade Cahya, *BAB III Kondisi Pasar Tradisional Di Kota Bandung*, (Bandung: Institut Teknologi Bandung, 2008), h. 41 >PDF><http://digilib.itb.ac.id/files/disk1>>di akses 18 November 2017> Jam 12:05

Masyarakat dengan gaya hidup modern kini lebih menyukai pasar-pasar dengan sistem pengelolaan yang tertata, bersih, nyaman, dan strategis. Berbelanja atau sekadar nongkrong di mal pun bisa meningkatkan gengsi, khususnya bagi kaum remaja. Di pasar modern yang serba bersih, para pengunjung tidak perlu ngotot tawar menawar harga dengan dengan pedagang, tidak perlu cemas adanya manipulasi timbangan, dan tak perlu khawatir akan kualitas barang meski harganya mahal.

Pasar tradisional sebenarnya menawarkan banyak kelebihan selain harganya yang diberikan lebih murah, berbagai kebutuhan di pasar tradisional masih bisa ditawarkan. Hal itu sangat cocok dengan masyarakat Indonesia, khususnya masyarakat golongan menengah ke bawah, yang selalu ingin mencari barang atau kebutuhan dengan harga serendah-rendahnya, meskipun dengan kualitas relatif miring dibanding dengan supermarket atau mal.¹⁰

Disisi lain pasar tradisional pun tidak kalah saing. Kedua pasar tradisional dan pasar modern bersaing secara sehat karena masyarakat yang ada disekitarnya bisa bebas memilih berbelanja kemanapun diantara dua pasar tersebut sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang berbelanja. Dengan demikian pasar tradisional juga masih dikunjungi masyarakat walaupun pasar tradisional dengan pasar modern saling berdampingan. Bukan hanya masyarakat yang ada di sekitar pergi berbelanja ke pasar tradisional Kiaracondong tetapi masyarakat diluar daerah Kiracondong pun berbondong-bondong berbelanja ke pasar tradisional Kiaracondong.

¹⁰Herman Malano, *Selamatkan Pasar Tradisional*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2011), h. 2-3

Oleh karena itu dengan adanya fenomena di atas peneliti merasa tertarik untuk meneliti dan membahas fenomena tersebut yang tentang “Daya Tarik Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Minat Belanja Masyarakat Di Pasar Kiaracondong Kota Bandung”.

1.2. Identifikasi Masalah

Dalam identifikasi masalah peneliti mengambil beberapa keputusan masalah yang ada di atas sebagai berikut:

1. Dengan adanya perkembangan zaman waktu ke waktu menyebabkan pergeseran ekonomi.
2. Munculnya pasar-pasar modern yang menyebabkan adanya persaingan terhadap pasar tradisional.
3. Peran pemerintah dan pengelola dalam sistem pasar yang mempromosikan persaingan usaha dan memastikan perlindungan konsumen.
4. Pasar tradisional yang jauh dari sempurna di bandingkan pasar modern.
5. Masyarakat dengan gaya hidup modern kini lebih menyukai pasar-pasar dengan sistem pengelolaan yang tertata, bersih, nyaman, dan strategis
6. Pasar tradisional masih di kunjungi walaupun berada di pertengahan pasar modern.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi masyarakat terhadap pasar tradisional Kiaracandong Kecamatan Kiaracandong Kota Bandung?
2. Apa saja faktor-faktor yang mendorong minat masyarakat berbelanja di pasar tradisional Kiaracandong Kecamatan Kiaracandong Kota Bandung ?
3. Bagaimana keberhasilan pemerintah dan pengelola pasar tradisional Kiaracandong untuk meningkatkan minat masyarakat berbelanja di pasar Kiaracandong Kecamatan Kiaracandong Kota Bandung?

1.4. Tujuan Penelitian

Pada rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui persepsi masyarakat terhadap pasar Kiaracandong Kecamatan Kiaracandong kota Bandung.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mendorong minat masyarakat berbelanja di pasar tradisional Kiaracandong Kecamatan Kiaracandong Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui keberhasilan pemerintah dan pengelola pasar Kiaracandong untuk meningkatkan minat masyarakat berbelanja di pasar tradisional Kiaracandong Kecamatan Kiaracandong Kota Bandung?

1.5. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dalam penelitian ini terdiri dari dua kategori, yaitu kegunaan akademis dan kegunaan praktis.

Adapun kegunaan atau manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan akademis

Untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan menempuh gelar jenjang sarjana S1 (starata satu), untuk memberikan kontribusi penelitian di bidang ilmu sosial dan ilmu politik Selain itu dapat digunakan untuk bahan bacaan dan referensi-referensi penelitian lainnya.

2. Kegunaan praktis

Kegunaan penelitian ini memberikan masukan tentang kondisi daya tarik pasar tradisional dalam meningkatkan minat belanja masyarakat di pasar Kiaracondong Kecamatan Kiaracondong Kota Bandung. Diharapkan dapat memberikan pengetahuan secara praktis terhadap lembaga maupun instansi yang terkait sehingga dalam pengelola pasar tradisional tersebut bisa dikelola dengan lebih baik lagi agar pasar tradisonal bisa bertahan.

Bagi masyarakat kecamatan Kiaracondong kota Bandung sendiri, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan yang berguna untuk mengetahui kondisi daya tarik pasar tradisional dalam meningkatkan minat belanja masyarakat, sehingga masyarakat kecamatan Kiaracondong kota Bandung dapat lebih menghargai keberadaan pasar tradisional itu sendiri.

Bagi Pemerintah dan pengelola pasar Kiaracondong sendiri seluruh rangkaian kegiatan dan hasil penelitian diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai hal tersebut sehingga pemerintah tidak terlalu banyak untuk membangun pasar-pasar modern yang lain karena pasar tradisional pun sangat penting bagi masyarakat.

1.6. Kerangka Pemikiran

Pendekatan teori dalam penelitian ini menggunakan teori minat beli, struktural fungsional, pilihan rasional, dan pertukaran sosial. Yang dimana menurut Kottler dan Keller *customer buying decision alltheir experience in learning, choosing, using, even disposing of a product*. Yang memiliki arti minat beli konsumen adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk.¹¹

Model perilaku yang dikemukakannya, bahwa perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, dan pribadi. Faktor budaya memberikan pengaruh yang paling luas dan dalam.¹² Dalam kegiatan pembeliannya proses psikologis dasar memainkan peranann penting dalam memahami bagaimana konsumen benar-benar membuat keputusan pembelian mereka. Oleh karena itu ada lima tahap proses keputusan pembelian yaitu :

¹¹ Suhayati, *Skripsi: Pengaruh Daya Tarik Tradisional Wisma Asri terhadap Minat Belanja Masyarakat Kota*, (Bandung: Sosiologi FISIP UIN Bandung, 2016), h. 26

¹²Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*, Terjemahan Bob Sabran, MM, (Jakarta: Erlangga, 2014), h. 166

1. Pengenalan Masalah merupakan proses pembelian dimulai ketika pembeli menyadari suatu masalah atau keputusan yang dipicu oleh rangsangan internal atau eksternal.
2. Pencarian informasi, yang dimana konsumen sering mencari jumlah informasi yang terbatas. Setelah adanya kebutuhan yang dirasakan konsumen barang jasa, sumber informasi utama dimana konsumen dibagi menjadi empat kelompok pribadi, komersial, publik, dan eksperimental.
3. Evaluasi alternatif, setelah informasi di peroleh konsumen akan mengevaluasi beberapa proses dan sebagian besar model terbaru melihat konsumen membentuk sebagian besar penilaian secara sadar dan rasional.
4. Keputusan Pembelian, dalam tahap evaluasi konsumen membentuk preferensi antarmerek dalam kumpulan pilihan. Konsumen juga membentuk maksud untuk membeli merek yang paling disukai.
5. Perilaku pascapembelian, setelah pembelian, konsumen mungkin mengalami konflik dikarenakan melihat fitur mengkhawatirkan tertentu atau mendengar hal-hal menyenangkan tentang merek lain dan waspada terhadap informasi yang mendukung keputusannya.¹³

Sedangkan struktural fungsional menurut Talcot Parsons, masyarakat memiliki keterkaitan dalam menjalankan hubungan atau interaksi sehingga kondisi satu merupakan prasyarat dalam kehidupan. Yang dimana struktural fungsional itu sendiri di konsepkan dengan AGIL (*adaptation, Goal attainment, integration, Latent Pattern Maintenance*).

Dalam buku perspektif perubahan sosial Beny Ahmad (2016: 120-121), Parsons sebagaimana dikatakan oleh Jhonson memberikan empat persyaratan fungsional yang harus dipenuhi oleh sistem sosial. Empat persyaratan itu adalah sebagai berikut:

1. *Adaptation*

Menunjuk pada keharusan bagi sistem-sistem sosial untuk menghadapi lingkungannya. Ada dua dimensi yang terjadi dalam proses adaptasi ini, yaitu: *pertama* ada penyesuaian dari sistem itu terhadap “tuntutan kenyataan” yang keras

¹³*Ibid*, h. 184-190

yang tidak dapat di ubah, (inflelexible) yang datang dari lingkungan atau dalam bahasa Parsons disebut sebagai “kondisi tindakan” yang tidak dapat di ubah. *Kedua* ada proses “transformasi aktif dari situasi itu”, yang meliputi penggunaan segi-segi situasi yang dapat dimanipulasi sebagai alat untuk mencapai tujuan. Seperti halnya yang dimana pasar tradisional itu harus beradaptasi dengan lingkungan yang baru karena munculnya pasar modern itu sendiri.

2. *Goal Attainment*

Merupakan persyaratan fungsional yang menegaskan bahwa tindakan itu diarahkan pada tujuannya. Tujuan yang dimaksudkan bukan tujuan pribadi, melainkan tujuan bersama para anggota dalam sistem sosial. Fungsi ini menyatakan bahwa pencapaian tujuan merupakan sejenis kulminasi tindakan yang secara intrinsik memuaskan dengan mengikuti kegiatan penyesuaian persiapan. Jika dikaitkan dengan pasar tradisional, maka pasar tradisional itu sendiri harus mempunyai tujuan, tujuan itu bahwa pasar tradisional tersebut harus mempunyai ketertarikan itu sendiri untuk memikat masyarakat berbelanja ke pasar tradisional tersebut. Sehingga pasar tradisional bisa memuaskan masyarakat untuk belanja dengan pencapaian tujuannya pasar tradisional itu sendiri.

3. *Integration*

Merupakan persyaratan yang berkaitan dengan interelasi antara para anggota dengan sistem sosial. Agar sistem sosial berfungsi secara efektif sebagai satu satuan, ada tingkatan solidaritas di antara individu yang termasuk di dalamnya. Masalah integrasi menunjuk pada kebutuhan untuk menjamin bahwa ikatan emosional yang cukup menghasilkan solidaritas dan kerelaan untuk bekerja

sama dikembangkan serta di pertahankan. Ikatan-ikatan emosional ini tidak boleh bergantung pada keuntungan yang diterima atau sumbangan yang diberikan untuk tercapainya tujuan individu dan kolektif. Jika dikaitkan dengan pasar tradisional maka antara pasar dan para pedagang harus mempunyai keterkaitan kerja sama solidaritas yang kuat agar pasar tersebut bisa bertahan, bukan hanya untuk kepentingan pribadi tetapi untuk kepentingan bersama. Sehingga pasar dan para pedagang bisa melayani masyarakat atau konsumen dengan baik.

4. *Latent Patter Maintenance*

Konsep latensi (latency) menunjukkan pada berhentinya interaksi. Para anggota dalam sistem sosial mengalami keletihan dan kejenuhan serta tunduk pada sistem sosial lainnya yang secara langsung terlibat. Seperti halnya jika dihubungkan dengan pasar tradisional, pasar tradisional tersebut mulai jenuh karena dengan hadirnya pasar modern membuat masyarakat berpindah berbelanja, oleh karena itu pasar tradisional harus menjaga ketertarikan nya dengan pelayanan konsumen dengan baik. Sehingga tidak akan mengalami keletihan dan kejenuhan pasar tradisional itu sendiri.

Selanjutnya teori pilihan rasional merupakan orientasi pilihan rasional Coleman jelas di dalam ide dasarnya bahwa orang-orang bertindak secara sengaja ke arah suatu tujuan, dengan tujuan itu (dan dengan tindakan-tindakan itu) dibentuk oleh nilai-nilai atau pilihan-pilihan”. Ada dua unsur utama di dalam teorinya, para aktor dan sumber-sumber daya. Sumber-sumber daya adalah hal-hal yang dikendalikan oleh para aktor dan mereka berkepentingan padanya. Karena kedua unsur itu, Coleman memerinci bagaimana interaksi mereka mendorong ke

arah level sistem. Suatu dasar minimal untuk sistem tindakan sosial ialah dua aktor, yang masing-masing mempunyai kendali atas sumber-sumber daya yang diminati orang lain.

Minat masing-masing kepada sumber-sumber daya yang ada di bawah kendali orang lain itulah yang membuat kedua orang itu, sebagai aktor bertujuan, terlibat di dalam tindakan yang melibatkan satu sama lain suatu sistem tindakan. Jika dikaitkan dengan pasar dan masyarakat. Bahwa sumber dayanya itu ialah pasar sedangkan aktornya itu masyarakat, yang dimana masyarakat tersebut memilih pasar sesuai dengan kebutuhannya atau minat belanja masyarakat baik pasar tradisional maupun pasar modern. Sehingga pasar dan masyarakat itu mempunyai tujuan dan berkepentingan yang sama saling membutuhkan.

Dalam buku teori-teori sosial dalam tiga paradigma menurut Wirawan bahwa pasar adalah bentuk lembaga (institusi) dasar kedua. Pasar didasarkan pada kumpulan pertukaran diantara para pelaku tunggal, dimana pertukaran-pertukaran ini meliputi para individu, misalnya pasar petani, pelaku kelompok, seperti dalam pasar modal, atau bentuk campuran antara pelaku tunggal dan pelaku kelompok, seperti ketika pelaku tunggal melakukan pembelian pada perusahaan. Pasar meliputi tidak hanya sistem transaksi keuangan (seperti yang biasa difokuskan oleh para ekonom), tetapi disini juga dapat meliputi fenomena-fenomena sosiologis tradisional. Misalnya, pilihan-pilihan pernikahan yang membentuk suatu pasar perkawinan (Coleman, 1990), dimana nilai pasar dari seorang individu tergantung pada berbagai faktor, termasuk jenis pekerjaan, keadaan fisik, dan kepribadian. Suatu fokus penting dari sosialisasi adalah usaha

untuk meningkatkan nilai seorang dalam pasar perkawinan. Hubungan antara kepentingan kolektif dan individu di dalam pasar sangat bervariasi.

Kemudian teori pertukaran, teori pertukaran yang melihat dunia ini sebagai arena pertukaran, tempat orang-orang saling bertukar ganjaran/ hadiah. Apapun bentuk perilaku sosial seperti persahabatan, perkawinan, atau perceraian tidak lepas dari soal pertukaran. Homans mengemukakan bahwa penjelasan ilmiah harus dipusatkan pada perilaku nyata yang dapat diamati dan diukur secara empirik. Keadaan-keadaan internal (perasaan dan sikap subyektif, dan lain-lain) harus didefinisikan dalam istilah-istilah perilaku *behavioral terms* untuk keperluan pengukuran empiris.

Proses pertukaran sosial sudah dibicarakan juga oleh sejumlah ahli teori sosial klasik. Dalam teori ekonomi klasik abad kedelapan belas dan kesembilan belas, para ahli ekonomi politik Inggris seperti Adam Smith sudah menganalisa pasar ekonomi sebagai hasil dari kumpulan (*aggregation*) yang menyeluruh dari sejumlah transaksi ekonomi individual yang tidak terbilang besarnya.

Diasumsikan bahwa transaksi-transaksi pertukaran akan terjadi hanya apabila kedua pihak dapat memperoleh keuntungan dari pertukaran itu, dan bahwa kesejahteraan masyarakat umumnya dapat dengan baik sekali dijamin apabila individu-individu dibiarkan untuk mengejar kepentingan pribadinya melalui pertukaran-pertukaran yang dirembukkan secara pribadi.¹⁴

¹⁴ Doyle Paul Johnson, *Teori Sosiologi Klasik Dan Modern Jilid II*, Terjemahan Robert M.Z Lawang, (Jakarta: PT Gramedia, 1986), h. 55

Jika dikaitkan dengan pasar tradisional dan masyarakat, sejalan dengan teori pertukaran yang dimana bahwa antara penjual dan pembeli itu sendiri saling tawar menawar dan tukar menukar antara uang dan barang atau jasa. Uang merupakan imbalan untuk penjual sedangkan barang atau jasa merupakan ganjaran untuk pembeli.



Gambar 1.1.**Skema Konseptual****Daya Tarik Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Minat Belanja
Masyarakat Di Pasar Kiaracondong Kota Bandung**