

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Definisi Pasar

Menurut Peraturan Presiden No. 112 Tahun 2007, pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya. Seperti yang dinyatakan oleh Basu Swasta dalam Kholis, dkk (1995: 20) bahwa pasar adalah orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk belanja, dan kemauan untuk membelanjakannya. Pengkategorian pasar tradisional dan pasar modern sebenarnya baru muncul belakangan ini ketika mulai bermunculnya pasar *swalayan*, *supermarket*, *hypermarket* dan sebagainya.

Menurut beberapa definisi pasar di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pasar dalam arti sempit adalah tempat permintaan dan penawaran bertemu, dalam hal ini lebih condong ke arah pasar tradisional. Lain dari itu dalam arti luas adalah proses transaksi antara permintaan dan penawaran, dalam hal ini lebih condong ke arah pasar modern. Secara umum pasar merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli.

Di pasar antara penjual dan pembeli akan melakukan transaksi. Transaksi menurut Skousen dan Stice (2007: 71) adalah pertukaran barang dan jasa antara (baik individu, perusahaan-perusahaan dan organisasi lain) kejadian lain yang mempunyai pengaruh ekonomi atas bisnis. Syarat

terjadinya transaksi adalah ada barang yang diperjualbelikan, ada pedagang, ada pembeli, ada kesepakatan harga barang, dan tidak ada paksaan dari pihak manapun.

B. Jenis Pasar Menurut Cara Transaksinya

Menurut cara transaksinya, jenis pasar dibedakan menjadi 2, yaitu pasar tradisional dan pasar modern.

1. Pasar Tradisional

Menurut Peraturan Presiden RI No. 112 Tahun 2007, 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 dengan tempat usaha berupa toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki/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. Lebih lanjut menurut Perpres tersebut, pasar tradisional boleh berlokasi pada setiap sistem jaringan jalan, termasuk sistem jaringan jalan lokal atau jalan lingkungan pada kawasan pelayanan bagian kota/kabupaten atau lokal atau lingkungan (perumahan) di dalam kota/kabupaten.

Pasar tradisional adalah pasar yang dikelola dengan manajemen yang lebih tradisional dan simpel daripada pasar modern, umumnya pasar tradisional tersebut terdapat di pinggiran perkotaan/jalan atau lingkungan perumahan. Sinaga (2004) dalam makalahnya yang disampaikan pada saat

Bahan Pertemuan Nasional Tentang Pengembangan Pasar Tradisional, menyatakan bahwa pasar tradisional di antaranya yaitu warung rumah tangga, warung kios, pedagang kaki lima dan sebagainya. Barang yang dijual di sini hampir sama seperti barang-barang yang dijual di pasar modern dengan variasi jenis yang beragam. Pasar tradisional saat ini cenderung menjual barang-barang lokal saja dan jarang ditemui barang impor. Barang yang dijual dalam pasar tradisional cenderung sama dengan pasar modern, maka barang yang dijual pun mempunyai kualitas yang relatif sama terjaminnya dengan barang-barang di pasar modern. Secara kuantitas, pasar tradisional umumnya mempunyai persediaan barang yang jumlahnya sedikit sesuai dengan modal yang dimiliki pemilik atau permintaan dari konsumen. Dari segi harga, pasar tradisional tidak memiliki label harga yang pasti karena harga disesuaikan dengan besarnya keuntungan yang diinginkan oleh setiap pemilik usaha sendiri-sendiri. Selain itu, harga pasar selalu berubah-ubah, sehingga bila menggunakan label harga lebih repot karena harus mengganti-ganti label harga sesuai dengan perubahan harga yang ada di pasar.

Tipe pasar tradisional sebenarnya sangatlah beragam jenisnya, dan dalam pertumbuhannya telah berlangsung lama. Masing-masing pasar memantapkan peran, fungsi serta bentuknya sendiri-sendiri. Bila umumnya mereka berfungsi sebagai pasar pengecer, di kota-kota beberapa pasar berkembang menjadi pasar pengumpul, sementara di kota-kota besar menjadi grosir. Beberapa pasar ada yang mengkhususkan pada penjualan

komoditi tertentu, seperti hewan/ ternak, buah dan sebagainya. Waktu kegiatan perdagangannya pasar tradisional ini dikenal adanya pasar harian dan periodik (pasar Legi, Kliwon, Pon, Wage, pasar Minggu, pasar Jum'at dan sebagainya) sesuai dengan kebutuhan masyarakat setempat akan komoditas pasar yang tidak selalu harus dipenuhi setiap hari.

2. Pasar Modern

Pasar modern adalah pasar yang dikelola dengan manajemen modern, umumnya terdapat di kawasan perkotaan, sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik kepada konsumen (umumnya anggota masyarakat kelas menengah ke atas). Seperti yang dinyatakan oleh Sinaga (2004) dalam makalahnya pada Bahan Pertemuan Nasional Tentang Pengembangan Pasar Tradisional menyatakan contoh pasar modern antara lain mall, *supermarket*, *departement store*, *shopping centre*, waralaba, toko mini *swalayan*, pasar serba ada, toko serba ada dan sebagainya. Toko modern kecil, seperti Mini *Swalayan/Minimarket* adalah sarana/tempat usaha untuk melakukan penjualan barang-barang kebutuhan sehari-hari secara eceran langsung kepada pembeli akhir dengan cara *swalayan* yang luas lantai usahanya kurang dari 400 m² (Perda No.02/2009 Bab I mengenai Toko Modern).

Barang yang dijual di pasar modern memiliki variasi jenis yang beragam. Selain menyediakan barang-barang lokal, pasar modern juga menyediakan barang impor. Barang yang dijual mempunyai kualitas yang relatif lebih terjamin karena melalui penyeleksian terlebih dahulu secara

ketat sehingga barang yang rijek/tidak memenuhi persyaratan klasifikasi akan ditolak. Secara kuantitas, pasar modern umumnya mempunyai persediaan barang di gudang yang terukur. Dari segi harga, pasar modern memiliki label harga yang pasti (tercantum harga sebelum dan setelah dikenakan pajak).

Adanya penyedia barang dan jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik kepada konsumen menyebabkan banyak orang mulai beralih ke pasar modern untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari. Menurut Sinaga (2004) dalam makalahnya pada Bahan Pertemuan Nasional Tentang Pengembangan Pasar Tradisional menyatakan macam-macam pasar modern antara lain:

- a. *Minimarket*: gerai yang menjual produk-produk eceran seperti warung kelontong dengan fasilitas pelayanan yang lebih modern. Luas ruang *minimarket* adalah antara 50 m² sampai 200 m².
- b. *Convenience store*: gerai ini mirip *minimarket* dalam hal produk yang dijual, tetapi berbeda dalam hal harga, jam buka, dan luas ruangan, dan lokasi. *Convenience store* ada yang dengan luas ruangan antara 200 m² hingga 450 m² dan berlokasi di tempat yang strategis, dengan harga yang lebih mahal dari harga minimarket.
- c. *Special store*: merupakan toko yang memiliki persediaan lengkap sehingga konsumen tidak perlu pindah toko lain untuk membeli sesuatu harga yang bervariasi dari yang terjangkau hingga yang mahal.

- d. *Factory outlet*: merupakan toko yang dimiliki perusahaan/pabrik yang menjual produk perusahaan tersebut, menghentikan perdagangan, membatalkan order dan kadang-kadang menjual barang kualitas nomor satu.
- e. *Distro (Disribution Store)*: jenis toko di Indonesia yang menjual pakaian dan aksesoris yang dititipkan oleh pembuat pakaian, atau diproduksi sendiri.
- f. *Supermarket*: mempunyai luas 300-1100 m² yang kecil sedang yang besar 1100-2300 m².
- g. *Perkulakan atau gudang rabat*: menjual produk dalam kuantitas besar kepada pembeli non-konsumen akhir untuk tujuan dijual kembali atau pemakaian bisnis.
- h. *Super store*: adalah toko serba ada yang memiliki variasi barang lebih lengkap dan luas yang lebih besar dari *supermarket*.
- i. *Hipermarket*: luas ruangan di atas 5000 m².
- j. Pusat belanja yang terdiri dua macam yaitu *mall* dan *trade center*.

C. Loyalitas

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2005: 684) loyalitas berarti kepatuhan atau kesetiaan. Artinya loyalitas adalah tentang persentase dari orang yang pernah membeli dalam kerangka waktu tertentu dan melakukan pembelian ulang sejak pembeliannya yang pertama. Loyalitas adalah bukti konsumen yang selalu menjadi pelanggan, yang memiliki kekuatan dan sikap positif atas perusahaan itu.

Loyalitas dalam hal ini yang dimaksud adalah loyalitas pengunjung Pasar Kota Boyolali. Loyalitas pengunjung merupakan kesetiaan yang diberikan pelanggan terhadap Pasar Kota Boyolali yang telah menyediakan barang atau jasa kepadanya secara memuaskan. Loyalitas konsumen merupakan manifestasi dan kelanjutan dari kepuasan konsumen dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan, serta untuk tetap menjadi konsumen dari perusahaan tersebut. Berdasarkan penjelasan di atas dapat diketahui bahwa masing-masing pelanggan mempunyai dasar loyalitas yang berbeda, hal ini tergantung dari obyektivitas mereka masing-masing.

Menurut Griffin dalam Agustina (2012: 17) menyatakan bahwa loyalitas dapat didefinisikan berdasarkan perilaku pembeli. Pelanggan yang loyal adalah orang yang memiliki ciri-ciri sebagai berikut :

1. Melakukan pembelian secara berulang secara teratur
2. Membeli antar lini produk dan jasa
3. Merekomendasikan kepada orang lain
4. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing atau tidak mudah dipengaruhi oleh pesaing untuk pindah.

D. Perubahan Sosial

1. Definisi Perubahan Sosial

Menurut Salim (2002: 1) dalam bukunya *Perubahan Sosial Sketsa dan Refleksi* menyatakan bahwa perubahan sosial adalah suatu bentuk peradaban umat manusia akibat adanya seleksi alam, biologis, fisik yang terjadi sepanjang kehidupan manusia. Setiap manusia pasti mengalami

suatu perubahan, baik perubahan yang bersifat positif maupun perubahan yang bersifat negatif, dan perubahan tersebut akan berpengaruh terhadap pribadi manusia itu sendiri. Secara umum gambaran mengenai perubahan sosial sangat luas, perubahan-perubahan dalam masyarakat dapat terjadi mengenai nilai-nilai sosial, norma-norma sosial, pola-pola organisasi, susunan lembaga kemasyarakatan dan lain sebagainya.

Pada dasarnya setiap masyarakat dalam hidupnya akan mengalami suatu perubahan. Perubahan itu akan dapat diketahui, apabila dilakukan suatu perbandingan, artinya adalah menelaah keadaan suatu masyarakat pada waktu tertentu dan kemudian membandingkan dengan keadaan suatu masyarakat pada waktu tertentu dan kemudian membandingkannya dengan masyarakat pada waktu yang lalu.

Perubahan dalam masyarakat pada prinsipnya merupakan suatu proses yang terus menerus (Taneko, 1984: 133). Artinya, bahwa setiap masyarakat pada kenyataannya akan mengalami perubahan itu, akan tetapi perubahan antara masyarakat yang satu dengan masyarakat yang lain tidak selalu sama, ada masyarakat yang mengalami perubahan yang lebih cepat dibandingkan dengan masyarakat yang lainnya.

Setiap masyarakat dalam hidupnya pasti pernah mengalami perubahan-perubahan dalam kehidupannya. Suatu struktur sosial, hubungan terpola merupakan bagian dari unsur normatif. Unsur-unsur tersebut berasal dari berbagai pandangan berbagai kesatuan yang tercermin dalam tingkah laku masyarakat yang dianggap benar atau sebaliknya.

Pola-pola hubungan yang terjadi dalam suatu sistem sosial selain bersifat normatif, pola hubungan sistem sosial ini juga melembaga dikalangan masyarakat.

Selo Soemardjan dan Soelaeman Seomardi juga memberikan kajian tentang perubahan sosial. Menurut Selo Soemardjan dan Soelaeman Soemardi dalam Taneko (1984: 153) mengungkapkan bahwa perubahan dalam masyarakat akan menyangkut banyak hal dan dapat mengenai norma-norma, nilai-nilai, pola-pola perilaku orang, organisasi, susunan dan stratifikasi kemasyarakatan. Dari definisi Selo Soemardjan dan Soelaeman Soemardi menunjukkan bahwa terdapat banyak aspek di dalam masyarakat yang dapat mengalami perubahan, akan tetapi penyebutan secara keseluruhan dengan tepat aspek-aspek yang mengalami perubahan ternyata cukup sulit.

Berdasarkan gambaran umum para tokoh di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa teori perubahan sosial terletak pada perubahan unsur-unsur yang mempertahankan keseimbangan masyarakat atau stabilitas masyarakat. Objek atau ruang lingkup dari perubahan sosial tersebut meliputi unsur-unsur geografis, ekonomi maupun kebudayaan, dan sifat dari perubahan sosial tersebut adalah bersifat periodik dan non periodik.

2. Bentuk-Bentuk Perubahan Sosial

Bentuk perubahan sosial dalam kehidupan bermasyarakat dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

a. Perubahan lambat dan perubahan cepat

- b. Perubahan kecil dan perubahan besar
- c. Perubahan yang dikehendaki atau perubahan yang direncanakan dan perubahan yang tidak dikehendaki atau perubahan yang tidak direncanakan.

Bentuk-bentuk perubahan sosial ini sebagai tinjauan konsep untuk menganalisis tentang dampak sosial ekonomi yang terjadi bagi pedagang dan pengunjung Pasar Kota Boyolali. Perubahan sosial yang terjadi di Pasar Kota Boyolali dapat digolongkan ke dalam perubahan secara lambat atau evolusi. Pada evolusi perubahan terjadi dengan sendirinya tanpa rencana atau kehendak tertentu. Hal tersebut terlihat dari dampak keberadaan pasar modern pada Pasar Kota Boyolali yang terjadi dengan sendirinya. Setelah berdiri pasar modern yang terletak di sekitar Pasar Kota Boyolali menyebabkan pasar menjadi sepi pengunjung. Perubahan seperti itu sebenarnya jelas tidak dikehendaki oleh pedagang yang ada di Pasar Kota Boyolali. Setelah berdirinya pasar modern jelas membuat omset penjualan pedagang menjadi turun.

D. Penelitian yang Relevan

Berdasarkan penelusuran pustaka oleh peneliti ditemukan beberapa penelitian yang memiliki kemiripan isu atau tema yang pertama yaitu skripsi oleh Hadiwiyono program Departemen Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor dengan judul “Analisis Kinerja Pasar Tradisional Di Era Persaingan Global Di Kota Bogor” yang menggunakan metode penelitian kualitatif dengan mengambil sampel pedagang dari dua jenis

Pasar Tradisional. Dengan tujuan penelitian yaitu 1) Menganalisa kondisi Pasar Tradisional di tengah tekanan ekspansi Pasar Modern di kota Bogor, dilihat dari penyelenggaraan dan tata kelola oleh pengelola Pasar Tradisional, kondisi umum pedagang dan kinerja bisnisnya selama beberapa tahun terakhir.

2) Menganalisa permasalahan-permasalahan yang dialami oleh Pasar Tradisional dan menelaah akar dari permasalahan tersebut. Hasil penelitian yaitu permasalahan yang diklaim sebagai penyebab kelesuan pada pasar tradisional ada empat poin: Masalah buruknya infrastruktur, fluktuasi harga, persaingan tidak sehat, dan permasalahan struktural. Di luar dugaan, menjamurnya pasar modern di Kota Bogor diklaim pedagang pasar tradisional belum berpengaruh terhadap pergerakan omset karena masih jelasnya segmentasi pasar. Persaingan tidak sehat justru terjadi antara pedagang Pasar Baru Bogor dengan PKL. Penertiban PKL menurut peraturan Pemerintah Kota Bogor bukan merupakan kewajiban PD Pasar Pakuan Jaya. Pemerintah Pusat mengeluarkan kebijakan untuk pemberdayaan pasar tradisional sayangnya membutuhkan tindak lanjut dan peran besar Pemerintah Daerah. Kota Bogor tidak memiliki peraturan jelas mengenai pembatasan zona kedekatan toko modern dengan pasar tradisional, walaupun memiliki peraturan jelas tentang PKL. Aplikasi dari Perpres dan Perda yang dikeluarkan terbukti tidak efektif dengan minimnya sanksi yang diberikan kepada pihak yang melanggar.

Persamaan penelitian oleh Hadiwiyono dengan penelitian yang akan dilakukan adalah obyek yang dibahas atau diteliti sama-sama mengenai

keberadaan pasar modern terhadap pasar tradisional. Perbedaan terletak pada lokasi penelitian, pada penelitian Syaeful Amri dilakukan di pasar tradisional dan pasar modern di Kota Bogor sedangkan penelitian yang akan dilakukan difokuskan di Pasar Kota Boyolali. Perbedaan lainnya terletak pada fokus kajian penelitiannya, pada penelitian yang dilakukan oleh Hadiwiyono memfokuskan pada kondisi pasar tradisional dan permasalahan-permasalahan yang terjadi pada pasar tradisional yang mencakup penyelenggaraan dan tata kelola oleh pengelola pasar tradisional dan kondisi umum pedagang serta kinerja bisnisnya di Kota Bogor. Pada penelitian ini memfokuskan pada dampak sosial ekonomi keberadaan pasar modern pada pasar tradisional yang difokuskan pada pedagang dan pengunjung Pasar Kota Boyolali.

Selain itu penelusuran lebih lanjut yang kedua peneliti menemukan penelitian yang memiliki kemiripan tema dengan penelitian yang akan dilaksanakan peneliti yaitu penelitian oleh Marthin Rapael Hutabarat Departemen Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sumatera Utara , Medan tahun 2009 dengan judul “Dampak Kehadiran Pasar Modern Brastagi Supermarket Terhadap Pasar Tradisional Sei Sikambing di Kota Medan”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dengan mendeskripsikan perkembangan pasar modern dan pasar tradisional di kota Medan. Tujuan penelitian yaitu 1) Untuk mengetahui perkembangan pasar modern dan pasar tradisional di Kota Medan. 2) Untuk mengetahui jumlah omset pedagang, perputaran barang dagangan, jumlah pedagang, jumlah jam buka, margin laba pedagang tradisional di Kota Medan sebelum

dan sesudah berdirinya pasar modern. Hasil penelitian tersebut yaitu 1) Pasar modern di Kota Medan mengalami perkembangan dalam jumlah tahun 2000 sampai tahun 2009 yang cukup besar, yaitu sebesar 69,07%. Sedangkan untuk jumlah pasar tradisional di Kota Medan tidak terdapat perubahan sejak tahun 2000 sampai dengan 2009 yaitu sebanyak 69 buah. 2) Tidak terdapat perbedaan yang nyata antara jumlah jam buka, rata-rata sirkulasi barang, rata-rata margin laba pedagang buah-buahan, dan rata-rata margin laba pedagang sayur-sayuran di pasar tradisional Sei Sikambing sebelum dan setelah berdirinya pasar modern Brastagi Supermarket. 3) Terdapat perbedaan yang nyata antara pendapatan bersih pedagang buah-buahan dan pedagang sayur-sayuran di pasar tradisional Sei Sikambing antara sebelum dan sesudah berdirinya pasar modern Brastagi Supermarket.

Persamaan penelitian oleh Marthin Rapael Hutabarat dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama mengkaji tentang pasar modern dan pasar tradisional. Perbedaan terletak pada fokus kajian penelitian. Marthin Hutabarat dalam penelitiannya memfokuskan pada dampak pasar modern terhadap pasar tradisional dalam hal jumlah omset, jumlah jam buka, sirkulasi atau perputaran barang, margin laba. Penelitian dari Marthin Hutabarat fokus pada dampak pasar modern terhadap pedagang pasar tradisional. Pada penelitian yang telah dilakukan ini lebih fokus pada dampak sosial ekonomi keberadaan pasar modern pada pedagang dan pengunjung Pasar Kota Boyolali. Fokus penelitian tidak hanya pedagang saja melainkan juga pengunjung Pasar Kota Boyolali.

E. Kerangka Pikir

Merebaknya pasar modern di berbagai daerah secara langsung ataupun tidak langsung menimbulkan dampak atau efek terhadap pasar tradisional. Pasar Kota Boyolali yang notabene salah satu contoh pasar tradisional yang ada di Kabupaten Boyolali merasakan dampak yang begitu terasa dengan menjamurnya pasar modern yang ada di sekitarnya. Baik pedagang, pengunjung dan masyarakat sekitar merasakan dampaknya.

Maraknya pembangunan pasar modern yang semakin lama semakin pesat membuat pedagang tradisional tak mampu bertahan. Kehadiran pasar modern menimbulkan dampak negatif terhadap pasar tradisional yang digerakkan oleh para pengusaha kecil, menengah dan koperasi seperti pengurangan pola jam kerja dan pengurangan omset penjualan serta persaingan dalam bentuk lain, sehingga diperlukan bentuk tatanan perekonomian yang memungkinkan berkembangnya potensi ekonomi masyarakat dan terjadinya interaksi yang saling menguntungkan diantara para pelaku ekonomi. Tatanan itu dapat terwujud melalui pola kemitraan antara pengusaha besar dengan pengusaha kecil dan koperasi (Departemen Perdagangan RI 2006 dalam Hartati, 2006: 16).

Perkembangan pasar modern yang cepat sehingga menimbulkan dampak yang kurang baik pada pasar tradisional seperti Pasar Kota Boyolali, seharusnya mendapat perhatian dari pemerintah setempat. Pasar Kota Boyolali yang merupakan salah satu pasar tradisional yang tergolong besar di Kabupaten Boyolali, telah memberikan dampak positif diantaranya mampu

memberikan pelayanan bagi kebutuhan warga; menyediakan kebutuhan sehari-hari, memberikan peluang usaha, kesempatan kerja. Seiring perkembangan jaman yang semakin maju membuat perubahan pola hidup masyarakat yang menjadi lebih modern kemudian mempengaruhi pola belanja dimana masyarakat lebih suka berbelanja di pasar modern yang memiliki berbagai keunggulan daripada di pasar tradisional.

Hal di atas membuat penulis ingin meneliti bagaimana dampak merebaknya pasar modern pada Pasar Kota Boyolali dari bidang sosial ekonomi. Setelah adanya pasar modern yang berada di sekitar Pasar Kota Boyolali menyebabkan terjadinya perubahan sosial baik bagi pedagang dan pengunjung Pasar Kota Boyolali. Hal di atas memberikan keinginan bagi penulis untuk mengangkatnya dalam penelitian. Untuk mengetahui lebih jelas dapat digambarkan melalui kerangka pemikiran sebagai berikut:

Bagan I : Kerangka Pikir

