

Andi Nur Ilmi et. al: Karakterisasi Pasar Modern Dan Pasar Tradisional

## **KARAKTERISASI PASAR MODERN DAN PASAR TRADISIONAL (Studi Kasus Di Grand Mall Dan Pasar Sentral Maros)**

### ***Characterization of Modern Markets and Traditional Markets (Case Study In Grandmall and Maros Central Market)***

**Andi Nur Ilmi<sup>1</sup>, Musdalipa Mahmud<sup>1</sup>, A Susilawaty Hardiani<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Agribisnis Universitas Islam Makassar, Jl. Perintis Kemerdekaan, Tamalanrea 90245, Makassar, Indonesia

\*Corresponding author: [andisusilawatyhardiani@uim-makassar.ac.id](mailto:andisusilawatyhardiani@uim-makassar.ac.id)

### **Abstrak**

Perkembangan globalisasi pada masyarakat telah membawa perubahan. Keberadaan pasar modern juga menimbulkan persepsi yang berbeda - beda dari setiap kalangan masyarakat. Ada kelompok masyarakat yang berpandangan positif terhadap keberadaan pasar modern. Misalnya bagi masyarakat kelas menengah keatas, keberadaan pasar modern sangat menguntungkan karena mereka dapat berbelanja dengan nyaman dan leluasa di pasar modern. Akan tetapi, tidak jarang yang memiliki pandangan negatif atas keberadaannya. Mereka merasa dirugikan dengan kehadiran pasar modern di lingkungan sekitarnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakterisasi pasar tradisional dan pasar modern dan untuk mengetahui faktor yang berpengaruh terhadap preferensi konsumen berbelanja di pasar tradisional dan pasar modern di Kabupaten Maros. Penelitian ini dilaksanakan Februari – April 2019 Metode yang digunakan adalah metode wawancara dengan mengambil responden sebanyak 40 orang yang di bagi menjadi 2 lokasi, yaitu 20 orang di pasar modern dan 20 orang di pasar tradisional. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan karakteristik dari pasar tradisional yaitu Dimiliki oleh pemerintah dan terdapat tawar menawar. Sedangkan karakteristik pasar modern yaitu Fasilitas yang disediakan lengkap, kondisi lingkungan mall yang bersih, adanya pelayanan yang baik. Sehingga mampu menjadi daya tarik konsumen untuk berbelanja. Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap preferensi konsumen berbelanja jenis mutu produk, pendapatan konsumen, harga produk dan tidak adanya proses tawar menawar, situasi dan kondisi berbeda mulai dari kebersihan tempat, keamanan, dan pelayanannya. Serta jarak.

**Kata Kunci:** Karakterisasi, Preferensi, Pasar Modern dan Tradisional

### **Abstract**

The development of globalization in society has brought changes. The existence of modern markets also raises different perceptions from each group of people. There are groups of people who have a positive view of the existence of modern markets. For example, for middle and upper class people, the existence of modern markets is very beneficial because they can shop comfortably and freely in modern markets. However, it is not uncommon for people to have a negative view of their existence. They feel disadvantaged by the presence of modern markets in their surroundings. This study aims to determine the characteristics of traditional markets and modern markets and to determine the factors that influence consumer preferences for shopping in traditional markets and modern markets in Maros Regency. This research was conducted from February to April 2019. The method used was an interview method by taking 40 respondents who were divided into 2 locations, namely 20 people in modern markets and 20 people in traditional markets. Data analysis used is descriptive analysis. The results of this study indicate the characteristics of traditional markets, namely owned by the government and there is bargaining. Meanwhile, the characteristics of the modern market are complete facilities, clean mall environment, and good service. So that it can attract consumers to shop. Factors that influence consumer

*Volume 1 Nomor 1, Desember Tahun 2022.*



*Andi Nur Ilmi et. al: Karakterisasi Pasar Modern Dan Pasar Tradisional*

preferences for shopping for types of product quality, consumer income, product prices and the absence of a bargaining process, different situations and conditions ranging from cleanliness of the place, security and service. As well as distance.

**Keywords:** *Characterization, Preference, Modern and Traditional Markets*

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan globalisasi pada masyarakat telah membawa perubahan. Perubahan terhadap pola kehidupan dan kebutuhan masyarakat. Untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat muncul berbagai fasilitas perbelanjaan. Pasar sebagai salah satu fasilitas perbelanjaan selama ini sudah menyatu dan memiliki tempat penting dalam kehidupan masyarakat. Bagi masyarakat, pasar bukan sekedar tempat bertemunya penjual dan pembeli. Pasar juga wadah interaksi sosial dan representasi nilai-nilai tradisional. Dalam kegiatan jual beli, keberadaan pasar merupakan salah satu hal yang paling penting karena merupakan tempat untuk melakukan kegiatan tersebut selain menjadi salah satu indikator paling nyata kegiatan ekonomi masyarakat di suatu wilayah (Br Ginting 2018 dalam Rustiana dkk 2022).

Dalam perkembangannya pasar diklasifikasikan atas dua bentuk, yaitu pasar tradisional dan pasar modern (Aliyah, 2014). Menurut Asribestari (2013) baik pasar tradisional maupun pasar modern, menjadi sarana penunjang perekonomian masyarakat di sektor perdagangan.

Pasar tradisional merupakan pasar yang berperan penting dalam memajukan pertumbuhan ekonomi di Indonesia dan memiliki keunggulan bersaing secara alamiah. Keberadaan pasar tradisional ini sangat membantu, tidak hanya bagi pemerintah daerah ataupun pusat tetapi juga para masyarakat yang menggantungkan hidupnya dalam kegiatan berdagang, karena didalam pasar tradisional terdapat banyak aktor yang memiliki arti penting dan berusaha untuk mensejahterakan kehidupannya baik itu pedagang, pembeli, pekerja panggul dan sebagainya. Mereka semua adalah aktor yang berperan penting dalam mempertahankan eksistensi pasar tradisional di Indonesia (Ester dan Didik. 2013).

Menurut Angkasawati dan Milasari (2021) bawah yang menonjol dari pasar tradisional atau pasar rakyat adalah para penjual tidak bersedia menjual barang dalam jumlah banyak karena terbatasnya modal yang mereka miliki dan mereka tidak mempunyai sarana yang lengkap untuk menyimpan barang dagangannya, seperti kulkas.

Menurut Aryani (2014), pasar modern merupakan pesaing dan akan mengancam keberadaan penjual di pasar tradisional. Beberapa penyebabnya antara lain perubahan gaya hidup masyarakat, harga, kondisi pasar tradisional. Hal ini menurut Effendi (2017) juga menuliskan bahwa keberadaan pasar tradisional di masyarakat semakin terancam baik dari sisi fisik/tempat keberadaannya maupun budaya yang mendasarinya. Ancaman yang paling utama adalah perkembangan budaya pasar modern yang secara lambat namun pasti masuk dalam masyarakat pedesaan. Keunggulan pasar modern antara lain melakukan beberapa strategi harga dan nonharga, untuk menarik pembeli, mereka melakukan berbagai strategi harga seperti strategi limit harga, strategi pemangsaan lewat

*Andi Nur Ilmi et. al: Karakterisasi Pasar Modern Dan Pasar Tradisional*

pemangkasan harga (predatory pricing), dan diskriminasi harga antarwaktu (inter-temporal price discrimination).

Pemerintah telah membuat kebijakan dan peraturan yang tertuang dalam Perpres No.112 Tahun 2007 dan Permendagri No. 53 Tahun 2008 yang mengatur tentang pasar modern dan pasar tradisional. Akan tetapi, pada kenyataannya peraturan tersebut tidak diimplementasikan dengan baik. Banyak peraturan yang tidak dipatuhi oleh pendiri pasar modern, misalnya masalah perizinan, jarak yang terlalu dekat dengan pasar tradisional, penyediaan tempat usaha bagi pedagang kecil.

Di Kabupaten Maros Kelurahan Pettuadae Kecamatan Turikale terdapat beberapa pasar modern dan berada di sekitar pasar tradisional Sentral Maros dengan jarak yang sangat dekat. Selain berdekatan dengan pasar tradisional, pasar modern tersebut juga memiliki jarak yang sangat bedekatan antara satu pasar modern dengan pasar modern yang lainnya. Keberadaan pasar modern akan berdampak terhadap lingkungan sekitarnya. Secara ekonomi, keberadaan pasar modern memiliki dampak terhadap pola perilaku konsumen di lingkungan sekitar.

Berdasarkan kondisi diatas, melihat keberadaan pasar tradisional yang terancam dengan adanya pasar modern, maka hal tersebut menarik untuk diteliti.

## **METODE PENELITIAN**

### **Waktu Dan Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Grand Mall dan Pasar Sentral Maros. Penentuan lokasi ini dilakukan karena di lokasi ini terdapat pasar modern dan pasar tradisional. Penelitian ini dilaksanakan pada Bulan Februari – April 2019.

### **Populasi Dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang berbelanja di pasar tradisional dan dipasar modern. Sampel dari penelitian ini adalah masyarakat yang berbelanja di pasar tradisional dan di pasar modern dengan jumlah sampel sebanyak 40 orang. Dimana terbagi menjadi 2 kelompok diantaranya 20 di pasar modern (Grand Mall) dan 20 di pasar tradisional (Pasar Sentral Maros).

### **Jenis Dan Sumber Data**

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri atas dua jenis yaitu: data primer, diperoleh melalui wawancara langsung dengan menggunakan kuisisioner yang berisikan pertanyaan-pertanyaan secara tertulis pada responden untuk mendapatkan jawaban, tanggapan dan informasi yang diperlukan oleh peneliti. Dan data sekunder, diperoleh melalui pencatatan pada instansi atau lembaga terkait dengan penelitian ini serta literatur yang menunjang dan memiliki hubungan dengan penelitian ini.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut (Sugiono, 2014):



Andi Nur Ilmi et. al: Karakterisasi Pasar Modern Dan Pasar Tradisional

- Teknik Wawancara. Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.
- Teknik Pengamatan/Observasi, mengemukakan bahwa, *observasi* merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.
- Teknik Dokumentasi. Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), ceritera, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film dan lain-lain.

### Analisis Data

Metode Analisis deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan dan mencari hubungan variabel itu dengan variabel yang lain Sugiyono (2014). Penelitian deskriptif kualitatif adalah penelitian yang menggambarkan atau melukiskan objek penelitian berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Pasar Tradisional

Pasar tradisional yang menjadi objek penelitian yaitu Pasar Sentral Maros. Pasar Sentral Maros terletak di Kabupaten Maros tepatnya dikecamatan Alliritengae kelurahan Turikale. Akses yang jalan menuju lokasi Pasar Sentral Maros dapat di akses dengan mudah karena terletak di jalan poros antar kabupaten. Pasar tradisional ini menyediakan segala jenis bahan pokok seperti sayuran, ikan, pakaian, dan sebagainya. Selain itu terdapat pula penjual elektronik dan segala jenis perabot rumah tangga. Keadaan pedagang yang berjualan di pasar tersebut awalnya sangat banyak karena pasar ini termasuk pasar tradisional terbesar yang ada di kabupaten Maros. Namun seiring berjalannya waktu pasar tradisional ini mulai ditinggalkan karena pemerintah menyediakan fasilitas pasar tramo atau pasar tradisional yang dirancang seperti pasar modern.

Aktivitas di pasar tradisional maros kini masih berjalan seperti dulu meskipun pedagangnya sudah banyak yang pindah namun konsumen tetap banyak yang berkunjung ke sana karena harga barang yang murah, beragam dan adanya tawar menawar antara pembeli dan penjual. Hal ini sesuai dengan pendapat Devi (2013) dalam Ismail dkk (2019) bawah di pasar tradisional masyarakat berbelanja dengan tawar menawar sedangkan pada pasar modern masyarakat tidak lagi bisa melakukan tawar menawar seperti yang mereka lakukan di pasar tradisional. Hal yang sama juga diungkapkan oleh Toni (2013) bahwa terdapat perbedaan yang sangat mendasar antara pasar tradisional dan pasar modern. Perbedaannya adalah masih adanya proses tawar-menawar harga di pasar tradisional, sedangkan di pasar modern harga kondisinya sudah “kaku” dengan label harga.



Andi Nur Ilmi et. al: Karakterisasi Pasar Modern Dan Pasar Tradisional

Dalam proses tawar-menawar terjalin kedekatan personal dan emosional antara penjual dan pembeli yang tidak mungkin didapatkan ketika berbelanja di pasar modern.

Menurut

### **Karakteristik Pasar Modern**

Pasar modern yang menjadi objek penelitian yaitu Grand Mall Maros. Grand Mall Maros terletak di jalan poros Maros – Mandai. Grand Mall Maros sudah beroperasi sejak tanggal 26 Agustus tahun 2017. Selama beroperasi Mall ini selalu membuat masyarakat tertarik untuk berkunjung ke sana baik anak muda maupun orang tua. Alasannya Grand Mall menyediakan beberapa sarana seperti hotel, wahana bermain, lapangan futsal, tempat makan dan tempat berbelanja dan dilengkapi dengan pendingin udara/AC.

Suasana Mall yang berkonsep Eropa itu menjadi tempat spot berfoto bagi para pengunjung. Grand Mall yang kini dikenal sebagai ikon baru yang ada di kabupaten Maros. Kemudian kondisi lingkungan mall yang bersih karena adanya petugas kebersihan yang selalu *standby*. Kondisi sarana yang disediakan luas dan adanya petugas. Hal yang sama juga dikemukakan oleh Sarwoko (2008) bahwa pasar modern memiliki keunggulan lingkungan seperti suasana nyaman, ber-AC, bersih, aman dan ada pula yang dilengkapi dengan sarana hiburan sehingga bukan saja memikat belanja kaum ibu yang tadinya berbelanja di pasar tradisional, akan tetapi juga memikat kalangan pria, remaja, dan anak-anak yang berbelanja sendiri. Sementara menurut Masyhuri (2017) konsumen saat ini lebih mengutamakan kenyamanan saat berbelanja walaupun harga barang bisa berbeda dengan adanya tambahan pajak barang. Karena bagi konsumen berbelanja kebutuhan bukan hanya bersifat membeli, akan tetapi para konsumen saat ini berbelanja juga sebagai suatu hiburan atau refreshing.

### **Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Preferensi Konsumen Berbelanja di Pasar Tradisional dan Pasar Modern**

Perilaku konsumen yang berbeda-beda dalam menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian mereka dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Proses mengambil keputusan dalam memilih barang atau jasa dipengaruhi oleh faktor lingkungan dan faktor pribadi didalam diri seseorang.

#### **1. Jenis Mutu Produk**

Jenis mutu produk barang yang ada di pasar tradisional tentunya tidak jauh berbeda dengan mutu produk barang di pasar modern. Namun beberapa perbedaan jenis mutu produk barang di pasar modern dominan lebih bagus dibandingkan pasar tradisional. Sehingga konsumen mempertimbangkan mutu produk yang harus mereka beli.

##### **1.1. Barang yang ditawarkan beragam**

Untuk pernyataan responden lebih suka berbelanja di pasar modern dibanding ke pasar tradisional karena barang yang ditawarkan lebih beragam, sebanyak 14 orang atau sebesar 70% mengatakan setuju dengan pernyataan bahwa lebih suka berbelanja di Grand Mall dibanding ke Pasar Sentral Maros karena barang yang ditawarkan lebih beragam alasannya karena merasa dapat memenuhi semua kebutuhannya di Grand Mall yang menyediakan



Andi Nur Ilmi et. al: Karakterisasi Pasar Modern Dan Pasar Tradisional

berbagai jenis barang yang dibutuhkan. Kemudian sebanyak 3 orang atau sebesar 15% mengatakan netral alasannya karena tidak hanya berbelanja di Grand Mall saja namun juga berbelanja di Pasar Sentral Maros untuk memenuhi kebutuhan. Pendapat lain, sebanyak 2 orang atau sebesar 10% mengatakan sangat setuju karena semua barang yang disediakan beragam dan mampu memenuhi kebutuhannya. Namun, sebanyak 1 orang atau sebesar 5% yang menyatakan tidak setuju.

Untuk pernyataan saya lebih suka berbelanja di pasar tradisional dibanding ke pasar modern karena barang yang ditawarkan lebih beragam, 14 orang atau sebesar 70% mengatakan setuju dengan pernyataan responden lebih senang berbelanja di pasar Sentral Maros dibanding ke Grand Mall karena barang yang ditawarkan lebih beragam alasannya karena responden merasa barang yang ada di pasar Sentral Maros lebih beragam seperti tersedianya ikan, sayur dan lainnya sehingga dapat memenuhi kebutuhannya. Kemudian, sebanyak 5 orang atau sebesar 25% mengatakan sangat setuju karena responden merasa segala kebutuhannya dapat terpenuhi dengan berbelanja di pasar Sentral Maros yang menyediakan segala jenis produk yang mereka inginkan. Namun, sebanyak 1 orang atau sebesar 5% mengatakan netral karena responden merasa produk yang ada di Pasar Sentral Maros biasa saja.

### 1.2. Display produknya menarik

Untuk pernyataan Saya lebih senang berbelanja di pasar modern dibanding ke pasar tradisional karena memudahkan saya untuk menemukan produk, 9 orang atau sebesar 45% mengatakan setuju dengan pernyataan bahwa senang berbelanja di Grand Mall dibanding ke pasar Sentral Maros karena display produknya menarik alasannya karena responden merasa produk yang ada di Grand Mall mudah ditemukan karena telah diatur sesuai dengan kategori dan mereknya. Kemudian sebanyak 5 orang atau sebesar 25%. Pendapat lain, sebanyak 4 orang atau sebesar 20% mengatakan sangat setuju karena responden display produknya yang rapi dan mudah untuk ditemukan sesuai dengan kategori dan merek produk.

Untuk pernyataan Saya senang berbelanja di pasar tradisional dibanding ke Pasar Modern karena tempat yang *display* produknya menarik, 9 orang atau sebesar 55% mengatakan setuju dengan pernyataan responden senang berbelanja di pasar Sentral Maros dibanding ke Grand Mall karena display produknya menarik alasannya karena responden merasa produk yang dicari mudah ditemukan oleh pedagang. Kemudian, 6 orang atau sebesar 30% mengatakan netral. Adapun 3 orang atau sebesar 15% mengatakan sangat setuju karena responden merasa mudah menemukan produk yang di butuhkan.

### 1.3. Memudahkan dalam menemukan produk

Pada pernyataan ketiga, 11 orang atau sebesar 55% mengatakan setuju dengan pernyataan responden lebih senang berbelanja di Grand Mall dibanding ke pasar Sentral Maros karena memudahkan untuk menemukan produk alasannya karena responden merasa Grand Mall display produknya bagus sehingga memudahkan responden dalam menemukan produk yang sedang dicari. Kemudian sebanyak 5 orang atau sebesar 25% mengatakan sangat setuju. Adapun, 3 orang atau sebesar 15% mengatakan netral. Namun, sebanyak 1 orang atau sebesar 5% mengatakan tidak setuju karena responden merasa masih kesulitan dalam menemukan produk yang dibutuhkan.

Saya senang berbelanja di Pasar Tradisional dibanding ke Pasar Modern karena tempat yang *display* produknya menarik, sebanyak 8 orang atau sebesar 40% mengatakan setuju dengan pernyataan responden lebih senang berbelanja di Pasar Sentral Maros dibanding ke Grand Mall karena memudahkan untuk menemukan produk alasannya karena responden merasa produk yang dicari semuanya tersedia di pasar Sentral Maros. Kemudian, 6 orang



*Andi Nur Ilmi et. al: Karakterisasi Pasar Modern Dan Pasar Tradisional*

atau sebesar 30% mengatakan sangat setuju. Adapun 4 orang atau sebesar 20% mengatakan netral. Namun, 2 orang atau sebesar 10% mengatakan tidak setuju

## **2. Harga**

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap preferensi berbelanja konsumen di pasar modern dan di pasar tradisional. Dengan harga barang yang lebih tinggi biasanya dijumpai di pasar modern yang memiliki bahan baku dan kualitas yang lebih baik, akan cenderung merubah sigma ke pasar tradisional yang menjajakan barang dengan harganya yang lebih murah. Beberapa konsumen tentu mempertimbangkan mana yang lebih hemat ketika mereka berbelanja.

### **2.1. Harga yang jelas**

Pada pernyataan pertama, 13 orang atau sebesar 65% mengatakan setuju dengan pernyataan responden lebih suka berbelanja di Grand Mall dibanding ke Pasar Sentral Maros karena dengan harga yang jelas alasannya karena di Grand Mall harga produknya tidak berubah-ubah. Kemudian, sebanyak 3 atau sebesar 15% orang mengatakan netral. Pendapat lain, sebanyak 2 orang atau sebesar 10% mengatakan tidak setuju. Untuk responden yang sangat setuju dengan pernyataan tersebut ada 1 orang atau sebesar 5%. Namun, responden yang sangat tidak setuju dengan pernyataan ini sebanyak 1 orang atau sebesar 5%. Alasannya karena menurut responden harga yang di patok mahal dan diatas harga dari produk sejenisnya dan tidak mudah dijangkau oleh responden.

### **2.2. Harga yang bisa ditawar**

Pada pernyataan kedua, sebanyak 4 responden atau sebesar 20% menyatakan setuju dan 3 responden atau sebesar 15% menyatakan sangat setuju dengan pernyataan saya lebih senang berbelanja di Grand Mall dibanding ke Pasar Sentral Maros karena adanya harga yang bisa ditawar. Alasan responden karena ada stand baju yang berjejer di dalam Grand Mall baik yang transaksinya dapat dilakukan dengan cara ditawar. 1 responden atau sebesar 5% menyatakan netral alasannya karena responden belum pernah berbelanja di Grand Mall dengan barang yang bisa ditawar namun responden mengetahui bahwa ada stand yang dapat melakukan tawar-menawar didalam Grand Mall. Sedangkan 6 responden atau sebesar 30% menyatakan tidak setuju dan 6 responden atau sebesar 30% menyatakan sangat tidak setuju. Alasannya, karena produk yang di jual di Grand Mall sudah tidak bisa ditawar karena sudah sesuai dengan standar harga yang ditetapkan.

### **2.3. Ada diskon saat berbelanja**

Pada pernyataan ketiga, sebanyak 2 responden atau sebesar 10% menyatakan sangat tidak setuju dan 1 responden atau sebesar 5% menyatakan tidak setuju dengan pernyataan saya lebih senang berbelanja Saya suka berbelanja di Grand Mall dibanding ke Pasar Sentral Maros karena ada diskon pada saat berbelanja. Menurut responden yang sangat tidak setuju, diskon yang diberikan itu terjadi setelah harga dari produk tersebut di naikan terlebih dahulu. Sedangkan, menurut responden yang tidak setuju diskon itu tidak memberikan keringanan kepada responden dalam membeli produk tersebut karena harganya masih tergolong mahal dan diskon yang diberikan juga masih terlalu rendah. Sementara itu, untuk responden yang berpendapat Sangat Setuju sebanyak 5 orang atau sebesar 25% dan berpendapat Setuju sebanyak 8 orang atau sebesar 40%. Alasan bagi responden yang sangat setuju karena diskon ini diberikan setiap saat pada setiap produk yang berbeda. Sedangkan responden yang berpendapat setuju alasannya karena diskon ini memberikan kemudahan bagi konsumen untuk membeli barang namun terkadang diskon tersebut hanya berlaku beberapa hari atau hanya berlaku pada jam - jam tertentu. Untuk responden yang berpendapat Netral sebanyak 4 orang atau sebesar 20%. Alasannya responden datang ke Grand Mall bukan untuk mencari diskon, akan tetapi mencari hiburan.



Andi Nur Ilmi et. al: Karakterisasi Pasar Modern Dan Pasar Tradisional

### 3. Pendapatan

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam hal ini pendapatan per bulan berpengaruh dalam kunjungan belanja konsumen baik ke pasar modern maupun ke pasar tradisional. Selera masyarakat berbelanja yang berbeda tentunya tergantung pada berapa pendapatan yang mereka peroleh sesuai dengan hukum Engel yang dimana "Jika pendapatan meningkat, maka persentase pengeluaran untuk pendidikan, kesehatan, rekreasi, barang mewah, dan tabungan semakin meningkat." (Enggel, 1995).

#### 3.1. Pendapatan yang dimiliki

Pada pernyataan pertama, responden yang berpendapat setuju sebanyak 9 orang atau sebesar 45% dengan pernyataan Saya senang berbelanja di Grand Mall dibanding ke Pasar Sentral Maros karena pendapatan yang saya miliki. Alasan responden karena harga yang ditawarkan di Grand Mall tergolong mahal mengingat produk yang dijual kebanyakan produk dengan kualitas yang baik bahkan ada yang kualitas ekspor. Sedangkan sebanyak 2 orang atau sebesar 10% berpendapat tidak setuju dan 1 orang atau sebesar 5% berpendapat sangat tidak setuju dengan pernyataan ini. Alasannya karena untuk berkunjung ke Grand Mall tidak perlu melihat dari pendapatannya. Cukup melihat dari apa yang dibutuhkan oleh responden. Sedangkan, responden yang berpendapat Netral sebanyak 8 orang atau sebesar 40% alasannya karena berkunjung ke Grand Mall tergantung dari kesempatan dan kemauan dari responden jadi tidak perlu memandang dari pendapatan yang dimiliki oleh responden.

Untuk pendapat saya senang berbelanja di pasar Sentral Maros dibanding ke Grand Mall karena pendapatan yang saya miliki, sebanyak 6 orang atau sebesar 30% sangat setuju dan sebanyak 10 orang atau sebesar 50%. Alasannya bagi responden yang pendapatannya di bawah standar masih dapat memenuhi kebutuhannya dengan berbelanja di Pasar Sentral Maros. Sedangkan, sebanyak 4 orang atau sebesar 20% berpendapat Netral. Alasannya bagi responden pendapatan yang mereka miliki tidak membuat mereka menutup kemungkinan untuk berbelanja ke Grand Mall.

#### 3.2. Anggaran Pengeluaran Sesuai Dengan Pendapatan

Pada pernyataan kedua, responden yang berpendapat sangat setuju sebanyak 4 orang atau sebesar 20% dan responden yang berpendapat setuju sebanyak 5 orang atau sebesar 25% untuk pernyataan Saya senang berbelanja di Grand Mall dibanding ke Pasar Sentral Maros karena sesuai dengan anggaran pengeluaran. Alasannya bagi responden apa yang mereka butuhkan sudah sesuai dengan anggaran pengeluaran yang dibuat karena standar yang ditetapkan dalam anggaran pengeluaran ini berdasarkan harga yang ditetapkan di Grand Mall. Sedangkan, responden yang berpendapat sangat tidak setuju sebanyak 3 orang atau sebesar 15%. Alasannya bagi responden anggaran pengeluaran yang dikeluarkan untuk berbelanja di Grand Mall terlalu tinggi. Sementara, untuk responden yang berpendapat Netral sebanyak 8 orang atau sebesar 40%. Alasannya bagi responden mereka tidak menyediakan anggaran pengeluaran untuk ke Grand Mall.

Untuk Saya senang berbelanja di Pasar Sentral Maros dibanding ke Grand Mall karena sesuai dengan anggaran pengeluaran, sebanyak 4 orang atau sebesar 20% berpendapat sangat setuju dan sebanyak 11 orang atau sebesar 55% berpendapat setuju. Alasannya bagi responden anggaran pengeluaran untuk berbelanja di Pasar Sentral Maros tergolong rendah sehingga cocok untuk responden dengan pendapatan rendah guna memenuhi kebutuhannya. Sedangkan, sebanyak 5 orang responden atau sebesar 25% berpendapat Netral. Alasannya bagi responden anggaran pengeluaran yang dimiliki oleh responden sesuai dengan anggaran pengeluaran untuk berbelanja di Grand Mall maupun Pasar Sentral Maros.



*Andi Nur Ilmi et. al: Karakterisasi Pasar Modern Dan Pasar Tradisional*

#### **4. Situasi dan Kondisi**

Situasi dan kondisi yang ada di pasar modern dan dipasar tradisional membuat masyarakat akan nyaman tergantung dari strata sosial mereka. Konsumen dalam berbelanja tentunya akan memperhatikan situasi dan kondisi tempat berbelanjanya. Pelayanan yang baik dan ramah, tempat yang bersih dan nyaman tentunya menjadi pertimbangan konsumen untuk berbelanja. Pasar modern memiliki situasi dan kondisi yang jauh berbeda dengan pasar tradisional. Pasar modern dilengkapi dengan security untuk mengamankan konsumen agar tetap aman saat berbelanja serta tempat yang bersih. Sehingga akan membuat konsumen yang datang ke sana merasakan suatu kenyamanan dalam berbelanja. Sebaliknya di pasar tradisional yang terkesan situasi dan kondisinya yang kurang bersih baik dari segi tempat yang sudah dapat terlihat dari awal yang terkesan kumuh dan tidak amannya ketika berbelanja. Namun, konsumen tetap ingin berbelanja disana dipengaruhi oleh keuangan mereka.

Untuk pernyataan pertama, responden yang berpendapat sangat setuju sebanyak 8 orang atau sebesar 40% dan responden yang berpendapat setuju sebanyak 9 orang atau sebesar 45% untuk pernyataan Saya senang berbelanja di Grand Mall dibanding ke Pasar Sentral Maros karena tempat yang nyaman dan aman. Alasannya bagi responden saran dan prasarana yang disediakan di Grand Mall sangat membuat responden nyaman dalam berbelanja. Selain itu, alasan dari responden yang setuju adalah fasilitas AC yang selalu menyala membuat responden terhindar dari panas matahari. Sedangkan, responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau sebesar 5% dan yang tidak setuju sebanyak 2 orang atau sebesar 10%. Alasannya bagi responden apabila Grand Mall dalam keadaan padat tetap saja membuat pengunjung kepanasan. Selain itu, bagi responden yang sangat tidak setuju apabila pengunjung Grand Mall padat, tingkat keamanannya akan menurun karena petugas keamanan yang bekerja terbatas.

Untuk pendapat Saya senang berbelanja di Pasar Sentral Maros dibanding ke Grand Mall karena tempat yang nyaman dan aman, sebanyak 1 orang atau sebesar 5% berpendapat sangat setuju dan sebanyak 9 orang atau sebesar 45% berpendapat setuju. Alasannya bagi responden keramahan dari pedagang membuat pedagang nyaman dan untuk keamanan juga ada beberapa petugas yang menjaga keamanan pasar. Sedangkan, sebanyak 1 orang atau sebesar 15% berpendapat sangat tidak setuju dan sebanyak 3 orang atau sebesar 5% berpendapat tidak setuju. Alasannya bagi responden dan untuk keamanan Pasar Sentral Maros masih tergolong kurang aman karena masih kurangnya petugas keamanan. Sementara itu, sebanyak 6 orang atau sebanyak 30% berpendapat netral. Alasannya bagi responden rasa nyaman dan aman di Pasar Sentral Maros masih kurang dan jauh lebih nyaman dan aman di Grand Mall.

Untuk pernyataan Saya senang berbelanja di Grand Mall dibanding ke Pasar Sentral Maros karena tersedianya alternatif pembayaran pada saat saya berbelanja, responden yang berpendapat sangat setuju sebanyak 4 orang atau sebesar 20% dan responden yang berpendapat setuju sebanyak 13 orang atau sebesar 65%. Alasannya bagi responden beragamnya metode pembayaran ini mempermudah mereka untuk berbelanja khususnya apabila mereka ingin berbelanja dalam jumlah banyak atau dengan nominal besar. Sedangkan, untuk responden yang tidak setuju sebanyak 3 orang atau sebesar 15%. Alasannya bagi responden tidak semua metode pembayaran di sediakan terutama pembayaran menggunakan kartu kredit.

Untuk pendapat Saya senang berbelanja di Pasar Sentral Maros dibanding ke Grand Mall karena tersedianya alternatif pembayaran pada saat saya berbelanja, sebanyak 2 orang responden atau sebesar 10% berpendapat sangat setuju dan sebanyak 1 orang atau sebesar 5% berpendapat setuju. Alasannya bagi responden metode pembayaran yang disediakan di pasar ada 2 cara yaitu secara langsung dan hutang. Sedangkan, sebanyak 3 orang atau sebanyak 15% berpendapat sangat tidak setuju dan sebanyak 10 orang atau sebesar 50% berpendapat tidak setuju. Alasannya bagi



*Andi Nur Ilmi et. al: Karakterisasi Pasar Modern Dan Pasar Tradisional*

responden metode pembayaran yang disediakan di Pasar Sentral Maros hanya dalam bentuk tunai saja. Untuk berhutang pun hanya untuk beberapa orang tertentu atau yang menjadi langganan bagi pedagang. Sementara itu, sebanyak 4 orang atau sebesar 20% berpendapat netral. Alasannya bagi responden alternatif pembayaran yang dimiliki Pasar Sentral Maros masih kurang di banding Grand Mall.

Untuk pernyataan Saya senang berbelanja di Grand Mall dibanding ke Pasar Sentral Maros karena Saya senang berbelanja di tempat yang bersih, jumlah responden yang berpendapat sangat setuju sebanyak 9 orang atau sebesar 45% dan untuk responden yang setuju sebanyak 6 orang atau sebesar 30%. Alasannya bagi responden petugas kebersihan yang bertugas di Grand Mall selalu siaga dalam bertugas. Fasilitas tempat sampah jug terdapat di beberapa sudut Grand Mall. Selain itu, adanya ruangan khusus untuk merokok membuat pengunjung tidak merokok di sembarang tempat. Sedangkan, untuk responden yang sangat tidak setuju sebanyak 2 orang atau sebesar 10%. Alasannya bagi responden, petugas kebersihan yang terbatas membuat kebersihan Grand Mall terkadang terabaikan apalagi pada saat pengunjung ramai. Sementara itu, 3 orang responden atau sebesar 15% berpendapat Netral. Alasannya bagi responden, masih ada Pasar Sentral Maros untuk memenuhi kebutuhannya.

Untuk pendapat Saya senang berbelanja di Pasar Sentral Maros dibanding ke Grand Mall karena Saya senang berbelanja di tempat yang bersih, sebanyak 1 orang atau sebesar 5% berpendapat sangat setuju dan sebanyak 5 orang atau sebesar 25% berpendapat setuju. Alasannya bagi responden Pasar Sentral Maros masih tergolong bersih karena pedagang bertanggung jawab masing - masing atas kiosnya. Sedangkan, sebanyak 6 orang atau sebesar 30% berpendapat tidak setuju. Alasannya bagi responden kebersihan di Pasar Sentral Maros sampah yang dikumpulkan oleh pedagang hanya dikumpulkan di 1 titik dan tidak langsung di ambil oleh petugas sampah sehingga menyebabkan bau yang tidak sedap.

## **5. Jarak**

Jarak pasar modern dan pasar tradisional strategis karena terletak di jalan poros. Sehingga konsumen tinggal memilih ingin berbelanja dimana. Jarak rumah konsumen dari pasar modern dan pasar tradisional pastinya menjadi pertimbangan bagi mereka. Transportasi mana yang lebih memudahkan mereka untuk kesana dan akses jalanan yang akan mereka tempuh menjadi tolak ukur dalam berbelanja.

Untuk pernyataan Saya senang berbelanja di Grand Mall dibanding ke Pasar Sentral Maros karena lokasi yang strategis untuk di kunjungi, sebanyak 2 orang responden atau sebesar 10% berpendapat sangat setuju dan 9 orang responden atau sebesar 45% berpendapat setuju. Alasannya Grand Mall ini terletak di jalan poros. Sedangkan, responden yang berpendapat tidak setuju sebanyak 3 orang atau sebesar 15%. Alasannya bagi responden Grand Mall berada jauh dari pusat kota. Sementara itu, sebanyak 6 orang responden atau sebesar 30% berpendapat netral. Alasannya, jika tidak ada kepentingan mendesak mereka tidak perlu ke Grand Mall karena masih ada Pasar Sentral Maros yang jauh lebih dekat dari pusat kota.

Untuk pendapat Saya senang berbelanja di Pasar Sentral Maros dibanding ke Grand Mall karena lokasi yang strategis untuk di kunjungi, sebanyak 5 orang atau sebesar 25% berpendapat sangat setuju dan sebanyak 13 orang atau sebesar 65% berpendapat setuju. Alasannya bagi responden lokasi Pasar Sentral Maros yang berada tepat di tengah kota membuatnya sangat strategis. Sedangkan, sebanyak 1 orang atau sebesar 5% berpendapat sangat tidak setuju dan sebanyak 1 orang atau sebesar 5% berpendapat tidak setuju. Alasannya bagi responden lokasi pasar yang berada di tengah kota jauh dari tempat tinggalnya.

Untuk pendapat saya senang berbelanja di Grand Mall dibanding ke Pasar Sentral Maros karena lokasi mudah diakses, sebanyak 10 orang responden atau sebesar 50% berpendapat setuju.



*Andi Nur Ilmi et. al: Karakterisasi Pasar Modern Dan Pasar Tradisional*

Alasannya bagi responden letaknya di jalan poros Makassar - Maros membuatnya mudah di akses dengan mobil ataupun motor bahkan dengan kendaraan umum. Sedangkan, sebanyak 10 responden atau sebesar 50% berpendapat Netral. Alasannya bagi responden meskipun mudah diakses, masih ada Pasar Sentral Maros yang letaknya jauh lebih mudah diakses.

Untuk pendapat Saya senang berbelanja di Pasar Sentral Maros dibanding ke Grand Mall karena lokasi mudah diakses, sebanyak 5 orang atau sebesar 25% berpendapat sangat setuju dan sebanyak 12 orang atau sebesar 60% berpendapat setuju. Alasannya bagi responden letaknya di tengah kota membuatnya mudah di akses dengan kendaraan pribadi maupun kendaraan umum. Sedangkan, sebanyak 3 orang atau sebesar 15% berpendapat netral. Alasannya bagi responden letak dari Pasar Sentral Maros dan Grand Mall sama - sama mudah di akses.

Untuk pendapat saya senang berbelanja di Grand Mall dibanding ke Pasar Sentral Maros karena lokasi mudah dijangkau dengan alat transportasi, sebanyak 9 orang atau sebesar 45% berpendapat sangat setuju dan sebanyak 8 orang atau sebesar 40% berpendapat setuju. Alasannya, bagi responden sudah banyak alat transportasi umum yang bisa digunakan untuk menuju ke Grand Mall. Sedangkan, sebanyak 2 orang atau sebesar 10% berpendapat tidak setuju alasannya apabila responden menggunakan mobil sering terjebak macet apalagi letak dari Grand Mall berada di jalan poros antar kota dan kendaraan umum seperti Pete - Pete dan Taksi online sering berhenti di depan Grand Mall dan memakan separuh badan jalan. Sementara itu, sebanyak 1 orang atau sebesar 5% berpendapat netral. Alasannya responden merasa tidak perlu ke Grand Mall jika tidak memiliki keperluan terlebih masih ada Pasar Sentral Maros yang letaknya jauh lebih dekat.

Untuk pendapat Saya senang berbelanja di Pasar Sentral Maros dibanding ke Grand Mall karena lokasi mudah dijangkau dengan alat transportasi, sebanyak 5 orang atau sebesar 25% berpendapat sangat setuju dan sebanyak 12 orang atau sebesar 60% berpendapat setuju. Alasannya bagi responden Pasar Sentral Maros yang terletak di tengah kota dapat dijangkau dengan mudah dengan mobil maupun motor dan sudah banyak juga angkutan umum yang menyediakan rute ke Pasar Sentral Maros. Sedangkan, sebanyak 3 orang atau sebesar 15% berpendapat netral. Alasannya bagi responden lokasi Pasar Sentral Maros dan Grand Mall mudah dijangkau dengan berbagai jenis alat transportasi darat.

## **KESIMPULAN**

1. Karakterisasi pasar tradisional pada penelitian ini mengambil subjek pasar Sentral Maros yang terletak di Kabupaten Maros tepatnya di kecamatan Alliritengae Kelurahan Turikale. Menyediakan segala jenis bahan pokok bagi konsumen. Kondisi pasar saat ini masih tetap berjalan sebagaimana biasanya. Meskipun, kenyamanan pengunjung atau konsumen sudah mulai tidak diperhatikan dalam berbelanja.
2. Karakterisasi pasar modern pada penelitian ini mengambil subjek Grand Mall Maros yang terletak di Kabupaten Maros. Fasilitas yang disediakan pada pasar modern ini lengkap, kondisi lingkungan mall yang bersih, adanya pelayanan yang baik. Sehingga mampu menjadi daya tarik konsumen untuk berbelanja.
3. Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap preferensi konsumen berbelanja di pasar Sentral Maros dan Grand Mall Maros adalah jenis mutu produk yang berbeda, pendapatan konsumen yang datang berkunjung, harga produk yang jelas terlihat berbeda, situasi dan kondisi di kedua tempat perbelanjaan ini sangat jauh berbeda mulai dari kebersihan tempat, keamanan, dan pelayanannya. Serta jarak menjadi pertimbangan konsumen untuk berkunjung atau berbelanja di pasar Sentral Maros ataupun di Grand Mall Maros.

*Andi Nur Ilmi et. al: Karakterisasi Pasar Modern Dan Pasar Tradisional*

## DAFTAR PUSTAKA

- Aliyah Istijabatul. 2014. Penguatan Sinergi Antara Pasar Tradisional dan Modern Dalam Rangka Mewujudkan Pemerataan Pembangunan Ekonomi Kerakyatan. *Arsitektur* 4(2):22-31.
- Angkasawati dan Milasari D. 2021. Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Di Pasar Tradisional Boyolangu Kecamatan Boyolangu Tulungagung. *Publiciana* 14(1):169-187
- Aryani, Dwinita. 2014. Efek Pendapatan Pedagang Tradisional dari Ramainya Kemunculan Minimarket di Kota Malang. *Jurnal Dinamika Manajemen* 2(2):169-180.
- Asribestari R dan Setyono JS. 2013. Pengaruh Daya Tarik Pasar Tradisional dan Pasar Modern Terhadap Preferensi Konsumen (Studi Komparasi Pasar Karangayu dan Giant Supermode). *Teknik PWK* 2(3):539-548.
- Effendi N. 2017. Studi Budaya Pasar Tradisional Dan Perubahan Gaya Hidup Masyarakat Pedesaan (Studi Kasus Pasa Nagari dan Masyarakat Nagari di Provinsi Sumatera Barat). *Jurnal Antropologi* 18(2):105-120
- Ester dan Didik. 2013. *Membuat Pasar Tradisional Tetap Eksis*. Jakarta: Sinar Harapan
- Ismail R, Sidemen Ida AW, Sunaryo Fransiska DS. 2019. Bertahannya Pasar Tradisional Sanglah di Tengah-Tengah Pengaruh Pasar Modern di Denpasar Tahun 2000-2018. *Humanis* 24(4):434-440.
- Masyhuri M dan Utomo SW. 2017. Analisis Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pasar Tradisional Sleko di Kota Madiun. *Assets* 6(1):59-72
- Rustiana Erna, Kania I, Nisrina A. 2022. Implementasi Kebijakan Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional di Kecamatan Semarang Kabupaten Garut (Studi Pasar Wisata Semarang). *Dinamika* 9(2):176-183.
- Sarwoko Endi. 2008. Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Kinerja Pedagang Pasar Tradisional di Wilayah Kabupaten Malang. *Modernisasi* 4(2):97-115.
- Sugiyono. 2014. *Statistika untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Toni Agus. 2013. Eksistensi Pasar Tradisional Dalam Menghadapi Pasar Modern di Era Modernisasi. *El-Wasathiya* 1(2):160-184