

**IDENTIFIKASI ALASAN UTAMA MASYARAKAT BERBELAJA DI PASAR
KEBON ROEK AMPENAN DIBANDINGKAN DENGAN PASAR MODERN (STUDI
KASUS MASYARAKAT AMPENAN)**¹Sulaeman, ²Pivi Anggun Anggraini^{1,2}PS Manajemen UNDIKMA, (Mataram), (Indonesia)Corresponding author email: yazid.emen@gmail.com; piviangguna2102@gmail.com

History Article

Article history:Received Juni 4, 2025
Approved Juni 30,
2025

Keywords:*Traditional
Market, Modern
Market, Shopping
Desire, Marketing***ABSTRACT**

The purpose of this study is to analyze the main reasons why consumers or Ampenan people prefer to shop at traditional markets compared to modern markets. This study is a field study that is a population of consumers who shop, traders at Kebon Roek Market, Ampenan, Mataram City. The data collection methods used are interviews, documentation and observation, the data analysis technique used is qualitative field using inductive thinking. Based on the results of the study, it is known that most Ampenan people tend to prefer shopping at traditional markets, but most also choose to shop at traditional and modern markets, according to the opinions they convey, it can be concluded that if they shop at traditional markets they can bargain for the price of goods from the price that has been set, even the price obtained is much lower than the initial offer price that has been set and they can also intervene directly, while in modern markets they can only see the prices available for the desired goods.

Keywords: Traditional Market, Modern Market, Shopping Desire, Marketing

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah mengalisa alasan utama konsumen atau masyarakat ampenan lebih memilih berbelanja di pasar tradisional dibandingkan dengan pasar moderen. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang menjadi populasi para konsumen yang berbelanja, para pedagang Pasar Kebon Roek Ampenan Kota Mataram. Metode pengumpulan data yang di pergunakan adalah interview, dokumentasi dan observsi, tehnik analisis data yang dipergunakan ialah kualitatif lapangan dengan menggunakan cara berfikir indukatif. Berdasarkan hasil penelitian di ketahui bahwa masyarakat ampenan sebagian besar cenderung lebih memilih berbelanja dipasar tradisional

namun sebagian besar juga memilih untuk berbelanja dipasar tradisional dan modern, menurut pendapat yang mereka sampaikan dapat di simpulkan bahwa apabila mereka berbelanja di pasar tradisional mereka dapat menawar harga barang dari harga yang telah di tetapkan, bahkan harga yang didapat jauh lebih rendah dari harga penawaran awal yang telah ditetapkan serta mereka juga dapat berintersi secara langsung sedangkan apabila dipasar modern mereka hanya dapat melihat harga yang tersedia di barang yang di inginkan saja

Kata Kunci : Pasar Tradisional, Pasar Modern, Keinginan Belanja, Pemasaran

© 2025 Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen

INTRODUCTION

Indonesia adalah Negara yang memiliki potensi ekonomi yang sangat tinggi, salah satunya adalah disektor perdagangan di pasar. Pasar atau tempat berbelanja masyarakat telah berkembang begitu pesat, dimana mengikuti arus globalisasi dan perkembangan jaman. Dimana tempat berbelanja sudah sedemikian rupa dengan nama yang bermacam- macam, seperti pasar tradisional, pertokoan, mall, plasa, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya.

Pemasaran adalah suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapat apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Tujuan pemasaran adalah memperoleh laba yang maksimal untuk menjamin kuantitas perusahaan. Untuk mencapai tujuan tersebut Marketing Mix merupakan kombinasi variabel untuk kegiatan yang merupakan inti dan sistem pemasaran, yang mana variabel dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi reaksi para pembeli atau konsumen, (Kotler ,2005). adapun Menurut Swastha dan Irawan (2007) mendefinisikan bauran pemasaran adalah kombinasi dari empat variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran perusahaan yakni produk, harga, kegiatan promosi dan kegiatan distribusi.

Di era globalisasi sekarang ini kegiatan bisnis khususnya pemasaran semakin meningkat. Banyak perusahaan yang berusaha memenangkan persaingan dengan cara memanfaatkan peluang bisnis yang ada dan berusaha menerapkan strategi pemasaran yang tepat di dalam rangka menguasai pasar. Penguasaan pasar merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan oleh pengusaha untuk mempertahankan hidupnya, berkembang dan mendapatkan laba maksimal. meskipun demikian, Pasar tradisional selalu menjadi indikator nasional di dalam memelihara stabilitas harga pangan untuk sembilan kebutuhan bahan pokok. Kelangkaan dan lonjakan harga beras di pasar misalnya, menyebabkan pemerintah kalangkabut dan dapat menjadi salah satu ukuran kinerja para Menteri bidang ekonomi. Pasar tradisional di seluruh Indonesia masih merupakan wadah utama di dalam penjualan produk-produk berskala ekonomi rakyat terutama bagi : petani, nelayan, pedagang, pengrajin, guru,

dan home industry. Pasar tradisional sebagai salah satu pasar ritel adalah simbol perekonomian rakyat. Nilai utilitas atau nilai guna pasar tradisional sangat urgen (penting) bagi masyarakat kelas bawah, karena terdapat puluhan ribu rakyat kecil (pedagang) yang menggantungkan hidup atau sumber kehidupan mereka di pasar tradisional, (Martalena, 2011)

Meskipun demikian, saat ini pasar modern berkembang pesat dirasakan banyak pihak dan berdampak terhadap keberadaan pasar tradisional. Di satu sisi, pasar modern dikelola secara profesional dengan fasilitas yang serba lengkap di sisi lain, pasar tradisional masih berada dengan permasalahan klasik seputar pengelolaan yang kurang profesional dan ketidaknyamanan berbelanja. Pasar modern dan tradisional bersaing di dalam pasar yang sama, yaitu pasar ritel. Hampir semua produk yang dijual di pasar tradisional seluruhnya dapat ditemukan di pasar modern. Pengaruh perkembangan pasar modern ini juga dirasakan oleh masyarakat ampenan.

Dimana rata-rata masyarakat Ampenan bukan hanya berbelanja di pasar tradisional namun merek juga banyak yang bekerja di Pasar modern, Di era globalisasi ini para masyarakat juga memilih-milih tempat berbelanja dimana warga mencari tempat berbelanja yang nyaman dan bersih, tak banyak juga warga yang memetingkan kebersihan dari barang yang dibeli apalagi kemaren pernah ada kasus korona, terkadang walaupun harga barang yang dibeli mahal tapi bersih dan sehat warga tetap lembeli.

Menurut penelitian yang di lakukan Karaouw, Loah & Mandei (2016:78) yang menyatakan bahwa pada dasarnya pasar tradisional harus memiliki keunggulan bersaing secara alamiah yang tidak dimiliki secara langsung oleh pasar modern seperti lokasi yang strategis, area penjualan yang luas, keragaman barang yang lengkap, harga yang rendah, sistem tawar menawar yang menunjukkan keakraban antara penjual dan pembeli. Hal ini merupakan keunggulan yang dimiliki oleh pasar tradisional. penelitian senada yang di lakukan Wijaya, Wulandari dan Nugeraha (2020) yang menyatakan bahwa Keputusan Pembelian yang mempengaruhi perilaku dan sikap konsumen mempertimbangkan aspek kesenjangan sikap perilaku, dan faktor situasional. Studi ini juga memberikan informasi kepada produsen dan pemasar tentang penyusunan kebijakan untuk Bersama menguatkan nilai kepedulian terhadap lingkungan melalui konsumsi yang bertanggung jawab dan menekan pada inovasi produk yang mengabungkan atribut fungsional dan ramah lingkungan sebagai strategi pemasaran.

METHODE

Metode yang digunakan adalah metode kualitatif yang merujuk rumusan dan tujuan penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan dan menganalisis data secara mendalam mengenai perbandingan apakah masyarakat daerah ampenan lebih memilih berbelanja di Pasar Tradisional atau Pasar Moderen. Metode penelitian deskriptif kualitatif adalah sebuah metode yang digunakan peneliti untuk menentukan pengetahuan atau teori terhadap penelitian pada satu waktu tertentu. Lebih lanjut metode kualitatif pada penelitian ini didukung dengan data primer melalui wawancara yang dilakukan kepada informan, yaitu masyarakat ampenan yang berbelanja di Pasar Kebon Roek ampenan, serta para pedagang pasar yang ada di pasar.

RESULT AND DISCUSSION

Sesuai hasil wawancara kepada beberapa warga di Ampenan. Kami melakukan penelitian serta wawancara hasil yang kami dapatkan adalah di daerah Ampenan sudah menyebar banyak sekali Pasar Modern yang jika kita lewati di sepanjang jalan pasti ada pasar modern (supermarket) seperti Indomaret, Alfamart, dan Niaga. Jam operasional dari pasar modern ini pun ada yang dari jam 07.00 sampai jam 22.00 bahkan ada yang 24 jam. Supermarket ini dikelola oleh perusahaan yang dipimpin oleh manager dan memiliki beberapa staf kerja barang yang dijualpun bermacam-macam dari minuman, makanan, sendal, alat-alat tulis, baju, celana, dan perlengkapan rumah tangga lainnya. Di pasar modern barang-barangnya sudah diberi label harga sehingga tidak bisa untuk melakukan tawar menawar. Selanjutnya di daerah Ampenan bukan hanya ada pasar modern namun ada juga pasar tradisional. Ada 2 pasar tradisional yang terkenal di daerah Ampenan yaitu Pasar Kebon Roek dan Pasar Acc/barata. Walaupun pasar tradisional ini hanya 2 namun tidak kalah saing dengan pasar modern di Ampenan. Dilihat dari tingkat ekonomi warga Ampenan yang masih menengah ke bawah sehingga masih sangat banyak yang berbelanja di Pasar Ampenan. Pasar Tradisional ini dikelola oleh Pemerintah Daerah, Swasta, dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta yang dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, Pedagang Kaki Lima, dan lain-lain. Jam operasional dari pasar tradisional adalah dari jam 05.00 sampai dengan jam 18.00 dan barang yang dijual di pasar tradisional sangat beragam ada yang menjual ikan, emas, baju, sepatu, sayuran, makanan, pakan burung dan masih banyak lagi.

Menurut hasil wawancara dengan konsumen didapatkan bahwa ;

Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu Ida, beliau menjelaskan bahwa kesehariannya berbelanja di pasar tradisional dibandingkan pasar modern, karena menurut beliau apabila berbelanja di pasar tradisional dengan membawa uang Rp 50.000 beliau sudah mendapatkan berbagai macam sayuran seperti : Cabai, Rampai, sayuran serta lauk pauk sedangkan apabila di pasar modern menurutnya belum tentu mendapatkan itu semua. Selain itu menurut beliau apabila berbelanja di pasar pagi (pasar modern) barang yang mereka cari itu lebih seger contohnya seperti sayur-sayuran serta harga yang di terapkan juga masih dapat untuk ditawar sedangkan apabila di pasar modern sudah harga pas yang tertera di bandrol (barcode) namun bukan semata-mata Ibu Santi tidak berbelanja ke pasar modern karena beliau tetap berbelanja di pasar modern yaitu untuk membeli produk-produk yang sedangkan ada diskonnya seperti susu, minyak, gula, dll

Pendapat senada diungkapkan oleh ibu Tri, beliau lebih suka berbelanja pagi ke pasar tradisional terutama ketika mencari sayuran, karena menurut beliau sayuran yang didapat lebih segar dan fres, karena langsung dibawa oleh petani setelah dipetik dari lahannya, serta ketika memilih untuk membeli ikan, ibu ini juga mengatakan lebih memilih berbelanja di pasar tradisional, karena ikan yang diperdagangkan merupakan ikan segar yang baru hasil tangkapan nelayan. lebih lanjut ibu ini juga menyatakan berbelanja di pasar modern untuk stok bulanan, yaitu seperti sabun, minyak, gula dll, karna menurut pendapat beliau apabila di pasar modern beliau lebih merasa nyaman dan hargapun terkadang mendapatkan diskon dari barang-barang tertentu.

pandangan senada diungkapkan oleh beberapa konsumen lain yang diwawancarai, menurut mereka sebagian besar masyarakat ampenan rutin berbelanja di pasar tradisionalnya karena ;

- a) Adanya ritual tawar-menawar (kebiasaan) untuk mendapatkan harga murah dengan kualitas bagus dari barang yang diinginkan.
- b) Mereka dapat saling bertukar informasi yang dilakukan antar pedagang dan konsumen, sedangkan apabila dipasar modern mereka tidak dapat berinteraksi karena dipasar modern mereka hanya bertemu pramuniaga.
- c) Apabila dipasar tradisional fasion nomor sekian, menurutnya sangat jarang ditemukan orang yang berbelanja dipasar tradisional memakai high heels seperti yang sering kita jumpai atau kita lihat dipasar tradisional.
- d) Pasar tradisional buka lebih pagi yaitu pukul 03.00 hingga pukul 10.00 berbeda dengan pasar modern yang buka pukul 10.00 hingga 21.30 WITA jadi menurutnya lebih banyak keuntungan berbelanja dipasar tradisional Lexi J.Moleong, Metode Penelitian Kualitatif, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009, edisi revisi Lexi J.Moleong, Metode Penelitian Kualitatif, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009, edisi revisi Lexi J.Moleong, Metode Penelitian Kualitatif, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009, edisi revisi dibandingkan pasar modern

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat dianalisis bahwa Sebagian besar warga Ampenan memilih berbelanja di pasar tradisional namun walaupun begitu ada juga yang berbelanja di pasar Modern. Bagi warga yang memilih berbelanja di pasar tradisional menurut mereka berbelanja di pasar tradisional sangat pas untuk mereka, dari pendapatan mereka sangat cocok jika berbelanja di pasar tradisional, menurut mereka pasar tradisional sudah mencakup semua hal yang ingin mereka beli, mereka berkata selain lengkap di pasar tradisional juga murah sehingga dapat menghemat uang dan juga di pasar tradisional barang-barangnya bisa di tawar bahkan jauh dari harga jual yang sebenarnya. Dan untuk ke pasar tradisional pun mereka dengan gampang berjalan kaki Bersama teman-teman yang ingin berbelanja ke pasar tradisional juga.

Selain berbelanja di pasar modern, mereka juga berbelanja di Pasar Modern, menurut mereka di pasar modern, dengan tujuan utamanya mengejar harga diskon yang selalu di tawarkan pada pasar modern, terutama untuk kebutuhan bulanan mereka. Menurut para warga pun kualitas pelayanan pasar modern sangat baik ramah dan sopan tidak seperti pasar tradisional yang terkadang asal-asalan dalam melayani, menurut anak-anak muda di ampenan walaupun tidak bisa melakukan tawar-menawar di pasar modern namun harga yang ada di label sudah termasuk kategori murah sehingga tidak perlu untuk di tawar-tawar lagi.

CONCLUSION

Berdasarkan hasil penelitian di ketahui bahwa masyarakat ampenan sebagian besar cenderung lebih memilih berbelanja dipasar tradisional namun sebagian besar juga memilih untuk berbelanja dipasar tradisional dan modern, menurut pendapat yang mereka sampaikan dapat di simpulkan bahwa apabila mereka berbelanja di pasar tradisional mereka dapat

menawar harga barang dari harga yang telah ditetapkan, bahkan harga yang didapat jauh lebih rendah dari harga penawaran awal yang telah ditetapkan serta mereka juga dapat berinteraksi secara langsung sedangkan apabila dipasar modern mereka hanya dapat melihat harga yang tersedia di barang yang diinginkan saja

REFERENCES

- Karouw, Z. E., O. Edan Mandei, J. 2016. Faktor Penentu Pilihan Konsumen Komoditi Pertanian Terhadap Tempat Berbelanja di Pasar Tradisional dan Pasar Modern di kota Manado. Jurnal ASE. Vol. 12.No 1
- Kusdyah, I (2012). Persepsi Harga, Persepsi Merek, Persepsi Nilai dan Keinginan Pembelian Ulang Jasa Klinik Kesehatan (Studi Kasus Erha Klinik Surabaya). Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol.7, No. 1 April 2020.
- Lexi J. Moleong, Metode Penelitian Kualitatif, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009, edisi revisi
- Martalena, Malinda Maya, pengantar pasar modal, Yogyakarta 55281: ando 2011
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Wijaya, Agung, Jeni Wulandari dan Prasetya Nugeraha. 2020. Study On Decisions Of Purchasing Green Product In Theory Of Planned Behavior Perspective. Jurnal Sosial Humaniora. Vol 11 No 2.