
Analisis Dampak Pasar Modern terhadap Pasar Tradisional di Kecamatan Manggala Kota Makassar

Ali Murdhani Ngandoh^{1*)}; Muhammad Yunus²⁾

¹⁾ Manajemen, Institut Teknologi dan Bisnis Nobel Indonesia

²⁾ Manajemen, STIE Amkop Makassar

*alimurdhani15@gmail.com**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak pasar modern terhadap pasar tradisional di kecamatan Manggala. Penelitian ini diperoleh dari wawancara serta kuisioner dan beberapa wawancara dengan mengambil 60 responden dari pedagang pasar tradisional dan 20 responden dari konsumen yang berkaitan dengan jumlah pendapatan, jumlah pelanggan, dan jumlah tenaga kerja sebelum dan setelah adanya pasar modern. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan SPSS yang mana menggunakan Uji Chi Square. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan pendapatan, jumlah pelanggan, dan jumlah tenaga kerja sebelum dan setelah adanya pasar modern. Jumlah pendapatan, jumlah pelanggan, dan jumlah tenaga kerja pada pedagang pasar tradisional mengalami penurunan setelah adanya pasar modern.

Kata kunci: *Pasar, Perbedaan Pendapatan, Jumlah Pelanggan, dan Jumlah Tenaga Kerja*

ABSTRACT

This study aims to analyze the impact of modern markets on traditional markets in Manggala sub-district. This research was obtained from interviews as well as questionnaires and several interviews by taking 60 respondents from traditional market traders and 20 respondents from consumers related to the amount of income, the number of customers, and the number of workers before and after the existence of modern markets. Analysis of the data in this study using SPSS which uses the Chi Square Test. The results of this study indicate that there are differences in income, the number of customers, and the number of workers before and after the existence of a modern market. The amount of income, the number of customers, and the number of workers in traditional market traders have decreased after the existence of modern markets.

Keywords: *Market, Income Difference, Number Of Customers, and Number Of Workers*

1. Pendahuluan

Pasar merupakan salah satu kegiatan ekonomi yang juga ikut menunjang kelangsungan hidup manusia. Bagi masyarakat pasar bukan hanya tempat bertemunya pembeli dan penjual tetapi juga tempat berinteraksi sosial. Pada dasarnya masyarakat mengenal dua jenis pasar, yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya antara penjual dan pembeli yang ditandai dengan adanya transaksi antara penjual dan pembeli secara langsung. Pasar tradisional biasanya menjual kebutuhan pokok sehari-hari seperti bahan-bahan makanan pokok berupa beras, ikan, sayur, buah-buahan, telur, daging, pakaian, elektronik, dan jasa dan lain-lain. Pasar tradisional masih banyak ditemukan di Indonesia dan umumnya terletak dekat dari pemukiman warga agar mudah dijangkau oleh masyarakat. Pasar modern merupakan pasar yang dikelola dengan manajemen modern. Umumnya terletak di perkotaan sebagai penyedia barang dan jasa yang mutu dan pelayanan yang baik ke konsumen. Pasar modern menyediakan beragam variasi barang. Selain barang lokal, pasar modern juga menyediakan barang-barang impor. Barang-barang yang dijual oleh pasar modern merupakan barang yang mempunyai kualitas relatif lebih terjamin dan bermutu. Secara kuantitas, pasar modern mempunyai persediaan barang di gudang yang terukur. Dari segi harga, pasar modern mempunyai label

harga yang tercantum pada produk yang dijual. Pasar modern juga menawarkan layanan yang sangat baik, dengan fokus pada keramahan, kerapian, dan fasilitas termasuk AC. (Fadhilah, 2011).

Contoh keberadaan pasar konvensional dan baru sebagai bagian dari perekonomian yang terbuka sempurna dapat diambil dari penjelasan pasar. Pasar tradisional berangsur-angsur tergantikan dengan keberadaan pasar baru seiring dengan perkembangan zaman. Konsumen di suatu daerah, misalnya, memiliki dua pilihan untuk membeli barang yang mereka butuhkan: pasar tradisional atau pasar modern. Kedua pasar hanya terpisah jarak yang cukup dekat. Layanan yang ditawarkan sama. (Prasetyo, 2013). Intinya, pasar tradisional dan pasar modern masing-masing memiliki keunggulan tersendiri dalam hal segmentasi pasar. Pasar tradisional juga memiliki mekanisme negosiasi antara penjual dan pembeli, yang sulit dilakukan di pasar modern karena harga ditetapkan dengan price tag. Salah satu keunggulan pasar baru dibandingkan pasar konvensional adalah peluang untuk bekerja dengan pemasok besar yang dapat meningkatkan produktivitas melalui skala ekonomi.

Keberadaan pasar modern lebih banyak dicari dan dikunjungi oleh konsumen dibandingkan dengan pasar tradisional karena lebih unggul dari segi marketing mix, yaitu product, price, place, dan promotion. Pertama, dalam hal barang, pasar konvensional dan modern menyediakan produk yang hampir identik; akan tetapi, pasar produk modern menyediakan pilihan produk yang lebih banyak, struktur produk yang lebih teratur, dan, tentu saja, memudahkan pelanggan untuk memperoleh informasi dan membeli barang yang mereka butuhkan. Kualitas produk pasar modern bahkan lebih terjamin daripada pasar konvensional karena pasar modern akan sering meningkatkan kualitas produk untuk menjaga citra merek konsumennya.

Pasar modern lebih mahal dari pasar konvensional dalam hal harga. Meskipun demikian, pelanggan tetap berbelanja di pasar modern karena mereka memberikan harga yang lebih menarik, potongan harga / diskon reguler, dan berbagai perkembangan unik lainnya yang tidak ditemukan di pasar konvensional. Kemudian dalam segi tempat, pasar modern memberikan kondisi dan fasilitas yang benar-benar maksimal kepada para konsumen. Tempat yang digunakan pasar modern seringkali berada di tengah-tengah perkotaan yang sangat strategis dalam kehidupan masyarakat. Bangunan yang dibuat dibangun dengan sangat baik, kondisinya bersih dan fasilitasnya juga sangat lengkap yang menunjang konsumen untuk berbelanja, misalnya: trolley, tas berbelanja, keranjang belanja, pendingin udara serta tempat parkir yang luas, dll.

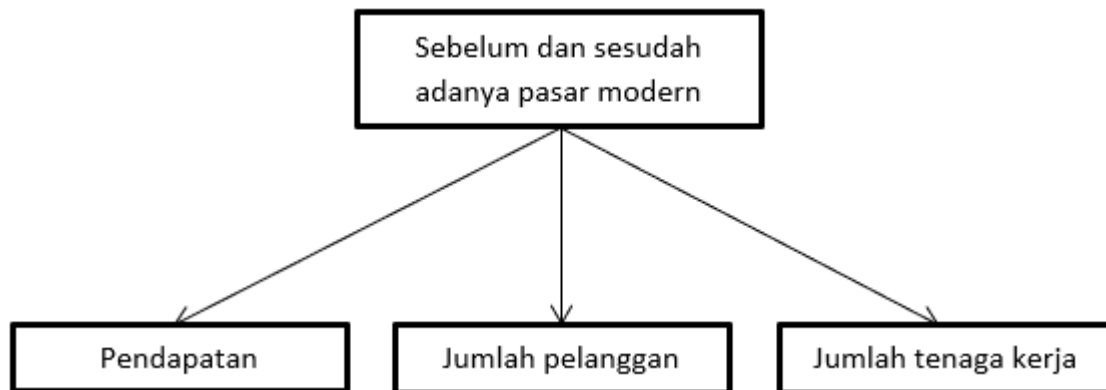
Sementara dari segi promosi, pasar modern lebih unggul dibanding pasar tradisional. Brosur merek, promosi berhadiah, diskon, kemasan yang menarik, dan dukungan ramah serta fasilitas di tempat hanyalah sebagian dari taktik yang digunakan. Konsumen di pasar modern benar-benar dibawa dan dimanjakan dengan segala hal demi kenyamanan dan kepuasan berbelanja. Walaupun begitu tidak semua konsumen beralih ke pasar modern. Masih ada konsumen yang tetap setia berbelanja di pasar tradisional. Memang harus diakui bahwa pasar tradisional sangat susah jika harus bersaing dengan pasar modern. Namun bagi sebagian konsumen, pasar tradisional masih memiliki daya pikat tersendiri yang membuat mereka masih berbelanja di pasar tradisional.

Konsumen masih dapat bernegosiasi di pasar konvensional, menunjukkan hubungan yang jelas antara penjual dan pembeli saat membeli suatu barang. Dibandingkan dengan pasar modern yang harga barangnya ditetapkan dan tidak ada kontak antara penjual dan pembeli, pasar tradisional tidak memiliki batasan seperti itu. Keberadaan pasar modern menimbulkan dampak ekonomi secara langsung kepada para pedagang pasar tradisional dikarenakan jarak antara pasar modern dan pasar tradisional bisa dikatakan tidak terlalu jauh yang membuat pengunjung lebih sering berbelanja di pasar modern.

Sama yang terjadi di kota Makassar khususnya di kecamatan Manggala, terdapat beberapa pasar modern yang berdiri sangat dekat dengan pasar tradisional, serta perubahan pola berbelanja masyarakat tentu akan berpengaruh terhadap pendapatan, jumlah pelanggan dan jumlah tenaga kerja pedagang pasar tradisional terutama yang menjual barang sejenis dengan yang ada di pasar modern. Berdasarkan kajian tersebut, permasalahan yang diangkat adalah:

1. Apakah ada perbedaan pendapatan pedagang tradisional kecamatan Manggala kota makassar setelah muncul nya pasar modern?
2. Apakah ada perbedaan jumlah pelanggan pedagang pasar tradisional kecamatan Manggala kota makassar setelah munculnya pasar modern?
3. Apakah ada perbedaan jumlah tenaga kerja pedagang pasar tradisional kecamatan Manggala kota makassar setelah munculnya pasar modern?

Dalam penelitian ini, penulis mencoba mengklarifikasikan dampak pasar modern terhadap pasar tradisional sebelum dan sesudah adanya pasar modern.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah hipotesis yang dikemukakan oleh penulis adalah:

H1: Diduga bahwa keberadaan pasar modern berpengaruh terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional di kecamatan Manggala kota Makassar

H2: Diduga bahwa keberadaan pasar modern berpengaruh terhadap jumlah pelanggan pedagang pasar tradisional di kecamatan Manggala kota Makassar

H3: Diduga bahwa keberadaan pasar modern berpengaruh terhadap jumlah tenaga kerja pedagang pasar tradisional di kecamatan Manggala kota Makassar.

2. Metode Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah pedagang di pasar-pasar tradisional di Kecamatan Manggala Kota Makassar. Dalam analisis ini, sampel diperoleh melalui proses pengambilan sampel accidental sampling yaitu pengambilan sampel secara acak. Terdapat 60 responden dari pedagang pasar tradisional yaitu pedagang yang menjual produk serupa dan terkait dengan pasar modern, serta 20 responden dari konsumen yang tinggal di sekitar pasar modern dan pasar tradisional.

Penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif kuantitatif untuk mendeskripsikan dampak keberadaan pasar modern terhadap setiap produk yang ditawarkan baik di pasar tradisional maupun modern, serta strategi harga, produk, dan layanan yang digunakan oleh pedagang pasar tradisional dalam menghadapi pasar modern. persaingan, dan jumlah konsumen yang lebih memilih pasar modern. Uji Chi Square digunakan untuk menghitung selisih jumlah keuntungan, pembeli, dan tenaga kerja pedagang pasar konvensional sebelum dan sesudah adanya pasar modern. Uji Chi Square digunakan untuk menentukan apakah sampel sesuai dan ada atau tidaknya perbedaan yang substansial. Menerima atau menolak H_0 , dengan pengertian jika H_0 disetujui maka H_1 akan ditolak dan ditolak. Jika H_0 diakui, tidak ada perbedaan jumlah pendapatan, pelanggan, atau tenaga kerja sebelum dan sesudah pasar

modern ada. Ada perbedaan jumlah upah, konsumen, dan tenaga kerja sebelum dan sesudah kehidupan ekonomi modern jika H_0 ditolak.

3. Hasil dan Pembahasan

Peneliti menggunakan perangkat lunak aplikasi SPSS untuk menguji model dan menemukan koefisien untuk setiap variabel dalam analisis ini. Uji Chi Square digunakan dalam penelitian ini untuk membandingkan jumlah pendapatan, jumlah pembeli, dan jumlah karyawan pada pedagang pasar tradisional sebelum dan sesudah diperkenalkannya pasar modern.

Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Sebelum Dan Setelah Adanya Pasar Modern

Para pedagang mengeluhkan keberadaan pasar modern yang jarak nya sangat berdekatan dengan pasar tradisional. Pendapatan mereka semakin menurun yang diakibatkan oleh konsumen yang lebih memilih berbelanja di pasar modern. Namun ada pedagang yang berpendapat bahwa kehadiran pasar modern tidak menurunkan pendapatan mereka karena pasar tradisional memiliki pelanggan tetap dan konsumen pun bisa mendapatkan potongan harga ketika membeli dalam jumlah banyak sehingga konsumen lebih memilih berbelanja di pasar tradisional.

Tabel 1. Hasil Uji Chi Square Pendapatan pedagang pasar tradisional

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	797.305 ^a	414	.000
Likelihood Ratio	258.554	414	1.000
Linear-by-Linear Association	57.347	1	.000
N of Valid Cases	60		

Berdasarkan hasil uji Chi Square, dari 60 responden pedagang pasar tradisional. Nilai asymptotic significance (2 sided) menunjukkan p-value. Karena p-value yang diperoleh sebesar $0.00 < a=0.01$ atau ($p < 0.01$), maka H_0 ditolak yang berarti bahwa ada perbedaan jumlah pendapatan pedagang pasar tradisional sebelum dan setelah adanya pasar modern pada taraf nyata 1%.

Jumlah Pelanggan Pedagang Pasar Tradisional Sebelum Dan Setelah Adanya Pasar Modern

Jumlah pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan seorang trader. Pedagang pasar tradisional merasa dirugikan akibat kehadirannya di pasar modern, karena banyak pelanggannya yang pindah ke pasar modern. Menurut survei terhadap 60 pedagang, mereka yakin jumlah pelanggan mereka menurun akibat keberadaan pasar modern, tetapi empat pedagang percaya bahwa pasar modern memiliki pengaruh yang kecil terhadap jumlah pelanggan mereka karena mereka sudah sering memiliki pelanggan dan percaya bahwa mereka menawarkan harga yang lebih rendah.

Berdasarkan hasil uji Chi Square dengan menggunakan aplikasi SPSS, dari 60 responden pedagang pasar tradisional. Nilai asymptotic significance (2 sided) menunjukkan p-value. Karena p-value yang diperoleh sebesar $0.00 < a=0.01$ atau ($p < 0.01$), maka tolak H_0 yang berarti bahwa ada perbedaan jumlah pelanggan pedagang pasar tradisional sebelum dan setelah adanya pasar modern pada taraf nyata 1%.

Tabel 2. Hasil Uji Chi Square Jumlah pelanggan pasar tradisional

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	711.202 ^a	480	.000
Likelihood Ratio	273.405	480	1.000
Linear-by-Linear Association	57.143	1	.000
N of Valid Cases	60		

Tenaga Kerja Pedagang Pasar Tradisional Sebelum Dan Setelah Adanya Pasar Modern

Pedagang pasar tradisional membutuhkan tenaga untuk membantu mereka dalam melayani pembeli dan mengangkat serta mengatur barang dagangan. Karena ada pasar modern, pedagang yang memiliki tenaga kerja tambahan harus mengurangi jumlah tenaga kerja atau tidak menambah tenaga kerja. Akibatnya pendapatan mereka menurun. Namun, beberapa pedagang percaya bahwa ekonomi baru berdampak kecil pada jumlah pekerjaan karena mereka masih membutuhkan tenaga kerja tambahan meskipun pendapatan mereka lebih rendah.

Tabel 3. Hasil Uji Chi Square Jumlah tenaga kerja pedagang pasar tradisional

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	282.534 ^a	36	.000
Likelihood Ratio	150.524	36	.000
Linear-by-Linear Association	55.122	1	.000
N of Valid Cases	60		

Berdasarkan hasil uji Chi Square, dari 60 responden pedagang pasar tradisional. Nilai asymptotic significance (2 sided) menunjukkan p-value. Karena p-value yang diperoleh sebesar $0.00 < a=0.01$ atau ($p < 0.01$), maka tolak H_0 yang berarti bahwa ada perbedaan tenaga kerja pedagang pasar tradisional sebelum dan setelah adanya pasar modern pada taraf nyata 1%.

Strategi Pedagang Pasar Tradisional Dalam Menghadapi Persaingan Dengan Pasar Modern

Dalam persaingan bisnis dibutuhkan strategi. Modal terpenting untuk bertahan hidup adalah strategi. Menurut Swastha (2002), segmentasi pasar dapat digunakan oleh usaha kecil dan usaha yang ingin meningkatkan produksinya. Mereka mungkin memusatkan upaya pemasaran pada segmen konsumen tertentu. Jika target pasar telah diidentifikasi melalui analisis pasar, bisnis harus mengembangkan strategi yang solid untuk memasuki segmen tersebut.

Pasar konvensional memiliki sejumlah kekurangan yang telah menjadi sifat yang sudah mendarah daging yang sulit diubah. Kerugian terbesar pasar tradisional dalam bersaing dengan pasar modern adalah faktor-faktor seperti arsitektur dan penampilan konsumen, tata letak, variasi dan kualitas produk, promosi penjualan, jam operasional yang terbatas, dan optimalisasi penggunaan ruang ritel.

Pedagang dengan pemahaman yang lebih baik tentang pelanggan dan subjek mereka akan menyusun rencana untuk memasarkan (menjual) produk yang sesuai agar pelanggan mereka tetap kompetitif. Informasi mereka berasal dari membandingkan diri mereka dengan pedagang lain, termasuk saingan.

Para pedagang pasar tradisional harus berusaha menjual dengan harga yang lebih rendah dalam waktu terbatas untuk memaksimalkan keuntungan, seperti yang biasa terjadi di pasar modern. Pedagang pasar tradisional kerap bereaksi keliru terhadap kurangnya pemahaman akses lokasi dengan melanggar peraturan perdagangan, seperti berusaha berdagang di dekat pintu masuk pasar atau halaman depan, meski sudah memiliki warung di sana. Untuk mencegahnya, pelaku pasar harus memberlakukan peraturan posisi perdagangan yang ketat.

Kebersihan, lantai kering, tidak berlumpur, pengaturan posisi sesuai dengan jenis produk yang dijual, lorong yang lapang bagi pelanggan atau konsumen agar mudah dilewati antar pembeli, lingkungan penerangan dan udara, pusat informasi, dan pelatihan harian bagi pedagang tentang cara memadamkan kebakaran dan menyelamatkan diri jika terjadi kebakaran adalah semua hal yang harus diatasi. Alhasil, pengelola pasar diharapkan dapat mempertahankan pasar konvensional agar tetap dapat bertahan, serta menanganinya secara aman, indah, dan sehat secara berkelanjutan. Tidak perlu khawatir menghadapi pasar modern jika pasar dikelola dengan baik dan menarik, karena ini adalah lokasi di mana penjual dan pembeli bertransaksi.

Menurut survei terhadap 60 pedagang pasar tradisional di Kecamatan Manggala, strategi mereka antara lain menawarkan tarif yang lebih murah, variasi produk yang lebih banyak, jaminan konsistensi, tata letak yang lebih baik, melayani dengan cepat, sopan kepada pelanggan, dan menerima pembayaran dengan mencicil.

Pasar tradisional memiliki banyak kekurangan, namun banyak juga manfaatnya yang patut kita pertimbangkan. Salah satunya adalah harga produk yang kita inginkan dapat dinegosiasikan agar lebih murah. Alhasil, kita harus bisa mengubah pasar konvensional menjadi pasar yang nyaman dengan tetap menjaga kebersihan. Karena pasar tradisional dan modern mewakili segmen konsumen yang berbeda, maka keberadaan pasar modern tidak akan merusak pasar tradisional selama fokusnya pada masing-masing segmen pasar. Pasar tradisional, di sisi lain, memiliki sejumlah keunggulan yang akan membantu mereka sejahtera.

Menurut berbagai pernyataan konsumen, sebagian besar konsumen enggan mengunjungi atau berbelanja di pasar tradisional karena berbagai faktor, antara lain jalan yang kotor, tempat parkir yang terbatas, dan kebersihan yang kurang, semuanya luput dari perhatian para pelaku pasar tradisional. sejauh ini. Dengan lebih menekankan pada persoalan tersebut, diharapkan minat konsumen semakin tergoyahkan sehingga menghasilkan jalur ritel konvensional yang lebih panjang yang tidak kalah bersaing dengan persaingan pasar baru. Agar pasar konvensional maju, berkembang, dan berkembang dalam menghadapi persaingan.

4. Kesimpulan

Berdasarkan temuan studi tentang Dampak Pasar Modern terhadap Pasar Tradisional (Analisis Dampak Pasar Modern terhadap Pasar Tradisional), dapat disimpulkan bahwa kehadiran pasar modern membawa dampak negatif terhadap pedagang pasar tradisional. Dampak yang ditimbulkan setelah hadirnya pasar modern adalah penurunan pendapatan, jumlah pelanggan, serta tenaga kerja hal ini dapat dibuktikan berdasarkan hasil dari spss yang telah dilakukan dengan menggunakan uji chi square. Hadirnya pasar modern yang menjadi salah satu pesaing pedagang pasar tradisional, pasar modern yang berdekatan dengan pasar tradisional telah menarik minat konsumen untuk berbelanja di pasar modern, sehingga membuat eksistensi dan keberadaan pasar tradisional menjadi kurang diminati.

Referensi

- Badan Pusat Statistik Kota Makassar. 2019 Makassar Dalam Angka. Makassar
- CESS, 1998. *Dampak Krisis Ekonomi dan Liberalisasi Perdagangan terhadap Strategi dan Arah Pengembangan Pedagang Eceran Kecil-Menengah di Indonesia*, Jakarta: TAF dan USAID.
- Dewi, D. S. (2020). *Dampak keberadaan Pasar Modern terhadap pendapatan para Pedagang Pasar Tradisional (Studi kasus di Desa Tanggul Angin Kecamatan Punggur)* (Doctoral dissertation, IAIN Metro).
- Fatmawati. (2014). *Analisis Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pedagang Pasar Tradisional di Kabupaten Maros*.
- Hari Waluyo, *Sosialisasi Pasar Tradisional Sebagai Aset Wisata Budaya di Lampung*. WWW.budpar.go.id
- James F. Angel, dkk. 1994. **Perilaku Konsumen**, Alih bahasa Budiyanto, Edisi ke-6. Jakarta : Binarupa Aksara
- Kasmir, 2012. *Analisis Laporan Keuangan*, Edisi Pertama Cetakan Kelima (Jakarta: Raja Grafindo Persada).
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Mulyadi, S. 2003. *Ekonomi Sumber Daya Manusia Dalam Perspektif Pembangunan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Mulyadi, 2010. *Sistem Akuntansi*, Edisi ke-3, Cetakan ke-5. (Penerbit Salemba. Empat)
- Nur Fadhilah, A. 2011. *Dampak Minimarket Terhadap Pasar Tradisional (Studi Kasus di Ngaliyan)*. Semarang: Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Negeri Walisongo.
- Prasetyo, A. 2013. *Beralihnya Konsumen ke Pasar Modern*. <http://andriprast.wordpress.com/2013/09/28/beralihnya-konsumen-ke-pasar-modern/>.
- Peraturan presiden RI.112. 2007. Penataan dan Pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern. WWW.bpkp.go.id
- Peraturan Menteri Perdagangan. 53. 2008. Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern. www.kemendag.go.id
- Sopiah, 2008. *Manajemen Bisnis Ritel*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Soemarso S.R. *Akuntansi Suatu Pengantar*. (Edisi Lima. Jakarta: Salemba Empat).
- Swastha, Basu. 2002. *Pengantar Bisnis Modern*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.



