

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kabupaten Banjar merupakan salah satu kabupaten dengan wilayah terluas ketiga diprovinsi Kalimantan Selatan setelah Kabupaten Kotabaru dan Kabupaten Tapin dengan luas wilayah 4.668,50 Km². Secara geografis Kabupaten Banjar terletak antara koordinat 2° 49' 55" sampai dengan 3° 43' 38" Lintang Selatan dan 114° 30' 20" sampai dengan 115° 35' 37" Bujur Timur.

Kabupaten Banjar terdiri dari 20 Kecamatan, 277 Desa, dan 13 Kelurahan. Kabupaten Banjar terbentuk berdasarkan Undang-Undang Nomor 27 Tahun 1959 yang dihuni se kitar 506.204 jiwa hasil dari sensus penduduk Indonesia 2010.

Batasan wilayah Kabupaten Banjar yaitu, sebelah utara berbatasan dengan Hulu Sungai Selatan dan Tapin, sebelah selatan berbatasan dengan Banjarbaru dan Tanah Laut, sebelah timur berbatasan dengan Kotabaru dan Tanah Bumbu, sebelah barat berbatasan dengan Batola dan Banjarmasin.

Pasar modern Giant Ekstra terletak di jalan Ahmad Yani Km. 7 Kertak Hanyar, Kelurahan Pemurus Dalam, Kabupaten Banjar Kalimantan Selatan. Pasar modern Giant Ekstra keberadaannya sekitar tahun 2015. Pasar modern Giant Ekstra memiliki bangunan yang bagus, luas, bersih, tempatnya nyaman, ruangan berAC, dan tata tempat yang rapi. Dipasar modern Giant Ekstra juga sangat lengkap ada *food court*, tempat bermain, dan lain-lain. Sedangkan pasar tradisional Pasar Ahad keberadaannya belum diketahui tahun pasti berdirinya. Pasar tradisional Pasar Ahad

beralamat di jalan Ahmad Yani Km. 7 Kertak Hanyar, Kelurahan Pemurus Luar, Kabupaten Banjar Kalimantan Selatan. Pasar tradisional Pasar Ahad dikelola oleh pemerintah. Bangunan dipasar tradisional Pasar Ahad berbentuk toko dan kios. Pasar tradisional Pasar Ahad menjual berbagai macam barang seperti ada pedagang yang menjual buah, sayur, kue, ikan, pakaian, dan lain-lain.

B. Penyajian Data

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada 10 informan pasar modern Giant Ekstra maupun 10 informan pasar tradisional Pasar Ahad, maka diperoleh 20 data yang terjadi dilapangan, dan diuraikan sebagai berikut:

1. a. Identitas Informan

Nama : Risni

Jenis kelamin : Perempuan

Pekerjaan : Admin perpajakan di PT. Usaha Jaya Sejahtera km 10

Alamat : Solo (Sementara di Mahligai Kabupaten Banjar)

b. Diskripsi Data

Pada data pertama ini, Risni adalah seorang pengunjung/pembeli di pasar modern Giant Ekstra. Kebutuhannya sebagai anak kos membuat Risni mengaku sering berbelanja di Giant Ekstra setidaknya dua minggu sekali atau dua kali dalam sebulan itu pasti. Risni merasa Giant Ekstra lebih murah dibandingkan dengan Hypermart, Alfamart, ataupun Indomaret apalagi jika bertepatan dengan hari jumat, sabtu, atau minggu

biasanya lebih banyak promo yang ditawarkan sehingga bisa lebih hemat. Jenis barang yang biasanya dibeli yaitu berbagai jenis kebutuhan sehari-hari seperti sabun, *lotion*, roti, susu, dan lain-lain. Risni juga pernah berbelanja dipasar tradisional seperti pasar Gambut. Biasanya Risni membeli seperti sayur, ikan, dipasar tradisional karena menurutnya lebih *fresh* dibandingkan dengan dipasar modern.

Menurut Risni Giant Ekstra lebih lengkap karena semua barang sudah tersedia tidak perlu mencari dari toko satu ke toko lainnya seperti dipasar tradisional. Harga yang ditawarkan juga sesuai dan pasti karena sudah tertera dengan jelas. Tempatnya cukup nyaman tetapi dalam hal kebersihan masih kurang. Produk-produknya juga lengkap hanya saja biasanya masa *expired* (kadaluarsa) produknya kurang diperhatikan.

Adapun mengenai promosi menurutnya sangat bagus, karena dengan adanya promosi menggunakan baliho atau selebaran itu sangat membantu bagi orang yang berprofesi sepertinya, karena kesibukan didepan laptop membuatnya kurang mengetahui tentang barang-barang yang sedang promo. Promosi yang seperti itu juga menjadi faktor penting dalam keputusannya untuk berbelanja dipasar modern Giant Ekstra.

Penawaran yang lengkap dalam satu tempat juga menjadi pertimbangan konsumen/pembeli dalam keputusan berbelanja. Tempat makan, tempat bermain anak, dan tempat berbelanja dalam satu tempat memiliki daya tarik tersendiri bagi mereka. Menurut Risni selain

berbelanja juga bisa makan siang bersama dengan teman-teman kantor, atau ketempat bermain untuk sekedar melepas penat sekaligus olahraga.¹

2. a. Identitas Informan

Nama : Ahmad Rahmadhani

Jenis kelamin : laki-laki

Pekerjaan : Mahasiswa

Alamat : Jln. A. Yani Km. 3,5 Komp. Karang paci

b. Diskripsi Data

Ahmad Rahmadhani merupakan salah satu konsumen/pembeli dipasar modern Giant Ekstra. Dalam sebulan Ahmad hanya sekali berbelanja dipasar modern. Biasanya barang yang dibelinya seperti makanan, sabun dan sebagainya. Ahmad juga pernah berbelanja dipasar tradisional seperti Pasar Ahad tetapi sangat jarang, lebih sering berbelanja dipasar modern karena selain tempatnya nyaman berAC, barangnya lengkap, kualitas barangnya juga lebih bagus, dan juga buka dimalam hari itu membuatnya lebih memilih berbelanja dipasar modern.

Dalam hal harga menurutnya sama saja karena tidak pernah membandingkan harga pasar modern dengan pasar tradisional. Dari segi pelayanan menurutnya juga lebih bagus daripada pasar tradisional,

¹Risni, Pembeli di Pasar Modern Giant Ekstra, *Wawancara Pribadi*, Kabupaten Banjar, 16 April 2017.

produknya juga memuaskan baginya tempatnya juga ramai jadi bisa sekalian *refreshing*.

Promosi menurutnya tidak berpengaruh dalam keputusannya untuk berbelanja dipasar modern. Mungkin bagi sebagian orang promosi yang menggunakan seperti baliho atau selebaran itu sangatlah signifikan perbedaannya, karena ketika melihat promosi orang biasanya akan tertarik tetapi baginya itu tidak berpengaruh, jika fasilitas yang ditawarkan sesuai dan memuaskan.

Faktor lain yang lebih mendominasi untuk berbelanja dipasar modern Giant Ekstra adalah bisa berbelanja sekalian membawa keluarga atau adiknya jalan-jalan, sehingga kegiatan belanja itu tidak akan membosankan. Ahmad juga merasa lebih percaya diri setelah berbelanja dipasar modern, karena seperti orang kelas menengah keatas jika berbelanja dipasar modern, itu juga menjadi hal yang mempengaruhinya.²

3. a. Identitas Informan

Nama : Munawarah

Jenis kelamin : Perempuan

Pekerjaan : PNS

Alamat : Komplek DPR, Landasan Ulin

²Ahmad Rahmadhani, Pembeli di Pasar Modern Giant Ekstra, *Wawancara Pribadi*, Kabupaten Banjar, 16 April 2017.

b. Diskripsi Data

Munawarah adalah konsumen/pembeli pasar modern Giant Ekstra, yang biasanya dalam sebulan sebanyak dua kali berbelanja ke pasar modern. Banyaknya diskon membuatnya menyukai berbelanja di pasar modern. Biasanya yang dibelinya seperti sabun, minyak goreng dan lain sebagainya yang mendapatkan potongan harga. Berbelanja di pasar tradisional seperti Pasar Ahad juga pernah dilakukannya hanya saja sangat jarang karena munawarah lebih suka berbelanja di pasar modern. Harganya yang cukup terjangkau, tempatnya yang nyaman, bersih, produknya juga beragam menjadi alasan mengapa munawarah memilih berbelanja di pasar modern.

Promosi memberikan pengaruh yang sangat besar bagi munawarah, karena dengan adanya promosi munawarah bisa mendapatkan harga yang cukup murah bahkan terkadang bisa lebih murah dari pada harga dipasaran sehingga bisa sedikit menghemat pengeluaran. Promosi yang menggunakan seperti baliho ataupun selebaran pun diakuinya sangat membantu, kesibukan sehari-hari membuatnya kurang mengetahui tentang diskon ataupun potongan harga, dan adanya baliho membuatnya mengetahui jika sedang ada promosi.

Penawaran lain dari pasar modern seperti tempat bermain untuk anak juga mempengaruhi keputusannya untuk berbelanja di pasar modern. Selain berbelanja bisa sekaligus membawa keluarganya jalan-jalan. Setelah

berbelanja dipasar modern muawarah juga mengaku lebih percaya diri, karena menurutnya berbelanja dengan keluarga itu mempengaruhi rasa percaya dirinya.³

4. a. Identitas Informan

Nama : Risna

Jenis kelamin : Perempuan

Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

Alamat : Jln. A. Yani Km. 9 Komplek Kurangga

b. Diskripsi Data

Pada data keempat ini, Risna adalah konsumen/pembeli pasar modern Giant Extra. Dalam sebulan biasanya setiap minggu atau sebanyak empat kali risna berbelanja dipasar modern. Murah dan bisa sambil jalan-jalan membuatnya suka berbelanja dipasar modern. Barang yang biasanya dibelinya itu seperti minyak dan segala hal yang berbau promo. Tempat nyaman dan tidak panas, barang sudah tersedia dan sekali jalan langsung dapat menjadi kelebihan pasar modern yang membuat Risna sering berbelanja dipasar modern. Berbelanja dipasar tradisional diakui rina sangat jarang bahkan tidak pernah lagi, tempatnya yang panas menjadi salah satu alasan Risna tidak menyukai berbelanja dipasar tradisional.

³Munawarah, Pembeli di Pasar Modern Giant Ekstra, *Wawancara Pribadi*, Kabupaten Banjar, 16 April 2017.

Menurut Risna harga tidak terlalu membuatnya puas, fasilitas yang lengkaplah yang membuatnya suka berbelanja dipasar modern. Produk diakuinya sangat lengkap, tempat juga nyaman tapi AC yang kurang dingin membuat sedikit panas. Promosi juga sangat mempengaruhinya dalam memilih berbelanja dipasar modern, karena penawaran potongan harga yang sangat beragam memberikan keuntungan baginya. Promosi dengan menggunakan baliho menurutnya bagus tapi baginya kurang membantu, karena setiap hari sabtu atau minggu pasti Risna kepasar modern sehingga kurang memperhatikan promosi yang mnggunakan Baliho dan sejenisnya.

Berbelanja sekalian jalan-jalan membawa anak juga menjadi salah satu alasan baginya, karena jalan-jalan dan berbelanja bersama keluarga membuatnya nyaman dan lebih percaya diri.⁴

5. a. Identitas Informan

Nama : Apriyani
Jenis kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Mahasiswi
Alamat : Martapura, Kabupaten Banjar

⁴Risna, Pembeli di Pasar Modern Giant Ekstra, *Wawancara Pribadi*, Kabupaten Banjar, 16 April 2017.

b. Diskripsi Data

Apriyani merupakan pengunjung/pembeli pasar modern Giant Ekstra. Dalam sebulan biasanya sebanyak dua kali Apriyani berbelanja dipasar modern. Alasan apriyani suka berbelanja dipasar modern tidak jauh berbeda dari informan-informan sebelumnya yaitu banyak diskon yang ditawarkan. Biasanya barang yang dibelinya seperti sabun, makanan dan lain-lain. Harganya terjangkau, tempatnya juga menarik, bersih, berAC, produk lengkap, memilih barangnya juga mudah, membuatnya menyukai berbelanja dipasar modern. Berbelanja dipasar tradisional juga pernah dilakukannya tetapi karena tempatnya yang kurang bersih, dan bau membuatnya jarang mengunjungi pasar tradisional.

Bagi seorang mahasiswi promosi sangatlah berpengaruh karena untuk kantong mahasiswi potongan harga sangat membantu dalam menghemat pengeluaran. Promosi dengan baliho atau selebaran menurutnya sangat bagus karena dari baliho atau selebaran itu bisa lebih tahu barang-barang apa saja yang sedang diskon.

Berbelanja dipasar modern juga menyenangkan baginya karena selain berbelanja juga bisa sekalian jalan-jalan atau makan bersama teman-teman sehingga kegiatan berbelanja menjadi lebih menyenangkan. Setelah

berbelanja dipasar modern menurutnya membuatnya lebih percaya diri karena bisa sekalian jalan-jalan dengan teman.⁵

6. a. Identitas Informan

Nama : Ninda
Jenis kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Pedagang
Alamat : Jln. A. Yani Km. 6 Jln. Pramuka

b. Deskripsi Data

Ninda adalah konsumen/pembeli pasar modern Giant Ekstra. Dalam sebulan Ninda cukup sering berbelanja dipasar modern bahkan hampir setiap minggu atau empat kali lebih dalam sebulan. Barang yang dibeli biasanya keperluan rumah tangga seperti minyak goreng, gula, sunlight. Ninda menyukai berbelanja dipasar modern karena harganya memuaskan cukup murah, tempatnya nyaman juga karena dekat dengan rumah, dan juga sering sekali diskon. Sedangkan berbelanja dipasar tradisional diakuinya sangat jarang karena tempat yang kurang bersih membuatnya kurang nyaman berbelanja dipasar tradisional.

Adapun dari segi promosi sangat mempengaruhinya dalam keputusan berbelanja dipasar modern. Promosi dengan menggunakan baliho atau

⁵Apriyani, Pembeli di Pasar Modern Giant Ekstra, *Wawancara Pribadi*, Kabupaten Banjar, 16 April 2017.

selebaran juga berpengaruh, karena jika melihat ada promosi maka akan cepat untuk pergi berbelanja.

Faktor lain yang mempengaruhi yaitu seperti tersedianya tempat makan, taman bermain, karena itu akan mempengaruhi kenyamanan dalam berbelanja bisa sekalian jalan-jalan bersama anak dan membuatnya lebih percaya diri.⁶

7. a. Identitas Informan

Nama : Haya
Jenis kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Belum Bekerja (Menganggur)
Alamat : Banjarmasin Km.5

b. Deskripsi Data

Pada data ketujuh ini, Haya adalah konsumen/pembeli pasar Modern Giant Ekstra. Dalam sebulan Haya lumayan sering berbelanja dipasar modern kurang lebih empat kali dalam sebulan. Barang yang dibelinya biasanya seperti sembako, perlengkapan rumah tangga. Haya menyukai berbelanja dipasar modern karena harganya sudah tercantum disetiap produk jadi tidak susah jika ingin memilih barang tidak perlu bertanya lagi. Keuntungan berbelanja dipasar modern biasanya kalau diskon harganya lebih murah dari biasanya, kualitasnya juga bagus, dan bebas

⁶Ninda, Pembeli di Pasar Modern Giant Ekstra, *Wawancara Pribadi*, Kabupaten Banjar, 16 April 2017.

memilih tanpa harus bertanya terus menerus. Kekurangan dari pasar modern biasanya ada barang yang harganya tidak tercantum jadi ketika membayar harganya bisa lebih mahal. Berbelanja dipasar tradisional juga pernah biasanya jika ingin membeli sayur, ikan untuk sehari-hari yang tidak bisa bertahan lama biasanya dipasar tradisional seperti Pasar Ahad.

Adapun harga tergantung dari barang biasanya ada yang lebih murah, terkadang ada yang harganya lebih mahal. Untuk produk yang standar sama saja dengan produk yang ada diluaran, tetapi untuk produk tertentu kadang ada yang tidak dijual diluaran. Tempat atau keadaannya juga nyaman.

Dari segi promosi sangat mempengaruhi dalam keputusan berbelanja dipasar modern, apalagi untuk kalangan perempuan jika melihat promosi pasti langsung ingin berbelanja. Promosi dengan baliho atau selebaran sangat bagus dan mempengaruhi untuk berbelanja dipasar modern, karena tidak selalu *standby* dipasar modern jadi jika ada promosi dengan baliho bisa mengetahui jika sedang ada promosi dan cepat langsung berbelanja.

Berbelanja dipasar modern juga bisa sekalian *refreshing* ramai-ramai bersama teman. Setelah berbelanja dipasar modern Haya mengaku biasa saja tidak merasa lebih percaya diri.⁷

⁷Haya, Pembeli di Pasar Modern Giant Ekstra, *Wawancara Pribadi*, Kabupaten Banjar, 18 April 2017.

8. a. Identitas Informan

Nama : Zikri Khalifah

Jenis kelamin : Perempuan

Pekerjaan : Wirausaha (Online Shop)

Alamat : Jln. A. Yani Km. 4,5 Komp. Aspol Bina Brata gang 9

b. Deskripsi Data

Zikri Khalifah adalah pengunjung/pembeli pasar modern Giant Ekstra. Zikri mengaku jarang berbelanja dipasar modern biasanya dalam sebulan hanya satu kali. Zikri menyukai berbelanja dipasar modern karena parkir mudah, banyak promosi, bisa sekalian jalan-jalan dengan teman. Biasanya barang yang dibelinya seperti kue, barang-barang yang nggak ada diluaran seperti kosmetik. Tempatnya tidak panas, berAC, aksesnya juga mudah, parkir gratis, membuatnya memilih berbelanja dipasar modern. Berbelanja dipasar tradisional juga pernah bahkan sering biasanya membeli sayur, ikan karena lebih segar.

Kelebihan pasar modern seperti produk yang lengkap, tempat yang nyaman, harga yang memuaskan hanya saja kadang ada harga yang kurang sesuai, dari segi promosinya juga bagus. Promosi menggunakan baliho atau selebaran sangat membantu dalam keputusan berbelanja dipasar modern.

Penawaran yang berbeda dengan pasar tradisional dari pasar modern seperti berbelanja sekalian jalan-jalan atau makan bersama teman

membuat Zikri memilih berbelanja dipasar modern. Setelah berbelanja dipasar modern tidak lantas membuat Zikri lebih percaya diri, karena berbelanja bersama temanlah yang membuatnya merasa nyaman.⁸

9. a. Identitas Informan

Nama : Hasia
 Jenis kelamin : Perempuan
 Pekerjaan : PNS Guru
 Alamat : Km. 8 Manarap

b. Diskripsi Data

Hasia merupakan konsumen/pembeli pasar modern Giant Ekstra. Hasia cukup sering berbelanja dipasar modern hampir setiap minggu atau empat kali dalam sebulan. Barang yang biasanya dibelinya seperti keperluan anak, tisu basah, susu, popok bayi dan sebagainya. Tempatnya yang bersih, jika promo memang biasanya harganya benar-benar dibawah pasaran, produknya juga lengkap, pelayanannya yang bagus, dan fasilitas juga mempengaruhi Hasia dalam berbelanja dipasar modern. Berbelanja dipasar tradisional juga pernah seperti pasar Ahad.

Promosi juga mempengaruhinya dalam berbelanja, seperti yang menggunakan baliho sangat memudahkan bagi pembeli untuk mengetahui barang-barang yang sedang promo. Hasia biasanya mencari digoogle

⁸Zikri Khalifah, Pembeli di Pasar Modern Giant Ekstra, *Wawancara Pribadi*, Kabupaten Banjar, 18 April 2017.

katalog promo giant jika ada barang yang sedang promo seperti sabun, atau popok bayi biasanya Hasia akan langsung berbelanja dipasar modern, dan juga jika sedang promo sabtu atau minggu biasanya juga antri.

Menurutnya berbelanja sambil jalan-jalan membuatnya tertarik berbelanja dipasar modern Giant Ekstra, sedangkan diGiant Ekspres tidak bisa sekalian jalan-jalan bawa anak, makan bersama keluarga, atau berbelanja pakaian bersama keluarga. Hasia mengaku lebih percaya diri setelah berbelanja dipasar modern dan juga lebih menyenangkan baginya karena bisa sekalian belanja dengan teman kantor, atau bisa sekalian bertemu dengan teman yang jauh sambil berbelanja.⁹

10. a. Identitas Informan

Nama : Yuli

Jenis kelamin : Perempuan

Pekerjaan : Marketing

Alamat : Sementara di Beruntung Jaya Km.7

b. Diskripsi Data

Yuli merupakan pengunjung/pembeli pasar modern Giant Ekstra. Yuli mengaku seorang pendatang bukan asli orang kalimantan, karena ada *event* di Kabupaten Banjar maka sementara waktu Yuli menyewa kos di Beruntung Jaya. Dalam sebulan Yuli hanya sekali berbelanja dipasar

⁹Hasia, Pembeli di Pasar Modern Giant Ekstra, *Wawancara Pribadi*, Kabupaten Banjar, 18 April 2017.

modern. Yuli juga mengaku tidak pernah berbelanja dipasar tradisional, karena bagi pendatang seperti yang hanya menetap sementara disuatu daerah karena ada *event* akan lebih mudah jika belanja dipasar modern.

Tempat yang nyaman, fasilitas yang disediakan juga lengkap, pelayanannya juga bagus, produk yang dijual dipasar modern sangat lengkap, dan harga yang ditawarkan juga memuaskan membuatnya lebih memilih berbelanja dipasar modern. Barang yang biasanya dibelinya seperti keperluan perempuan, makanan dan lain sebagainya. Menurutnya keuntungan berbelanja dipasar modern bagi orang yang menetap mungkin sangat menguntungkan, tetapi baginya tidak ada, hanya saja membuatnya menjadi lebih mudah karena tidak perlu susah mencari.

Menurutnya promosi sangat berpengaruh, karena bagi orang yang berprofesi sebagai marketing seperti yang membuatnya sangat mengetahui bahwa promosi adalah salah satu hal yang penting. Promosi dengan menggunakan baliho menurutnya cukup bagus, karena dengan baliho tersebut akan memudahkan dalam menginformasikan promosi tersebut kepada masyarakat/konsumen.

Penawaran yang lengkap dari pasar modern membuatnya lebih tertarik untuk berbelanja dipasar modern, karena simple tidak perlu ribet semua kebutuhan yang dibutuhkan seperti tempat makan, tempat bermain, sudah

tersedia dipasar modern. Yuli merasa setelah berbelanja dipasar modern membuatnya sedikit lebih percaya diri.¹⁰

11. a. Identitas Informan

Nama : Novita
Jenis kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Jln. Krisna, Kertak Hanyar, Kabupaten Banjar Km.7

b. Deskripsi Data

Pada data kesebelas ini, Novita adalah seorang pengunjung/pembeli dipasar tradisional Pasar Ahad. Dalam sebulan biasanya delapan kali atau seminggu dua kali Novita berbelanja dipasar tradisional Pasar Ahad. Barang yang dibelinya biasanya sayur, ikan, kebutuhan yang lain juga seperti kebutuhan wanita kosmetik.

Berbelanja dipasar tradisional menurutnya sangat gampang, karena ketika berbelanja tidak perlu menggunakan pakaian yang bagus seperti dipasar modern, dan juga dekat dengan rumahnya sehingga tidak perlu menggunakan helm. Pasar tradisional menurutnya lumayan lengkap, mulai dari sayur, ikan, alat-alat rumah tangga, pakaian, hingga kosmetik semua tersedia dipasar tradisional, hanya saja jika ingin berbelanja harus mencari

¹⁰Yuli, Pembeli di Pasar Modern Giant Ekstra, *Wawancara Pribadi*, Kabupaten Banjar, 18 April 2017.

dari toko satu ke toko yang lainnya. Novita juga mengaku pernah berbelanja dipasar modern seperti Giant Ekstra, tetapi sangat jarang.

Dalam hal harga, menurutnya pasar tradisional lebih murah, apalagi dipasar tradisional masih menggunakan sistem tawar menawar. Tempatnya juga cukup nyaman dan luas. Kalau fasilitas memang masih kurang jika dibandingkan dengan pasar modern, karena fasilitas dipasar tradisional hanya seadanya. Dari segi kebersihan pasar tradisional memang terlihat kurang bersih, apalagi dibagian penjual ikan tempatnya sangat kotor dan bau. Promosi yang mereka lakukan dengan cara menawari dagangan mereka kepada setiap pembeli yang lewat juga sudah lumayan bagus.¹¹

12. a. Identitas Informan

Nama : Arina
 Jenis kelamin : Perempuan
 Pekerjaan : Pelajar
 Alamat : Beruntung Jaya Km.7

b. Deskripsi Data

Arina adalah salah satu pengunjung/pembeli dipasar tradisional Pasar Ahad, yang biasanya dalam sebulan sebanyak tiga kali Arina berbelanja dipasar tradisional pasar Ahad. Kebutuhan sehari-hari seperti sayur, ikan,

¹¹Novita, Pembeli di Pasar Tradisional Pasar Ahad, *Wawancara Pribadi*, Kabupaten Banjar, 20 April 2017.

ayam biasanya yang dibeli Arina dipasar tradisional bersama kakaknya. Arina mengaku pernah berbelanja dipasar modern.

Tempat yang nyaman, harganya cukup ekonomis mejadi alasan Arina lebih memilih berbelanja dipasar tradisional. Kebersihan dipasar tradisional kurang diperhatikan, sampah berserakan dimana-mana, apalagi jika turun hujan pasti becek dan bau. Harga dipasar tradisional lebih murah, karena kalau dipasar modern pasti ada pajaknya.

Promosi yang ditawarkan penjual dipasar tradisional cukup bagus, tergantung dari pembeli bisa tidaknya dalam menawar harga barang tersebut. Produk yang dijual dipasar tradisional sangat beragam, hanya saja pembeli harus teliti dalam memilih kualitas produk yang ingin dibelinya.¹²

13. a. Identitas Informan

Nama : Nifa

Jenis kelamin : Perempuan

Pekerjaan : Mahasiswi

Alamat : Jln. A. Yani Km. 4,5 Komp. Aspol Bina Brata

b. Diskripsi Data

Nifa merupakan seorang konsumen/pembeli pasar tradisional Pasar Ahad. Dalam sebulan Nifa hanya sekali berbelanja dipasar Tradisional

¹²Arina, Pembeli di Pasar Tradisional Pasar Ahad, *Wawancara Pribadi*, Kabupaten Banjar, 20 April 2017.

Pasar Ahad. Dipasar tradisional biasanya Nifa membeli sayur dipagi hari, atau membeli bahan-bahan untuk keperluan tugas kuliah kewirausahaan.

Tawar menawar adalah salah satu kelebihan dipasar tradisional yang memberikan pengaruh dalam keputusan konsumen dalam berbelanja dipasar tradisional. Sedangkan dipasar modern tidak menggunakan sistem tawar menawar, karena harga dari setiap barang sudah ditentukan dan harganya sudah tercantum disetiap barang tersebut.

Harga dipasar tradisional juga terjangkau cukup murah karena harga masyarakat, barang yang dicari juga ada karena barang-barangnya lengkap, tetapi dalam hal kebersihan pasar tradisional memang kurang diperhatikan, sampah banyak berserakan, sehingga menimbulkan bau yang tidak sedap.

Pasar tradisional memang hanya menggunakan promosi yang seadanya, hanya dari mulut kemulut, ataupun menawarkan kesetiap pembeli yang lewat, tetapi itu sudah cukup memuaskan pembeli. Pelayanan dipasar tradisioanal juga bagus apalagi jika sudah menjadi konsumen tetap atau langganan.¹³

14. a. Identitas Informan

Nama : Amilia Afiati

Jenis kelamin : Perempuan

¹³Nifa, Pembeli di Pasar Tradisional Pasar Ahad, *Wawancara Pribadi*, Kabupaten Banjar, 20 April 2017.

Pekerjaan : Mahasiswi

Alamat : Komp. Permata Regency Jln. Kecubung 2

b. Diskripsi Data

Amilia Afiati adalah konsumen/pembeli dipasar tradisional Pasar Ahad. Dipasar tradisional biasanya Amilia membeli ikan, atau membeli peralatan dan bahan berjualan untuk tugas kuliah. Biasanya dalam sebulan hanya beberapa kali Amilia berbelanja dipasar tradisional atau sekitar dua kali dalam sebulan. Dekat dengan rumah menjadi salah satu alasan mengapa Amilia menyukai berbelanja dipasar tradisional.

Menurutnya produk yang dijual dipasar tradisional kurang *hygenis*, karena para pedagang kurang memperhatikan kebersihan pada barang dagangannya. Harganya juga terjangkau sesuai dengan barang.

Pelayanan mereka bagus, tetapi jika dibandingkan dengan pelayanan dipasar modern pelayanan mereka memang seadanya sekali, karena jika dipasar modern semuanya memang sudah terstruktur dan sudah ada sistemnya. Dalam hal promosi pasar tradisional sudah bagus, tetapi pasar tradisional kurang bersih dan bau.¹⁴

15. a. Identitas Informan

Nama : Dwi

Jenis kelamin : Perempuan

¹⁴Amilia Afiati, Pembeli di Pasar Tradisional Pasar Ahad, *Wawancara Pribadi*, Kabupaten Banjar, 20 April 2017.

Pekerjaan : Guru

Alamat : Mahligai, Km.7

b. Diskripsi Data

Pada data kelima belas ini, Dwi adalah konsumen/pembeli dipasar tradisional Pasar Ahad. Setiap minggu biasanya Dwi berbelanja dipasar tradisional pasar Ahad atau empat kali dalam sebulan. Biasanya dipasar tradisional Dwi membeli keperluan rumah tangga seperti sayur, ikan, dan lain-lain. Dwi menyukai berbelanja dipasar tradisional Pasar Ahad karena letak pasar dekat dengan rumahnya, harganya juga dibawah strandar lebih murah daripada harga diwarung. Dwi mengakui juga pernah berbelanja dipasar modern seperti Giant Ekstra.

Harga menjadi kelebihan pasar tradisional, karena lebih murah dari pada pasar modern, tempat juga menjadi salah satu kelemahan pasar tradisional, karena tempatnya kurang nyaman, kebersihannya juga kurang terjaga. kalau sudah menjadi konsumen tetap atau langganan pelayanan yang diberikan penjual pasti sangat memuaskan, tetapi jika belum menjadi konsumen tetap biasanya pelayanan yang diberikan kurang memuaskan bahkan terkadang ada penjual yang mengabaikan pembelinya.

Promosi yang mereka berikan dengan cara selalu menawarkan barang dagangan mereka kepada setiap pembeli yang lewat terkadang ada kalanya

mengganggu, karena terkadang terkesan sedikit memaksa, tetapi kalau tidak memaksa promosi yang mereka gunakan wajar saja.¹⁵

16. a. Identitas Informan

Nama : Maslukiah
Jenis kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Jln. A. Yani Km. 8

b. Deskripsi Data

Maslukiah merupakan pengunjung/pembeli dipasar tradisional Pasar Ahad. Sebulan empat kali atau seminggu sekali biasanya Maslukiah berbelanja dipasar tradisional Pasar Ahad. Biasanya Maslukiah membeli sayur, ikan, dan bahan pokok lainnya. Maslukiah juga pernah berbelanja dipasar modern seperti Giant ekstra.

Dipasar tradisional biasanya ikan yang dijual masih segar, dan juga pasar tersebut dekat dengan rumahnya menjadi alasan Maslukiah berbelanja dipasar tradisional Pasar Ahad. Kebersihan yang kurang diperhatikan menjadi keluhan dari kebanyakan pembeli dipasar tradisional, terlebih dibagian penjual ikan.

Harga yang ditawarkan dipasar tradisional cenderung lebih murah, dan pelayanannya juga bagus. Promosi yang mereka gunakan cukup bagus,

¹⁵Dwi, Pembeli di Pasar Tradisional Pasar Ahad, *Wawancara Pribadi*, Kabupaten Banjar, 20 April 2017.

karena penjual bertanya dengan ramah kepada pembeli apa yang ingin dibeli. Menurutnya promosi dengan cara menawarkan kepada setiap pembeli yang lewat juga tidak membuatnya terganggu sama sekali.¹⁶

17. a. Identitas Informan

Nama : Amalia
 Jenis kelamin : Perempuan
 Pekerjaan : Mahasiswi
 Alamat : Jln. A. Yani Km. 6

b. Deskripsi Data

Amalia adalah konsumen/pembeli dipasar tradisional Pasar Ahad. Amalia sering sekali berbelanja dipasar tradisional Pasar Ahad. Dalam sebulan biasanya sekitar sepuluh kali berbelanja dipasar tradisional Pasar Ahad. Biasanya yang dibelinya seperti makanan, kosmetik, ataupun pakaian. Diakuinya berbelanja dipasar modern juga pernah dilakukannya, seperti di Giant Ekstra.

Harga yang lebih murah dan boleh ditawar menjadi daya tarik tersendiri dari pasar tradisional. Tempat yang panas dan bau mejadi kekurangan dari pasar tradisional. Produk yang dijual dipasar tradisional kualitasnya juga tidak kalah dengan produk yang dijual dipasar modern, tergantung ketelitian pembeli dalam memilih produk tersebut.

¹⁶Maslukiah, Pembeli di Pasar Tradisional Pasar Ahad, *Wawancara Pribadi*, Kabupaten Banjar, 20 April 2017.

Pelayanan dari penjual dipasar tradisional juga seadanya, berbeda dengan dipasar modern yang lebih tersistematis. Promosi yang digunakan oleh penjual dipasar tradisional juga bagus tidak ada masalah, hanya saja terkadang ada penjual yang langsung menarik tangan pembeli yang lewat untuk melihat barang dagangannya. Cara yang seperti itu sering kali membuat pembeli merasa tidak nyaman, karena terkesan memaksa.¹⁷

18. a. Identitas Informan

Nama : Nafisah
 Jenis kelamin : Perempuan
 Pekerjaan : Mahasiswi
 Alamat : Jln. A. Yani Km. 4,5

b. Diskripsi Data

Nafisah merupakan pengunjung/pembeli dipasar tradisional Pasar Ahad. Nafisah mengaku jarang berbelanja dipasar tradisional, biasanya dalam sebulan hanya satu kali. Barang yang dibeli Nafisah biasanya seperti kosmetik, makanan, dan lain sebagainya. Menurutnya harga yang lebih murah daripada pasar modern menjadi salah satu pertimbangannya dalam memutuskan berbelanja dipasar tradisional.

Dalam hal pelayanan menurutnya tergantung penjual, terkadang ada penjual yang baik, ramah dalam melayani pembeli, kadang ada yang biasa

¹⁷Amalia, Pembeli di Pasar Tradisional Pasar Ahad, *Wawancara Pribadi*, Kabupaten Banjar, 20 April 2017.

saja dalam melayani pembeli, terkadang ada juga penjual yang kasar dalam melayani pembeli, kurang ramah, dan bermuka masam.

Pasar tradisional tempatnya cukup nyaman, tetapi kurang bersih. Dari segi promosi juga cukup baik dengan menawarkan barang dagangannya kepada pembeli, dan juga menjelaskan secara rinci kepada pembeli, misalnya penjual pakaian mereka menjelaskan apa kelebihan dari barang yang ingin dibeli oleh pembeli.¹⁸

19. a. Identitas Informan

Nama : Sarkinah
Jenis kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Pensiunan
Alamat : Jln. Simpang Limau

b. Deskripsi Data

Sarkinah adalah konsumen/pembeli dipasar tradisional Pasar Ahad. Sarkinah sering sekali berbelanja dipasar tradisional, biasanya dalam sebulan sepuluh kali lebih Sarkinah berbelanja dipasar tradisional Pasar Ahad. Alasannya memilih berbelanja dipasar tradisional karena kalau ingin cepat-cepat makanya Sarkinah lebih memilih berbelanja dipasar tradisional. Biasanya barang yang dibelinya seperti sayur, ikan, gula, teh,

¹⁸Nafisah, Pembeli di Pasar Tradisional Pasar Ahad, *Wawancara Pribadi*, Kabupaten Banjar, 20 April 2017.

kopi, dan keperluan rumah tangga lainnya. Berbelanja dipasar modern juga sering dilakukan Sarkinah.

Menurutnya pelayanannya bagus, karena penjualnya kebanyakan temannya maka dari itu Sarkinah sudah menjadi konsumen tetap atau lagganan makanya pelayanannya sudah pasti baik. Kebersihan yang kurang diperhatikan membuat pembeli kurang nyaman dalam berbelanja dipasar tradisional. Harga yang ditawarkan dipasar tradisional juga murah.

Produk yang dijual dipasar tradisional sangat lengkap, mulai dari alat rumah tangga, sampai kebutuhan sehari-hari semua tersedia, tetapi jika ingin membeli suatu barang harus mencari dari toko satu ke toko lainnya, berbeda dengan dipasar modern yang semuanya sudah tersedia dalam satu tempat.¹⁹

20. a. Identitas Informan

Nama : Marliani
 Jenis kelamin : Perempuan
 Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
 Alamat : Jln. Hikmah Banua SMP 16 Rt. 27 No. 25

b. Diskripsi Data

Pada kasus ini, Marliani adalah konsumen/pembeli dipasar tradisional Pasar Ahad. Dalam sebulan biasanya sebanyak lima kali Marliani

¹⁹Sarkinah, Pembeli di Pasar Tradisional Pasar Ahad, *Wawancara Pribadi*, Kabupaten Banjar, 20 April 2017.

berbelanja dipasar tradisional pasar Ahad. Barang yang biasanya dibeli Marliani seperti perabotan dapur, ikan, dan lain-lain. Kelebihan dipasar tradisional yang mempengaruhi keputusannya untuk berbelanja dipasar tradisional adalah tawar menawar, karena kalau dipasar modern tidak ada proses tawar menawar. Marliani juga mengaku cukup sering berbelanja dipasar modern.

Menurutnya harga sama saja dengan dipasar modern hanya beda sedikit, terkadang dipasar tradisional ada harga yang murah, terkadang juga ada harga yang mahal, tergantung bagaimana cara kita menawar harga tersebut. Dipasar tradisional pembeli dituntut untuk aktif bertanya kepada penjual, karena label harga tidak tertulis disetiap barang yang dijualnya.

Dari segi kebersihan, pasar tradisional kurang memperhatikan kebersihannya sehingga menimbulkan bau yang membuat pembeli merasa kurang nyaman. Parkir dipasar tradisional juga lumayan ribet. Pelayanan dipasar tradisional bermacam-macam, terkadang ada penjual yang marah ketika ditanya terus menerus tentang barang dagangannya. Promosi yang digunakan oleh penjual dipasar tradisional cukup bagus dengan menawari pembeli untuk membeli barang dagangannya.²⁰

²⁰Marliani, Pembeli di Pasar Tradisional Pasar Ahad, *Wawancara Pribadi*, Kabupaten Banjar, 20 April 2017.

Tabel 4.1 Informan Pasar Modern

INFORMAN	PASAR MODERN	PASAR TRADISIONAL
Risni	Murah, sering promo, lebih komplit, masa <i>expired</i> (kadaluarsa) produknya kurang diperhatikan, nyaman tapi kurang bersih, penawaran yang lengkap dalam satu tempat.	Lebih <i>fresh</i> produknya seperti ikan, sayur, agak ribet karena harus mencari dari satu toko ke toko lainnya.
Ahmad Rahmadhani	Tempat nyaman berAC, barang lengkap, buka dimalam hari, pelayanan bagus, bisa membawa keluarga jalan-jalan, merasa lebih keren.	Pelayanannya kurang bagus, tempatnya kurang nyaman.
Munawarah	Banyak diskon dan promo, tempatnya nyaman, bersih, lebih percaya diri, bisa berbelanja bersama anak, produknya beragam, harga terjangkau.	Kurang bersih.
Risna	Murah, tempatnya nyaman tidak panas, produknya lengkap, ACnya kurang dingin, banyak	Panas, agak susah mencari barangnya karena harus pindah dari toko satu ke toko lainnya.

	promo, bisa sekalian membawa keluarga jalan-jalan, lebih percaya diri.	
Apriyani	Ada promosi, bersih, berAC, mudah memilih barang, bisa jalan-jalan dan makan bersama teman-teman, lebih percaya diri.	Kurang bersih, bau.
Ninda	Murah, tempatnya nyaman, dekat rumah, sering diskon, bisa sekalian jalan-jalan bersama anak, lebih percaya diri.	Tempatnya kurang bersih.
Haya	Tidak susah mencari barang karena harganya sudah tercantum disetiap produk, diskon, lebih murah, bebas memilih tanpa harus bertanya terus menerus, bisa sekalian <i>refreshing</i> , ada barang yang harganya tidak tercantum.	Lebih <i>fresh</i> produknya seperti ikan, sayur.
	Parkir mudah dan gratis, banyak promosi, bisa sekalian jalan-	Lebih segar produknya seperti ikan, sayur.

Zikri Khalifah	jalan dengan teman, tempatnya nyaman tidak panas, berAC, produk lengkap, akses mudah.	
Hasia	Bersih, banyak promosi, produk lengkap, pelayanan bagus, fasilitas lengkap, lebih percaya diri, bisa belanja dengan teman kantor.	Kotor, bau, sumpek.
Yuli	Tempatnya nyaman, fasilitas lengkap, pelayanan bagus, produk lengkap, harga memuaskan, banyak promosi, simple tidak ribet, sedikit lebih percaya diri.	Kotor, bau, ribet.

Sumber: Hasil Wawancara 2017 (Data Diolah)

Tabel 4.2 Informan Pasar Tradisional

INFORMAN	PASAR MODERN	PASAR TRADISIONAL
Novita	Fasilitas lengkap, bersih.	Gampang, tidak perlu berpakaian yang bagus, dekat rumah, lengkap, harus mencari dari toko satu ke toko lainnya, murah, bisa tawar menawar, tempatnya cukup nyaman, luas, fasilitas seadanya, kurang bersih, promosi lumayan bagus.
Arina	Harganya pasti dikenakan pajak, bersih.	Tempat nyaman, harga cukup ekonomis, kurang bersih, sampah berserakan, becek, bau, lebih murah, promosi cukup bagus, produk beragam, pembeli harus teliti memilih kualitas produk yang ingin dibeli.
Nifa	Tidak ada sistem tawar menawar karena harga sudah ditentukan dan sudah tercantum disetiap barang.	Bisa tawar menawar, murah, produknya lengkap, kurang bersih, sampah berserakan, bau, promosi yang seadanya, pelayanan bagus apalagi sudah menjadi langganan.
Amilia	Pelayanannya bagus, terstruktur,	Dekat rumah, produknya kurang hygenis, harga terjangkau, pelayanan cukup bagus,

Afiati	dan sistemnya bagus.	promosi bagus, kurang bersih, bau.
Dwi	Bersih, harga lebih mahal daripada pasar tradisional.	Dekat rumah, harganya lebih murah, tempatnya kurang nyaman, kebersihan kurang terjaga, jika belum langganan pelayanannya kurang memuaskan, promosinya ada kalanya mengganggu dan sedikit memaksa.
Maslukiah	Bersih, tempatnya nyaman.	Lebih segar produknya seperti ikan, sayur, dekat rumah, kurang bersih, lebih murah, pelayanan bagus, promosi cukup bagus.
Amalia	Pelayanannya bagus, dan sudah tersistematis.	Harga lebih murah, bisa tawar menawar, tempatnya panas, bau, produk cukup berkualitas, pelayanan seadanya, promosi cukup bagus.
Nafisah	Bersih, pelayanannya bagus, tempatnya nyaman, fasilitasnya lengkap.	Murah, pelayanannya tergantung penjual kadang ada yang ramah kadang ada yang kasar dan bermuka masam, tempat cukup nyaman, kurang bersih, promosi cukup bagus.
	Lengkap, sudah	Kalau ingin cepat-cepat makanya memilih

Sarkinah	tersedia dalam satu tempat, bersih, nyaman.	belanja dipasar tradisional, pelayanan bagus karena sudah langganan dan kebanyakan penjualnya adalah temannya, kurang bersih, murah, produknya lengkap, harus mencari dari toko satu ke toko lainnya.
Marliani	Tidak ada proses tawar menawar, label harga sudah tercantum pada setiap produk, bersih, pelayanan bagus.	Bisa tawar menawar, harga ssama dengan pasar modern hanya beda sedikit, kurang bersih, bau, parkir ribet, promosi cukup bagus, pelayanannya bermacam-macam.

Sumber: Hasil Wawancara 2017 (Data Diolah)

C. Analisis Data

Berdasarkan dari hasil pengumpulan data yang didapat dari wawancara secara langsung dengan pembeli dipasar modern Giant Ekstra dan pasar tradisional Pasar Ahad, maka penulis menganalisisnya dari data yang telah diuraikan sebelumnya yang mengacu kepada teori-teori pada bab II, serta dari hasil wawancara yang diuraikan.

1. Eksistensi Pasar Modern Dan Pasar Tradisional Di Tengah persaingan Usaha

Dalam persaingan usaha pasti ada yang namanya persaingan sehat dan tidak sehat (curang). Begitu juga dengan persaingan dipasar modern dan pasar tradisional, yang menyebabkan persaingan usaha tidak sehat itu terjadi terletak pada penjualnya, karena persaingan usaha tersebut sehat ataupun tidaknya tergantung pada penjual.

Adapun hal-hal yang membedakan pasar tradisional dan pasar modern adalah sebagai berikut:

a. Harga Barang

Barang-barang yang dijual dipasar tradisional dan pasar modern memiliki perbedaan harga cukup signifikan. Harga suatu barang dipasar tradisional lebih murah dari harga barang yang sama yang dijual dipasar modern, terutama untuk produk-produk segar seperti sayur serta bumbu-bumbu dapur seperti, bawang merah, bawang putih, jahe, lengkuas, merica, cabai merah, cabai rawit, dan lain sebagainya.

b. Tawar Menawar

Berbelanja dipasar tradisional memungkinkan pembeli untuk menawar harga barang hingga mencapai kesepakatan dengan penjual. Jika cukup pintar menawar, anda bisa mendapatkan barang dengan harga jauh lebih murah. Sedangkan dipasar modern, pembeli tidak mungkin melakukan tawar menawar karena semua barang telah dipatok dengan harga yang pas.

c. Diskon

Pasar modern memang sering memberikan berbagai penawaran yang menggiurkan seperti diskon, karena itu adalah salah satu cara mereka untuk menarik pembeli. Tak jarang orang lebih suka berbelanja dipasar modern karena banyaknya diskon yang ditawarkan.

d. Kenyamanan Berbelanja

Berbelanja dipasar modern memang jauh lebih nyaman daripada berbelanja dipasar tradisional. pasar modern memiliki area yang lebih luas, bersih, rapi, dan dilengkapi dengan pendingin ruangan (AC). Sedangkan pasar tradisional menempati area yang lebih sempit, sumpek, kotor, sesak, dan tak jarang mengeluarkan bau kurang sedap.

e. Kesegaran Produk

Untuk produk-produk segar seperti daging, ikan, sayur, dan lain sebagainya, pasar tradisional biasanya menyajikan produk yang jauh lebih segar daripada pasar modern, karena penjual dipasar tradisional memiliki dana yang cukup terbatas sehingga hanya mampu membeli pasokan barang dengan jumlah tidak terlalu banyak dan hanya untuk dijual dalam waktu yang tidak terlalu lama. Dengan demikian, produk-produk yang dijual pun lebih terjaga kesegarannya.

Berdasarkan data diatas, pasar modern dan pasar tradisional sudah dibedakan dengan sangat tegas oleh para pembeli atau konsumen. Keduanya sama-sama dibutuhkan oleh masyarakat. Dengan kata lain, pasar tradisional

memiliki kenyamanan yang sama seperti pada pasar modern. Akan tetapi, pada kenyataannya dari segi kenyamanan tempat maupun fasilitas pasar tradisional sangat jauh dari pasar modern. Sebenarnya pemerintah Kabupaten Banjar sudah mengupayakan agar pasar tradisional tidak lagi dicap dengan pasar yang becek, bau, dan tidak nyaman dengan menyediakan tempat baru yang layak dan nyaman bagi para penjual dan pembeli dipasar tradisional. Pihak Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Banjar juga sudah mencoba untuk mensosialisasikan tempat yang baru yang sudah mereka bangun untuk para penjual dipasar tradisional, hanya saja para penjual sangat sulit untuk direlokasikan dengan alasan ada rasa kekhawatiran dari para penjual dipasar tradisional jika mereka pindah ketempat yang baru maka pelanggan mereka akan kabur karena kesulitan mencari mereka dan pendapatan mereka akan berkurang.²¹

Berdasarkan penjelasan diatas, keberpihakan pemerintah pada pasar modern dan pasar tradisional seolah berat sebelah, karena dilihat dari banyaknya pasar modern yang bermunculan tanpa batas seolah memperlihatkan perlakuan yang kurang adil pada pasar tradisional. Pemberlakuan batasan pada jumlah pasar modern dalam suatu daerah seperti yang dilakukan oleh pemerintah Tanah Bumbu dan Tanah Laut sepertinya

²¹Muhammad Sahruji, S. Sos dan Puspawarni, S.E, Kasi Distribusi dan Sarana Logistik di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Banjar, *Wawancara Pribadi*, Kabupaten Banjar, 5 April 2017.

belum terlalu banyak yang menerapkannya. Seperti Kabupaten Banjar, pemerintah belum menerapkan batasan pada jumlah pasar modern, tetapi mereka hanya memberlakukan batasan jarak antara pasar modern dan pasar tradisional sekitar 500 meter, tetapi untuk sesama pasar modern bebas tidak ada batasan jarak.²²

2. Perbandingan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Pada Pasar Modern Dan Pasar Tradisional

Dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) dikenal dengan istilah “4 P” yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat dan distribusi (*place and distribution*), dan promosi (*promotion*). Pada pasar modern dan pasar tradisional, tentunya terdapat perbedaan dalam strategi bauran pemasaran (*marketing mix*).

Perbedaan bauran pemasaran (*marketing mix*) pada pasar modern dan pasar tradisional yaitu:

a. Produk (*product*)

Produk berarti kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran, yaitu meliputi keragaman produk, kualitas, desain, ciri, nama merek, kemasan ukuran, pelayanan, garansi, dan imbalan.

Dilihat pasar modern Giant Ekstra dari segi keragaman produknya

²² Muhammad Amin dan Fahriandi, Bidang Pelayanan Perizinan Jasa Usaha di Dinas Penanaman Modan dan Perizinan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Banjar, *Wawancara Pribadi*, Kabupaten Banjar, 25 April 2017.

terbilang lengkap walaupun masa kadaluarsa produknya terkadang kurang diperhatikan (informan 1). Kualitas dan kesegaran produknya seperti ikan, sayur dan lain-lain sedikit kurang segar dibandingkan dengan pasar tradisional (informan 1, 7, dan 8). Adapun pelayanannya juga selalu meningkat karena pasar modern sudah menggunakan sistem yang bagus dan terstruktur sehingga pelayanannya lebih bagus (informan 2, dan 10). Sedangkan dilihat pasar tradisional Pasar Ahad dari segi keragaman produk terbilang lengkap walaupun kebersihan produk tersebut terkadang kurang diperhatikan, sehingga pada kemasan produk seringkali kotor dan berdebu (informan 14). Adapun kualitas dan kesegaran produk seperti sayur, ikan, buah dan lain-lain juga terjaga (informan 1, 12, 14, dan 16). Tidak hanya itu pelayanannya juga bagus seperti pedagang yang bersikap ramah tamah, senyum, serta melayani pembeli dengan baik, tetapi tidak jarang pedagang terkadang bersikap kurang ramah, acuh, dan melayani pembeli dengan muka masam (informan 15, dan 17).

b. Harga (*price*)

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan pembeli untuk memperoleh produk, yaitu meliputi daftar harga, diskon, potongan harga, periode pembayaran dan syarat kredit. Pasar modern Giant Ekstra dari segi harga terbilang terjangkau dan juga banyak menawarkan diskon ataupun potongan harga, sistem pembayarannya pun tidak hanya menggunakan sistem tunai tetapi bisa juga menggunakan kartu kredit ataupun kartu debit

(informan 1, 3, 4, 5, 6, 7, dan 9). Sedangkan pasar tradisional Pasar Ahad dari segi harga cukup terjangkau walaupun pembayarannya harus dengan tunai/*cash*, akan tetapi pasar tradisional memiliki kelebihan lain, yaitu adanya sistem tawar menawar bahkan apabila pembelian dalam skala besar atau sudah menjadi pembeli tetap/langganan para pedagang akan memberikan potongan harga pada pembeli (informan 13, 18, 19, dan 20).

c. Tempat (*place*)

Tempat meliputi kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan, yaitu meliputi saluran pemasaran, cakupan pasar, pengelompokan, lokasi, persediaan, dan transportasi. Pasar modern Giant Ekstra dari segi tempat terbilang strategis karena terletak dipusat kota Banjarmasin. Dari segi bangunan pasar modern Giant Ekstra sangat bagus, bersih, nyaman, menarik dan juga sangat tertata, fasilitas yang disediakan juga lengkap. Penawaran yang ditawarkan dipasar modern juga lengkap, seperti arena bermain anak, tempat makan dan lain-lain, yang membuat konsumen memilih berbelanja dipasar modern karena konsumen bisa berbelanja sekaligus jalan-jalan bersama keluarga, teman, dan lain-lain. Dari segi tempat parkir, lahan yang disediakan luas, dan juga tertata, serta pembeli tidak diharuskan membayar parkir atau gratis (informan 1, 4, 5, 7, 8, dan 9). Sedangkan pasar tradisional Pasar Ahad dari segi tempat terbilang strategis karena terletak dipusat kota Banjarmasin dan termasuk salah satu pasar tradisional terbesar di Banjarmasin. Walaupun dari segi

bangunan terdapat beberapa bangunan yang tidak layak diantaranya pasar ikan yang terlihat becek dan berbau sehingga perlu adanya pembenahan, letak toko yang tidak tertata berdasarkan barang yang dijual juga membuat pembeli harus mencari dari toko satu ke toko lainnya. Dari segi tempat parkir juga kurang tertata, lahan yang disediakan untuk parkir juga kurang memadai sehingga terkadang pembeli harus parkir dipinggir jalan, dan pembeli juga diharuskan membayar parkir (informan 11, 12, 14, 15, dan 16).

d. Promosi (*promotion*)

Promosi berarti aktivitas yang menyampaikan manfaat produk untuk menarik konsumen sebanyak-banyaknya. Dalam hal ini meliputi iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, pemasaran langsung, dan tenaga penjualan. Pasar modern Giant Ekstra mempromosikan produknya dengan cara seperti iklan, baliho, selebaran ataupun dengan katalog diskon yang sangat membantu bagi para pembeli, sehingga menjadi salah satu alasan pembeli dalam berbelanja dipasar modern (informan 1, 5, 6, 7, 8, 9, dan 10). Sedangkan pasar tradisional Pasar Ahad memang tidak mempromosikan melalui iklan sebagaimana pasar modern, karena pasar Ahad tergolong pasar yang sudah berdiri lama dan sudah dikenal masyarakat, sehingga pedagang hanya mempromosikan barangnya secara langsung yaitu menawarkan produk langsung kepada pembeli yang lewat,

walaupun terkadang sebagian dari pembeli merasa terganggu (informan 15, dan 17).

3. Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Pasar Modern Dan Pasar Tradisional

- a. Keputusan pembelian berdasarkan tingkah laku pembeli dipasar modern Giant Ekstra dan pasar tradisional Pasar Ahad

Pengambilan keputusan konsumen sangat bervariasi sesuai dengan jenis keputusan pembelian dari konsumen tersebut. Konsumen memiliki berbagai jenis tingkah laku dalam keputusan pembelian, yaitu tingkah laku membeli yang kompleks, tingkah laku membeli yang mengurangi ketidakcocokan, tingkah laku membeli yang merupakan kebiasaan, dan tingkah laku membeli yang mencari variasi. Dari data yang didapat, tingkah laku keputusan pembeli dalam pasar modern Giant Ekstra dan pasar tradisional Pasar Ahad adalah tingkah laku membeli yang kebiasaan, karena barang yang mereka beli memiliki resiko yang tidak besar, dan konsumen membeli barang yang sering dibeli, seperti minyak goreng, popok bayi, sabun cuci, sembako dan lain-lain.

- b. Keputusan pembelian berdasarkan faktor yang mempengaruhi pembeli dipasar modern Giant Ekstra dan pasar tradisional Pasar Ahad

Faktor yang mempengaruhi pembeli dalam keputusan pembelian ada empat faktor, yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor

psikologi. Faktor yang mempengaruhi keputusan pembeli dipasar modern Giant Ekstra dan pasar tradisional Pasar Ahad yaitu faktor psikologi. Dalam faktor psikologi, persepsi menjadi salah satu faktor yang berpengaruh dalam keputusan pembelian, karena persepsi akan mempengaruhi seseorang dalam memilih tujuan untuk berbelanja (informan 1, 2, 8, 9, dan 19), keyakinan dan sikap juga menjadi faktor yang berpengaruh dalam keputusan pembelian, karena pengalaman berbelanja disuatu tempat memberi pandangan kepada konsumen dalam mengambil tindakan dalam memilih tempat untuk berbelanja dan mengenai menyukai atau tidak menyukainya konsumen pada tempat belanja tersebut (informan 6, 10, 11, 14, 15, dan 16).

4. Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Pasar Modern Dan Pasar Tradisional

Perilaku konsumen adalah proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan. Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Konsumen akan memuaskan konsumsinya sesuai dengan kemampuan barang dan jasa yang dikonsumsi serta kemampuan konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa tersebut.

Berbeda dengan konsumen konvensional, seorang muslim dalam penggunaan penghasilannya memiliki dua sisi, yaitu untuk memenuhi kebutuhan diri dan keluarganya, dan sebagiannya lagi untuk dibelanjakan di jalan Allah.

Dalam Islam, konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung mempengaruhi kepribadian manusia. Keimanan sangat mempengaruhi kuantitas dan kualitas konsumsi baik dalam bentuk kepuasan material maupun spiritual.

Batasan konsumsi dalam Islam tidak hanya memperhatikan aspek halal-haram saja, tetapi termasuk pula yang diperhatikan adalah yang baik, cocok, bersih, tidak menjijikkan. Larangan *israf* dan larangan bermegah-megah.

Begitu pula batasan konsumsi dalam syariah tidak hanya berlaku pada makanan dan minuman saja. Tetapi juga mencakup jenis-jenis komoditi lainnya. Pelanggaran atau pengharaman konsumsi untuk suatu komoditi bukan tanpa sebab. Pengharaman untuk komoditi karena zatnya karena antara lain memiliki kaitan langsung dalam membahayakan moral dan spiritual. Seperti yang dijelaskan dalam Q.S. An-Nahl/16: 114 yang berbunyi:

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَأَشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِنَّ كُنتُمْ إِيَّاهُ

تَعْبُدُونَ ﴿١١٤﴾

“Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezki yang telah diberikan Allah kepadamu; dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya kepada-Nya saja menyembah”.²³

Hasil Analisis menunjukkan bahwa dalam memilih tempat berbelanja, harga, diskon, promosi, kenyamanan dalam berbelanja, pelayanan, fasilitas, kualitas produk, dan lain-lain memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumen dalam berbelanja dipasar modern Giant Ekstra dan pasar tradisional Pasar Ahad. Berpengaruhnya harga terhadap perilaku konsumen dalam pembelian produk dipasar modern Giant Ekstra dan pasar tradisional Pasar Ahad menunjukkan bahwa perilaku konsumen tersebut memperhatikan faktor harga, dimana disini terlihat bahwa perilaku konsumen pasar modern Giant Ekstra dan pasar tradisional Pasar Ahad sesuai dengan konsep perilaku konsumen ekonomi Islam yang menganjurkan untuk berkonsumsi dengan hemat. Sebagaimana disebutkan dalam Q.S. Al-Furqon/25: 67 yang berbunyi:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا ﴿٦٧﴾

”Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian”.²⁴

²³Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Tajwid Dan Terjemah*, (Jakarta: Khairul Bayaan, 2005), hlm. 373.

²⁴Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Tajwid Terjemah*, (Jakarta: Al-Huda Kelompok Gema Islami, 2002), hlm. 366.

Dari ayat diatas dapat digaris bawahi bahwa budaya hemat memiliki aplikasi sejajar dengan perintah Allah. Oleh karena itu, setiap muslim perlu memahami pentingnya meningkatkan budaya hemat dalam kehidupan sehari-hari. Perilaku ini secara sederhana telah tercapai dalam gambaran perilaku konsumen dipasar modern Giant Ekstra dan pasar tradisional Pasar Ahad yang memiliki produk berdasarkan harga dari produk tersebut.