

ANALISA PERILAKU PEDAGANG YANG BERJUALAN DI PASAR KALIMBU KOTA MAKASSAR

Muhammad Islah Idrus¹⁾ dan Andi Gunawan²⁾

^{1),2)}Dosen Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Ujung Pandang

ABSTRACT

This study aims to determine the behavior of traders who sell in traditional markets Kalimbu Makassar. The research method used is qualitative with phenomenology approach by using the analysis of interview with some market traders as informant of this research. The results of this study indicate the behavior of traders in the market Kalimbu divided into two models of traders that traders who have settled for generations and traders who are just renting the stalls there. Goods are sold even in the form of vegetables and household goods. In determining the selling price, the behavior of these two merchant models is certainly different. This is caused by the sale price of renting different from one trader to another and the levies paid by the owners of *lapak* to the city government of Makassar amounting to Rp 5,000 per day. In addition, this research found the determinants of market prices in addition to the holiday or the new year the existence of information about the increase in salaries of civil servants.

Keywords: trader behavior, market and phenomonology

1. PENDAHULUAN

Pasar tradisional masih bertahan ditengah derasnya kehadiran pasar swalayan maupun supermarket yang bermodal raksasa salah satunya pasar tradisional tertua yang ada di kota Makassar yakni pasar Kalimbu yang berada di jalan Veteran Utara kota Makassar yang telah ada sejak tahun 1950an dan tetap bertahan hingga kini walaupun telah banyak pedagang yang meninggalkan pasar ini karena tidak mampu bertahan dengan arus pasar modern. Namun, masih ada juga pedagang yang masih bertahan karena pembeli masih tetap menghidupkan pasar tradisional. Walaupun lahan pasar ini semakin sempit karena semakin terpojok oleh pembangunan rumah took modern disekitar pasar.

Pedagang yang bertahan hingga kini adalah mereka yang memang lahir disekitar lingkungan pasar Kalimbu tersebut dan telah mewarisi usaha kedua orang tua mereka dan tentunya enggan meninggalkan usaha turun-temurun tersebut. Pemerintah kota Makassar dalam memelihara fisik pasar telah dilakukan dengan program *Makassar Ta' Tidak Rantasa* termasuk pemeliharaan kebersihan pasar. Selain itu, pemerintah juga memiliki tugas penting agar tetap menghidupkan pasar tradisional dalam sendi kehidupan masyarakat modern yang memang bukan tugas mudah bagi pemerintah daerah. Beberapa hal yang perlu dipertimbangkan diantaranya memenentukan lokasi pasar tradisional tersebut serta mengsosialisasikan pasar tradisional dalam bentuk promosi di media cetak ataupun papan iklan. Untuk mempertahankan pasar tradisional bagi pemerintah bukanlah hal yang mudah sebab banyak masyarakat lebih merasa nyaman dengan berbelanja di pasar modern daripada berbelanja di pasar tradisional.

Berbagai macam alasan masyarakat beralih diantaranya suasana yang tidak berdesak-desakan serta pengemasan yang lebih baik serta peningkatan pendapatan masyarakat bahkan saat ini pasar modern dianggap sebagai ajang rekreasi bagi keluarga dan hal itulah yang tidak bisa diperoleh pada pasar tradisional termasuk pasar Kalimbu. Hal tersebut bisa mematikan pasar tradisional yang merupakan penghubung utama antara perekonomian pedesaan dengan perekonomian perkotaan. Jika hal ini terus terjadi maka akan semakin menambah jumlah pengangguran yang ada di masyarakat pedesaan maupun perkotaan. Selain mampu menciptakan inovasi serta penentuan harga yang tepat bagi pembeli terdapat beberapa hal penting yang harus diperhatikan pedagang pasar khususnya pedagang pasar Kalimbu yakni menjaga kebersihan pasar serta kenyamanan pembeli dimulai dari tempat parkir hingga tersedianya kebutuhan sehari-hari selain sayur dan buah. Harga sangat penting karena menentukan keuntungan dan kelangsungan hidup pedagang. Penentuan harga memiliki dampak pada penyesuaian strategi pemasaran yang diambil. Elastisitas harga dari suatu produk juga akan mempengaruhi permintaan dan penjualan. Berdasarkan hal tersebut menjadi sebuah fenomena bahwa masih banyaknya pedagang yang ada di pasar tradisional Kalimbu tetap bertahan selama puluhan tahun dengan tetap mempertahankan harga yang murah dibandingkan dengan pasar-pasar yang ada

¹ Korespondensi: hadanah@gmail.com

di kota Makassar.

2. METODE PENELITIAN

Populasi penelitian ini adalah seluruh pedagang pasar Kalimbu kota Makassar. Pengambilan informan penelitian dengan menentukan waktu terlama berdagang di pasar Kalimbu lebih dari 20 tahun yang bernama Ida dan Ilham. Agar bisa diketahui secara jelas perilaku para pedagang yang tetap bertahan di masa pasar modern sedang bertumbuh mulai dari perilaku mempertahankan kelangsungan usaha dan perilaku penentuan harga. Tahapan-tahapan analisis data yang digunakan pada penelitian ialah melakukan observasi umum dan menentukan informan penelitian sebagai tahap awal/pertama. Tahap kedua/tahap pengumpulan dan analisis data ialah melakukan observasi informan; melakukan pengamatan terhadap apa yang dibicarakan di antara subjek penelitian; melakukan analisis deskripsi dan pengecekan keabsahan data (validitas dan realibilitas data); melakukan wawancara yang mendalam yang berupa dialog dengan informan penelitian; melakukan analisis substansial dibicarakan di antara subjek penelitian; melakukan analisis deskripsi dan pengecekan keabsahan data (validitas dan realibilitas data); melakukan wawancara yang mendalam yang berupa dialog dengan informan penelitian; melakukan analisis substansial dan pengecekan keabsahan data lapangan; menemukan pemahaman informan penelitian (subjek penelitian).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembentukan Harga di Pasar Kalimbu

Pasar Kalimbu merupakan pasar tertua yang ada di kota Makassar dan masih bertahan hingga saat ini. Pasar ini memiliki pelanggan setia dan juga harga sayur serta perlengkapan rumah tangga lainnya terkenal sangat murah dibandingkan dengan pasar tradisional dan pasar modern yang ada di kota Makassar. Aktivitas pasar ini mulai dari jam 03.00 subuh hingga sore hari menjelang magrib. Bahkan jika pedagang tersebut menetap di pasar itu maka mereka bisa saja berjualan hingga jam 10.00 malam. Setiap pedagang pasti menginginkan keuntungan yang besar dari barang dagangannya, pada umumnya dalam sebuah pasar tradisional, penjual tidak akan dapat menaikkan harga secara individu, karena jika barang yang dijual sama namun dengan harga yang berbeda sari satu lapak ke lapak satunya, maka pembeli pasti akan membeli barang di lapak yang lebih murah. Berdasarkan informasi yang diberikan oleh Ibu Ida mengenai harga barang jualan sebagai berikut:

“ Kalo kita di sini rata-rata untung dua ribu rupiah sampe lima ribu rupiah setiap barang yang kita jual jadi pintar-pintarnya mami itu pembeli menawar. Jadi, kalo ada mi untung kami rasa, kami kasi saja itu pembeli.”

Hal senada disampaikan oleh Bapak Ilham mengenai pembentukan harga berikut.

“ Di sini itu harga yang kita kasi ke pembeli lima ribu rupiah ji paling banyak, misalnya sayur sawi saya beli seribu ji per kilo nya kalo subuh tapi kalo pagi-pagimi saya bisa jual tiga ribu rupiah perkilo, jadi lumayan mi lah untung ta. Tapi kan masih harus ki bayar retribusi pasar lima ribu perhari sama sewa lapakku ini.”

Dari penjelasan di atas, dapat dikatakan bahwa harga yang ada di setiap lapak ditetapkan oleh masing-masing penjual. Struktur pasar Kalimbu ini mendekati pasar jenis monopolistik yakni penjual menentukan harga barangnya masing-masing. Memang setelah ditinjau kembali, harga sebuah barang dapat berbeda dari satu meskipun demikian barang di toko tersebut tetap laku karena terdapat pembeli yang selalu membeli di toko tersebut (langganan), serta adanya strategi khusus yang membedakan toko satu dengan toko yang lain yang akan dibahas lebih lanjut. Harga yang ditentukan sendiri oleh masing-masing penjual merupakan salah satu ciri pasar persaingan monopolistik karena penjual memiliki kemampuan untuk memengaruhi harga (Sasongko dan Siswoyo 2004) menyatakan bahwa kurva permintaan akan berubah seiring dengan perubahan beberapa hal yaitu: 1. Penampilan, pelayanan penjualan, dan strategi penjualan yang berubah. 2. Pesaing mengubah harga jual, jumlah output, dan kebijakan penjual. 3. Selera, pendapatan, dan perubahan kebijakan penjualan penjual lainnya.

Retribusi dalam Penentuan Harga Jual

Pasar Kalimbu merupakan pasar yang dikelola oleh pemerintah kota Makassar termasuk kebersihan pasar sehingga pemerintah mengenakan retribusi kepada para pedagang di pasar baik yang menjadikan rumah tinggalnya menjadi tempat jualan, pedagang yang menyewa tempat, atau pun pedagang yang bisa berjualan dimana saja dalam lingkungan pasar tetao dikenakan retribusi sebesar Rp 5.000 per pedagang. Hal ini dituturkan oleh ibu Ida berikut ini.

“... Di sini itu ada retribusi dibayar sama petugas pasar yang pake seragam pemerintah, tiap hari ditarik lima ribu rupiah, laku ato tidak jualan ta. Biasa mereka datang antara jam 8 sampe jam 12 siang”. Besarnya retribusi yang ditentukan oleh Dinas Pasar tentunya menjadi pengeluaran tetap bagi pedagang di Pasar Burung. Meskipun terkadang dalam sehari ada pedagang yang tidak memperoleh pendapatan namun pedagang tersebut tetap harus membayar karcis, sehingga dapat dikatakan bahwa besarnya karcis dapat mempengaruhi harga yang ditawarkan oleh pedagang.”

Elastisitas Harga

Pasar Kalimbu juga merupakan pasar yang normal terjadi hukum permintaan dan penawaran. Begitu pula harga jual akan naik ketika terdapat hari raya dan biasanya penggantian tahun baru sebab kenaikan memang langsung dari petani maupun pemasok besar. Ibu ida mengatakan hal berikut.

“... Di sini itu biasa nya harga-harga naik semua kalo mau lebaran ato acara tahun baru. Tidak bisa ki juga tidak kasi naik karna dari pemasok ta memang yang segitu harga nya jadi otomatis kami kasi naik juga harga nya.”

Namun, ada hal unik yang disampaikan oleh Bapak Ilham berikut ini.

“... Biasa juga harga naik kalo ada gossip gaji nya para PNS mau naik trus kami juga liat berita di televisi tentang harga-harga tapi paling cepat berubah harga itu kalo ada gossip gaji PNS mau naik.”

Pernyataan kedua informan tersebut menunjukkan bahwa dalam penentuan dan kenaikan harga di pasar Kalimbu bukan hanya pada hari lebaran atau hari raya dan pada pergantian tahun yang menyebabkan terbentuknya harga, melainkan informasi mengenai kenaikan gaji PNS pun ikut memengaruhi.

Keberlangsungan Usaha

Pasar Kalimbu telah ada sejak puluhan tahun yang lalu dan para pedagang yang bertahan disitu adalah pedagang yang telah menetap di wilayah pasar dan menjadi warga tetap daerah tersebut. Seperti ibu Ida dan pak Ilham menjadi pedagang yang mereka warisi dari kedua orang tua mereka yang juga menjadi pedagang di pasar tersebut. Ada pedagang yang telah berdagang di pasar Kalimbu selama 20 tahun dan ada juga yang merupakan pedagang pendatang mencari rejeki di pasar tersebut dengan menyewa lapak secara bulanan ataupun pertahun.

4. KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan perilaku para pedagang di pasar Kalimbu terbagi atas dua model pedagang yakni pedagang yang telah menetap secara turun temurun dan pedagang yang memang hanya menyewa lapak-lapak yang ada. Barang yang dijual pun berupa sayuran dan barang perlengkapan rumah tangga. Dalam penentuan harga jual perilaku dua model pedagang ini tentunya berbeda-beda. Keuntungan mereka dalam menjual itu kisaran Rp 2.000 hingga Rp 5.000 per item barang jualan. Hal tersebut disebabkan oleh harga sewa lapak jualan berbeda antara satu pedagang dengan pedagang yang lainnya dan retribusi yang dibayarkan oleh para pemilik lapak kepada pemerintah kota Makassar sebesar Rp 5.000 perhari. Selain itu penelitian ini ditemukan faktor penentu harga dipasar selain hari raya maupun tahun baru yakni adanya informasi mengenai akan adanya kenaikan gaji PNS.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dan menggunakan responden berupa dua orang informan yang merupakan pedagang pasar Kalimbu. Disarankan pada penelitian berikutnya menjadikan konsumen ataupun pembeli dipasar agar penelitian ini dapat digeneralisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriani, Ririn. 2006. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Tenaga Penjual untuk Meningkatkan Kinerja Tenaga Penjual. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Djakarta, Deka I. 2012. Pengaruh Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghazali, Rizwar. 2002. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Produk Plastik terhadap Volume Penjualan PT Mitraya Plasindo Sejati. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Kotler dan Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga LV
- Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Retno, Anggraeni. 2007. Analisis Persepsi Konsumen terhadap Bauran Pemasaran Jasa Pada PT (Persero) DAMRI di Pontianak. Pontianak: Universitas Tanjungpura.
- Sasongko dan Bambang Siswoyo. 2004. *Teori Ekonomi Mikro*. Cetakan 1. Malang: Universitas Negeri Malang.
- Suharsimi, Arkunto. 2006. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Asdi Mahsatya.
- Syaefulamri. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kebersihan, dan Kenyamanan di Pasar Tradisional terhadap Perpindahan Berbelanja dari Pasar Tradisional ke Pasar Modern di Kota Semarang. Semarang: Universitas Diponegoro.