

**ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP HARGA BARANG
(STUDI KOMPARASI PADA PASAR TRADISIONAL DAN PASAR
MODERN DI KELURAHAN RENTENG KEC. PRAYA KAB.
LOMBOK TENGAH)**



Oleh
MIRANTI
NIM: 200105063

**PROGRAM STUDI TADRIS IPS EKONOM
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM
2023**

**ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP HARGA BARANG
(STUDI KOMPARASI PADA PASAR TRADISIONAL DAN PASAR
MODERN DI KELURAHAN RENTENG KEC. PRAYA KAB.
LOMBOK TENGAH)**

**Skripsi
diajukan kepada Universitas Islam Negeri Mataram
untuk melengkapi persyaratan mencapai gelar
Sarjana Pendidikan**



**Oleh
MIRANTI
NIM: 200105063**

**PROGRAM STUDI TADRIS IPS EKONOMI
FAKULTAS TARBIYAH DANKEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM
2023**



Perpustakaan UIN Mataram

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi oleh Miranti, NIM: 200105063 dengan judul "Analisis Sikap Konsumen Terhadap Harga Barang (Studi Komparasi Pada Pasar Tradisional dan Pasar Modern Di Kelurahan Renteng Kec. Praya Kab. Lombok Tengah)." Telah memenuhi syarat dan disetujui untuk di uji.

Disetujui pada tanggal: 07-12-2023



Pembimbing

Perpustakaan UIN Matararam

Prof. Dr. H. M. Zaki, S.Ag.M.Pd

NIP. 197112311997037005

NOTA DINAS PEMBIMBING

Mataram, 07 - 12 - 2023

**Hal: Ujian Skripsi
Yang Terhormat
Dekan Fakultas Tabiyah dan Keguruan
di Mataram**

Assalammu 'alaikum, Wr. Wb

Dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi, kami berpendapat bahwa skripsi Saudara:

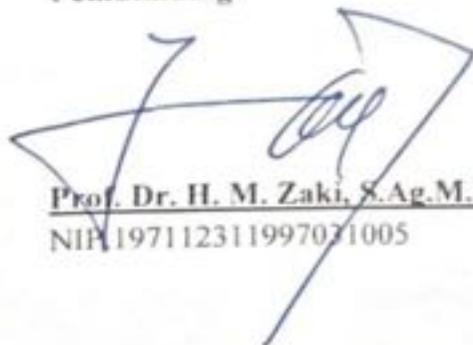
Nama Mahasiswa/i : MIRANTI
NIM : 200105063
Jurusan/Prodi : Pendidikan Tadris IPS
Judul : Analisis Sikap Konsumen Terhadap Harga Barang (Study Komparasi Pasar Tradisional Dan Pasar Modern Di Kelurahan Renteng Kec. Praya Kab. Lombok Tengah).

Telah memenuhi syarat untuk diajukan dalam sidang *munaqasyah* skripsi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Mataram. Oleh karena itu, kami berharap agar skripsi ini dapat segera di-*munaqasyah*-kan.

Wassalamua 'alaikum, Wr. Wb.

Perpustakaan UIN Mataram

Pembimbing



Prof. Dr. H. M. Zaki, S.Ag.M.Pd
NIP.197112311997031005

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **MIRANTI**
Nim : **200105063**
Jurusan : Pendidikan IPS
Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan (FTK)

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul "Analisis Sikap Konsumen Terhadap Harga Barang (Study Komparasi Pasar Tradisional Dan Pasar Modern Di Kelurahan Renteng Kec. Praya Kab. Lombok Tengah)". Ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Jika saya terbukti melakukan plagiat tulisan/karya orang lain, siap menerima sanksi yang telah ditentukan oleh lembaga.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
M A T A R A M

Mataram, 22-12-2023

Saya yang menyatakan,

Perpustakaan UIN Mataram



PENGESAHAN

Skripsi oleh: Miranti, NIM: 200105063 dengan judul "Analisis Sikap Konsumen Terhadap Harga Barang (Studi Komparasi pada Pasar Tradisional dan Pasar Modern di Kelurahan Renteng Kec. Praya Kab. Lombok Tengah," telah dipertahankan di depan dewan penguji Jurusan Tadris IPS Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Mataram pada tanggal 20-01-2024

Dewan Penguji

Prof.Dr.H.M.Zaki.S.Ag.M.Pd
(Ketua Sidang/ Pembimbing)

Dr. Muhammad Liwa Idrubi M.Pd
(Penguji I)

Saiful Bahri M.Pd
(Penguji II)

Perpustakaan UIN Mataram

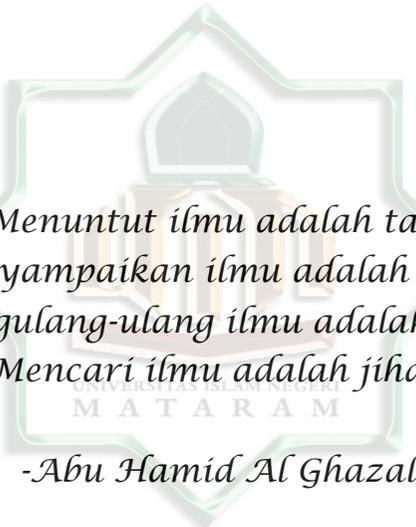
Mengetahui,
Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan



Dr. Jumarim M.HI

NIP.197612312005011006

MOTTO



*“Menuntut ilmu adalah takwa
Menyampaikan ilmu adalah ibadah
Mengulang-ulang ilmu adalah dzikir
Mencari ilmu adalah jihad”.*

-Abu Hamid Al Ghazali-

Perpustakaan UIN Mataram

PERSEMBAHAN

“Kupersembahkan skripsi ini kepada kedua orang tuaku tercinta Ibunda Hj. Sumiati dan Ayahanda Abdul Kadir S.Pd, Saudari-saudariku Andriana S.Pd dan Riza Karina S.Pd beserta Keluarga Besar H. Salimudin, sahabatku-sahabtku tersayang, dosen Pembimbing yang senantiasa memberikan berbagai masukan dalam penyusunan skripsi ini serta untuk Kampus dan Almamater Tercinta dan Kebangganku Universitas Islam Negeri Mataram”



Perpustakaan UIN Mataram

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh,

Alhamdulillah, Puji syukur kepada Allah SWT, Tuhan semesta alam atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya, dan shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, juga kepada keluarga, sahabat, dan semua pengikutnya. Amiin.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk lulus pada program Strata-1 di Jurusan Tadris IPS Ekonomi, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Mataram.

Penulis menyadari bahwa selama penyusunan skripsi ini tidak akan sukses tanpa bantuan dan keterlibatan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis memberikan penghargaan setinggi-tingginya dan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Zaki. S.Ag. M.Pd selaku pembimbing yang dengan sabar dan ikhlas memberikan bimbingan, motivasi, dan koreksi terus menerus tanpa bosan di tengah kesibukannya, sehingga skripsi ini bisa diselesaikan dengan baik.
2. Bapak Ahmad Khalakul Khairi, Ms.Ag. selaku Ketua Program Studi Tadris IPS Ekonomi dan Bapak Muh. Zainur Rahman M.Pd. selaku Sekertaris Program Studi Tadris IPS Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Mataram.
3. Bapak Dr. Jumarim M.HI. selaku Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Mataram.
4. Prof. H. Masnun Tahir M.Ag. selaku Rektor Universitas Negeri Mataram, yang telah memberikan tempat bagi penulis untuk menuntut ilmu dan memberikan bimbingan dan peringatan untuk tidak berlama-lama di kampus tanpa pernah selesai.
5. Bapak Muhammad Helmy Reza M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik
6. Semua Dosen dan Staff Tadris IPS yang telah memberikan dukungan selama ini
7. Cinta pertama dan panutanku Ayahanda Abdul Kadir S.Pd yang telah mendidik dan memotivasi serta memberi dukungan dalam setiap langkah yang penulis ambil sehingga penulis mampu menyelesaikan

skripsi ini. Pintu surgaku Ibunda Hj. Sumiati beliau sangat berperan besar dalam menyelesaikan program studi penulis, beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai di bangku perkuliahan, tapi motivasi serta do'a yang selalu beliau berikan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana. Kedua saudariku Andriana S.Pd dan Riza Karina S.Pd yang selalu memberikan support dan nasihat dalam segala hal. Beserta keluarga besarku H. Salimudin yang selalu mendo'akanku dalam segala sesuatu yang baik.

8. Kepada Norman S.Pd yang selalu menjadi motivasi terbaik sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir ini
9. Kepada teman-teman seperjuangan kelas C Angkatan 2020 yang berjuang bersama selama tujuh semester sukses selalu untuk teman-temanku
10. Teruntuk sahabat-sahabatku (Putri, Tsamara, Andin, Diya) yang selalu memberikan dukungan dalam segala hal, menemani selama proses perkuliahan, baik suka maupun duka, yang sangat sabar dalam menghadapi sikapku yang tidak karuan.
11. Almamater dan Kampus tercinta Universitas Islam Negeri Mataram

Tidak ada yang sempurna yang dihasilkan dari makhluk yang tak sempurna, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak yang sifatnya membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua. Amin.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh.

Perpustakaan UIN Mataram

Mataram, 22-12-2023

Penulis,



Miranti

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN LOGO	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
ABSTRAK	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Manfaat.....	6
1. Tujuan Penelitian.....	6
2. Manfaat Penelitian.....	6
D. Ruang Lingkup dan Setting Penelitian.....	7
1. Ruang lingkup	7
2. Setting penelitian.....	7
E. Telaah Pustaka.....	8
F. Kerangka Teori.....	11
1. Sikap konsumen	11
a. Pengertian Model-model sikap konsumen.....	11
b. Tujuan sikap konsumen.....	12
c. Macam-macam sikap konsumen.....	13
2. Harga Barang.....	14
a. Pengertian Harga Barang.....	14
b. Jenis-jenis Harga Barang.....	16

3. Pengertian Pasar	16
4. Pasar Tradisional	19
5. Pasar Modern.....	20
G. Metode Penelitian	22
1. Pendekatan penelitian	22
2. Kehadiran Peneliti	22
3. Lokasi Penelitian	23
4. Sumber data	23
a. Data Primer antara lain:	24
b. Data Skunder antara lain:	24
5. Tehnik Pengumpulan Data.....	24
a. Metode Observasi (pengamatan)	24
b. Wawancara	25
c. Dokumentasi.....	25
6. Teknik Analisis Data	25
a. Tahap pengumpulan data.....	26
b. Tahap reduksi data.....	27
c. Penyajian data.....	27
d. Verifikasi data	27
7. Kredibilitas Data.....	28
H. Sistematika Pembahasan	28
BAB II PAPARAN DATA DAN TEMUAN.....	30
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	30
B. Pertimbangan Penjual Pada Pasar Tradisional Dengan Pasar Modern Dalam Menetapkan Harga Barang.....	39
C. Faktor-Faktor Yang Mendorong Konsumen Memiliki Sikap Berbeda Dalam Melakukan Transaksi DiPasar Modern Dengan Pasar Tradisional	44
BAB III PEMBAHASAN.....	50
A. Pertimbangan Penjual Pada Pasar Tradisional Dengan Pasar Modern Dalam Menetapkan Harga Barang?	50
B. Faktor-Faktor Yang Mendorong Konsumen Memiliki Sikap Berbeda Dalam Melakukan Transaksi DiPasar Modern Dengan Pasar Tradisional?	51

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	54
C. KESIMPULAN.....	54
D. SARAN.....	54
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN-LAMPIRAN	58
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	75



Perpustakaan UIN Mataram

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peta Kelurahan Renteng

Gambar 2.1 Struktur Organisasi Pasar Renteng



Perpustakaan UIN Mataram

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Observasi

Lampiran 2 Pedoman Wawancara

Lampiran 3 Dokumentasi

Lampiran 4 Sertifikat Plagiarism dan Sertifikat Bebas Pinjam
Perpustakaan



Perpustakaan UIN Mataram

**ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP HARGA BARANG
(STUDI KOMPARASI PADA PASAR TRADISIONAL DAN PASAR
MODERN DI KELURAHAN RENTENG KEC. PRAYA KAB.
LOMBOK TENGAH)**

Oleh:
MIRANTI
200105063

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh ketertarikan peneliti terhadap sikap konsumen terhadap harga barang di pasar tradisional dan pasar modern di Kelurahan Renteng. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pertimbangan para penjual dalam menetapkan harga barang serta mengetahui faktor-faktor yang mendorong konsumen memiliki sikap yang berbeda dalam melakukan transaksi di pasar tradisional dan pasar modern di Kelurahan Renteng Kecamatan Praya Kabupaten Lombok Tengah. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif yang menganalisis antara data temuan dan data yang ada di lapangan. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Kemudian data-data yang ditemukan dianalisis menggunakan teknik analisis data deskriptif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penetapan harga barang oleh para penjual tergantung pada supplier tempat pengambilan barang dan tergantung pada pajak yang dikenakan serta faktor pendorong konsumen memiliki sikap berbeda dalam melakukan transaksi di pasar tradisional dan pasar modern yakni mementingkan produk yang sesuai dengan preferensinya dengan mempertimbangkan produk yang paling ekonomis dan lebih mementingkan kualitas.

Kata Kunci: Sikap Konsumen, Harga Barang



Perpustakaan UIN Mataram

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sebuah proses sosial dimana individu atau suatu kelompok memperoleh sesuatu yang diinginkan dan diperlukan dengan cara mewujudkan, menawarkan, serta secara bebas dalam mempertukarkan produk yang diperjualkan dan memiliki nilai dengan pihak lain yang disebut sebagai sebuah pemasaran.¹

Berlandaskan pada pengertian di atas, maka dapat dipahami bahwa kegiatan pemasaran merupakan suatu proses sosial dimana individu atau kelompok memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran produk dengan pihak lain. Aktivitas pemasaran tidak hanya terbatas pada transaksi jual-beli barang dan jasa, tetapi juga melibatkan penciptaan nilai bagi pelanggan. Nilai-nilai ini menciptakan hubungan saling menguntungkan antara perusahaan dan pelanggan. Konsep pelanggan didasarkan atas keyakinan bahwa memenuhi kebutuhan konsumen adalah kunci keberhasilan perusahaan dalam menghadapi persaingan.

Penentuan sebuah produk dilatarbelakangi oleh keinginan pelanggan. Sehingga keinginan pelanggan terhadap sebuah produk itu bisa mempengaruhi jumlah produk atau barang yang diminta. Apabila keinginan konsumen terhadap suatu produk tertentu terus meningkat, maka permintaan terhadap suatu produk tersebut juga akan ikut meningkat. Dengan begitu, dapat dinyatakan bahwa pasar modern dan pasar tradisional keduanya harus saling bersaing dalam mendapatkan perhatian pelanggan dengan terus mengamati berbagai selera konsumen.

Seiring dengan perubahan zaman, pasar juga akan menghadapi suatu modifikasi desain dan tempat serta cara pengelolaannya, yang tadinya bersifat tradisional menjadi modern. Perkembangan pasar menyebabkan timbulnya suatu perubahan yang dimana

¹ Sahrul Maulana, Aulia Dawam, and Aldila Septiana, "Perbandingan Konsumtif Ibu Rumah Tangga Terhadap Minat Berbelanja antara Pasar Tradisional dan Modern Selama Pandemi," *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* 14, no. 1 (June 27, 2022): hlm.176.

menimbulkan pengaruh bagi kehidupan masyarakat terlebih yang menetap di kota-kota besar. Setelah mendatangi pasar secara langsung, maka masyarakat akan membandingkannya, berdasarkan pengalaman tersebut maka dapat menimbulkan tanda positif sehingga pembeli akan mendatangi pasar tersebut tanpa perlu melalui evaluasi

Sebagai tempat bertemunya pedagang dengan pembeli, dimana penjual menawarkan barang dagangannya dengan konsumen yang ingin mengisi kebutuhannya sehari-hari disebut sebagai pasar, dari prosedur tersebut dapat dilihat bahwa pasar tidak terlepas dari proses tawar-menawar.²

Dengan kehadiran pasar modern maka diharapkan bisa lebih memberikan keuntungan bagi pembeli karena menyediakan berbagai akomodasi maupun fasilitas yang cukup lengkap. Sementara di pasar tradisional kerap dihadirkan pada permasalahan mengenai kecanggungan pada saat berbelanja. Barang yang ada di pasar tradisional hampir semua bisa dijumpai di pasar modern.

Berkembang pesatnya pertumbuhan pada pasar modern mengakibatkan turunya total pasar tradisional yang ada, hal ini diakibatkan oleh munculnya pasar modern yang dijalankan dengan profesional dan dengan fasilitasnya yang beraneka macam dan sangat lengkap. Konsumen saat mengunjungi dan membeli barang kebutuhannya di pasar modern dengan gengsi masing-masing. Kebanyakan yang dibeli bukan yang diinginkan dan bukan barang yang menjadi kebutuhan, sehingga adanya selera pelanggan. Di pasar modern tidak hanya menyediakan kebutuhan pelanggan namun juga dapat menciptakan semua kebutuhan pelanggan.³

Supermarket, Minimarket, dan Mall berkembang pesat dibandingkan dengan pasar tradisional yang ada di kota-kota besar mengakibatkan timbulnya berbagai macam tanggapan dari penduduk dalam menentukan lokasi berbelanja. Setengah dari

² *ibid* hlm.177.

³Departemen Perdagangan RI "Pusat Distribusi," <http://www.kemendag.go.id/zulkipli201>, diakses tanggal June 15, 2023.

penduduk yang bertempat tinggal di perkotaan, telah mengisi kebutuhan rumah tangga dan kebutuhan sehari – hari mereka dengan membeli barang kebutuhannya di pasar modern. Pasar modern telah mencapai dalam menjual berbagai barang kebutuhan pelanggan, dan juga bisa dalam mengisi ambisi dan selera konsumen yang semakin hari semakin dinamis. Akibatnya dari hal tersebut perilaku berbelanja konsumen juga mengalami perubahan dan mulai beralih ke pasar modern. Dahulu konsumen dominan memenuhi kebutuhannya di pasar tradisional namun saat ini penduduk cenderung memilih untuk memenuhi kebutuhannya di pasar modern.

Fakta yang telah terjadi saat ini, apabila penghasilan pelanggan naik maka pelanggan akan lebih memilih untuk memenuhi kebutuhannya di pasar modern daripada memenuhi kebutuhannya di pasar tradisional karena bisa mempengaruhi perilaku konsumsi, yang dimana pelanggan akan membeli barang kebutuhannya dalam jumlah yang tidak sedikit. Sedangkan, apabila penghasilan suatu pelanggan menurun maka pelanggan akan lebih memilih untuk berbelanja di pasar tradisional, sehingga hal tersebut akan mempengaruhi jumlah barang yang di beli.

Meningkatnya pendapatan konsumen biasanya diiringi dengan meningkatnya pengeluaran belanja. Hal ini bisa dijadikan suatu perbedaan antara penduduk yang keuangannya stabil dan penduduk yang keuangannya tidak stabil. Penghabisan belanja penduduk yang memiliki keuangan stabil tentu saja selera belanjanya cenderung berlebihan yang dihabiskan untuk kebutuhan tambahan. Sementara penghabisan belanja keuangan penduduk yang belum stabil kebanyakan dihabiskan untuk kebutuhan pokok.⁴

Pelaku para pengunjung pasar tradisional biasanya pembeli yang berpenghasilan menengah kebawah yang memenuhi kebutuhan harinya. Biasanya mereka mendatangi pasar kira-

⁴ Nurlaila Hanum “Pengaruh Pendapatan Jumlah dan Tanggungan Keluarga dan Pendidikan Terhadap pola Konsumsi Rumah Tangga Nelayan di Desa Seuneubok Rambong Aceh Timur”. Jurnal Samudra Ekonomika, Vol 2 (10), Hal 75-84, 2018

kira 2 sampai 3 kali dalam satu minggu, sementara itu pembeli yang memiliki kesibukan bekerja, kebanyakan mengunjungi pasar tradisional pada hari libur.

Harga menjadi salah satu faktor yang di pikirkan oleh konsumen dalam membeli sebuah produk, ketika akan berbelanja suatu produk tentu saja konsumen mencari barang yg sepadan dengan keinginannya, dan kebanyakan dari mereka akan memikirkan mana yang lebih ekonomis. dan ada pula pembeli yg bersedia menghabiskan uangnya dengan jumlah yang cukup besar guna mendapatkan barang yang memiliki kualitas tinggi demi memenuhi preferensinya.

Sikap konsumen merupakan suatu proses pengambilan keputusan dari aktivitas individu secara fisik yang dilibatkan dalam proses mengevaluasi, memperoleh, menggunakan, serta dapat mempergunakan barang-barang dan jasa.⁵

Masalah persaingan adalah konsekuensi yang timbul karena munculnya pasar modern. hal tersebut muncul ketika pasar modern hendak mendatangi keberadaan pasar tradisional. persoalan pokok pada kedua pasar tersebut yakni masalah lokasinya yang berdekatan, contohnya pasar yang berada di Kelurahan Renteng adalah pasar tradisional Renteng bisa dibandingkan dengan pasar modern (Lion Mart), yang mempunyai lokasi berdekatan. Tentunya hal tersebut menyebabkan sebuah persaingan bagi kedua pasar tersebut, lokasi pasar tradisional dengan pasar modern yang berlokasi di tengah-tengah kota membuat lokasi kedua pasar tersebut menjadi sangat strategis untuk tempat pemilihan belanja konsumen, keduanya berlokasi di wilayah yang penduduknya padat, dimana lokasi pasar tradisional Renteng dengan pasar modern (Lion Mart) telah membuat keduanya bersaing dalam memperoleh konsumen.⁶

Dari observasi awal yang dilakukan oleh peneliti di pasar

⁵ Maulana, Dawam, and Septiana, "Perbandingan Konsumtif Ibu Rumah Tangga Terhadap Minat Berbelanja antara Pasar Tradisional dan Modern Selama Pandemi," hlm.3.

⁶ Observasi Awal, Wawancara, *Kepala Pasar Renteng*, 13 Juni 2023.

Renteng pada tanggal 13 Juni 2023, terkait dengan masalah yang akan diteliti disekitaran kelurahan renteng. Maka hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan kepala pasar renteng yang mengemukakan pendapatnya tentang pertimbangan penjual pada pasar tradisional dan pasar modern dalam menetapkan harga barang dan sikap konsumen terhadap harga barang dalam memilih pasar tradisional dengan pasar modern yang ada di Kelurahan Renteng. “Pertimbangan para penjual dalam menetapkan harga barang di pasar tradisional dan pasar modern dilatarbelakangi oleh kenaikan pajak yang dikenakan pada pasar tradisional maupun pasar modern serta tempat para penjual membeli barang yang akan mereka jual yang biasa di sebut sebagai pemasok. Kemudian sikap konsumen dalam memilih harga barang yang ada di pasar tradisional dan pasar modern dari data yang ada di pasar sebagian besar memilih pasar tradisional dikarenakan sistematika pembeliannya dengan tawar menawar atau bernegosiasi, dan juga bahan-bahan seperti sayuran yang ada di pasar tradisional masih segar-segar yang dimana dari petaninya langsung, bisa langsung berinteraksi dengan pedagangnya, dan juga dilatarbelakangi oleh keluarga yang banyak sekali menuntut rezeki di pasar tradisional, sedangkan di pasar modern sistematika pembeliannya sudah tertera di barcode pada masing-masing barang, pembeli tidak bertemu langsung dengan pedagang. Apabila dilihat dari segi kenyamanan dari pasar tradisional masih sangat kurang, yang dimana masih banyak masyarakat atau pedagang yang berjualan yang masih belum stabil, suasana pasar yang becek dan kumuh. Sedangkan di pasar modern yang dimana memiliki lahan parkir, barang-barang yang tersedia sudah tersusun dengan rapi, pelayanan yang baik serta suasana yang nyaman.⁷

Jika dilihat dalam keadaan pada saat ini, masyarakat lebih banyak memilih untuk berbelanja di pasar modern, namun masyarakat juga tidak mudah meninggalkan pasar tradisional

⁷Makmun, Kepala Pasar Tradisional, *Wawancara*, Pasar Renteng, 13 Juni 2023.

begitu saja. Maka pasar modern dan pasar tradisional harus saling bersaing dalam mendapatkan perhatian konsumen dengan memperhatikan selera dan kebutuhan konsumen.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneneliti sangat tertarik untuk mengangkat judul penelitian, “**Analisis Sikap Konsumen Terhadap Harga Barang (Studi Komparasi Pada Pasar Tradisional Dan Pasar Modern Di Kelurahan Renteng Kec. Praya Kab. Lombok Tengah)**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti dapat merumuskan pokokpermasalahan yang berkaitan dengan pembahasan yaitu:

1. Apa pertimbangan penjual pada pasar tradisional dengan pasar modern dalam menetapkan harga barang?
2. Apa faktor-faktor yang mendorong konsumen memiliki sikap berbeda dalam melakukan transaksi di pasar modern dengan pasar tradisional?

C. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk menjelaskan pertimbangan penjual pada pasar tradisional dengan pasar modern dalam menetapkan harga barang.
- b. Untuk menjelaskan faktor-faktor yang mendorong konsumen memiliki sikap berbeda dalam melakukan transaksi di pasar modern dengan pasar tradisional.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat secara Teoritis

- 1) Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan masukan dan informasi teoritis tentang sikap konsumen terhadap harga barang
- 2) Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran atau wawasan tentang analisis sikap konsumen terhadap harga barang studi kasus pada pasar tradisional dan pasar modern di Kelurahan Renteng Kec. Praya Kab. Lombok Tengah.

b. Manfaat secara Praktis

- 1) Manfaat Bagi Peneliti: Penelitian ini sebagai masukan bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dibidang pemasaran serta sebagai rujukan bagi peneliti lain yang ingin meneliti masalah yang sama sehingga bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan.
- 2) Manfaat Bagi Perusahaan: Penelitian ini sebagai informasi dan masukan positif bagi pembisnis ritel untuk mengevaluasi dan mengamati sikap konsumen ritel.
- 3) Manfaat Bagi Akademik: Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khasanah ilmu pengetahuan mengenai aplikasi ilmu manajemen, terutama yang berkaitan dengan bidang studi manajemen pemasaran.
- 4) Manfaat Bagi Konsumen: Agar penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam mempelajari sikap produsen yang berhubungan dengan pemuasan kebutuhan konsumen menjadi sasaran.

D. Ruang Lingkup dan Setting Penelitian

1. Ruang lingkup

Ruang lingkup kajian dalam penelitian ini, mengenai analisis sikap konsumen terhadap harga barang studi pada pasar tradisional dan pasar modern. Selain itu penelitian ini fokus terhadap pertimbangan penjualan pada pasar tradisional dengan pasar modern dalam menetapkan harga barang, dan yang mendorong konsumen bersikap berbeda dalam melakukan transaksi di pasar modern dengan pasar tradisional.

2. Setting penelitian

Adapun lokasi penelitian ini dilakukan di Kelurahan Renteng Kec, Praya Kab. Lombok Tengah. Karena dalam lingkup Kelurahan Renteng ini, memiliki 2 pasar, yakni pasar

modern dan pasar tradisional yang bisa dijadikan sebagai bahan penelitian dari peneliti.

E. Telaah Pustaka

Terkait dengan penelitian ini, ditemukan ada beberapa penelitian yang relevan sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Irma Irawati, dengan Judul: “Analisis Preferensi Konsumen Dalam Berbelanja di Pasar Tradisional Dan Pasar Modern di Kota Makassar”, dengan pendekatan penelitian kuantitatif deskriptif. Tehnik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah questioner dan study kepustakaan. Sedangkan tehnik analisis datanya adalah uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor Pendapatan berpengaruh terhadap preferensi konsumen dalam berbelanja di pasar tradisional dan pasar modern di Kota Makassar dan apakah faktor harga berpengaruh terhadap preferensi konsumen berbelanja di pasar tradisional dan pasar modern di Kota Makassar. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pendapatan dan variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi konsumen dalam berbelanja di pasar tradisional dan pasar modern. Sedangkan variabel pengeluaran belanja berpengaruh negatif signifikan terhadap preferensi konsumen dalam berbelanja di pasar tradisional dan pasar modern.⁸

Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat dilihat perbedaannya dengan penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian ini melihat tentang Preferensi Konsumen Dalam Berbelanja di Pasar Tradisional dan Pasar Modern, sedangkan penelitian yang akan dilakukan tentang Sikap Konsumen Terhadap Harga Barang Study Pada Pasar Tradisional dan Pasar Modern. Sedangkan persamaannya adalah sama-sama meneliti tentang pasar tradisional dan pasar modern.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Rani Hapsari Kusuma Asri,

⁸ Irma Irawati, “Prodi Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Aluddin Makassar 2019” (n.d.).

dengan Judul: “Analisis Perbandingan Sikap Konsumen Dalam Memilih Pasar Tradisional (Pasar Tugu Bandar Lampung) Dan Pasar Modern (Candra Superstore Cabang Tanjung Karang)”, dengan pendekatan penelitian pustaka dan penelitian lapangan. Tehnik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan questioner. Dan tehnik analisis data nya adalah uji-t berpasangan dengan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$. Atribut-atribut yang dianalisis yaitu produk, harga, lokasi, promosi, people, proses dan prasarana fisik. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Adakah perbedaan sikap antara konsumen pasar tradisional Pasar Tugu Bandar Lampung dan konsumen pasar modern Chandra Superstore Cabang Tanjung Karang? Dan Berapa besarkah perbedaan sikap konsumen pasar tradisional Pasar Tugu Bandar Lampung dengan konsumen pasar modern Chandra Superstore Cabang Tanjung Karang? Penelitian ini melakukan pengujian menggunakan uji-t secara parsial dan ditemukan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan dengan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih rendah dari tingkat signifikansi yang digunakan ($\alpha = 0,05$) oleh karena itu, hipotesis nol (H_0) ditolak. Berdasarkan penelitian ini, terdapat perbedaan sikap konsumen antara pasar tradisional Pasar Tugu Bandar Lampung dalam hal harga, lokasi, promosi, people dan prasaran fisik dengan sikap konsumen pada pasar modern Chandra Superstore Cabang Tanjung Karang, namun tidak ditemukan perbedaan yang signifikansi pada variable produk dan proses.⁹

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat diketahui perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan adalah apakah ada perbedaan dalam sikap konsumen antara Pasar Tugu Bandar Lampung yang merupakan pasar tradisonal dengan pasar Chandra Superstore Cabang Tanjung Karang yang merupakan pasar modern, sedangkan penelitian ini Sikap Konsumen Terhadap Harga Barang

⁹ Rani Hapsari Kusuma Asri, “Analisis Perbandingan Sikap Konsumen Dalam Memilih Pasar Tradisional (Pasar Tugu Bandar Lampung) Dan Pasar Modern (Chandra Superstore Cabang Tanjung Karang)” (n.d.).

Studi Pada Pasar Tradisional Dan Pasar Modern. Sedangkan persamaan dari kedua penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang pasar tradisional dan pasar modern.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Dian Sukma Dewi, dengan judul “ Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pendapatan Para Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus di Desa Tanggul Angin Kecamatan Punggur)”, dengan pendekatan penelitian Field Research dan bersifat deskriptif kualitatif, sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sumber data sekunder. Adapun tehnik pengumpulan data ini dengan mengumpulkan data melalui wawancara dan dokumentasi, wawancara dilakukan kepada 7 pedagang dan 10 konsumen sedangkan dokumentasi dilakukan di pasar tradisional Punggur. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di pasar tradisional Punggur dapat disimpulkan bahwa pendapatan yang diperoleh pedagang pasar tradisional mengalami penurunan akibat adanya pasar modern.

Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat diketahui perbedaan dengan penelitian yang telah dilakukan adalah apakah keberadaan pasar modern berpengaruh pada hasil pendapatan para pedagang pasar tradisional Punggur, sedangkan penelitian ini sikap konsumen terhadap harga barang pada pasar tradisional dan modern. Sedangkan persamaan dari kedua penelitian ini adalah sama-sama meneliti di pasar modern dan pasar tradisional serta sama sama menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif.¹⁰

4. Penelitian yang dilakukan oleh Ria Agustina, dengan judul “Analisis Penyebab Konsumen Lebih Memilih Berbelanja di Pasar Tradisional Dibandingkan di Pasar Modern (Studi Kasus Masyarakat 15a Kota Metro)”, metode pengumpulan data dengan interview, dokumentasi dan observasi, tehnik pengumpulan data yang dipergunakan ialah kualitatif lapangan dengan menggunakan cara berpikir induktif. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa masyarakat 15a Kota Metro sebagian besar cenderung lebih memilih

¹⁰ Dian Sukma Dewi, “Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pendapatan Para Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus di Desa Tanggul Angin Kecamatan Punggur)

berbelanja di pasar tradisional namun sebagian besar lagi memilih berbelanja di pasar tradisional dan modern, dengan begitu dapat disimpulkan bahwa apabila berbelanja ke pasar tradisional adanya sistem tawar-menawar sedangkan di pasar modern mereka hanya bisa melihat harga yang ada di barcode.

Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat diketahui perbedaan dengan penelitian yang telah dilakukan adalah para konsumen lebih memilih berbelanja di pasar tradisional dibandingkan pasar modern, sedangkan penelitian yang telah dilakukan antara kedua pasar tersebut sama dengan artian masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Sedangkan persamaan dari kedua penelitian ini adalah sama-sama meneliti di pasar tradisional dan pasar modern.¹¹

F. Kerangka Teori

1. Sikap konsumen

“Sikap konsumen merupakan sebuah tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului serta menentukan tindakan-tindakan tersebut”.¹²

Berdasarkan pada pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa sikap konsumen merupakan tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok, atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, menggunakan barang-barang atau jasa ekonomis yang dapat dipengaruhi oleh lingkungan.

Adapun model-model sikap konsumen dipaparkan sebagai berikut:¹³

a. Pengertian Model-model sikap konsumen

Geralt Zaltman mengemukakan pendapatnya sebagai berikut yaitu: “suatu model adalah sesuatu yang mewakili

¹¹Ria Agustina, “ Analisis Penyebab Konsumen Lebih Memilih Berbelanja di Pasar Tradisional dibandingkan Pasar Modern (Studi Kasus Masyarakat 15a Kota Metro)

¹² A.A. Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen* (Bandung: PT Refika Aditama, 2009), hlm. 3.

¹³ Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*, hlm.21.

sesuatu dalam hal ini adalah suatu proses”.

Berdasarkan pendapat di atas sikap konsumen merupakan sebagai suatu skema atau kerangka kerja yang disederhanakan untuk menggambarkan suatu aktivitas-aktivitas konsumen.

b. Tujuan sikap konsumen

Ada dua tujuan utama dari suatu model, yaitu: memiliki manfaat untuk mengembangkan teori dalam penelitian sikap konsumen, dan untuk mempermudah dalam mempelajari apa yang telah diketahui mengenai sikap konsumen.

Namun dalam melakukan produk konsumen tidak hanya mempertimbangkan harga yang murah, mereka juga melihat bahan baku yang digunakan dalam produksi barang tersebut. Oleh karena itu, harga merupakan salah satu pertimbangan dalam pembelian produk, dan juga konsumen dapat mengeluarkan lebih banyak uang untuk mendapatkan produk dengan kualitas yang baik sesuai dengan keinginan mereka.

Sumber penghasilan setiap individu memiliki sumber penghasilan yang berbeda-beda sesuai dengan aktivitas dan pekerjaan mereka. Pendapatan individu mempengaruhi perilaku akan mempengaruhi perilaku konsumsi. Dimana pendapatan akan menentukan daya beli konsumen dan peningkatan pendapatan akan meningkatkan permintaan disertai dengan peningkatan pengeluaran konsumsi.

Pengeluaran belanja merujuk pada pembelian barang dan jasa oleh rumah tangga untuk memenuhi kebutuhan mereka. Pengeluaran masyarakat terhadap pakaian, makanan, dan barang kebutuhan lainnya dianggap sebagai pengeluaran. Sedangkan barang-barang yang diciptakan untuk digunakan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya disebut sebagai barang

konsumsi.¹⁴

Pengeluaran masyarakat dapat menjadi indikator perbedaan antara masyarakat sebagai suatu perbedaan antara masyarakat yang memiliki keuangan stabil dan masyarakat yang blm memiliki keuangan stabil. Pengeluaran masyarakat yang belum memiliki keuangan stabil umumnya mempunyai kebutuhan pokok, sementara masyarakat yang memiliki keuangan yang stabil lebih banyak memerlukan kebutuhan tambahan (sekunder) maupun kebutuhan tersier

c. Macam-macam sikap konsumen

Pada umumnya, macam-macam sikap konsumen ini dibagi menjadi 2, yaitu sebagai berikut:

1) Sikap konsumen yang bersifat rasional

Adapun macam-macam sikap konsumen yang bersifat rasional adalah:

- a) Konsumen akan memilih barang sesuai kebutuhan
- b) Barang yang dipilih ataupun yang dibeli konsumen memberikan kegunaan optimal bagi konsumen
- c) Konsumen akan membeli barang sesuai kebutuhan
- d) Konsumen memilih barang yang harganya sesuai dengan kemampuan konsumen

2) Pelaku konsumen yang bersifat irrasional

Adapun macam-macam konsumen yang bersifat irasional adalah:

- a) Konsumen akan mudah tertarik dengan cepat mengenai penayangan iklan dan promosi yang ada di media cetak atau elektronik
- b) Konsumen memiliki barang-barang yang bermerk atau brandet yang sudah dikenal luas dan

¹⁴ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Dasar Dasar Pemasaran Jilid 1. Edisi Bahasa Indonesia Terj.* Alexander Sindoro, hlm.11.

- harganya sangat mahal
- c) Konsumen memiliki barang bukan berdasarkan kebutuhan, melainkan gengsi atau prestise, dan gaya hidup yang lebih elit.¹⁵

2. Harga Barang

a. Pengertian Harga Barang

Harga barang merupakan jumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk memperoleh produk barang atau jasa yang diinginkannya.¹⁶ Sementara itu pendapat lain mengemukakan bahwa, harga merupakan elemen penting dalam bauran pemasaran, karena konsumen mempertimbangkan untuk memperoleh kelebihan yang ditawarkan oleh produk atau layanan. Harga menjadi faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen saat membeli suatu produk, mereka mencari suatu produk yang sesuai dengan preferensinya dan ekonomis. Konsumen juga tentunya mempertimbangkan kualitas produk, karena harga menjadi indikator kualitas dalam pandangan konsumen, oleh karena itu, harga memiliki peran penting sebagai tolak ukur kualitas produk atau layanan.¹⁷

Namun dalam melakukan produk konsumen tidak hanya mempertimbangkan harga yang murah, mereka juga melihat bahan baku yang digunakan dalam produksi barang tersebut. Oleh karena itu, harga merupakan salah satu pertimbangan dalam pembelian produk, dan juga konsumen dapat mengeluarkan lebih banyak uang untuk mendapatkan produk dengan kualitas yang baik sesuai dengan keinginan mereka.

¹⁵ M. Soleh Maulidin, Adnan Dewa Saputra, Anggi Zulfika Sari, “*Analisis Perilaku Konsumen dalam Transaksi di e-Commerce*,” *Jurnal Society*, Vol. 1, No. 1 (2022): hlm. 5.

¹⁶ Kotler P, Armstrong, and Gary, *Dasar Dasar Pemasaran Jilid 1. Edisi Bahasa Indonesia Terjemahan* Alexander Sindoro (Jakarta: Prenhalindo, 2015), hlm.11.

¹⁷ *Ibid*, hlm.11

Sumber penghasilan setiap individu memiliki sumber penghasilan yang berbeda-beda sesuai dengan aktivitas dan pekerjaan mereka. Pendapatan individu mempengaruhi perilaku akan mempengaruhi perilaku konsumsi. Dimana pendapatan akan menentukan daya beli konsumen dan peningkatan pendapatan akan meningkatkan permintaan disertai dengan peningkatan pengeluaran konsumsi.

Pengeluaran belanja merujuk pada pembelian barang dan jasa oleh rumah tangga untuk memenuhi kebutuhan mereka. Pengeluaran masyarakat terhadap pakaian, makanan, dan barang kebutuhan lainnya dianggap sebagai pengeluaran. Sedangkan barang-barang yang diciptakan untuk digunakan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya disebut sebagai barang konsumsi.¹⁸

Namun dalam melakukan produk konsumen tidak hanya mempertimbangkan harga yang murah, mereka juga melihat bahan baku yang digunakan dalam produksi barang tersebut. Oleh karena itu, harga merupakan salah satu pertimbangan dalam pembelian produk, dan juga konsumen dapat mengeluarkan lebih banyak uang untuk mendapatkan produk dengan kualitas yang baik sesuai dengan keinginan mereka.

Sumber penghasilan setiap individu memiliki sumber penghasilan yang berbeda-beda sesuai dengan aktivitas dan pekerjaan mereka. Pendapatan individu mempengaruhi perilaku akan mempengaruhi perilaku konsumsi. Dimana pendapatan akan menentukan daya beli konsumen dan peningkatan pendapatan akan meningkatkan permintaan disertai dengan peningkatan pengeluaran konsumsi.

Pengeluaran belanja merujuk pada pembelian barang dan jasa oleh rumah tangga untuk memenuhi

¹⁸ *Ibid*, hlm.11.

kebutuhan mereka. Pengeluaran masyarakat terhadap pakaian, makanan, dan barang kebutuhan lainnya dianggap sebagai pengeluaran. Sedangkan barang-barang yang diciptakan untuk digunakan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya disebut sebagai barang konsumsi.¹⁹

Pengeluaran masyarakat dapat menjadi indikator perbedaan antara masyarakat sebagai suatu perbedaan antara masyarakat yang memiliki keuangan stabil dan masyarakat yang blm memiliki keuangan stabil. Pengeluaran masyarakat yang belum memiliki keuangan stabil umumnya mempunyai kebutuhan pokok, sementara masyarakat yang memiliki keuangan yang stabil lebih banyak memerlukan kebutuhan tambahan (sekunder) maupun kebutuhan tersier.

b. Jenis-jenis Harga Barang

Strategi harga barang, persoalan harga barang ini akan muncul apanila barang yang akan ditentukan harganya itu merupakan bagian dari keseluruhan barang yang akan dipasarkan, sehingga dalam penentuan harga suatu barang harus difikirkan tentang pengaruhnya terhadap peningkatan keuntungan pada total barang.²⁰

Metode penetapan harga jual barang yang digunakan umumnya suatu perusahaan antara lain: penetapan harga biaya plus, penetapan harga mark up, dan penetapan harga break even.

3. **Pengertian Pasar**

Berdasarkan teori ekonomi pasar merupakan suatu situasi dimana pembeli atau konsumen dengan penjual (Produsen atau tempat atau proses dimana pembeli dan penjual berinteraksi untuk melakukan transaksi jual beli barang atau jasa. Ketika kedua belah pihak tersebut memutuskan kata sepakat tentang harga terhadap kuantitas

¹⁹ *Ibid*, hlm.11.

²⁰ Asri Nur Muin, “Analisis Penetapan Harga Jual Produk Markisa Pada PT.Toraja Markisa di Tana Toraja,” *Jurnal Cendikia*, (2022), hlm. 22.

barang dengan kualitas tertentu yang menjadi sebuah objek dalam melakukan transaksi. konsumen menginginkan barang yang diperlukan untuk mengisi dan memuaskan kebutuhannya. Sedangkan pedagang memperoleh balasan penghasilan untuk selanjutnya dimanfaatkan dalam menangani berbagai kegiatan sebagai pelaku ekonomi produksi.²¹

Berdasarkan kajian ilmu ekonomi pasar diartikan sebagai sebuah tempat, proses maupun interaksi antara pembeli dan penjual dari suatu barang atau jasa tertentu, maka dari itu dapat terciptanya harga keseimbangan dan jumlah yang ditawarkan. Jadi setiap prosedur yang mempertemukan antara konsumen dengan pedagang, maka akan mewujudkan price yang telah diakui antara penjual dan pembeli.

Pasar pada masyarakat memiliki peran penting yakni sebagai pusat kegiatan ekonomi dan pusat kebudayaan. Pasar sebagai pusat kegiatan ekonomi merupakan tempat bertemunya antara produsen dengan konsumen. melalui pasar tersebut, masyarakat bisa memperoleh berbagai kebutuhan produksinya seperti peralatan, modal dan tenaga. Di bidang distribusi pasar memiliki peran dalam penyebarluasan barang-barang dari hasil produksi yang diperlukan oleh masyarakat. Sedangkan di bidang konsumsi, pasar menyediakan berbagai kebutuhan pokok dan kebutuhan tambahan lainnya bagi para konsumen.²²

Pasar memiliki definisi yang beragam. Dalam konteks ini, pasar dapat didefinisikan sebagai suatu komunitas yang terdiri dari pembeli dan penjual yang melakukan mempertukarkan barang yang dapat saling menggantikan satu sama lain. Konsep dan makna pasar sebetulnya sangat luas, mencakup berbagai aspek ekonomi dan juga sosbud.

²¹ P Kotler and Gary, *Dasar Dasar Pemasaran Jilid 1 Edisi Bahasa Indonesia* Terj. Alexander Sindoro (Jakarta: Prenhalindo, 2010), hlm.33.

²² Depdikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pusaka Depdikbud, 2009), hlm.100.

Dalam pengertian ekonomi pasar secara fisik merupakan tempat dimana transaksi jual beli barang dan jasa terjadi di lokasi tertentu. Sementara itu, secara ekonomi pasar merupakan tempat dimana permintaan dan penawaran bertemu, yang dimana ada pihak yang menawarkan barang dan ada pihak yang membutuhkannya dengan harga yang disepakati oleh kedua belah pihak.²³

Berdasarkan pada Keputusan Menteri Perindustrian Perdagangan No.23/MPP/Kep/1/1998 tentang Lembaga-lembaga Usaha Perdagangan yakni

“Pasar didefinisikan sebagai tempat bertemunya antara pihak penjual dan pihak pembeli untuk melakukan suatu transaksi, dimana dalam proses jual beli terbentuk, yang menurut kelas mutu pelayanan, dapat digolongkan menjadi pasar tradisional dan pasar modern”.²⁴

Hartati mengungkapkan bahwa pasar dapat dikategorikan menjadi pasar eceran yakni pasar tempat usaha yang melakukan kegiatan jual beli dalam partai kecil dan pasar grosir yakni pasar tempat melakukan kegiatan jual beli dalam partai besar.²⁵

Menurut Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 tahun 2007 mengenai Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional,

“Pasar didefinisikan sebagai tempat bertemunya pihak penjual dan pihak pembeli untuk melakukan transaksi, dimana proses jual beli terbentuk yang menurut kelas mutu pelayanan, dapat digolongkan menjadi pasar tradisional dan pasar modern”.

²³ Mariana Paskarina, *Mengganggas Model Revitalisasi Pasar Tradisional Study Terhadap Impelntsi Perda No 19. Thn 2001 Tentang Pengelolaan Pasar Kota Bandung* (Bandung: Puslit KP2W Lemlit UNPAD, 2006), hlm.45.

²⁴ “20200517_Kepmenperindag_Nomor_107_Tahun_1998.Pdf,” n.d.

²⁵ W Hartati, *Pergeseran Subsektor Perdagangan Eceran Dari Tradisional Ke Modern Di Indonesia Fakultas Ekonomi Dan Manajemen* (Bogor: Institut Pertanian Bogor, 2006), hlm.90.

4. Pasar Tradisional

Pasar tradisional adalah pasar yang merujuk pada pasar yang memiliki bangunan atau desain yang sederhana dan dengan kondisi yang kurang menyenangkan (kurang dalam menjaga kebersihan pasar, ruang usaha sempit, sarana parkir yang kurang luas serta penerangan yang kurang optimal). Barang yang di pasarkan berupa kebutuhan sehari-hari, dan harga terbilang murah diiringi dengan kualitas yang kurang mendapat perhatian dari konsumen serta cara pembeliannya dengan tawar menawar. Karakteristik pasar tradisional cenderung tidak mengalami perkembangan atau perubahan dari waktu ke waktu. Masyarakat masih melihat pasar ini sebagai tempat yang kumuh becek dan kotor, harga barang yang tidak pasti, proses tawar menawar serta ketersediaan barang yang tidak selalu lengkap menjadi faktor penyebab kehilangan minat konsumen terhadap pasar tradisional. barang yang tidak lengkap mengakibatkan pasar tradisional kehilangan konsumen. Namun di sisi lain pasar tradisional mempunyai beberapa kelebihan, yakni dari segi komunikasi sosial dan interaksi yang dimana telah terjadi kedekatan antara pedagang dan pembeli, yakni pedang mengenal konsumen dengan baik.²⁶

Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan No. 53/M-DAG/PER/12/2008 di paparkan sebagai berikut:

“Pasar tradisional adalah pasar yang di bangun dan dikelola oleh pemerintah, pemerintah lokal, swasta, badan usaha milik negara dan badan usaha milik daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa Toko, Kios, Los dan Tenda yang dimiliki/dikelolah oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dengan melalui tawar menawar.”²⁷

²⁶ Departemen Perdagangan RI, “Pusat Distribusi,” 2006, <http://www.depdag.go.id>:

²⁷ Departemen Perdagangan RI, “Pusat Distribusi,” 2008, <http://www.depdag.go.id>.

Pasar tradisional adalah sebuah tempat dimana penjual dan pembeli bertemu untuk melakukan transaksi. Organisasi pada pasar tradisional masih tergolong sederhana, dengan tingkat efisiensi serta spesialisasi yang kurang, lingkungan fisik yang sering kali kotor dan pola bangunannya sempit. Pasar tradisional memiliki fungsi sebagai pemasok beberapa input pertanian dan perumahan serta keutuhan masyarakat. Definisi ini diungkapkan oleh Pangestu dalam penelitiannya.²⁸

Pasar tradisional mempunyai segmentasi pasar tersendiri yang membuatnya beda dengan pasar modern. Sementara itu pasar modern adalah pasar yang besar, lengkap dan memiliki spesialisasi dalam keanekaragaman bahan-bahan makanan dan barang-barang lainnya yang terbatas. Sedangkan pasar modern diartikan sebagai pasar yang lengkap, dengan berbagai penyajian maupun pelayanan yang bagus serta memiliki banyak stok makanan.

Dalam pasar tradisional ditemukan tiga pemeran utama yang ikut serta dalam aktivitas sehari-hari, yakni: pedagang, pembeli, dan pegawai atau pejabat dinas pasar. Selain tiga pemeran utama pasar tersebut ditemukan juga pemeran lainnya, yakni: petugas kebersihan, buruh panggul, copet dan preman dan. Pasar tradisional biasanya memiliki karakteristik sebagai berikut:

- a. Tempat pemasaran barang yang kumuh, tidak nyaman, sempit, gelap dan kotor
- b. Penampilan penjualannya tidak terlalu menarik
- c. Cara penempatan barang-barang dagangan tanpa konsep marketing.

5. **Pasar Modern**

Pasar modern merupakan sebuah pasar yang didirikan oleh pemerintah, swasta atau koperasi berupa

²⁸ J.F. Engel, *Consumer Behaviour (8th Ed)*. (New York: The Dryden Press, 2010), hlm.98.

Supermarkert, Mall, Shopping Center dan Depertemen Store. Yang dimana pengendaliannya dilakukan secara modern dan lebih berfokus pada pelayanan dalam memenuhi kebutuhan dengan cara berbelanja di pasar modern, seperti Supermarket, Hypermrket yang didasarkan atas manajemen yang efisien, modal yang terbilang tinggi dan dilengkapi dengan label harga yang jelas. Pasar modern dimulai dengan Toko Serba Ada (TOSERBA) yang berkembang menjadi sebuah Supermarket dengan omzet dan aset yang lebih besar dari sebelumnya. selanjutnya Supermarket berkembang menjadi Hypermarket yang merupakan toserba, dengan unsur modal asing di dalamnya serta skala yang lebih besar. Hypermarket atau Supermarket mempunyai kelebihan dibandingkan dengan pasar tradisional dikarenakan faktor harga barang yang relatif rendah, berbagai jenis barang yang terbilang komplit, kemasan yang rapi, serta kondisi yang nyaman dan bersih membentuk Supermarket menjadi sebuah tempat belanja yang menarik dan memusakan. pembeli dalam berbelanja di Supermarket untuk memenuhi segala kebutuhan mereka dengan gengsi masing-masing. Hypermarket tidak hanya mengcover berbagai keperluan pembeli namun juga menciptakan berbagai keperluan baru bagi konsumen.²⁹

Berikut Karakteristik pasar modern yakni:

- a. Efisiensi dalam kelengkapan pasar modern tercapai karena konsumen melaksanakan tugas yang biasanya dilaksanakan oleh pramuniaga secara pribadi sehingga memberikan kenyamanan dalam berbelanja.
- b. Penataan ruang yang disusun dengan baik menjadikan para pelanggan merasa nyaman pada saat membeli kebutuhan mereka.
- c. Pelanggan dapat melakukan pembelian sendiri, berjalan disepanjang lorong-lorong yang tersedia, memilih

²⁹ Depertemen Perdagangan RI, "Pusat Distribusi," 2014, <http://www.depdag.go.id>. hlm. 55.

- barang-barang yang diinginkan dan mengisi keranjang belanja yang mereka bawa
- d. Lebih cenderung menggambarkan industrialisasi jasa.

G. Metode Penelitian

1. Pendekatan penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, untuk mendeskripsikan fakta yang didapatkan peneliti di lapangan tentang sikap konsumen terhadap harga barang pada pasar tradisional dan pasar modern di Kelurahan Renteng. Penelitian ini bertujuan untuk mengutarakan data berupa tulisan, ucapan, perilaku yang bersumber dari orang-orang yang menjadi subjek penelitian, serta ingin melakukan analisis yang mendalam mengenai sikap konsumen terhadap harga barang studi pada pasar tradisional dan pasar modern.

Penelitian ini dilaksanakan di pasar tradisional dan modern yang terletak di Jl. Mandalika, Renteng, Kec. Praya, Kabupaten Lombok Tengah.

2. Kehadiran Peneliti

Seperti yang sudah dijelaskan dalam penelitian ini karena menggunakan pendekatan kualitatif. Peneliti berperan sebagai instrumen kunci dan sebagai pengumpul data. Kehadiran peneliti di lokasi penelitian sangat diperlukan karena peneliti perlu mendapatkan informasi beserta data yang relevan dengan objek penelitian, yakni dengan mengamati langsung subjek penelitian dan mencatat data-data yang diperlukan secara subjektif adalah tujuan dari kehadiran peneliti.

Kehadiran peneliti pada obyek penelitian yang dilakukan yakni untuk mencari lalu mengumpulkan data-data yang detail, akurat, dan bisa di pertanggung jawabkan sebanding dengan fokus kajian pustaka, dengan begitu memperhatikan secara langsung subyek penelitian dan pencatatan data-data yang dibutuhkan dapat dihasilkan secara obyektif.

3. Lokasi Penelitian

Berdasarkan judul di atas penelitian ini dilakukan di Kelurahan Renteng, Kec. Praya, Kabupaten Lombok Tengah, tepatnya di Pasar Tradisional Renteng dan pasar Modern Lion Mart. peneliti memilih lokasi ini dikarenakan terdapat pasar modern dan pasar tradisional di kelurahan tersebut, dan penelitian ini sudah familiar dengan lokasi tersebut serta pertimbangan biaya yang lebih terjangkau juga menjadi sebuah alasan penting dalam pemilihan lokasi tersebut.

4. Sumber data

Untuk memperoleh data yang valid dan objektif terkait dengan penelitian ini, peneliti perlu menjelaskan informan atau narasumber yang akan digunakan, serta karakteristik dan jenis data yang akan dikumpulkan. Hal ini penting agar kualitas, validitas, dan keakuratan data yang diperoleh dapat dijamin.

Sumber data dalam penelitian ini adalah objek dimana data diolah. Apabila peneliti menggunakan questioner dan wawancara dalam pengumpulan data maka sumber datanya adalah responden, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan peneliti, baik pertanyaan tertulis maupun lisan. Sedangkan sumber data utama dari penelitian kualitatif adalah kata-kata, dan tindakan selanjutnya adalah data tambahan seperti dokumentasi dan lain sebagainya.³⁰

Terdapat tiga macam klasifikasi sumber data yang dipakai dari penelitian ini yakni: Kepala Pasar Tradisional, Manager Pasar Modern, Penjual dan Pembeli. Berdasarkan penelitian tersebut, peneliti memilih dan mengambil sumber data dari sumber-sumber, untuk memberikan penjelasan dalam proses pengumpulan data.

Berikut ini adalah sumber data yang dibagi menjadi dua yaitu data primer dan data skunder adalah sebagai

³⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Yogyakarta: Rineka Cipta, 2010).

berikut:

- a. Data Primer antara lain:
 - a. Kepala Pasar Tradisional
 - b. Manager Pasar Modern
 - c. Penjual dan Pembeli
- b. Data Skunder antara lain:
 - a. Struktur organisasi pasar
 - b. Sejarah berdirinya pasar
 - c. Visi-Misi pasar

5. Tehnik Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data-data di lapangan peneliti menggunakan beberapa tehnik pengumpulan data yaitu: tehnik observasi, wawancara, dan dokumentasi yang biasa disebut dengan triangulasi data. Triangulasi data adalah tehnik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai tehnik pengumpulan data dan sumber yang telah ada.³¹

Tehnik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Metode Observasi (pengamatan)

Tehnik observasi yang digunakan adalah peneliti bertindak sebagai pengamat independen yang tidak terlibat secara langsung dalam kegiatan yang diamati. Dengan pendekatan ini peneliti, diharapkan dapat mengamati peristiwa yang terjadi di lokasi penelitian secara langsung dan memberikan pengalaman yang komprehensif terkait dengan fokus penelitian. Peneliti mencatat, menganalisis, dan kemudian membuat kesimpulan dari semua kejadian yang ditemukan di lokasi penelitian, dengan cara yang alami dan sebagaimana adanya. Metode ini digunakan untuk memahami bagaimana sikap konsumen dalam penelitian tersebut digunakan untuk mengetahui bagaimana analisis sikap

³¹ Sugiyono, "Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif Dan R & D (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm.194.

konsumen terhadap harga barang studi pada pasar tradisional dan pasar modern secara obyektif melalui pengamatan dan pencatatan data dari tangan pertama.

b. Wawancara

Metode wawancara digunakan untuk mencari data-data yang berkaitan dengan ide, gagasan, pendapat dari informan. Data yang ingin peneliti cari yaitu data mengenai analisis sikap konsumen terhadap harga barang study pada pasar tradisional dan pasar modern.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara terstruktur, sebelum melakukan wawancara peneliti telah menyiapkan pedoman wawancara berfungsi sebagai panduan dalam mengajukan pertanyaan kepada narasumber. Selain itu peneliti juga menggunakan alat bantu seperti perekam suara untuk merekam wawancara agar ada yang diperoleh dapat direview kembali dengan lebih teliti. Dalam penelitian ini, terdapat beberapa informan atau narasumber yang akan diwawancarai, yakni: Kepala Pasar Tradisional, Manager Pasar Modern, Penjual dan Pembeli.

c. Dokumentasi

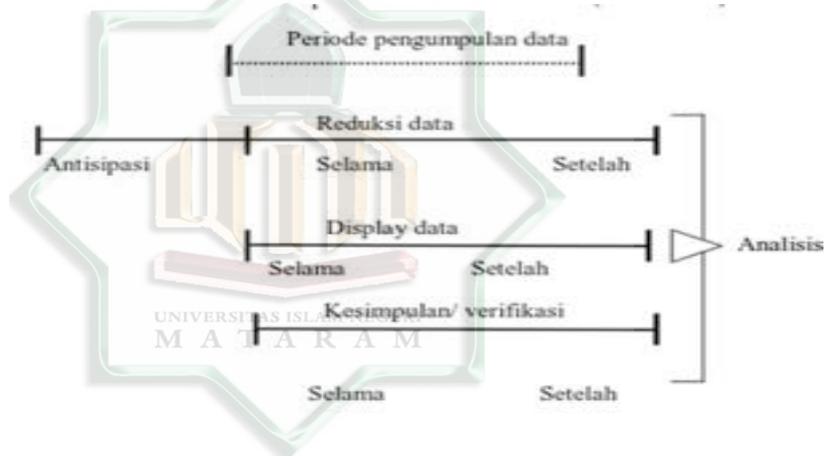
Dokumen dalam penelitian ini berbentuk dokumentasi yang berupa tulisan misalkan catatan harian, cerita, geografi, peraturan dan kebijakan didalam pasar tradisional dan pasar modern. Informasi atau data yang dikumpulkan melalui studi dokumen yaitu data terkait analisis sikap konsumen terhadap harga barang study pada pasar tradisional dan pasar modern di Kelurahan Renteng Kec. Praya Kab. Lombok Tengah.

6. **Teknik Analisis Data**

Dalam penelitian kualitatif, data diambil dari beberapa sumber, dengan memanfaatkan teknik pengumpulan data yang tidak sama atau berbeda-beda dan dilakukan dengan terus menerus sampai data tersebut jenuh. Pengamatan yang dilaksanakan dengan cara tersebut bisa

menimbulkan variasi data tinggi. Data yang diperoleh secara umum yakni data kualitatif, maka tehnik analisis data yang dipakai belum memiliki model yang jelas.

Analisis data kualitatif model miles dan hubarman, yakni suatu analisis berdasarkan pada data yang ditemukan, lalu dikembangkan pola relasi tertentu yang kemudian menjadi hipotesis. Berdasarkan data yang disatukan dan dikumpulkan secara berulang-ulang, yang dimana peneliti juga menggunakan tehnik triangulasi untuk memastikan keabsahan data, jika hipotesis dapat diterima berdasarkan data yang terkumpul secara berulang, maka hipotesisi tersebut dapat berkembang menjadi teori.



Perpustakaan UIN Mataram

Analisis data kualitatif memiliki beberapa tahapan seperti pada gambar di atas.

a. Tahap pengumpulan data

Dalam penelitian kualitatif pengumpulan data dengan observasi, wawancara yang mendalam dan dokumentasi. Penelitian ini dilakukan sehari-hari, bahkan berbulan-bulan sampai pada data yang diperoleh peneliti banyak. Pada tahap awal penelitian dilakukan secara umum terhadap situasi obyek yang diteliti, semua yang dilihat, didapat ditulis dan direkam, dengan begitu peneliti memperoleh data yang lengkap dan rinci

b. Tahap reduksi data

Data yang diperoleh peneliti di lapangan cukup banyak dan rinci, untuk itu perlu dilakukannya analisis data melalui reduksi data. Bereduksi data berarti merangkum, memilih dan memilah hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting dengan mencari pola dan temanya. dengan demikian data yang telah melewati tahap reduksi data akan memberikan gambaran yang lebih jelas tentang apa yang diteliti, dan mempermudah peneliti dalam melakukan pengumpulan.³²

c. Penyajian data

Setelah data melewati tahap reduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplay data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori. Dalam hal ini Miles dan Huberman menyatakan “ yang paling sering digunakan untuk penyajian data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif”. Miles dan Huberman juga menyatakan “ dengan mendisplaykan data maka akan mempermudah dalam memahami apa yang terjadi, merencanakan langkah selanjutnya berdasarkan apa yang terjadi.

d. Verifikasi data

Langkah terakhir dalam penelitian kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi data. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang akan mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid saat peneliti kembali ke

³² Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Alfabeta, 2020)

lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.³³

7. Kredibilitas Data

Dalam penelitian kualitatif untuk memperoleh data yang kredibel obyektif serta dapat dijamin keabsahannya tentang analisis sikap konsumen terhadap harga barang studi pada pasar tradisional dan pasar modern. Dengan begitu peneliti memakai uji kredibilitas data dengan teknik triangulasi, diantaranya sebagai berikut:

1. Triangulasi dalam penelitian ini melibatkan dua aspek utama
 - a. Triangulasi sumber ini berasal dari berasal dari hasil data yang diambil dari informan seperti kepala pasar tradisional, pembeli serta penjual.
 - b. Triangulasi teknik ini berasal dari uraian observasi dan wawancara yang telah dilakukan peneliti.³⁴

H. Sistematika Pembahasan

Sisematika pembahasan yang termuat dalam skripsi kualitatif ini terdiri atas:

- a. Bab I Pendahuluan
pada bab ini peneliti memaparkan terkait dengan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup dan setting penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.
- b. Bab II Paparan Data dan Temuan
Pada bab ini peneliti memaparkan semua temuan dan data yang terkait dengan judul penelitian yang diperoleh pada penelitian di lapangan.
- c. Bab III Pembahasan
Bab ini berisi pembahasan terkait hasil penelitian yang telah dilakukan, disajikan berupa deskripsi data berkenaan dengan variabel yang diteliti secara obyektif dan diungkapkan proses

³³ *Ibid* hal. 137

³⁴ *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif Dan R & D.*

analisis terhadap temuan penelitian berdasarkan pada kerangka teori yang telah diungkapkan pada bagian pendahuluan.

d. Bab IV Penutup

Pada bab terakhir ini berisikan tentang kesimpulan dan saran. Kesimpulan memaparkan secara ringkas mengenai segala penemuan penelitian yang ada hubungannya dengan masalah penelitian dan saran yang berkaitan dengan langkah- langkah yang perlu diambil oleh pihak-pihak terkait penelitian.



Perpustakaan UIN Mataram

BAB II

PAPARAN DATA DAN TEMUAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Gambaran Umum Kelurahan Renteng
 - a. Sejarah

Kelurahan Renteng adalah salah satu kelurahan di wilayah kecamatan praya, kabupaten lombok tengah, provinsi nusa tenggara barat, yang terdiri dari beberapa lingkungan yakni lingkungan Mendo, Renteng, Gerintuk, Rangah, Tiwu Asem, Wakul 1, Wakul 2, dan Nyampen . Memiliki luas wilayah 317 ha. Dengan kepadatan penduduk mencapai 4.942 jiwa yang terdiri dari 2.333 jiwa penduduk laki-laki dan 2.609 jiwa penduduk perempuan. Jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya penduduk kelurahan renteng mengalami peningkatan sebanyak 213 jiwa, yang dimana saat ini kelurahan renteng di pimpin oleh H.M. Saifuddin, SE.³⁵

Kondisi sosial kelurahan Renteng ketersediaan sarana pendidikan dan kesehatan, peribadatan, hiburan dan olahraga serta kelembagaan yang ada di daerah. untuk sarana pendidikan terdiri dari 10 unit, sarana peribadatan terdiri dari 27 unit, dan sarana kesehatan terdiri dari 33 unit. Kelurahan Renteng didominasi oleh mata pencharian petani dengan memafaatkan gerabah sebanyak 2 unit, koperasi lainnya yaitu 2 unit dan sarana perekonomian seperti pasar permanen yang terdiri dari 1 unit terminal, minimarket 3 unit, toko atau warung yang ada di kelurahan Renteng.³⁶

- b. Keadaan Geografis
 - 1) Geografi

Kelurahan renteng merupakan kelurahan di wilayah

³⁵ *Dokumentasi*, Profil Kelurahan Renteng, Pada Tanggal, 10 Oktober 2023.

³⁶ Ika Putri Fitri Ajiani et al., "Pendampingan Pengelolaan Keuangan Berbasis Akuntansi Bagi Pelaku Umkm Di Kelurahan Renteng Kecamatan Praya Kabupaten Lombok Tengah," *02 02* (August 1, 2022): 1487.

kecamatan praya kabupaten lombok tengah provinsinusa tenggara barat, letak geografis kelurahan renteng terletak di antaranya:³⁷

2) Luas batas wilayah

a) Batas wilayah

Sebelah utara : desa jago-kelurahan gonjak

Sebelah selatan : kelurahan leneng

Sebelah barat : desa puyung

Sebelah timur : kelurahan gerunung

b) Jumlah penduduk berdasarkan jenis kelamin

Laki-laki : 2.333 orang

Perempuan : 2.609 orang

Jumlah Kepala keluarga : 1. 817 kk

Jadi jumlah keseluruhan pendudukan kelurahan renteng adalah 4.942

Jenis Pekerjaan	Jumlah
Petani	10 Orang
Butuh tani	26 Orang
Buruh migran perempuan	12 Orang
Buruh migran laki-laki	53Orang
Buruh harian lepas	73 Orang
Pegawai negeri sipil	47Orang
TNI	7 Orang
POLRI	15Orang
Asisten rumah tangga	6 Orang
Pedagang keliling	19 Orang
Peternak	58 Orang
Dokter	1 Orang
Bidan	2 Orang
perawat	4 Orang
Pensiunan TNI/POLRI	2 Orang

³⁷ *Ibid*, Tanggal, 10 Oktober 2023.

Pensiunan PNS	10 Orang
Sopir	17 Orang
Guru swasta	121 Orang
Karyawan perusahaan swasta	79 Orang
Karyawan honorer	88 Orang
Wiraswasta lainnya	578 orang
Para normal	1 orang
Tidak mempunyai pekerjaan	792 orang
Mengurus rumah tangga	797 orang

Jumlah penduduk di kelurahan renteng kecamatan praya kabupaten lombok tengah berdasarkan tingkat pendidikannya adalah sebagai berikut:³⁸

No.	Pendidikan	Jumlah
1	Tamat SD	1.238 Orang
2	SLTP	254 Orang
3	SLTA	243 Orang
4	D1	0 Orang
5	D2	3 Orang
6	D3	22 Orang
7	S1	93 Orang
8	S2	1 Orang

Berdasarkan tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa penduduk kelurahan renteng dapat dikatakan memiliki pengetahuan dan pemahaman yang bisa membangun kemajuan dibidang keilmuan, selanjutnya jumlah pendidikan berdasarkan jenis profesi dapat dilihat pada tabel berikut:³⁹

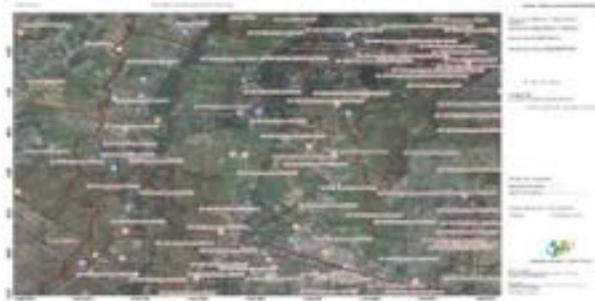
c. Peta Kelurahan Renteng

Kantor kelurahan renteng terletak di lingkungan grintuk memiliki luas wilayah 317 ha

³⁸*Ibid*, Tanggal, 10 Oktober 2023.

³⁹*Ibid*, Tanggal 10 Oktober 2023.

dengan kepadatan penduduk 4.942 jiwa.



Gambar 1.1 Peta

d. Visi-Misi Kelurahan Renteng

1) Visi⁴⁰

Terwujudnya pelayanan prima kepada masyarakat kelurahan renteng

2) Misi

a) Memberikan pelayanan secara profesional dan berkeadilan

b) Memberikan kenyamanan kepada petugas dan masyarakat

c) Melakukan pembinaan dan pengawasan dengan kontinue

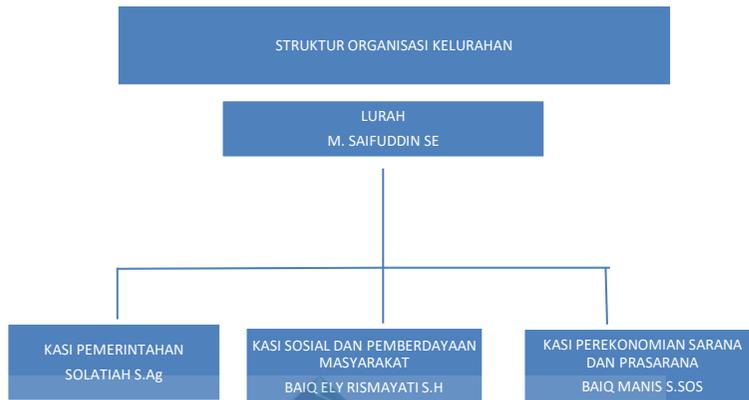
e. Motto

1) Kepuasan masyarakat adalah kebanggaan

2) Keluhan masyarakat adalah pembelajaran

⁴⁰ Dokumentasi, Visi-Misi, Motto, Kelurahan Renteng, Pada Tanggal 10 Oktober 2023.

f. Struktur Organisasi



g. Fungsi Kasi

- 1) Kasi Pemerintahan
 - a) Melaksanakan manajemen tata praja pemerintahan
 - b) Menyusun rancangan regulasi kelurahan
 - c) Pembinaan masalah pertanahan
 - d) Pembinaan ketertiban dan ketentraman
 - e) Pengelolaan dan pendataan profil kelurahan
- 2) Kasi Sosial dan Pemberdayaan Masyarakat
 - a) Mendorong partisipasi masyarakat untuk ikut serta dalam perencanaan pembangunan
 - b) Melakukan pembinaan dan pengawasan terhadap semua unit kerja baik pemerintahan maupun swasta yang memiliki program kerja dan kegiatan pemberdayaan masyarakat
 - c) Melakukan evaluasi terhadap beberapa kegiatan pemberdayaan masyarakat diwilayah kelurahan baik dilakukan oleh unit kerja pemerintahan maupun swasta
- 3) Kasi Perekonomian Sarana dan Prasarana
 - a) Melaksanakan penyusunan program dan kegiatan kelurahan
 - b) Melaksanakan penyusunan rencana kerja pembangunan kelurahan

- c) Melaksanakan pelayanan administrasi prizinan mendirikan bangunan, surat keterangan domisili, surat keterangan.

2. Gambaran Umum Pasar Tradisional

a. Sejarah Pasar Renteng

Pasar Renteng Praya Lombok Tengah mulai didirikan pada bulan april 2002 di Kelurahan Renteng, Kecamatan Praya, Kabupaten Lombok Tengah, Provinsi Nusa Tenggara Barat, Indonesia. Pada masa awal di bentuknya pasar Renteng tempat para pedagang masih berupa semacam lesehan, belum adanya kios, los, lapak dan lain sebagainya sebagai tempat yang laya untuk berdagang, dengan dilengkapi fasilitas yang masih sangat minim pada tahun itu. Namun serinring berjalanya waktu dari tahun ke tahun, pasar ini memiliki perkembangan yang sangat signifikan, yang dimana dapat dilihat dari tempat-tempat para penjual menjajarkan atau memajang dagangannya seperti lapak dengan jumlah 1261, kios dengan jumlah 491 dibagi lagi menjadi 3 lokal yang dimana lokal A dengan ukuran 3x4 sebanyak 191, lokal B dengan ukuran 2x3 sebanyak 36 dan lokal C dengan ukuran 2x2 sebanyak 260, los dan semacamnya, namun di antaranya masih terdapat beberapa penjual yang berjualan sembarangan.

Awal mula pasar Renteng mengalami perkembangan yakni terjadinya kebarakan besar pada tahun 2018, melahap habis pasar renteng dengan berbagai macam jualan para pedagang, hingga akhirnya pasar tradisional ini direnovasi pada bulan Februari pada tahun 2020, renovasi tersebut berlangsung selama satu tahun yang dimana menghabiskan uang sebanyak 1,14M.

Selain itu, pasar Renteng juga di bangun dengan konsep “green building” yang pertama kali diterapkan di Provinsi Nusa Tenggara Barat, dengan konsep bangunan berwarna hijau, sehinga menjadi satu-satunya pasar yang menjadi contoh di Nusa Tenggara Barat, dan juga pasar

Renteng ini merupakan satu-satunya pasar terbesar di Lombok Tengah, akan tetapi pasar yang menerapkan warna hijau ini menjadi kurang indah dan sedikit berantakan dikarenakan masih adanya pedagang yang berjualan sembarangan dengan tidak menepati lapak yang sudah disediakan bagi masing-masing pedagang dengan alasan sepi pengunjung, akibatnya mereka memilih untuk berjualan tidak pada lapak masing-masing.

Pasar tradisional ini didirikan di atas lahan seluas 2,4 ribu hektare, sedangkan luas dari keseluruhan pasar Renteng ini sekitar 5 . pasar renteng ini di desain dengan model bangunan dua lantai yang akan menampung semua jenis pedagang dengan jumlah 1019 orang yang sudah terdata dan dipastikan sebagai pedagang tetap di pasar tersebut. Pedagang yang berjualan di pasar Renteng ini bukan hanya pedagang yang berasal dari Kelurahan Renteng saja tetapi ada juga yang berasal dari kelurahan yang berbeda, sampai ada juga pedagang dari Lombok Timur, Lombok Barat, Mataram.

Pasar Renteng ini pasar wilayah di bawah naungan UPDT pasar Renteng Praya Lombok Tengah. Pasar ini mulai buka pada jam 03.00 sampai pada jam 20.00, dikarenakan banyak sekali pedagang yang berdatangan dari jam 03.00 untuk mengisi belanja para pelanggan mereka, barang-barang yang di pasarkan di pasar ini sangatlah beragam mulai dari beras, kacang-kacangan, sayuran, daging, ayam, pakaian, pecah belah, buah-buahan, sembako, peralatan rumah tangga, peralatan kamar mandi, dan lain sebagainya.

b. Letak Geografis pasar Renteng

Timur : Perumahan Renteng

Barat : Terminal Renteng

Selatan : Jl. Mandalika

Utara : Pemukiman Warga

c. Visi Misi Pasar Renteng

1) Visi

Terwujudnya pasar yang tertib, bersih, indah dan nyaman dalam memajukan ekonomi masyarakat.

2) Misi

- a) Mengembangkan potensi dan fasilitas sarana dan prasarana pasar
- b) Menetapkan pengelolaan manajemen pasar yang baik melalui standard operation procedure guna mengukur kinerja manajemen
- c) Meningkatkan kualitas pelayanan kepada masyarakat pengguna pasar
- d) Menertibkan baik pedagang, administrasi dan pungutan retribusi serta sistem pelaporan yang akurat
- e) Mandiri dalam mencukupi kebutuhan dari hasil penerimaan retribusi pasar
- f) Meningkatkan efesiensi dan efektivitas sumber daya yang ada serta meningkatkan pengawasan

d. Sarana dan Prasarana

1) Jumlah bangunan di pasar Renteng

- a) Kios : 491
- b) Lapak : 1261

2) Jumlah pedagang

Jumlah pedagang lapak dan kios di pasar Renteng yang terdata sebanyak 10719 orang.

3) Jumlah petugas

- a) PM : 4 orang
- b) Security : 15 orang
- c) Servis : 15 orang
- d) Teknisi : 2 orang

4) Fasilitas umum yang tersedia

- a) Tempat parkir
- b) Mushollah
- c) Ruang menyusui dan WC

5) Struktur Organisasi Pengelola pasar

**STRUKTUR ORGANISASI
PASAR RENTENG LOMBOK TENGAH**

- 1) Kepala UPTD : Makmun S.SOS
- 2) Kepala TU : Nurul Hasanah, Adm
- 3) Operator sistem informasi : Didik Supriadi S.Kom
- 4) Bidang sarana distribusi : Sudarta
- 5) Bidang Keamanan : Supardi
- 6) Bidang kebersihan : Mashudi
- 7) Bidang Perdagangan : Ahmad Habib



Gambar 2.1 Struktur organisasi

3. Gambaran umum pasar Modern

- a. Sejarah pasar modern Lion mart merupakan salah satu pasar modern yang terletak di Kota Praya Kabupaten Lombok Tengah, Lion mart ini didirikan sejak tahun 2007 yang lalu, pada tahun tersebut pasar ini sudah mulai aktif beroperasi sebagaimana fungsi daripada pasar modern pada umumnya, pemilik dari Lion Mart ini bernama Bu Wina. Pasar ini berdiri di atas lahan dengan luas kurang lebih 2 hektare, yang dimana pada saat itu pasar tersebut bangunannya masih kecil dan juga barang yang diperjualbelikan juga masih belum terlalu lengkap. Namun dengan seiring berjalannya waktu, hari demi hari

pengunjung Lion mart kerap bertambah, orang-orang yang berdatangan untuk berbelanja begitu ramai, dengan hal tersebut maka pemilik memutuskan untuk merenovasi Lion Mart ini dengan menambah bangunannya pada tahun 2015, tentu saja dengan ditambahkan bangunan otomatis barang-barang yang disediakan juga ikut bertambah.

Lion Mart pada tahun 2015 sudah mengalami perkembangan dari segi bangunan dan barang-barang yang tersedia sudah sangat lengkap, mulai dari bahan makanan, sabun cuci, sembako, peralatan dapur, perlengkapan kamar mandi, kebutuhan baby, pakaian, sepatu, sandal, scincare dan lain sebagainya yang tentunya masing-masing barang sudah memiliki harga yang tertera di barcode, dan jumlah pekerjanya otomatis juga bertambah menjadi sekitar 20 orang mulai dari satpam, kasir, cs, dan petugas gudang. Penetapan harga di Lion Mart ini sudah terjangkau, ekonomis, dan tentunya penetapan harga barang di pertimbangan dengan jenis maupun kualitas dari barang tersebut. Lion mart buka pada jam 09.00 dan tutup setelah isya' jam 21.00. Di pasar modern ini sering di adakan diskon besar-besaran yang membuat para konsumen tertarik untuk berbelanja di sini, seperti beli dua gratis satu, diskonya sampai pada 50% dan lain sebagainya. Pelayanan dan suasana di pasar ini begitu nyaman, yang dimana kasir dan pegawai lainnya sangat ramah dalam melayani setiap pengunjung, suasana yang sejuk dan bersih, harum dan rapi yang membuat para pengunjung betah dalam berbelanja di Lion Mart.

B. Pertimbangan Penjual Pada Pasar Tradisional Dengan Pasar Modern Dalam Menetapkan Harga Barang

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang peneliti temukan dari lapangan terkait dengan penelitian tentang pertimbangan penjual pada pasar tradisional dengan pasar modern dalam menetapkan harga barang serta hal yang mendorong konsumen sehingga memiliki sikap yang berbeda

dalam melakukan transaksi di pasar tradisional dengan pasar modern, berikut pemaparan dari Makmun selaku kepala pasar tradisional

1. Wawancara dengan Kepala pasar tradisional

Dari hasil wawancara peneliti dengan kepala pasar tradisional menjelaskan bahwasanya sebagai berikut:

“penetapan harga barang tergantung dari kenaikan atau penetapan pajak, dan tergantung pada para pemasoknya, apabila pemasok menaikkan harga maka otomatis para penjual juga akan menaikkan harga barangnya”.⁴¹

2. Wawancara dengan penjual pasar tradisional

Menurut Ibu Nurani penjual kerupuk menjelaskan bahwasanya sebagai berikut:

“ya benar, kalo pemasok manikkan harga barang maka saya sebagai penjual juga akan menaikkan harganya dari rata-rata yang ditetapkan oleh tiap-tiap pemasok tempat awal pengambilan barang, dan juga tidak semena-mena harus menaikkan harganya juga”.⁴²

Pendapat seorang penjual ayam Ibu Sumiati menjelaskan bahwasanya sebagai berikut:

“Para penjual ayam yang ada di sini tidak terlalu mematok harga yang tinggi, kita juga tidak berani untuk selalu menaikkan harganya dikarenakan pembeli juga tahu harga perkilonya, jadi kita berani menaikkan harga pada saat hari-hari besar islam serta pada saat ayam yang saya jual ini langka atau stokya sedikit”.⁴³

Menurut buah Ibu Munirah penjual buah menjelaskan cara menetapkan harga sebagai berikut:

“Rata-rata kami menjual secara langsung dan ada juga lewat sosial media seperti FB, dan menetapkan harganya berdasarkan dari pemasok tempat pengambilan barang tersebut”.⁴⁴

⁴¹ Makmun, Kepala Pasar, *Wawancara*, Pasar Renteng, 12 Oktober 2023.

⁴² Nurani, Pedagang Krupuk, *Wawancara*, Pasar Renteng, 15 Oktober 2023.

⁴³ Sumiati, Pedagang Ayam, *Wawancara*, Pasar Renteng, 15 Oktober 2023.

⁴⁴ Munirah, Pedagang Buah, *Wawancara*, Pasar Renteng, 15 Oktober 2023.

Hasil wawancara peneliti dengan Ibu Rohainiah penjual jajanan menjelaskan bahwasanya sebagai berikut:

“Beda-beda disini kalo yang mau beli untuk diri bebas kita tidak patok harganya, akan tetapi kalo pengampas atau yang beli secara banyak untuk dijual kembali baru kita kasih harganya biar ada dapat untung dan saya juga tidak terlalu mematok harga”.⁴⁵

Menurut wawancara dengan bapak Lan menjelaskan bahwasanya sebagai berikut:

“Sebelumnya saya adalah seorang pekerja serabutan pada tahun 2010 saya mulai mencoba untuk berdagang setelah sekian lama menabung untuk membuka usaha ini, saya membuka usaha sembako dan kebutuhan pokok lainnya dan yang membuat saya berdagang dipasar Renteng ini adalah karna diberi kesempatan oleh pemerintah untuk berbelanja dipasar Renteng dan untuk memenuhi kebutuhan keluarga”.⁴⁶

Untuk strategi pemasaran yang beliau berikan kepada konsumen yaitu dengan memberi harga sedikit lebih murah dibandingkan pedagang lainnya, seperti hal diwarung beliau harga gula pasir Rp. 13.800 sedangkan ditoko pesingnya yaitu mencapai harga Rp. 14.000 jadi dari strategi yang beliau terapkan tersebut beliau mampu mempertahankan langganannya.

Menurut Bapak Kadri penjual sembako menjelaskan bahwasanya sebagai berikut:

“saya mulai berdagang sudah lama sekali di pasar ini, waktu pedagang masih belum padat dan sampai sekarang. Sebelum saya berjualan sembako saya adalah pedagang daging, tetapi karena sering mengalami kerugian dikarenakan para pembeli yang berhutang menghilang dan tidak kunjung membayar hutang-hutangnya, alhasil saya bangkrut dan kini saya berdagang sembako”.⁴⁷

⁴⁵ Rohainiah, Pedagang Jajan, *Wawancara*, Pasar Renteng, 16 Oktober 2023.

⁴⁶ Lan, Pedagang, *Wawancara*, Pasar Renteng, 14 Oktober 2023.

⁴⁷ Kadri, Pedagang, *Wawancara*, Pasar Renteng, 13 Oktober 2023.

Untuk strategi pemasaran yang beliau terapkan yaitu apabila konsumen membeli barang dalam jumlah yang besar dan tidak memungkinkan untuk diangkut menggunakan motor, maka pak kadri langsung yang akan mengantarkan belanjaan konsumen tersebut kerumahnya.

Menurut ibu Mari'ah menjelaskan bahwasanya sebagai berikut :

*“Saya berjualan sudah lama dek. Dulu Sebelum berdagang kacang-kacangan saya hanya membuka warung nasi kecil dirumah, namun saya berpikir untuk berjualan di pasar ini dikarenakan kebutuhan anak-anak sudah semakin banyak. Dalam penetapan harga yang saya berikan kepada para pembeli-pembeli ini bisa dibilang cukup rendah dibandingkan harga yang dikasih oleh penjual lainnya, karna menurut saya tidak masalah mendapatkan untung sedikit asal lancar pembeli.”*⁴⁸

Untuk strategi promosi yang ibu korimah berikan yaitu dengan strategi mendapatkan untung sedikit asalkan konsumen menjadi langganan terhadap barang apa yang beliau tawarkan kepada konsumen.

Menurut Bapak Rusdin pedagang kelapa menjelaskan bahwasanya sebagai berikut:

*“Saya berjualan kelapa umumnya di sebrang jalan besar, tetapi sekarang sudah dipindahkan ke dalam, saya menetapkan strategi promosi yaitu dengan membeli kelapa di tempat saya maka akan saya gratiskan menghalasukannya, jadi dari situlah saya mulai mendapatkan banyak konsumen, untuk harga yang saya terapkan sama dengan penjual kelapa giling lainnya”*⁴⁹

Menurut ibu Husna penjual sayur menjelaskan bahwasanya sebagai berikut:

“Strategi promosi yang saya lakukan yaitu dengan menjual sayuran satu potong seharga Rp.1000 , dua potong Rp.

⁴⁸ Mari'ah, Pedagang, *Wawancara*, Pasar Renteng, 14 Oktober 2023.

⁴⁹ Rusdin, Pedagang, *Wawancara*, Pasar Renteng, 1 Oktober 2023.

*1500 sedangkan tiga potong Rp. 2000 dalam segi penetapan harga terbilang murah dari yang lainnya itu dikarenakan saya menjual hasil pertanian milik saya sendiri. Tetapi jika pembeli ingin membeli dengan jumlah yang lumayan, maka saya memberikan harga di bawah harga yang biasa saja jual”.*⁵⁰

Jadi hasil wawancara peneliti dengan kepala pasar dan beberapa penjual di atas dapat peneliti simpulkan bahwa para penjual yang ada di pasar tradisional atau pasar Renteng tidak mematok harga tinggi atau semena-mena dalam menetapkan harga apalagi mau menaikkan harga, hampir semua pedagang yang ada di pasar Renteng cara penetapan harga setiap barang tergantung dari pemasoknya dan pajak yang dikenakan pada setiap penjual, jika pemasok memberikan harga yang tinggi maka para penjual juga akan ikut menaikkan harga.

3. Wawancara dengan Manager pasar Modern

Menurut Ibu Wina sebagai manager ke dua Lion Mart menjelaskan bahwasanya sebagai berikut:

*“Saya sebagai bawahan bos di supermarket ini cuman sedikit saya tahu mengenai cara penetapan harganya dikarenakan kita cuman diberikan barcode oleh bos dan diarahin untuk ini untuk itu cukup, kita tidak bisa membantahnya, tapi sepengetahuan saya cara penetapan harganya adalah dengan melihat pajak dari barang tersebut dan melihat kualitas barang yang dijual”.*⁵¹

Menurut kasir supermarket Nurul berpendapat bahwasanya sebagai berikut:

*“Harga disetiap barang itu berbeda-beda dan tidak mematok harga mau barang langka ataupun barang yang gampang didapat juga sama, berapapun harga yang sudah ditetapkan di atas maka itu juga yang ditaruh di barcode barangnya”.*⁵²

⁵⁰ Husna, Pedagang, *Wawancara*, Pasar Renteng, 14 Oktober 2023.

⁵¹ Wina, Kepala Lion Mart, *Wawancara*, Lion Mart, 22 Oktober 2023.

⁵² Nurul, Kasir, *Wawancara*, Lion Mart, 22 Oktober 2023.

Menurut pengurus gudang pasar modern menjelaskan bahwasanya sebagai berikut:

“Banyak sekali pertimbangan konsumen terhadap harga yang suka berbeda-beda dalam barcode, tapi sistem kita di toko tidak bisa ngebantah masalah harga mana yang termasuk harga disana maka kita sebagai klayen toko tidak bisa bilang apa-apa”.⁵³

Jadi berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa pertimbangan penjual dalam menetapkan harga barang itu tergantung dari pemasok barang atau tempat pengambilan barang yang sudah di tentukan, apabila harga barang tinggi di pemasok maka penjual juga akan menaikkan harga barangnya dengan mempertimbangkan kualitas dari barang tersebut.

C. Faktor-Faktor Yang Mendorong Konsumen Memiliki Sikap Berbeda Dalam Melakukan Transaksi Di Pasar Modern Dengan Pasar Tradisional

1. Wawancara dengan pembeli

Menurut hasil wawancara dengan Imron selaku pembeli di pasar tradisional beliau menjelaskan bahwa sebagai berikut:

“keseharian saya berbelanja di pasar tradisional dibandingkan pasar modern, karna menurut saya apabila berbelanja dipasar tradisional dengan membawa uang secukupnya saya sudah mendapatkan berbagai macam sayuran seperti : bawang, sayuran, tempe, sedangkan berbelanja di pasar modern menurut saya belum tentu mendapatkan itu semua. Tetapi jika ada diskon saya senang untuk berbelanja kesana, begitu dek”.⁵⁴

Selain itu menurut Ibu Istiharah beliau mengungkapkan bahwasanya:

“Apabila berbelanja dipasar tradisional barang yang saya cari itu lebih seger contohnya seperti sayur-sayuran

⁵³ Ratna, Penggurus Gudang, *Wawancara*, Lion Mart, 22 Oktober 2023.

⁵⁴ Imron, Pembeli, *Wawancara*, Pasar Renteng, 13 Oktober 2023.

*serta harga yang di terapkan juga masih dapat untuk ditawar menawar sedangkan apabila berbelanja dipasar modern sudah harga pas yang tertera di bandrol (barcode) namun bukan semata-mata saya tidak berbelanja ke pasar modern karna bagaimanapun saya tetap berbelanja di pasar modern yaitu untuk membeli produk-produk yang sedangkan ada diskonnnya seperti susu, minyak, gula, beras, dan lain-lain”.*⁵⁵

Menurut Ibu Surni selaku pembeli di pasar tradisional mengungkapkan bahwasanya sebagai berikut:

*“Saya lebih suka untuk berbelanja harian dipasar tradisional seperti sayuran, karna menurut saya apabila membeli sayuran dipasar modern itu alami langsung dari petaninya, sedangkan untuk bahan-bahan lainnya seperti kebutuhan sehari-hari lainnya saya cenderung berbelanja dipasar modern, tepatnya saya berbelanja untuk stok bulanan, yaitu seperti sabun, minyak, gula beras. Ketika berbelanja di pasar modern saya lebih merasa nyaman dengan suasana dan harganya pun terkadang mendapatkan diskon dari barang-barang tertentu”.*⁵⁶

Menurut Ibu Nina selaku pembeli di pasar modern mengungkapkan bahwasanya sebagai berikut:

*“Saya lebih cenderung berbelanja di pasar modern dikarenakan suasananya lebih nyaman dan sering adanya diskon, tetapi pada dasarnya menurut saya harga dipasar tradisional dan pasar modern sama saja karna semua yang diperjual belikan adalah barang yang sama melainkan kemasan yang berbeda, dan perbedaanya juga terletak pada cara susunan barang-barang ayang ada di antara kedua pasar tersebut, seperti dipasar tradisional itu tidak tertata (tersusun rapih) sedangkan dipasar modern itu tertata rapi”.*⁵⁷

Menurut Ibu Lita selaku pembeli di pasar

⁵⁵ Istiharah, Pembeli, *Wawancara*, Pasar Renteng, 13 Oktober 2023.

⁵⁶ Surnia, Pembeli, *Wawancara*, Pasar Renteng, 13 Oktober 2023.

⁵⁷ Nina, Pembeli, *Wawancara*, Pasar Renteng, 13 Oktober 2023.

tradisional mengungkapkan bahwasanya sebagai berikut:

*“Saya lebih cenderung berbelanja dipasar tradisional dibandingkan pasar modern, karena barang yang di perjualbelikan dipasar tradisional masih bisa untuk tawar menawar harga yang telah ditetapkan oleh penjual dan apabila barang dipasar tradisional masih segar, sedangkan dipasar modern memang lebih higienis untuk cara penampilan agar menarik minat beli konsumen namun mendapatkan barang yang diperjualbelikan dipasar modern khususnya sayuran tidak lagi fres (segar) dan menurut saya sejak kecil saya sudah mengenal adanya pasar tradisional bukan pasar modern”.*⁵⁸

Menurut pendapat Ibu Ana yang dimana beliau lebih tertarik berbelanja dipasar tradisioanl dengan pasar modern, yakni sebagai berikut :⁵⁹

“Menurut saya pribadi adanya konsep tawar menawar (yang sudah menjadi kebiasaan) untuk mendapatkan harga murah dengan kualitas bagus dari barang yang diinginkan, kita dapat saling bertukar informasi yang dilakukan antar pedagang dan konsumen, sedangkan apabila dipasar modern mereka tidak dapat berintraksi karna dipasar modern mereka hanya bertemu pramuniaga, apabila dipasar tradisional fasion nomor sekian, menurut saya sangat jarang ditemukan orang yang berbelanja dipasar tradisional memakai high heels seperti yang sering kita jumpai atau kita lihat dipasar tradisional, pasar tradisional buka lebih pagi yaitu pukul 03.00 hingga pukul 08.00 berbeda dengan pasar modern yang buka pukul 09.00 hingga 21.00 wita, jadi menurut saya lebih banyak keuntungan berbelanja dipasar tradisional dibandingkan pasar modern”

Berdasarkan pada uraian diatas, dapat dianalisis bahwa kehadiran pasar tradisional dari satu sisi

⁵⁸ Lita, Pembeli, *Wawancara*, Pasar Renteng, 13 Oktober 2023.

⁵⁹ Ana, Pembeli, *Wawancara*, Pasar Renteng, 13 Oktober 2023.

menguntungkan yang dimana pada pasar tradisional ini sistematika pembelian barang dengan sistem tawar menawar namun di sisi lain memang masih memiliki berbagai kekurangan seperti lokasi yang kadang mengganggu lalu lintas, kumuh, becek kurang tertata rapih jika dibandingkan dengan pasar modern yang memiliki tempat setrategis, ruang parkir, ruang ber-AC, jenis makanan dan barang yang akan dibutuhkan dibungkus higienis, menarik dan ditata dengan rapih dan lain-lain, yang dimana sistematika pembelian di pasar modern ini tidak di perbolehkan untuk melakukan sistem tawar menawar, melainkan harga setiap barang sudah tertera di barcode. Akan tetapi perlu di ingat lagi bahwa pasar tradisional memegang peranan yang cukup penting dalam perekonomian mengingat bahwa sebagian besar masyarakat masih mengandalkan perdagangan melalui pasar tradisional.

Sehingga sudah waktunya pemerintah Kota Praya memperhatikan eksistensi pasar tradisional tersebut. Sehingga sesuai dengan tujuan dalam melaksanakan pembangunan ekonomi yaitu untuk meningkatkan pendapatan sehingga tercapainya kesejahteraan.

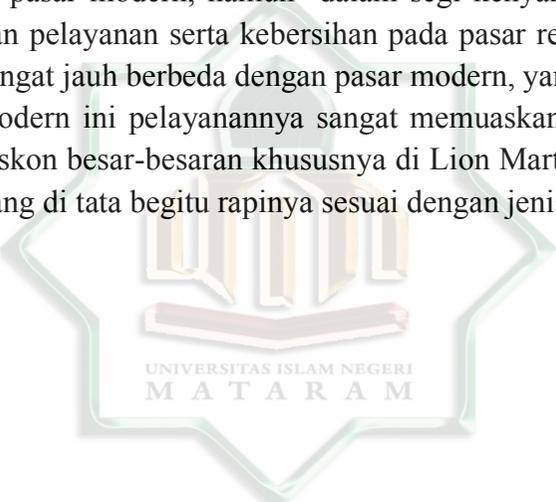
Dari penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa pasar merupakan tempat yang sangat penting dalam pembangunan ekonomi masyarakat yang sejahtera demi terwujudnya kesejahteraan sosial ekonomi bersama khususnya masyarakat yang tinggal di sekitaran pasar, oleh karena itu pembenahan dan penambahan berbagai fasilitas di pasar, kebersihan serta keamanan harus terus ditingkatkan demi tercapainya sebuah kenyamanan bagi para pedagang dan pembeli yang ada di pasar tradisional dan pasar modern.

Tabel 1.1
Data Jumlah Pendapatan Konsumen Perbulan

No	Nama Konsumen	Jumlah Pendapatan Perbulan
1	Imron	Rp. 1.300.000
2	Bu Surni	Rp. 600.000
3	Bu Lita	Rp. 1.000.000
4	Bu Nina	Rp. 700.000
5	Bu Ana	Rp. 600.000
6	Nurul	Rp. 900.000
7	Pak Rusdin	Rp. 2.250.000
8	Bu Husna	Rp. 500.000
9	Pak Kadri	Rp. 3000.000
10	Bu Mari'ah	Rp. 500.000
11	Bu Munirah	Rp. 2.500.000
12	Pak Lan	Rp. 2.700.000
13.	Nurani	Rp. 700.000
14.	Wina	Rp. 2.300.000
15.	Makmun	Rp. 500.000
16.	Pak Aji	Rp. 700.000

Berdasarkan tabel di atas jumlah pendapatan setiap konsumen berbeda-beda tergantung pada tingkat pekerjaan masing-masing. Dari hasil tabel pendapatan diatas dan diperkuat dengan hasil observasi serta wawancara yang dilakukan peneliti dengan beberapa konsumen yang ditemui di kedua pasar tersebut bahwa para konsumen yang memiliki pendapatan lebih yang tinggi sebanyak 6 orang mereka lebih cendrung berbelanja ke pasar modern daripada ke pasar tradisoal karena selain tidak perlu tawar menawar suasananya yang nyaman serta pelayanan yang baik, sedangkan konsumen yang memiliki pendapatan lebih rendah sebanyak 10 orang mereka cenderung berbelanja ke pasar tradisional daripada

pasar modern, dikarenakan menurut mereka dengan berbelanja di pasar tradisional mereka bisa melakukan tawar menawar. Meskipun begitu antara pasar tradisional pasar Renteng dengan pasar modern Lion Mart keduanya memiliki kelebihan masing-masing yang dimana konsumen lebih banyak memilih berbelanja di pasar tradisional dikarenakan adanya sistem tawar menawar, berbeda dengan di pasar modern konsumen hanya bisa melihat harga yang sudah tertera di barcode bisa langsung berinteraksi dengan penjual serta dalam segi sayur mayur yang tersedia lebih segar dibandingkan yang ada di pasar modern, namun dalam segi kenyamanan, suasana, dan pelayanan serta kebersihan pada pasar renteng ini masih sangat jauh berbeda dengan pasar modern, yang dimana pasar modern ini pelayanannya sangat memuaskan, seringkali ada diskon besar-besaran khususnya di Lion Mart, barang-barang yang di tata begitu rapihnya sesuai dengan jenisnya.



Perpustakaan UIN Mataram

BAB III

PEMBAHASAN

A. Pertimbangan Penjual Pada Pasar Tradisional Dengan Pasar Modern Dalam Menetapkan Harga Barang?

Pembahasan dalam penelitian ini difokuskan dengan penjelasan yang telah ditemukan peneliti dan teori yang menjadi landasan dalam model penelitian ini. Adapun pembahasan hasil analisis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertimbangan penjual pada pasar tradisional dengan pasar modern dalam menetapkan harga barang. Positif dan signifikan terhadap preferensi konsumen dalam berbelanja di pasar Tradisional dan pasar modern di kota Praya. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang didapat dan observasi yang dilakukan dalam penelitian ini dimana para penjual menetapkan harga tergantung dari pemasok tempat pengambilan barang apabila pemasok menaikkan harga untuk penjual begitu juga penjual dalam menentukan harganya, selain itu juga tergantung pada kenaikan pajak yang dikenakan pada setiap penjual.

Sejalan dengan teori yang diungkapkan oleh Endi Sarwoko yang mengatakan bahwa sebagai berikut:

“Penetapan harga jual oleh para pedagang masing-masing menetapkan harga yang relatif sama untuk satu jenis komoditas, hal tersebut disebabkan umumnya para pedagang mengambil produk dari para pengepul atau produsen yang sama”

Dapat dijelaskan bahwa penetapan harga barang oleh para penjual tergantung dari pemasok atau supplier tempat pengambilan barang tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Philip Kotler yaitu:

“Harga adalah sejumlah nilai atau uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa untuk jumlah atau nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat harga yang telah menjadi faktor

penting yang mempengaruhi pilihan pembeli”.⁶⁰

Semakin tinggi pemasok memberikan harga ke penjual maka penjual juga akan menaikkan harga jualnya, siklus ini memang akan menimbulkan ke pembeli akan tetapi mau tidak mau memang harus begitu konsepnya. Dan ada juga yang menetapkan harga tergantung dari dimana mendapatkan barang tersebut.

Jadi kesimpulan dalam penelitian ini yang membahas tentang pertimbangan penjual pada pasar tradisional dengan modern yakni pertimbangan seorang penjual tergantung pemasok barang yang memberikan harga dari setiap barang yang akan di ambil penjual untuk di pasarkan.

B. Faktor-Faktor Yang Mendorong Konsumen Memiliki Sikap Berbeda Dalam Melakukan Transaksi Di Pasar Modern Dengan Pasar Tradisional?

Hasil penelitian yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa yang mendorong konsumen sehingga memiliki sikap yang berbeda dalam melakukan transaksi dipasar modern dengan pasar tradisional. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dibuat dalam penelitian ini karena dimana konsumen dalam melakukan pembelian produk akan mencari produk yang sesuai dengan preferensinya, dengan pertimbangan mana produk yang paling ekonomis dan lebih mementingkan kualitas.

Dalam kajian ini didukung oleh teori dari Nora Anisa Br Sinulingga, Hengki Tamando Sihotang yang berkaitan dengan sikap konsumen dalam melakukan transaksi di pasar sebagai berikut:

“Proses yang dilalui oleh seseorang dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan bertindak pasca konsumsi produk, jasa maupun ide yang di diharapkan bisa memenuhi kebutuhannya”.⁶¹

⁶⁰ H. Idris Prakasi dan Kamaruddin, *Analisis Harga dan Mekanisme Pasar dalam Perspektif Islam*, UIN Alaudin Makassar, Vol. 5, No. 1, Juni 2018, hlm. 107-120.

⁶¹ Nora Anisa Br Sinulingga, Hengki Tamando Sihotang, *Perilaku Konsumen Strategi dan Teori*, (Locs Publisher: 2023), hlm. 22.

Harga yang lebih tinggi biasa di jumpai di pasar modern, dengan produk yang memiliki kualitas yang lebih baik. Sedangkan pasar tradisional menjajakan barang dengan harga yang lebih murah namun kadang dengan kualitas agak rendah. Dan bisa dikatakan bahwa sekarang adalah jaman yang serba sulit dari segi perekonomian, dan tentu konsumen akan mempertimbangkan mana yang lebih hemat.

Menurut Wayan Weda Asmara Dewi, Nufian Febriani, Nia Ashton Destriпти, Dian Tamitiadini, Azizun Kurnia Ilahi menjelaskan bahwasanya sebagai berikut:

“Sikap konsumen adalah proses dan aktifitas 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”.⁶²

Namun tidak bisa lagi dipungkiri bahwa konsumen dalam melakukan suatu pembelian tidak selalu membeli dengan harga yang murah. Tetapi konsumen melihat bahan baku yang digunakan dalam memproduksi barang tersebut. Karna sebagian ibu rumah tangga/ kepala rumah tangga tentunya mempertimbangkan kualitas produk sebagai prioritas utama demi keselamatan hidup keluarganya. Konsumen tentu akan mempertimbangkan kualitas produk sebagai pertimbangan karena konsumen menjadikan harga sebagai tolak ukur kualitas produk.

Menurut Mullins dan Walker menjelaskan bahwasannya sebagai berikut:

“Konsumen tentu mempertimbangkan kualitas produk sebagai pertimbangan karena konsumen menjadikan harga sebagai tolak ukur kualitas produk”.⁶³

Dapat di jelaskan bahwa dengan harga yang terlalu

⁶² Wayan Weda Asmaradewi, Dkk, *Teori Perilaku Konsumen*, (Universitas Brawijaya Press: 2022), hlm. 12.

⁶³ Mullins, Walker, *Mikroekonomi Intermediate*. Edisi Kedelapan. (Jakarta: Erlangga. 2002), hlm.19.

mudah membuat konsumen menjadi bertanya-tanya terkait dengan bahan baku yang di gunakan. Konsumen dalam melakukan kegiatan berbelanja akan rela untuk mengeluarkan uang yang lebih demi memperoleh produk dengan kualitas yang lebih bagus.



Perpustakaan UIN Mataram

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari uraian yang telah dipaparkan dalam bab-bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti di pasar tradisional Renteng dan pasar Modern Lion Mart bahwa masyarakat cenderung memilih berbelanja dipasar tradisional di karenakan menurut masyarakat adanya sistem tawar menawar, dan barang yang diperjual belikan langsung dari petani (khususnya sayuran), buka lebih awal dan adanya shering atau saling bertukar informasi antara satu sama lain baik antara pembeli dan penjual, penjual dan penjual maupun pembeli dan pembeli lainnya sedangkan menurut mereka apabila di pasar modern tidak adanya sistem tawar menawar karena harga yang di tetapkan sesuai dengan harga yang tercantum dalam barcode (lebel) dan apabila dipasar tradisional masyarakat cenderung berinteraksi secara langsung dengan penjual sedangkan dipasar modern masyarakat apabila ingin mengetahui harga dari suatu barang yang di inginkan hanya dapat melihat di barcode (lebel) harga yang tercantum atau yang tersedia.
2. Namun apabila di lihat dari segi kenyamanan pasar tradisional khususnya pasar Renteng sangatlah kurang, karena masih banyak masyarakat yang berjualan di sepanjang jalan, lahan parkir yang masih menggunakan jalan dan tempat-tempat berjualan yang masih belum stabil sedangkan apabila dipasar modern memiliki lahan parkir yang luas, keamanan dan kenyamanan yang terjamin dan tempat yang higienis (bersih). Pembinaan dan penambahan fasilitas pasar perlu di tingkatkan lagi sehingga akan mampu memperluas lapangan pekerjaan dan mengurangi tingkat pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

B. Saran

1. Kepada Pemerintah

Untuk menjamin keberadaan pasar tradisional yang baik, kebijakan-kebijakan yang akan membantu meningkatkan daya saing pasar tradisional harus di ciptakan dan

dilaksanakan, seperti :

- a. Memperbaiki internal pasar seperti; kebersihan, ketertiban, kenyamanan, karena banyak masyarakat sekitar yang cenderung lebih memilih berbelanja dipasar tradisional dibandingkan pasar modern.
- b. Memberikan kelengkapan dan fasilitas pasar tradisional Renteng khususnya seperti
- c. Meningkatkan kinerja pengolah pasar agar pengelola pasar dapat berkoordinasi dengan para pedagang agar bisa menjaga kebersihan guna mendapatkan pasar yang lebih baik lagi.
- d. Pemerintah Kota perlu Mengorganisasi para PKL, dengan menyediakan kios atau los agar PKL tidak lagi menggunakan jalan untuk berjualan.

2. Kepada Pedagang

- a. Para pedagang di pasar tradisional Renteng seharusnya lebih memperhatikan ketertiban dalam berjualan agar tidak mengganggu lalu lintas, sebaiknya para pedagang menempati kios yang telah disediakan pihak pasar.
- b. Pedagang harus bisa lebih melihat barang dagangannya agar tidak terjadi kesalahan fatal, misalnya untuk pedagang sembako lebih teliti untuk melihat waktu kadaluarsa dari barang dagangan tersebut seperti susu, minuman, makanan, dll.
- c. Para pedagang juga sebaiknya menambah lagi stok produk yang dibutuhkan masyarakat karena melihat minat masyarakat yang lebih cenderung berbelanja di pasar tradisional

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Yogyakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Asri, Rani Hapsari Kusuma. “Analisis Perbandingan Sikap Konsumen Dalam Memilih Pasar Tradisional (Pasar Tugu Bandarlampung) Dan Pasar Modern (Chandra Superstore Cabang Tanjung Karang)” (n.d.).
- Asri Nur Muin, “*Analisis Penetapan Harga Jual Produk Markisa Pada PT.Toraja Markisa di Tana Toraja*,” *Jurnal Cendikia*, (2022), hlm. 22.
- Adnan Dewa Saputra, dkk “*Analisis Perilaku Konsumen dalam Transaksi di e-Commerce*,” *Jurnal Febi IAIN Kediri*, Vol. 1, No. 1 (2022): hlm. 5.
- Depdikbud. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pusaka Depdikbud, 2009.
- Engel, J.F. *Consumer Behaviour (8th Ed)*. New York: The Dryden Press, 2010.
- Hartati, W. *Pergeseran Subsektor Perdagangan Eceran Dari Tradisional Ke Modern Di Indonesia Fakultas Ekonomi Dan Manajemen*. Bogor: Institut Pertanian Bogor, 2006.
- H. Idris Prakasi dan Kamaruddin, *Analisis Harga dan Mekanisme Pasar dalam Perspektif Islam*, UIN Alaudin Makassar, Vol. 5, No. 1, Juni 2018.
- Muhammad Rijal Fadli,, “Memahami Desain Metode Penelitian” *Humanika*, Vol. 21, Nomor 1 2021
- Irawati, Irma. “Prodi Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Aluddin Makassar 2019” (n.d.).
- Ika Putri Fitri Ajiani et al., “Pendampingan Pengelolaan Keuangan Berbasis Akuntansi Bagi Pelaku Umkm Di Kelurahan Renteng Kecamatan Praya Kabupaten Lombok Tengah,” *02 02* (August 1, 2022): 1487.
- Kotler, P, and Gary. *Dasar Dasar Pemasaran Jilid 1 Edisi Bahasa Indonesi Terjemahan Alexander Sindoro*. Jakarta: Prenhalindo, 2010.
- Mangkunegara, A.A. Anwar Prabu. *Perilaku Konsumen*. Bandung: PT Refika Aditama, 2009.

- Maulana, Sahrul, Aulia Dawam, and Aldila Septiana. "Perbandingan Konsumtif Ibu Rumah Tangga Terhadap Minat Berbelanja antara Pasar Tradisional dan Modern Selama Pandemi." *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* 14, no. 1 (June 27, 2022): 175–181.
- Mullins, Walker, *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kualitataif, Kuantitatif Dan R & D*.
- Mullins, Walker, *Mikroekonomi Intermediate*. Edisi Kedelapan. (Jakarta: Erlangga. 2002).
- Nora Anisa Br Sinulingga, Hengki Tamando Sihotang, *Perilaku Konsumen Strategi dan Teori*, (Locs Publisher: 2023),
- P, Kotler, Amstrong, and Gary. *Dasar Dasar Pemasaran Jilid 1. Edisi Bahasa Indonesia Terjemahan Alexander Sindoro*. Jakarta: Prenhalindo, 2015.
- P, *Dasar Dasar Pemasaran Jilid 1. Edisi Bahasa Indonesia Terjemahan Alexander Sindoro*, hlm.11.
- Paskarina, Mariana. *Mengganggu Model Revitalisasi Pasar Tradisional Study Terhadap Impelensi Perda No 19. Thn 2001 Tentang Pengelolaan Pasar Kota Bandung*. Bandung: Puslit KP2W Lemlit UNPAD, 2006.
- RI, Departemen Perdagangan. "Pusat Distribusi," 2006. <http://www.depdag.go.id>:
- RI, Depertemen Perdagangan. "Pusat Distribusi," 2008. <http://www.depdag.go.id>.
- "Pusat Distribusi," 2014. <http://www.depdag.go.id>.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kualitataif, Kuantitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2007.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Yogyakarta: Rineka Cipta, 2010).
- "20200517_Kepmenperindag_Nomor_107_Tahun_1998.Pdf," n.d.
- "Departemen Perdagangan RI 'Pusat Distribusi.'" [Http://www.depdag.go.id](http://www.depdag.go.id), June 15, 2023.
- W Hartati, *Pergeseran Subsektor Perdagangan Eceran Dari Tradisional Ke Modern Di Indonesia Fakultas Ekonomi Dan Manajemen* (Bogor: Institut Pertanian Bogor, 2006), hlm.90.
- Wayan Weda Asmaradewi, Dkk, *Teori Perilaku Konsumen*, (Universitas Brawijaya Press: 2022)

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1

PEDOMAN OBSERVASI

Observer/

Peneliti :
MIRANTI

Hari/Tanggal

:

Tempat : Pasar Tradisional Renteng dan Pasar Modern Lion
Mart

NO	Objek-objek yang di observasi	Keterangan
1	Melihat keadaan lokasi penelitian	
2	Melihat keadaan pasar tradisional	
3	Melihat keadaan pasar modern	
4	Melakukan observasi terkait dengan analisis sikap konsumen terhadap harga barang	

Perpustakaan UIN Mataram

Lampiran 2

ALAT PENGUMPUL DATA (APD) TENTANG ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP HARGA BARANG (STUDY KOMPARASI PADA PASAR TRADISIONAL DAN PASAR MODERN DI KELURAHAN RENTENG KEC. PRAYA KAB. LOMBOK TENGAH)

A. Wawancara kepada kepala pasar tradisional dan pasar modern

1. Bagaimana profil pasar Renteng dan Lion Mart?
2. Apa yang mendasari di banggunya pasar Renteng dan Lion Mart?
3. Sejak kapan pasar Renteng dan Lion Mart didirikan?
4. Bagaimana perkembangan pasar Renteng dan Lion Mart?

B. Wawancara dengan konsumen

1. Bagaimanakah sikap maupun anda dalam berbelanja di pasar tradisional dan pasar modern?
2. Apakah tujuan anda bersikap berbeda dalam berbelanja di pasar tradisional dan pasar modern?
3. Apakah dalam berbelanja anda menggunakan tindakan yang berbeda-beda?
4. Faktor apa saja yang menjadi ukuran anda dalam membeli produk di pasar tradisional dan pasar modern?
5. Apakah pendapatan anda menjadi salah satu faktor tingkat berbelanja anda?
6. Apakah anda dalam memilih mendahulukan kebutuhan baru keinginan?
7. Apakah anda dalam berbelanja sesuai dengan kebutuhan?
8. Apakah anda dalam berbelanja sesuai dengan kemampuan?
9. Apakah Anda begitu tertarik dengan potongan harga yang ada di pasar tradisional dan pasar modern?
10. Apakah dalam berbelanja anda selalu memilih barang-barang yang bermerk atau brandid?
11. Apakah anda dalam memilih barang tidak sesuai dengan kebutuhan melainkan hanya untuk gengsi?
12. Menurut anda harga menjadi faktor utama dalam pembelian produk?

13. Apakah jenis harga tergantung pada kualitas barang di perdagangan?
14. Apakah kualitas produk juga menjadi salah satu faktor dalam pembelian produk?
15. Menurut anda bagaimanakah perbandingan harga barang di pasar tradisional dengan pasar modern?
16. Apakah yang anda ketahui tentang pasar tradisional?
17. Barang-barang seperti apa saja yang di pasarkan di pasar tradisional?
18. Bagaimanakah penempatan harga pada pasar tradisional menurut anda?
19. Bagaimanakah kualitas barang di pasar tradisional menurut anda?
20. Menurut anda bagaimanakah sistematis pembelian di pasar tradisional itu seperti apa?
21. Menurut Anda apakah karakteristik pasar tradisional tidak mengalami perkembangan dari waktu ke waktu?
22. Apakah pasar tradisional menurut anda merupakan pasar yang becek, kotor dan kumuh?
23. Menurut Anda apakah ketersediaan barang di pasar tradisional tidak lengkap?
24. Apakah Anda lebih nyaman dalam berbelanja di pasar tradisional dibandingkan pasar modern?
25. Jenis barang apa saja yang anda beli di pasar tradisional?
26. Mengapa anda memilih berbelanja harian di pasar tradisional?
27. Apa yang anda ketahui tentang pasar modern?
28. Menurut anda apakah barang-barang yang tersedia di pasar modern harganya lebih terjangkau daripada barang-barang yang tersedia di pasar tradisional?
29. Menurut anda apakah pelayanan ketika berbelanja di pasar modern lebih nyaman dibandingkan pelayanan di pasar tradisional?
30. Apakah barang-barang yang tersedia di pasar modern lebih lengkap dari pasar tradisional?
31. Menurut anda apakah kemasan barang atau produk yang ada di pasar modern lebih rapi dan menarik dibandingkan barang yang tersedia di pasar tradisional?

32. Apakah suasana saat berbelanja di pasar modern lebih nyaman dibandingkan dengan suasana di pasar tradisional?
33. Faktor apa saja yang membuat anda lebih tertarik berbelanja di pasar tradisional di bandingkan pasar modern?
34. Jenis barang apa saja yang anda beli di pasar modern?
35. Mengapa anda memilih berbelanja bulanan di pasar modern?
36. Apa perbedaan antara pasar tradisional dan pasar modern menurut anda?
37. Apa pengaruh pasar tradisional dan pasar modern menurut anda?

C. Wawancara dengan pedagang pasar tradisional dan pasar modern

1. Bagaimana strategi promosi yang anda lakukan di pasar ini?
2. Mengapa anda memilih lokasi ini sebagai tempat anda dalam berjualan?
3. Apakah penetapan harga produk sesuai dengan kebutuhan konsumen.



Perpustakaan UIN Mataram

Lampiran 3 Dokumentasi

**KEMENTERIAN AGAMA RI**
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM
FAKULTAS TARBİYAH DAN KEGURUAN (FTK)
Jl. Gajah Mada No 100, Jempong Baru, Mataram, 83115
Website: uinmataram.ac.id email: ftk@uinmataram.ac.id

Nomor : 478/Un.12/FTK/SRIP/PP.00.9/09/2023 Mataram, 07 September 2023
Lampiran : 1 (Satu) Berkas Proposal
Perihal : Permohonan Rekomendasi Penelitian

Kepada:
Yth. Kepala Bakesbangpol Lombok Tengah
di-
Tempat

Assalamu alaikum Wr. Wb.

Bersama surat ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan rekomendasi penelitian kepada Mahasiswa di bawah ini:

Nama	Miranti
NIM	200105063
Fakultas	Tarbiyah dan Keguruan
Jurusan	Tadris IPS-Ekonomi
Tujuan	Penelitian
Lokasi Penelitian	RENTENG PRAYA LOMBOK TENGAH
Judul Skripsi	ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP HARGA BARANG (STUDY KOMPARASI PADA PASAR TRADISIONAL DAN PASAR MODERN DI KELURAHAN RENTENG KEC. PRAYA KAB. LOMBOK TENGAH)

Rekomendasi tersebut akan digunakan untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi.

Demikian surat pengantar ini kami buat, atas kerjasama Bapak/Ibu kami sampaikan terimakasih.

Wassalamu alaikum Wr. Wb.

a.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,

Dr. Saperudin, M. Ag
NIP. 197810152007011022



PEMERINTAH KABUPATEN LOMBOK TENGAH
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK

Jalan. Raden Pujuh, Komplek Kantor Bupati Gedung A Lantai 1

SURAT REKOMENDASI

Nomor: 019/145/UR/9/KBP/2023

1. Dasar :

- a. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor. 7 Tahun 2014 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor. 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penetapan Rekomendasi Penelitian.
- b. Surat dan Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Tarbiyah dan Keguruan (F TK) Universitas Islam Negeri Mataram Nomor: 475A/13F/DKSR/PP/00/909/2023 Tanggal: 07 September 2023
- Perihal: Permohonan Rekomendasi Penelitian

2. Merupakan :

Setelah mempelajari Proposal Survei/Rencana kegiatan Penelitian yang diajukan, maka Badan Kesbangpol Kabupaten Lombok Tengah dapat memberikan Rekomendasi sebagai berikut :

Nama	MIRANTI
NIM	200100063
Alamat	Posok Penyayang Kec. Gekung Kab. Praya Kab. Lombok Tengah
No. Telpnon	087793813679
Pekerjaan/lulusan	Mahasiswa Tadris IPS Ekonomi
Bidang/ Judul	ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP HARGA BARANG (STUDY KOMPARASI PADA PASAR TRADISIONAL DAN PASAR MODERN DI KELURAHAN RENTENG KEC. PRAYA KAB. LOMBOK TENGAH)
Lokasi Penelitian	Kelurahan Renteng Kec. Praya Kab. Lombok Tengah
Jumlah Responden	1 (satu) orang
Lamanya	1 (satu) bulan, mulai dari tanggal 12 September 2023 s.d 12 Oktober 2023
Status Penelitian	Baru

3. Dalam melakukan kegiatan agar yang bersangkutan mematuhi ketentuan sebagai berikut :

- a. Sebelum melakukan kegiatan Penelitian agar dilaporkan keabsahan kepada Bupati/Walikota atau Pejabat yang ditunjuk.
- b. Tidak melakukan kegiatan yang tidak ada tujuannya dengan bidang/ judul dimaksud, apabila melanggar ketentuan akan dicabut Rekomendasi/In Observasi dan menghentikan segala kegiatan.
- c. Mematuhi ketentuan Perundang-undangan yang berlaku serta menghormati adat istiadat setempat.
- d. Apabila masa berlaku Rekomendasi/In Observasi berakhir, sedangkan pelaksanaan kegiatan tersebut belum selesai maka perpanjangan Rekomendasi/In Observasi harus diajukan kembali sebagaimana proses pengajuan awal.
- e. Melaporkan hasil-hasil kegiatan kepada Bupati Lombok Tengah, melalui Kepala Bakesbangpol Kabupaten Lombok Tengah.

Perpustakaan UIN Mataram

Praya, 11 September 2023
An. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik
Kab. Lombok Tengah
Kabid. Politik dan Demas

H. AMRUDIN ARI, SE.
NIP. 19700115 200003 1 004

Tembusan: Diartikan kepada YB :

1. Bupati Lombok Tengah di Praya
2. Kepala Dinas Pendidikan dan Pedagangan Kab. Lombok Tengah di Praya
3. Camat Praya Kab. Lombok Tengah di Praya
4. Lurah Renteng Kab. Praya Kab. Lombok Tengah di Praya
5. Yang bersangkutan
6. Amp



PEMERINTAH KABUPATEN LOMBOK TENGAH
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK

Jalan. Raden Fuguh, Komplek Kantor Bupati Gedung A Lantai 1

SURAT REKOMENDASI

Nomor : 070/853/X/BKBP/2023

1. Dasar :

- a. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor. 7 Tahun 2014 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor. 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.
- b. Surat Rekomendasi Izin Penelitian dari Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Lombok Tengah Nomor. 070/745/XR/BKBP/2023, Tanggal : 11 September 2023.
Perihal : Surat Rekomendasi Izin Penelitian.

2. Menimbang :

Setelah mempelajari Proposal Survei/Rencana kegiatan Penelitian yang diajukan, maka Badan Kesbangpol Kabupaten Lombok Tengah dapat memberikan Rekomendasi/izin kepada :

Nama : MIRANTI
NIM : 200195063
Alamat : Dusun Pokok Pinyang Kelurahan Renteng Kec. Praya Kab. Lombok Tengah, Provinsi Nusa Tenggara Barat
No. Telepon : 087793613879
Pekerjaan/Jurusan Bidang/Judul : Mahasiswa Tadris IPS - Ekonomi
ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP HARGA BARANG (STUDI KOMPARASI PADA PASAR TRADISIONAL DAN PASAR MODERN DI KELURAHAN RENTENG KEC. PRAJA KAB.LOMBOK TENGAH)
Lokasi Penelitian : Kelurahan Renteng Kec. Praya, Kab. Lombok Tengah.
Jumlah Peserta : 1 (satu) orang
Lamanya : 1 (satu) bulan, mulai dari tanggal 2 November 2023 s/d 2 Desember 2023.
Status Penelitian : Perpanjangan

3. Dalam melakukan kegiatan agar yang bersangkutan mematuhi ketentuan sebagai berikut :

- a. Sebelum melakukan kegiatan Penelitian agar melaporkan kedatangan kepada Bupati/Walikota atau Pejabat yang ditunjuk.
- b. Tidak melakukan kegiatan yang tidak ada kaitannya dengan Bidang/Judul dimaksud, apabila melanggar ketentuan akan dicabut Rekomendasi/izin tersebut dan menghentikan segala kegiatan.
- c. Mematuhi ketentuan Perundang-undangan yang berlaku serta mengindahkan adat istiadat setempat.
- d. Apabila masa berlaku Rekomendasi/izin telah berakhir, sedangkan pelaksanaan kegiatan tersebut belum selesai maka perpanjangan Rekomendasi/izin agar diajukan kembali sebagaimana proses pengajuan awal.
- e. Melaporkan hasil-hasil kegiatan kepada Bupati Lombok Tengah, melalui Kepala Bakesbangpol Kabupaten Lombok Tengah.

Dengan Surat Rekomendasi/izin Penelitian ini dibuat untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya
Praya, 2 November 2023

An. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik
Kab. Lombok Tengah
Kabid. Politik dan Demas,


K. AMIRUDIN NUR, SE
NIP. 15.00115.200003.1.004

Tembusan disampaikan kepada Yth :

1. Bupati Lombok Tengah di Praya
2. Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kab.Lombok Tengah di Praya.
3. Camat Praya, Kab. Lombok Tengah di Praya.
4. Lurah Renteng Kec. Praya Kab. Lombok Tengah di Renteng.
5. Yang bersangkutan ;
6. Arsip.



PEMERINTAH KABUPATEN LOMBOK TENGAH
KECAMATAN PRAYA
KELURAHAN RENTENG

Jalan Mekar Sari Nomor 01 Telp. (0370) 828 370 6863 Kode Pos 83511

SURAT REKOMENDASI

Nomor: 50 / 2/P / Rtg/2023

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : H. M. SAIFUDDIN, SE
Jabatan : Lurah Renteng
Alamat : Dusun Pongkor Desa Pejajgik Kecamatan Praya Tengah
Kabupaten Lombok Tengah.

Dengan ini memberikan izin/rekomendasi kepada :

Nama : MIRANTI
Jenis Kelamin : Perempuan
Nik : 5202016901020001
Status : Belum Kawin
Pekerjaan : Mahasiswa
Jurusan : Tadris IPS Ekonomi
Alamat : Potak Penyawad Kelurahan Gerung Kecamatan Praya
Kabupaten Lombok Tengah.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MATARAM
Berdasarkan Surat Rekomendasi yang diterbitkan oleh Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Nomor 070/745/IX/R/BKBP/2023 perihal Permohonan Rekomendasi Penelitian oleh Mahasiswa Universitas Islam Negeri Mataram yang namanya tersebut di atas. Sehubungan dengan hal tersebut Pemerintah Kelurahan Renteng memberikan izin/rekomendasi penelitian sepenuhnya kepada Mahasiswa tersebut sejak tanggal 12 September 2023 s/d 12 Oktober.

Demikian surat rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.





KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MATARAM
FAKULTAS TARBİYAH DAN KEGURUAN
PROGRAM STUDI TADRIS IPS

Jl. Gajah Mada No 100 Mataram NTB Telp. 0370y 421298, 421331
Email: pendidikan@uinjmataram.ac.id

SURAT KETERANGAN
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa :

Nama Mahasiswa : Muhamad
NIM : 20020045
Prodi : Tadris IPS
Hari/Tanggal : salah 22 Agustus
Waktu : _____

Telah menyelenggarakan Seminar Proposal Skripsi yang berjudul :
Analisis Sikap Konsumen Terhadap Harga Barang
Sebelum dan Setelah Pandemi Covid-19 di Kecamatan Pongkor Kabupaten Lombok Tengah

- Usulan Proposal Skripsi telah baik dan lengkap sehingga sudah dapat dipergunakan sebagai dasar untuk melaksanakan pengumpulan data di lapangan.
- Usulan Proposal Skripsi telah baik namun masih perlu disempurnakan dan dilengkapi dengan instrumen sebelum dapat dipergunakan sebagai dasar untuk melaksanakan pengumpulan data di lapangan. Tidak perlu seminar lagi.
- Usulan Proposal Skripsi masih perlu dikembangkan, namun masalah penelitian masih dianggap baik untuk diangkat sebagai masalah. Dianjurkan seminar lagi.
- Usulan Proposal Skripsi tidak memenuhi syarat untuk dikembangkan sebagai bahan Proposal Skripsi. Mahasiswa perlu memikirkan untuk memilih masalah topik lain. Wajib seminar lagi.

Perpustakaan UIN Mataram

Mataram, 2023

Pembimbing/Pengaji I, Pembimbing/Pengaji II, Pengaji Netral

M. Zulfan (NIP. _____) Dr. M. Usman Ibrahim (NIP. _____)

*Coret yang tidak perlu



KEMENTERIAN AGAMA
RI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MATARAM FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN (FTK)
PROGRAM STUDI TADRIS IPS

KARTU KONSULTASI SKRIPSI

NAMA : MIRANTI
NIM : 20-01-05-06-3
PEMBIMBINGI : Prof. H.M. Zaki, S.Ag., M.Pd
JUDUL PROPOSAL : ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP HARGA BARANG (STUDY KOMPARASI PADA PASAR TRADISIONAL DAN PASAR MODERN DI KELURAHAN RENTENG KEC. PRAYA KAB. LOMBOK TENGAH.

Tanggal	Materi Konsultasi	Catatan/Saran/Perbaikan	Tanda Tangan
3/10	bab I-4	Menyebutkan Bekas	[Signature]
13/10	bab I-5	ACE	[Signature]
16/10	bab II	Referensi Cek	[Signature]
18/10	bab III	Referensi	[Signature]
18/11	bab IV	Referensi Referensi	[Signature]
18/11	Skripsi	ACE	[Signature]

Mengetahui,
Ketua Prodi Tadris IPS

Mataram, 23-11-2020
Dosen Pembimbing

Ahmad Khalidul Kahiri, M. Ag. N
IP.197481262807011010

[Signature]
Prof. Dr. H.M. Zaki, S. Ag., M. Pd. N
P.197112311997631005

a. Wawancara dengan Lurah, kepala pasar Tradisional dan kepala pasar modern



b. Wawancara dengan konsumen pasar tradisional dan pasar modern



c. Wawancara dengan para penjual



Lampiran 4 Sertifikat Plagiasi dan Bebas Pinjam Perpustakaan

UPT PERPUSTAKAAN UIN MATARAM
Plagiarism Checker Certificate
No: 3036/UH.12/Perpustakaan/0664/PC/11/2023

Sertifikat Ini Diberikan Kepada :
MIRANTI
200105065
FTKIPS

Dengan Judul SKRIPSI
ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP HARGA BARANG (STUDI KOMPARASI PADA PASAR TRADISIONAL DAN PASAR MODERN DI KELURAHAN RENTENG KEC.PRAYA KAB LOMBOK TENGAH)

SKRIPSI tersebut telah Diyatakan Bebas Uji cek Plagiasi Menggunakan Aplikasi Turnitin
Similarity Found : 16 %
Submission Date : 24/11/2023

UPT Perpustakaan
M. Hum
0760282006042001

UPT PERPUSTAKAAN UIN MATARAM
Sertifikat Bebas Pinjam
No:2644/Uh.12/Perpustakaan/SP-11/2023

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
M
Sertifikat Ini Diberikan Kepada :

MIRANTI
200105065
FTKIPS

Perpustakaan UIN Mataram

Mahasiswa/Mahasiswi yang tersebut namanya di atas ketika surat ini dikeluarkan, sudah tidak mempunyai pinjaman, hutang denda ataupun masalah lainnya di Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram.
Sertifikat ini diberikan sebagai syarat **UJIAN SKRIPSI**.

UPT Perpustakaan
M. Hum
0760282006042001

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Miranti
Tempat, Tanggal Lahir : Polak Penyayang, 29 Januari 2002
Alamat Rumah : Gerunung, Polak Penyayang
Nama Ayah : Abdul Kadir S.Pd
Nama Ibu : Hj. Sumiati

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal

- a. SDN 2 Gerunung (Tahun Lulus 2012)
- b. SMPN 4 Praya (Tahun Lulus 2016)
- c. SMAN 3 Praya (Tahun Lulus 2020)

C. Riwayat Pekerjaan

Kasir Mini Market Hikar Jaya

D. Prestasi/Penghargaan

SMP/SMA Selalu menjadi juara kelas

E. Pengalaman Organisasi

Ekraf

F. Karya Ilmiah

Makalah

Jurnal

Mataram,

Perpustakaan UIN Mataram

(Miranti)