

HUBUNGAN KEHIDUPAN SOSIAL EKONOMI KONSUMEN DALAM BERBELANJA DI PASAR TRADISIONAL DAN PASAR SWALAYAN DI KABUPATEN BARRU

¹Hasriani

²Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Makassar

Email :

ABSTRAK

Hasriani , 2018. Perbandingan Kehidupan Sosial Ekonomi Konsumen Dalam Berbelanja Di Pasar Tradisional Dan Pasar Swalayan Di Kabupaten Barru. Skripsi. jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Makassar. Dibimbing Oleh bapak Muhammad Zulfadli, SH.,M.Hum.dan ibu Syarifah Balkis, S.Pd., M.Pd.

Penelitian ini bertujuan Mengetahui (1) Kehidupan Sosial Ekonomi konsumen di Kabupaten Barru (2) konsumen berbelanja di pasar tradisional dan pasar swalayan di Kabupaten Barru (3) Perbandingan kehidupan sosial ekonomi konsumen dalam berbelanja Di pasar Tradisional dan pasar swalayan di Kabupaten Barru. Penelitian dilakukan dengan pendekatan Statistik Kuantitatif deskriptif Variabel penelitian ini adalah terdiri atas Kehidupan sosial ekonomi konsumen Variabel X dan pasar (Variabel Y). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang berbelanja di pasar tradisional dan pasar swalayan di Kabupaten Barru dan berjumlah 75 orang. sampel yang Diambil Menggunakan tehnik simple random sampling dan di dapatkan 30 orang sebagai sampel. Tehnik pengumpulan data adalah Tehnik angket. Tehnik analisis Data Deskriptif dan Tehnik analisis Data infrensial.

Berdasarkan hasil penelitian dapat di ketahui (1) Kehidupan sosial ekonomi konsumen di Kabupaten Barru kategori “ baik ” indikator pendidikan, pendapatan, kesehatan. (2) Konsumen berbelanja di pasar kategori “baik” indikator pasar tradisional, pasar swalayan, permintaan, penawaran. (3) Perbandingan kehidupan sosial ekonomi konsumen dalam berbelanja di pasar tradisional dan pasar swalayan di Kabupaten Barru “ sedang” Hal tersebut sesuai dengan uji regresi linear dan hasil olah data nilai $r = 0,515$ kemudian dikonsultasikan pada tabel interfrestrasi nilai r berada pada interval 0,40-0,599 yang memiliki tingkat pengaruh yang sedang.

1. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Individu merupakan konsumen potensial untuk membeli suatu produk tentu yang ditawarkan oleh perusahaan di pasar. Konsumen bebas memilih produk tertentu yang diinginkan sesuai kebutuhannya, dengan mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan ingin menciptakan, menawarkan secara bebas, mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Minat beli konsumen merupakan sesuatu yang berhubungan dengan kegiatan jual/beli barang atau jasa, tetapi juga merupakan proses menciptakan nilai bagi konsumen. Nilai-nilai inilah yang akan menciptakan suatu hubungan timbal balik yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak. Konsep pasar merupakan sebuah keyakinan perusahaan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan kunci sukses bagi perusahaan untuk dapat bertahan menghadapi persaingan. Diera globalisasi sekarang ini

¹ Penulis

² Fakultas dan Universitas Penulis

kegiatan bisnis khususnya dipasar tradisional semakin meningkat. Banyak perusahaan yang berusaha memenangkan persaingan dengan cara memanfaatkan peluang bisnis yang ada dan berusaha menerapkan strategi pemasaran yang tepat dalam rangka menguasai pasar. Penguasaan pasar merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan oleh pengusaha untuk mempertahankan hidupnya, berkembang dan mendapatkan keuntungan maksimal.

Perekonomian pasar adalah suatu kegiatan ekonomi yang berorientasi pada kekuatan mekanisme pasar. Pelaku ekonomi yang terlibat langsung dalam kegiatan ekonomi pasar adalah konsumen dan produsen, mereka berinteraksi dalam menentukan harga dan jumlah produk yang diperjual belikan di pasar. Sedangkan pemerintah hanya berperan sebagai pembuat peraturan dan undang-undang untuk memperlancar kegiatan ekonomi pasar.

Secara teoritis keputusan pembelian yang dilakukan konsumen terhadap barang yang ditawarkan sangat dipengaruhi oleh produk, harga, lokasi, promosi, pelayanan, proses penyampaian produk, dan prasarana fisik yang mendukung kenyamanan berbelanja. Kenyataannya meskipun terdapat market share yang berbeda ternyata hal ini tidak menutup kemungkinan terjadinya persaingan antar pasar, seperti yang terjadi pada pasar tradisional dan pasar swalayan.

Kehadiran pasar swalayan, terutama supermarket dan hypermarket, dianggap oleh berbagai kalangan telah menyudutkan keberadaan pasar tradisional dipelosok maupun di perkotaan. Di Kabupaten Barru, terdapat 10 pasar tradisional dengan sekitar 70 pedagang kecil, pasar swalayan di Kabupaten Barru tumbuh

20,7 % pertahun, sedangkan pasar tradisional menyusut 10% pertahun. Jika kondisi ini tetap dibiarkan, pasar tradisional mungkin akan tenggelam seiring dengan trend

perkembangan dunia ritel saat ini yang didominasi oleh pasar swalayan.

Tabel 1.1 Perbandingan pasar tradisional dan pasar swalayan Di Kabupaten Barru Tahun 2015-2018

No.	Tahun	2015	2016	2017	2018
1.	Pasar Tradisional	79,8%	74,9%	74,9%	73,8%
2.	Pasar Swalayan	3,4%	4,6%	4,6%	5,1%

Sumber: dinas perindustrian, perdagangan, Kabupaten Barru

Pesatnya pembangunan pasar swalayan dirasakan oleh banyak pihak berdampak terhadap keberadaan pasar tradisional. Disatu sisi, pasar modren dikelola secara profesional dengan fasilitas yang serba lengkap, disisi lain, pasar tradisional masih berkuat dengan permasalahan klasik seputar pengelolaan yang kurang profesional dan ketidaknyamanan berbelanja. Pasar swalayan dan tradisional bersaing dalam pasar yang sama, yaitu pasar ritel. Hampir semua produk yang dijual pasar tradisional seluruhnya dapat ditemukan dipasar swalayan.

Banyak faktor yang mempengaruhi seseorang melakukan pembeli terhadap suatu produk yang perlu diperhatikan oleh para pedagang atau penjual untuk menarik minat konsumen dalam berbelanja. Pada umumnya pasar tradisional mempunyai batas waktu, misalnya pasar tradisional hanya buka 2-3 kali dalam seminggusampai jam 12 siang. Jadi masyarakat pada umumnya mengunjungi pasar tradisional 2-3 kali seminggu untuk memenuhi kebutuhan pokok sehari-hari, jika pengunjung memerlukan kebutuhan mendadak di luar jam pasar tradisional maka pengunjung akan memilih pasar swalayan untuk berbelanja, sedangkan pegawai kantoran umumnya mengunjungi pasar tradisional hanya pada hari libur, dengan demikian pegawai kantoran akan lebih memilih pasar swalayan yang punya waktu 24 jam

untuk melayani konsumen dan tempatnya yang nyaman dalam berbelanja kebutuhan pokok sehari-hari di bandingkan dengan pasar tradisional.

Adapun swalayan di kabupaten Barru yang sudah memperoleh izin dari pemerintah adalah sebagai berikut :Jumlah pasar swalayan (Pasar swalayan) yang dimiliki oleh setiap kecamatan di Kabupaten Barru.

Tabel 1.2 Pasar swalayan di tiap Kecamatan

No.	Kecamatan	Jumlah Tokoh	Ket.
1.	Kecamatan Tanete Rilau	1	Swalayan (1)
2.	Kecamatan Barru	2	Swalayan (2)
3.	Kecamatan Soppeng Riaja	1	Swalayan (1)

Sumber: dinas perindustrian, perdagangan, energi dan mineral Kabupaten Barru Tahun 2017.

Jumlah pasar tradisional yang ada di kabupaten Barru yang telah memperoleh izin dari Dinas perindustrian,perdagangan, energi dan mineral

Tabel 1.3 Pasar Tradisional di tiap Kecamatan

No.	Kecamatan	Nama Pasar	Jml Pasar
1.	Tanete Rilau	Pasar Cilellang, Pasar Bungi	2
2.	Tanete Riaja	Pasar Ele ,Pasar Baru	2
3.	Barru	Pasar Sentral	1
4.	Balusu	Pasar Takkalasi	1
5.	Soppeng Riaja	Pasar Mangkoso, Kampung Baru	2
6.	Mallusetasi	Palandro	1

Sumber: dinas perindustrian, perdagangan, energi dan mineral Kabupaten Barru Tahun 2017

Berdasarkan uraian di atas maka penulis memilih dan tertarik untuk mengangkat judul mengenai “Perbandingan konsumen dalam berbelanja di pasar tradisional dan pasar swalayan di Kabupaten Barru.

B. Rumusan Masalah

- a. Bagaimana Kehidupan sosial ekonomi di Kabupaten Barru?

- b. Bagaimana konsumen berbelanja di pasar tradisional dan pasar swalayan di Kabupaten Barru?
- c. Bagaimana perbandingan kehidupan sosial ekonomi dalam konsumen berbelanja di pasar tradisional dan pasar swalayan di Kabupaten Barru?

C. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui kehidupan sosial ekonomi Kabupaten Barru
- b. Untuk mengetahui konsumen berbelanja di pasar tradisional dan pasar swalayan di Kabupaten Barru
- c. Untuk mengetahui perbandingan kehidupan sosial ekonomi dalam konsumen berbelanja di Pasar tradisional dan pasar swalayan di Kabupaten Baru.

D. Manfaat hasil penelitian

Hasil penelitian ini di harapkan memberikan manfaat utamanya pada :

- a. Manfaat teoritis
 - 1) Sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya dan bahan untuk menambah wawasan dan pengetahuan terkait dengan pasar tradisional dan pasar swalayan.
 - 2) Sebagai bahan informasi kepada semua pihak tentang keberadaan pasar tradisional dan pasar swalayandi Kabupaten Barru.
- b. Manfaat praktis
 - 1) Sebagai bahan pertimbangan dan sumbangan pemikiran agar pemerintah memperhatikan keberadaan pasar tradisional dan pasar swalayan karena dapat memberikan kontribusi terhadap pendapatan asli daerah (PAD).
 - 2) Sebagai tambahan informasi kepada pengelola pasar tradisioanl dan pasar swalayan lainnya, mengenai manajemen pasar hingga berkembang dengan cepat pesat.

2. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PIKIR

A. Tinjauan Pustaka

1) Sosial Ekonomi

a. Pengertian sosial ekonomi

Sosial ekonomi adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan masyarakat, antara lain sandang pangan, perumahan pendidikan, kesehatan.

a) Kehidupan sosial

Sumaatmadja mengatakan bahwa apabila dilihat dari kata kehidupan sebenarnya adalah cara atau keadaan tentang hidup, dan arti kata sosial adalah sesuatu yang berkenaan dengan masyarakat. Jadi kehidupan sosial dapat diartikan sebagai kehidupan bersama suatu masyarakat pada suatu lingkungannya atau kesatuan manusia yang hidup dalam suatu pergaulan.

Borner dan Soekanto, interaksi sosial sebagai hubungan dua orang atau lebih yang saling mempengaruhi, mengubah, memperbaiki kelakuan individu atau sebaliknya. Beberapa bentuk interaksi sosial adalah:

1. Kerja sama (cooperation) merupakan suatu bentuk interaksi dalam kelompok untuk mencapai tujuan yang telah disepakati. Hal ini menunjukkan bahwa ada beberapa tujuan individu yang saling berkaitan erat yang menyebabkan mereka bersatu untuk mencapai tujuan tersebut.
2. Pertentangan (conflict) adalah suatu proses sosial ketika individu/ kelompok lainnya menggunakan ancaman atau kekerasan.
3. Perpaduan (assimilation) adalah proses sosial dengan usaha untuk mengurangi perbedaan dalam individu/ kelompok serta usaha guna mempertinggi kesatuan tindakan proses mental dengan mendahulukan kepentingan bersama.³

Kerja sama merupakan bentuk interaksi sosial yang pokok. Dalam kehidupan sosial, pada konsumen umumnya di jumpai bentuk kerja sama antara konsumen dan produsen dalam menghadapi permasalahan yang tidak mampu di selesaikannya sendiri. Charles H. Cooley dalam Soekanto, mengatakan betapa pentingnya fungsi kerja sama sebagai berikut:

Kerja sama timbul apabila orang menyadari bahwa mereka mempunyai kepentingan- kepentingan yang sama dan pada saat bersamaan mempunyai cukup pengetahuan dan pengendalian terhadap diri sendiri untuk memenuhi kepentingan- kepentingan tersebut, kesadaran akan adanya kepentingan-kepentingan yang sama dan adanya organisasi merupakan fakta- fakta yang penting dalam kerja sama yang berguna.⁴

Jadi dalam hubungan dengan kebudayaan suatu masyarakat kebudayaan itulah yang mengarahkan dan mendorong terjadinya kerja sama, masyarakat Indonesia sejak dulu sudah terbiasa bekerja kelompok dengan bentuk sesuai dengan dengan budaya dan kondisi lokal yang ada. Dari sisi masyarakat, dengan berkelompok akan lebih mudah mencapai tujuan-tujunnya yang diinginkan, dibanding dengan bekerja sendiri karena manusia sebagai mahluk sosial senantiasa memerlukan orang lain untuk bekerja sama dalam mencapai tujuan tersebut. Kerjasama juga merupakan suatu bentuk interaksi sosial dalam suatu kehidupan sosial yang memerlukan gaya universal pada masyarakat.

b) Kehidupan ekonomi

Manusia dalam memenuhi kebutuhannya merupakan mahluk ekonomi yang cenderung tidak pernah merasa puas dengan apa yang diperoleh dan selalu berusaha secara terus-menerus dan memenuhi kebutuhannya. Menurut sastradipoera dalam Faisal Basri istilah

³ Soerjono Soekanto. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada. Hal. 55

⁴ Ibid. P.67

ekonomi berasal dari bahasa Yunani, yaitu *oikonomia* yang terdiri dari suku kata *oikos* dan *nomos*, *oikos* artinya segala sesuatu yang berhubungan dengan pengelolaan lading sedangkan *nomos* berarti undang-undang atau peraturan sehingga diartikan bahwa ekonomi adalah upaya-upaya yang dilakukan manusia untuk memenuhi kebutuhan rumah tangganya". Kehidupan ekonomi dapat diartikan sebagai segala aktifitas masyarakat dalam memenuhi kebutuhan rumah tangganya yang dapat diperoleh dari lingkungannya. Dalam memenuhi kebutuhan rumah tangganya.⁵

c) Sosial ekonomi

Kehidupan sosial ekonomi harus dipandang sebagai suatu sistem (system sosial), yaitu suatu keseluruhan bagian-bagian atau unsur-unsur yang saling berhubungan dalam suatu kesatuan. Kehidupan sosial ekonomi merupakan perilaku sosial dari masyarakat yang berhubungan dengan pendapatan dan pemanfaatannya. Bila berbicara mengenai kehidupan sosial ekonomi berarti juga membahas tentang kebutuhan dan bagaimana seseorang berusaha memenuhi kebutuhan tersebut, dan pemanfaatan hasil ekonomi yang diperoleh. Jadi kehidupan sosial ekonomi yang dimaksud adalah cara-cara atau strategi yang diterapkan seseorang dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, serta pemanfaatan penghasilan atau hasil ekonomi yang di peroleh, dan juga berbicara mengenai keadaan hidup sehari-hari

Berhubungan dengan kehidupan sosial ekonomi yang di dalamnya terdapat unsur pemenuhan dan kebutuhannya. Maslow dalam Soekanto mengelompokkan 5 tingkat pengelompokan kebutuhan manusia yaitu:

1. Kebutuhan dasar fisiologis/ kebutuhan fisik (*physiological needs*) yang di perlukan untuk mempertahankan

hidup seperti kebutuhan akan makan, istirahat, udara segar air, vitamin, dan sebagainya. kebutuhan ini merupakan kebutuhan primer.

2. Kebutuhan akan rasa aman (*Safety Needs*) di tunjukkan oleh anak dengan pemenuhan secara pasti, kontinu dan teratur. Anak akan mudah terganggu dalam situasi yang di rasakan sebagai situasi yang membahayakan, situasi yang kacau, tak menentu, ia mudah menarik diri dalam situasi asing baginya. Anak membutuhkan perlindungan yang memberi rasa aman
3. Kebutuhan untuk mencintai dan di cintai (*Love needs*) merupakan dorongan atau keharusan baginya untuk mendapatkan tempat dalam satu kelompok di mana ia memperoleh kehangatan perasaan dan hubungan dengan masyarakat lain secara umum.
4. Kebutuhan harga diri (*Etem Needs*) menuntut pengalaman individu sebagai pribadi yang bernilai, sebagai manusia yang berarti dan memiliki martabat. Pemenuhan kebutuhan ini akan menimbulkan rasa percaya diri sendiri, menyadari kekuatan-kekuatannya, merasa di butuhkan dan mempunyai arti bagi lingkungannya.
5. Kebutuhan akan aktualisasi diri (*Self actualization*) memberikan dorongan kepada setiap individu untuk mengembangkan atau mewujudkan seluruh potensi dalam dirinya. Dorongan ini merupakan dasar perjuangan setiap individu untuk mengembangkan atau mewujudkan seluruh potensi dalam dirinya. Dorongan ini merupakan dasar perjuangan setiap individu untuk merealisasikan dirinya. identitasnya, dan menjadi dirinya sendiri. Kebutuhan ini tumbuh secara wajar dalam diri setiap manusia.⁶

⁵ Faisal Basri. 2002. *Perekonomian Indonesia*. Jakarta: Erlangga, Hlm: 21

⁶ Soerjono Soekanto Op. Cit. 103

Kebutuhan – kebutuhan diatas harus di penuhi oleh manusia demi kelangsungan hidupnya, mendorong manusia untuk bekerja sebagai upaya pemenuhan kebutuhan. Demikianlah konsekuensi yang tidak dapat di tawar lagi. Manusia memang harus bekerja untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, karena dengan demikian manusia akan mendapatkan hasil yang dapat di gunakan demi kelangsungan hidupnya.

Menurut Damsar kehidupan sosial ekonomi seseorang di ukur melalui pekerjaan, tingkat pendidikan dan pendapatan.⁷ Jadi, dalam kehidupannya manusia mempunyai banyak kebutuhan, dan sudah menjadi keharusan baginya untuk memenuhi kebutuhan tersebut, baik moral maupun material. Dalam memenuhi kebutuhannya manusia tidak terlepas dari manusia lain sebagai akibat dari keberadaannya sebagai makhluk sosial yang membutuhkan orang lain. Dalam pemenuhan kebutuhan tersebut manusia juga saling berinteraksi satu sama-sama lain, di samping sebagai makhluk pribadi.

a) Pendidikan

Menurut Kihajar Dewantara dalam Supriadi Torro, “pendidikan yaitu tuntunan di dalam hidup tumbuhnya anak-anak, adapun maksudnya, pendidikan yaitu menuntun segala kekuatan kodrat yang ada pada anak- anak itu agar mereka sebagai manusia dan sebagai anggota masyarakat dapatlah mencapai keselamatan dan kebahagiaan setinggi tingginya”.⁸

b) Pendapatan

Menurut Dumairy mengemukakan bahwa “pendapatan adalah sejumlah jenis balas jasa yang diterima, factor-faktor produksi yang turut serta dalam proses produksi yaitu upah dan gaji, sewa tanah, bunga, modal dan keuntungan” Sedangkan menurut Prihadi “Pendapatan Adalah Barang atau Jasa

Yang Sudah diserahkan kepada Pembeli. Artinya Hak atas barang tersebut sudah pindah ke pembeli, terlepas apakah sudah dibayar pembeli atau belum. Menurut Budianas pendapatan terdiri dari beberapa jenis, sebagai berikut:

1. Pendapatan bersih (disposable income): adalah pendapatan seseorang sudah di kurangi pajak langsung.
2. Pendapatan di terima di muka (unearned revenues): adalah uang muka untuk pendapatan yang belum di hasilkan
3. Pendapatan lain- lain: pendapatan yang berasal dari sumber- sumber di luar kegiatan utama perusahaan, tidak termasuk dalam pendapatan operasi, misalnya: pendapatan bunga, pendapatan sewa, pendapatan deviden dan laba penjualan aktiva tetap.
4. Pendapatan permanen (permanent income) adalah pendapatan rata- rata yang di harapkan rumah tangga konsumsi selama hidupnya.
5. Pendapatan uang (money income): adalah pendapatan rumah tangga konsumsi atau rumah tangga produksi dalam bentuk suatu kesatuan moneter.
6. Pendapatan usaha (operating revenue): adalah pendapatan yang berasal dari kegiatan utama perusahaan.
7. Pendapatan yang di terima dimuka (unearned revenue or income): pendapatan (atau penghasilan) yang di terima di muka tetapi belum di akui sebagai pendapatan (dicatat sebagai utang pendapatan) pada saat penerimaannya, dan baru akan di akui sebagai pendapatan manakala perusahaan telah menyelesaikan kewajibannya berupa pengiriman barang atau penyerahan jasa kepada pihak yang bersangkutan pada waktu yang akan datang. Unearned revenue

⁷ Damsar.2009.*Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Jakarta:Kencana. Hal.11

⁸ Supriadi Torro.2013.*Kelompok Strategis dalam Masyarakat*. Cet ke-1. Makassar: Universitas Negeri Makassar, Hal. 163

dapat di akui secara bertahap sesuai dengan penyelesaian kewajiban oleh perusahaan ; deferred revenue. disebut juga dengan pos- pos transitoris passif (pajak) pendapatan dari sumber- sumber selain jasa- jasa pribadi

8. Pendapatan yang masih harus di terima (accrued revenues or accrued receivable): adalah pendapatan yang sudah di hasilkan (earned) walaupun piutang yang bersangkutan belum jatuh tempo (belum saatnya di tagih).⁹

c) Kesehatan

Kesehatan ialah keadaan sejahtera dari badan, jiwa dan sosial yang memungkinkan semua orang produktif secara sosial, dan ekonomis. Layaknya manusia yang sehat secara fisik dan psikis kehidupan.

Kesehatan merupakan salah satu faktor penting untuk melakukan aktivitas sehari-hari. Sehat merupakan kondisi yang maksimal baik dari segi fisik, mental, dan sosial. Kesehatan yang baik dapat digambarkan sebagai kondisi dimana tubuh serta pikiran kita berfungsi dengan baik.

2) Pasar

a. Pengertian pasar

Pasar dapat diartikan sebagai suatu tempat berlansungnya transaksi jual beli antara konsumen dan produsen (dalam arti sempit). Sedangkan Yang di maksud dengan pasar (dalam arti luas) adalah suatu kejadian dimana berlangsung transaksi jual beli antara konsumen dan produsen.

Dalam buku IPS Ekonomi mengatakan bahwa :

pasar lebih dihubungkan dengan kegiatan, bukan tempat. Aalsannya, tempat untuk bertemunya penjual dan pembeli bisa dimana saja. Mereka bisa bertemu di toko,

di dalam bus, di pinggir jalan, dan di warung makan. Berarti yang membedakan pasar dan bukan pasar adalah kegiatan yang dilakukan oleh penjual dan pembeli dalam pasar adalah transaksi jual beli”.¹⁰

Dalam bahasa latin, pasar dapat di telusuri melalui akar dari “mercatus”, yang bermakna berdagang atau tempat berdagang. Terdapat tiga makna yang berbeda di dalam pengertian tersebut: satu, pasar dalam artian secara fisik; dua, dimaksud sebagai tempat mengumpulkan; dan tiga, hak atau ketentuan yang legal tentang suatu pertemuan pada suatu market place.

Pengertian pasar menurut Swedberg, yaitu “membeli dan menjual secara umum” dan “penjualan (interaksi pertukaran) yang dikontrol oleh *demand* dan *supply*.” Kelihatanya definisi yang disebut terakhir inilah yang dirujuk oleh ilmu ekonomi sampai saat sekarang ini.¹¹

Pasar adalah merupakan proses terjadinya transaksi jual beli antara penjual dan pembeli. Melalui interaksi antara penjual dan pembeli akan terbentuk harga di pasar. Secara teoritis pasar di artikan sebagai suatu kondisi keseimbangan antara permintaan (demand) dan penawaran (supply) dimana secara grafik terjadinya pasar di saat perpotongan kurva D dan S.¹²

Dalam pasar faktor produksi, yang diperjual belikan adalah faktor-faktor produksi yang biasa digunakan produsen, seperti tanah, tenaga kerja, mesin-mesin produksi, alat pertanian, alat transportasi, dan tenaga ahli.

Menurut wujudnya, pasar dibedakan atas konkret dan pasar abstrak (penjelasan tentang pasar konkret dan pasar abstrak diuraikan secara rinci setelah

⁹ Suroso.2004.*Pengetahuan Sosial Ekonomi*.Solo:Pustaka Mandiri. Hal. 3

¹⁰ Suyanto. *IPS ekonomi*.Jakarta: Erlangga. Hlm. 41

¹¹ Damsar. 2011. *Pengantar sosiologi politik*. Jakarta: kencana. Hlm. 110

¹² Lia amaliawiati.2012. *Ekonomika Mikro*. Bandung: Refika Aditama, Hal. 17

ini).¹³ Menurut jenis barang yang dijual, pasar dikaitkan dengan barang yang biasa diperjual belikan.¹⁴

b. Fungsi pasar

Pasar mengandung beberapa fungsi. Fungsi tersebut adalah:

1) Pasar Sebagai Pusat Ekonomi

Pasar sebagai pusat ekonomi maupun sebagai pusat kebudayaan akan mendatangkan dampak sosial bagi masyarakat sekitarnya. Pasar merupakan tempat utama dalam perputaran roda perekonomian suatu negara, pasar menjadi tempat berkumpulnya manusia untuk mencari kebutuhannya, melaksanakan ego dan pengertian motif ekonomi yang mereka miliki. Dan yang paling penting dalam perekonomian karena pasar menjadi pusat kegiatan ekonomi dalam suatu negara, tanpa adanya pasar maka perekonomian negara akan terganggu bahkan tidak bisa berkembang. Hal ini bisa terjadi karena pasar merupakan sebuah benda yang mati namun hidup, hidup dengan segala kegiatan dan aktivitas di dalamnya yang tentunya mampu mendatangkan dan menghadirkan sebuah kebaikan, kemudahan dan keuntungan bagi semua pihak. Adapun beberapa fungsi penting yang dimiliki oleh pasar diantaranya :

1. Saran distribusi
2. Pembentuk harga atau penentunilai
3. Sarana untuk promosi
4. Tempat mencari keuntungan

2) Pasar Sebagai Tempat Pertemuan Social Pasar

Pasar atau market merupakan sebuah tempat bertemunya pembeli dengan penjual guna melakukan transaksi ekonomi yaitu untuk menjual atau membeli suatu barang dan jasa atau sumber daya ekonomi dan berbagai faktor produksi yang lainnya. Pada prinsipnya, aktivitas perekonomian yang terjadi dipasar didasarkan dengan adanya kebebasan dalam bersaing, baik itu, untuk pembeli maupun penjual. Penjual

mempunyai kebebasan untuk memutuskan barang atau jasa apa yang seharusnya untuk diproduksi serta yang akan di distribusikan. Sedangkan bagi pembeli atau konsumen mempunyai kebebasan untuk membeli dan memilih barang atau jasa yang sesuai dengan tingkat daya belinya.

3) Pasar Sebagai Media Informasi

Pasar merupakan tempat informasi perdagangan karena di dalam pasar terjadi proses perputaran berbagai jenis barang, uang dan jasa. Jumlah barang atau jenis barang yang diperlukan atau yang beredar, harga yang berlaku sampai pada distribusi barang dapat diketahui melalui informasi pasar.

4) Pasar Sebagai Arena Rekreasi

Pasar di suatu daerah tidak hanya sebagai pusat perekonomian, tapi juga potensi pariwisata. Pasalnya, pasar tradisional bisa juga sebagai ciri khas suatu daerah. Pasar menyediakan aneka ragam barang untuk kebutuhan sehari-hari atau kebutuhan yang akan datang. Barang-barang tersebut ditata dan disajikan sedemikian rupa sehingga menarik perhatian pengunjung. Orang-orang yang datang ke pasar kadang-kadang hanya sekedar berjalan-jalan sambil melihat-lihat barang dagangan untuk melepaskan ketegangan atau mengurangi kejenuhan.

Undang-undang No. 8 Tahun 1995 tentang pasar

Modal adalah produk hukum modern yang dapat mengakomodasi kebutuhan perkembangan dari industri pasar modal yang modern. Momentum tahun 90-an yang tercatat sebagai era boomingnya pasar modal menjadikan pasar modal menjadi primadona dalam berinvestas.¹⁵

¹³ Deliarnov, loc. cit

¹⁴ Abu Hamid.2007.*Jurnal Budaya Sulselra dan Barat*. Walasuji.II. hal.22-30

¹⁵ Irsan Nasruddin.2011.*Aspek Hukum Pasar Modal Indonesia*. Jakarta. Kencana.Hal. 16

c. Pengertian Pasar Tradisional

Pasar tradisional adalah pasar yang di bangun oleh pemerintah, swasta, koperasi, atau swadaya masyarakat dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda, di kelolah oleh pedagang kecil, menengah, dan koprasi, dengan usaha skala kecil dan modal kecil, dan dengan proses jual beli melalui tawar menawar.¹⁶

Pasar tradisional memiliki ciri khas antara lain.

- a. Harga barang tidak pasti, orang dapat tawar menawar.
- b. Barang beralih dari pedagang yang satu ke pedagang yang lain berkali-kali sebelum akhirnya jatuh ke tangan konsumen
- c. Adanya hubungan utang – piutang yang kompleks antara pedagang tersebut
- d. Barang dagangan sedikit¹⁷

Pasar tradisional di indonesia pada umumnya mempunyai ciri-ciri tertentu yang membedakannya dengan pasar yang lebih “modern”. Seperti pasar inpres, pasar swalayan dan sebagainya.

- a. Proses kemunculan pasar tradisional umumnya tidak di rencanakan oleh siapapun
- b. Lokasi pasar tradisional ini biasa berada di berbagai tempat (tanah lapang, pinggir jalan, dan simpang jalan)
- c. pasar tradisional biasanya adalah sebuah pasar yang terbuka, bukan hanya dalam artian fisik melainkan juga dalam artian sosial. Artinya, setiap orang dapat masuk kedalam pasar ini dan menjadi penjual didalamnya tanpa harus melalui prosedur atau mengikuti aturan-aturan tertentu.
- d. Di masa lalu pasar tradisional di daerah pedesaan pada umumnya tidak buka setiap hari, tetapi

beberapa hari sekali, dan bergiliran dengan pasar-pasar tradisional lain yang tidak sangat berjauhan letaknya dan

- e. Sebuah pasar tradisional di daerah pedesaan pada umumnya ramai dikunjungi pembeli dan pedagang hanya sampai jam-jam tertentu saja, biasanya pada pagi hari antara pukul 07.00-11.00. Setelah pukul 11.00 biasa mulai berkurang pembelinya.

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya antara pembeli dan penjual serta di tandai dengan adanya penjual dan pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar menawar, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios, gerai, losmen dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual ataupun pengelola pasar, dan masing-masing penjual saling menawarkan jualannya kepada pembeli, seperti pakaian, ikan, telur, sayuran, daging, barang elektronik, dan ada pula yang menawarkan jasa.

Menurut Wahyu Adji Kelebihan dan kelemahan pasar Tradisional

1. Kelebihan
 - a. Lokasi strategis
 - b. keragaman barang yang lengkap
 - c. harga yang rendah
 - d. sistem tawar menawar menunjukkan keakraban penjual pembeli.
 - e. bersaing secara ilmiah yang tidak dimiliki langsung dengan pasar swalayan.
2. kekurangan
 - a. kumuh dan kotor .
 - b. cara pengemasan yang kurang menarik
 - c. banyak produk yang mayoritas diperjualbelikan oleh oknum pedagang yang tidak bertanggung jawab

¹⁶ Suyanto. 2007. *IPS ekonomi*. Jakarta. Erlangga. Hlm. 46

¹⁷ Abu Hamid. Op. Cit, hlm, 14

- yang menggunakan bahan kimia.
- d. tingkat mutu atau kualitas setiap produknya tidak jelas.¹⁸

d. Pengertian Pasar Swalayan

Pengertian pasar swalayan secara umum adalah menempati ruang yang luas, dan karena ragam barang yang dijual pasar swalayan itu dikenal dengan istilah supermarket. Istilah supermarket di Indonesiakan menjadi pasar swalayan, karena didalam transaksinya para pembeli melayani diri sendiri (swa-layan).

Pasar swalayan adalah tempat berbelanja berbentuk tokoh yang menjual berbagai makanan, minuman segar maupun hasil olahan, serta macam-macam perlengkapan rumah tangga.

Ciri-ciri pasar swalayan :¹⁹

- a. Harga sudah tertera dan diberi Barcode
- b. Barang yang dijual beranekaragam dan umunya tahan lama
- c. Berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan sendiri (swalayan)
- d. Ruangan ber-AC dan nyaman tidak terkena terik panas matahari
- e. Tempat bersih
- f. Tata tempat sangat diperhatikan untuk mempermudah dalam pencarian barang
- g. Pembayaran dilakukan dengan membawa barang ke cashier dan tidak ada tawar menawar lagi.

Menurut Adji kelebihan dan kelemahan pasar swalayan

1. Kelebihan

- a. Pasar swalayan menyediakan lingkungan berbelanja yang lebih nyaman dan bersih, dengan jam buka yang lebih panjang, dan menawarkan aneka pilihan pembayaran seperti kartu kredit untuk peralatan rumah tangga berukuran besar.

- b. Barang yang dijual memiliki variasi jenis yang beragam, selain menjual barang lokal pasar swalayan juga menjual berbagai barang impor.
- c. Barang yang dijual mempunyai kualitas yang relatif lebih terjamin karena melalui penyeleksian yang ketat sehingga barang yang tidak memenuhi persyaratan klasifikasi akan di tolak.
- d. Dari segi kuantitas pasar swalayan memiliki persediaan barang yang terukur.
- e. Pasar swalayan juga dikelola oleh pihak yang profesional dengan strategi manajemen pemasaran yang bagus.

2. Kelemahan

- a. Praktik jual belinya dimana konsumen tidak bisa tawar menawar harga barang yang hendak dibelinya, karena harga telah ditetapkan
- b. Dalam pasar swalayan penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung. Pembeli melihat label harga yang tercantum dalam bar code, berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan secara mandiri (swalayan) atau dilayani oleh pramuniaga.²⁰

e. Konsumen

Konsumen adalah salah satu perilaku ekonomi yang selalu di hadapkan pada berbagai alternatifpilihan, baik ketika mereka berada di pasar output (pasar produk) maupun di pasar input (pasar faktor produksi).²¹ Di pasar produk (output) konsumen berperilaku sangat dipengaruhi oleh ketersediaan dana yang di miliki, selera dan harga produk itu sendiri Sedangkan di pasar faktor produksi khususnya pasar tenaga kerja, konsumen dalam berperilaku di tentukan oleh

¹⁸ Wahyu Adji.2007.*Ekonomi*.jakarta: erlangga. Hlm. 119

¹⁹ Suyanto. Loc.Cit

²⁰ Ibid. Hal. 200

²¹ Lia Amaliawiati. Op. Cit. Hal 121

ketersediaan lapangan kerja tingkat upah dan keterampilan yang di miliki dan din pasar modal konsumen juga di pengaruhi oleh perkembangan tingkat bunga. Selanjutnya pada bagian ini berkaitan dengan perilaku konsumen dalam berkonsumsi dan perilaku konsumen melakukan pilihan di pasar tenaga kerja dan pasar modal.

f. Permintaan (Demand)

Permintaan adalah keinginan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga selama periode waktu tertentu supaya lebih akurat maka dalam pengertian tersebut perlu di tambahkan di mensi geografis, misalnya kita berbicara tentang berapa jumlah pakaian yang akan di beli pada berbagai tingkat harga dalam suatu periode waktu tertentu, perbulan atau pertahun,.Teori permintaan menerangkan tentang ciri hubungan antara jumlah permintaan dengan harga. Teori permintaan ini juga menerangkan tentang sifat permintaan para pembeli terhadap suatu barang.²²

Permintaan mempunyai dua pengertian, yaitu permintaaan efektif (permintaaan yang di dukung oleh kekuatan daya beli). Dan permintaan absolute atau potensial (permintaan yang hanya di dasarkan atas kebutuhan saja).Lebih jauh, Sudarsono (1995) mengemukakan bahwa tenaga beli seseorang tergantung atas dua unsur pokok, yaitu pendapatan yang dapat di belanjakan dan harga yang di kehendaki.²³ Apabila jumlah pendapatan yang dapat di belanjakan oleh seseorang berubah, maka jumlah barang yang di minta juga akan berubah. Demikian pula halnya harga barang yang di kehendaki berubah.

Permintaan seseorang atau suatu masyarakat terhadap suatu barang di pengaruhi oleh banyak faktor, antara lain;²⁴

1. Harga barang itu sendiri
Jika harga suatu barang semakin murah, maka permintaan terhadap barang itu bertambah. Begitu juga sebaliknya. Hal ini membawa kita ke hukum permintaan, yang menyatakan “ Bila harga suatu barang naik, ceteris paribus, maka jumlah barang itu akan di minta akan berkurang, dan sebaliknya”
Alasan sifat dari hukum permintaan:
2. Sifat hubungan seperti itu disebabkan karena kenaikan harga menyebabkan para pembeli mencari batrang lain yang dapat di gunakan sebagai pengganti terhadap barang yang mengalami kenaikan harga. Sebaliknya, apabila harga turun, maka orang mengurangi pembelian barang yang sama jenisnya dan menambah pembelian terhadap barang yang mengalami penurunan harga.
3. Kenaikan harga menyebabkan pendapatan riil para pembeli berkurang. Pendapatan yang merosot tersebut memaksa para pembeli untuk mengurangi pembelianya terhadap berbagai jenis barang, dan terutama terhadap barang yang mengalami kenaikan harga.
4. Harga barang lain yang terkait.
Harga barang lain juga dapat mempengaruhi permintaan akan suatu barang, tetapi kedua macam barang tersebut mempunyai keterkaitan. Keterkaitan dua macam barang dapat bersifat substitusi (pengganti) dan bersifat komplemen (penggenap). Suatu barang menjadi substitusi barang lain bila terpenuhi paling tidak salah satu syarat dari dua syarat; memiliki fungsi yang sama atau kandungan yang sama.

²² Andi Munaraf.2007.*ekonomi mikro*.UNM.Hlm.1-13

²³ Ibid. Hlm. 1

²⁴ Ibid. Hlm. 2

5. Tingkat pendapatan perkapita
Tingkat pendapatan perkapita dapat mencerminkan daya beli. Makin tinggi tingkat pendapatan, daya beli makin kuat, sehingga permintaan suatu barang meningkat.
6. Selera atau kebiasaan
Selera atau kebiasaan juga dapat mempengaruhi permintaan suatu barang. Beras misalnya, walaupun harganya sama, permintaan beras pertahun di provinsi Maluku mungkin lebih rendah di banding dengan Sumatera Utara.
7. Jumlah penduduk
Kita ambil contoh beras, sebagai makanan pokok rakyat Indonesia, maka permintaan akan beras berhubungan positif dengan jumlah penduduk. Makin banyak jumlah penduduk, permintaan akan beras makin banyak.
8. Perkiraan harga di masa mendatang
Bila di perkirakan bahwa harga suatu barang akan naik, adalah lebih baik membeli barang itu sekarang, sehingga mendorong orang untuk membeli lebih banyak saat ini guna menghemat belanja di masa mendatang.
9. Distribusi pendapatan
Tingkat pendapatan perkapita bisa memberikan kesimpulan yang salah bila distribusi pendapatan buruk. Artinya sebagian kecil kelompok masyarakat menguasai begitu besar " kue " perekonomian. Jika di distribusi pendapatan buruk, berarti daya beli secara umum melemah, sehingga permintaan terhadap suatu barang menurun,
10. Usaha – usaha produsen dalam meningkatkan penjualan
Dalam perekonomian yang modern, bujukan para penjual untuk membeli barang besar sekali perannya dalam mempengaruhi masyarakat. Pengiklanan memungkinkan masyarakat untuk mengenal suatu barang baru atau

menimbulkan permintaan terhadap barang tersebut. Disamping itu, untuk barang-barang yang sudah lama, pengiklanan akan mengingatkan orang tentang adanya barang tersebut dan menarik minat untuk membeli. Usaha-usaha promosi penjualan lainnya, seperti pemberian hadiah atau pemberian potongan harga, sering mendorong orang untuk membeli lebih banyak daripada biasanya.

a. Fungsi permintaan

Fungsi permintaan adalah permintaan yang dinyatakan dalam hubungan matematis dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Dengan fungsi permintaan, maka kita dapat mengetahui hubungan antara variabel tidak bebas (dependent variabel) dan variabel-variabel bebas (independent variabel).

b. Skedul dan kurva permintaan

Skedul permintaan adalah daftar hubungan antara harga satu barang dengan tingkat permintaan barang tersebut. Sedangkan kurva permintaan adalah suatu kurva yang menggambarkan sifat hubungan antara harga suatu barang tertentu dengan jumlah barang tersebut yang diminta para pembeli.

Istilah "permintaan" mengacu pada keseluruhan dari kurva permintaan. Sedangkan "jumlah" mengacu pada banyaknya permintaan pada suatu tingkat harga tertentu. Kurva permintaan berbagai jenis barang pada umumnya menurun dari kiri atas kekanan bawah. Hal ini disebabkan oleh sifat hubungan antara harga dan jumlah yang diminta mempunyai sifat hubungan yang terbalik. Permintaan dapat dilihat dari dua sudut: (1) permintaan individu,

- (2) permintaan pasar, yaitu dengan menjumlahkan permintaan individu dalam pasar.²⁵
- c. Perubahan jumlah yang diminta dan perubahan permintaan
Perubahan harga menyebabkan perubahan jumlah barang yang diminta, tetapi perubahan itu hanya terjadi dalam suatu kurva yang sama. Ini yang disebut pergerakan permintaan sepanjang kurva permintaan (movement along demand curve).
- d. Kasus pengecualian permintaan
Hukum permintaan berlaku, yaitu kalau harga suatu barang naik justru permintaan terhadap barang tersebut meningkat. Paling tidak kelompok barang dimana hukum-hukum permintaan tidak berlaku, yaitu:
1. Barang yang memiliki unsur spekulasi
Misalnya emas, saham, dan tanah (dikota). Barang-barang itu dapat menyebabkan orang akan menambah pembelinya pada saat harganya naik, karena ada unsur spekulasi. Mereka mengharapkan harga akan naik lagi pada saat harga barang itu naik, dengan demikian mereka mengharapkan akan memperoleh keuntungan.
 2. Barang prestise
Barang-barang yang dapat menambah prestise seseorang yang memilikinya umumnya berharga mahal sekali. Kalau barang tersebut naik harganya, boleh jadi menyebabkan permintaan terhadap barang itu meningkat, karena bagi orang yang membeli berarti gengsinya naik.

3. Barang given

Untuk barang given (given goods), apabila harganya turun menyebabkan jumlah barang yang diminta akan berkurang. Hal ini disebabkan efek pendapatannya yang negatif daring barang given lebih besar daripada naiknya jumlah barang yang diminta karena berlakunya efek substitusi yang selalu positif. Dalam hal ini, apabila suatu barang harganya turun, ceteris paribus, maka pendapatan nyata, (real income) konsumen bertambah. Untuk kasus barang given, kenaikan pendapatan nyata konsumen justru mengakibatkan permintaan terhadap barang tersebut menjadi berkurang.

g. Penawaran (supply)

Penawaran adalah jumlah barang yang produsen ingin tawarkan (jual) ada berbagai tingkat harga selama periode tingkat tertentu. Teori penawaran memfokuskan pada hubungan diantara tingkat harga dengan jumlah barang yang di tawarkan. Faktor-faktor yang menentukan tingkat penawaran adalah harga jual barang yang bersangkutan, serta faktor-faktor lainnya yang dapat di serdehanakan sebagai faktor non harga, antara lain;

a) Harga barang itu sendiri

Jika harga suatu barang naik, maka produsen cenderung akan menambah jumlah barang yang di hasilkan. Hal ini membawa kita ke hukum penawaran, yang menjelaskan sifat hubungan antara harga suatu barang dengan jumlah barang tersebut yang di tawarkan penjual. Hukum penawaran menyatakan "semakin" tinggi harga suatu barang, ceteris paribus, semakin banyak jumlah

²⁵ Ibid. Hlm.4

- barang tersebut yang di tawarkan oleh penjual, dan sebaliknya”.
- b) Harga barang lain yang terkait
Secara umum dapat di katakana bahwa apabila harga barang substitusi naik, maka penawaran suatu barang bertambah, dan sebaliknya. Sedangkan untuk barang complement, dapat dinyatakan bahwa apabila harga barang komplemen naik, maka penawaran suatu barang berkurang, dan sebaliknya.
- c) Harga faktor produksi
Kenaikan harga faktor produksi, seperti tingkat upah yang lebih tinggi, harga bahan baku yang meningkat, atau kenaikan tingkat bunga modal, akan menyebabkan perusahaan memproduksi outputnya lebih sedikit dengan jumlah anggaran yang tepat. Kenaikan harga faktor produksi ini juga akan mengurangi laba perusahaan. Apabila tingkat laba suatu industri tidak menarik lagi, mereka akan pindah ke industri lain, dan hal ini akan mengakibatkan berkurangnya penawaran akan barang.
- d) Biaya produksi
Kenaikan harga input sebenarnya juga menyebabkan kenaikan biaya produksi. Dengan demikian, bila biaya produksi meningkat (apakah dikarenakan kenaikan harga faktor produksi atau penyebab lainnya), maka produsen akan mengurangi hasil produksinya, berarti penawaran barang itu berkurang.
- e) Teknologi produksi
Kemajuan teknologi menyebabkan penurunan biaya produksi, dan menciptakan barang-barang baru. Dalam hubungannya dengan penawaran akan suatu barang, kemajuan teknologi menyebabkan kenaikan dalam penawaran barang.
- f) Jumlah pedagang/penjual
Apabila jumlah penjual suatu produk tertentu semakin banyak,

maka penawaran barang tersebut akan bertambah.

- g) Tujuan perusahaan
Tujuan perusahaan adalah memaksimumkan laba, bukan memaksimumkan hasil produksinya. Akibatnya, tiap produsen tidak berusaha untuk memanfaatkan kapasitas produksinya secara maksimum, tetapi akan menggunakannya pada tingkat produksi yang memberikan keuntungan maksimum. Namun demikian, sering kita temui produsen yang mempunyai tujuan lain dalam memproduksi.
- h) Kebijakan pemerintah
Kebijakan pemerintah juga dapat mempengaruhi penawaran akan suatu barang di Indonesia, beras merupakan makanan utama. Kebijakan pemerintah untuk mengurangi impor beras dan meningkatkan produksi dalam negeri guna tercapainya swasembada beras, menyebabkan para petani menanam padi tertentu yang memberikan hasil banyak setiap panennya. Kebijakan ini jelas menambah penawaran beras dan keperluan impor beras dapat di kurangi.
- Sama halnya dengan permintaan, analisis penawaran dapat di sederhanakan, jika yang berubah adalah harga, maka terjadi pergerakan sepanjang kurva penawaran (movement along supply curve). Berarti., perubahan harga akan menyebabkan perubahan jumlah yang di tawarkan. Jika yang berubah adalah faktor non harga (ceteris varibus), maka kurva penawaran bergeser ke kiri atau ke kanan. Bergeser ke kanan berarti jumlah yang lebih banyak akan di tawarkan pada sembarang harga yang tetap, dan bergeser ke kiri berarti jumlah yang lebih sedikit di tawarkan pada harga yang tetap manapun.

1. Fungsi penawaran

Fungsi penawaran adalah penawaran yang dinyatakan dalam hubungan matematis dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

2. Kasus pengecualian penawaran

Kadang-kadang ditemui adanya kurva penawaran yang mempunyai slope negative. Contoh yang sering kita jumpai adalah kurva penawaran akan tenaga kerja yang berbentuk melengkung membalik (backward bending labour supply curve). Misalnya saja, seorang pekerja yang dibayar berdasarkan jumlah jam kerjanya

h. Perbandingan pasar tradisional dan pasar swalayan

Perbandingan pasar tradisional dengan pasar swalayan seperti supermarket, tokoh, atau department store, harga di cantumkan pada setiap barang yang dijual. Kalau pembeli tidak setuju dengan harga yang di cantumkan, ia boleh pergi melihat harga barang-barang lain yang mungkin cocok dengan selera dan kemampuan kemauan. Tidak ada lagi proses tawar menawar yang memakan banyak waktu.²⁶

Dalam suatu perekonomian yang di atur oleh mekanisme pasar, harga ditentukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran di pasar. Harga yang terbentuk melalui kekuatan permintaan dan penawaran ini di sebut harga keseimbangan. Agar lebih jelas, harga keseimbangan atau harga ekuilibrium adalah harga yang terbentuk oleh kekuatan pembeli dan kekuatan penjual yang ada dipasar, yaitu harga dimana jumlah barang yang di minta sama dengan jumlah barang yang ditawarkan. sebaliknya, harga disequilibrium adalah harga yang terjadi ketika jumlah barang yang diminta tidak sama dengan jumlah barang yang ditawarkan. Pasar yang menunjukkan adanya kelebihan permintaan atau

kelebihan penawaran disebut pasar dalam tahap disequilibrium.

Tabel 1.4 perbedaan pasar Tradisional dan pasar Swalayan

Aspek Swalayan	Pasar Tradisional	Pasar
Konsumen	Golongan menengah ke bawah	Golongan menengah ke atas
Fisik	Kurang baik dan sebagian baik	Baik dan mewah
Metode pembayaran	Tawar menawar	Metode Pembayaran past

Sumber: dinas perindustrian, perdagangan kabupaten barru

B. Kerangka pikir

Konsumen merupakan individu-individu yang membutuhkan suatu produk untuk dikonsumsi, bukan untuk dijual atau diproses lagi, konsumen dapat memperoleh produk yang mereka inginkan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya di pasar. Sekarang ini ada dua pilihan yang menjadi pilihan konsumen dalam berbelanja yaitu pasar tradisional dan pasar modern.

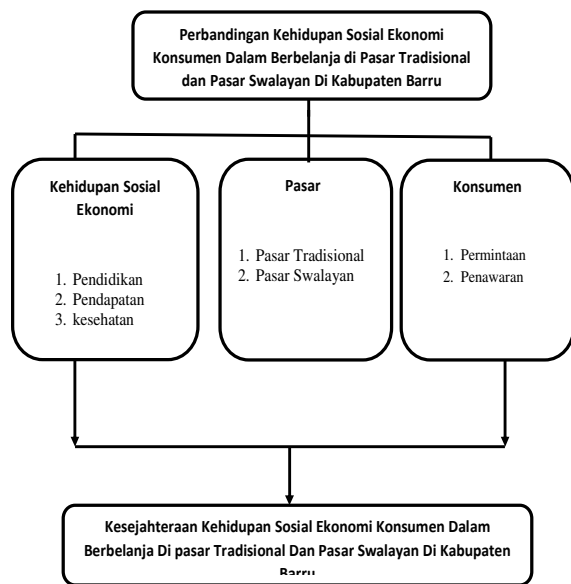
Ada beberapa karakteristik yang dimiliki pasar tradisional dan pasar swalayan yang menjadi daya tarik bagi konsumen. Pertama harga, hal ini menjadi pertimbangan utama bagi kebanyakan konsumen sebelum memilih untuk berbelanja dipasar tersebut, biasanya jika suatu pasar menetapkan harga yang murah untuk produk yang dijual, maka kebanyakan konsumen akan memilih berbelanja di tempat tersebut. Karena dari karakteristik tersebut menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam berbelanja di pasar tradisional dan pasar swalayan di Kabupaten Barru.

Kelengkapan produk, biasanya hal ini juga ini menjadi pertimbangan konsumen, dengan jenis produk yang beragam dan tersedia dalam jumlah yang banyak maka konsumen akan memilih

²⁶ Deliarnov. Op. Cit. Hlm. 38

banyak pilihan dalam produk yang diinginkan. Pelayanan juga sering menjadi bahan pertimbangan bagi konsumen. Sebagian besar konsumen menginginkan pelayanan yang bagus dan ramah sehingga mereka bisa dilayani dengan baik sewaktu berbelanja. Lokasi juga menentukan keputusan konsumen dalam berbelanja, untuk beberapa konsumen mungkin memilih berbelanja di pasar yang lebih dekat dengan tempat tinggal atau tempat kerjanya.

Keputusan konsumen dalam memilih tempat berbelanja juga dipengaruhi dalam karakteristik konsumen yaitu faktor sosial yang terdiri dari umur dan pendidikan, faktor ekonomi yang terdiri dari tingkat penghasilan dan jumlah tanggungan, serta faktor psikologis yang terdiri dari gengsi, kenyamanan dalam berbelanja.



Gambar Skema: Kerangka Pikir

1. Hipotesis

Ho : tidak Ada perbandingan konsumen dalam berbelanja di pasar tradisional dan pasar swalayan di Kabupaten Barru

Ha : Ada perbandingan konsumen dalam berbelanja di pasar tradisional

dan pasar swalayan di Kabupaten Barru.

3. METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

a) Pendekatan Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono, metode penelitian kuantitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.²⁷

b) Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif asosiatif/hubungan. Menurut Syofian Siregar, penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.²⁸

B. Variabel dan Desain Penelitian

a) Variabel penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Secara teoritis variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau objek yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan yang lain atau satu objek dengan objek yang lain. (Hatch dan Farhady dalam Sugiyono).²⁹

Maka variabel-variabel yang akan digunakan pada penelitian ini adalah variabel bebas (variabel independen) dan variabel terikat (variabel dependen). Sehingga dalam penelitian ini yang menjadi

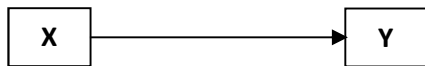
²⁷Sugiyono. 2015. *Metode penelitian pendidikan*. Cetakan Ke-21. Bandung: Alfabeta, hal. 14

²⁸Syofian Siregar. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Cetakan Ke-1. Jakarta: Kencana, hal. 7
²⁹Ibid. p. 60

variabel adalah pasar sebagai variabel bebas (x) dan konsumen variabel terikat (y)

b) Desain Penelitian

Penelitian ini menunjukkan hubungan kausal menurut sugiyono hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi disini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi).³⁰ Untuk lebih jelasnya desain penelitian ini yang terdiri dari dua variabel dapat dilihat sebagai berikut :



Gambar 1. Desain Penelitian

Keterangan:

X: kehidupan sosial ekonomi konsumen

Y: Pasar Tradisional dan Pasar Swalayan

C. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

a) Definisi operasional variabel

Definisi operasional merupakan penjelasan atas konsep atau variabel penelitian yang ada dalam judul penelitian. Isi dari definisi operasional adalah penjabaran variabel-variabel penelitian. Hal ini dimasukkan agar tidak menimbulkan penafsiran yang berbeda tentang konsep atau dasar pemikiran dalam penelitian ini.

1. Bagaimanakah kehidupan sosial ekonomi di Kabupaten Barru.
2. Bagaimanakah konsumen berbelanja di pasar Tradisional dan pasar swalayan di Kabupaten Barru
3. Perbandingan kehidupan sosial ekonomi konsumen dalam berbelanja di pasar tradisional dan pasar swalayan di Kabupaten Barru.

b) Pengukuran variabel

Untuk mengukur variabel dalam penelitian ini, maka digunakan instrumen

berupa angket yang diajukan kepada responden dengan menggunakan skala Likert. Menurut Sugiyono, bahwa adapun daftar pertanyaan yang disusun telah ditetapkan oleh peneliti. Setiap jawaban dari pertanyaan akan diberikan skor numerik (angka) sesuai hasil penelitian yang diperoleh. Untuk lebih jelasnya sebagai berikut.³¹

- | | |
|--|---|
| 1) Setuju/selalu/sangat positif | 5 |
| 2) Setuju/sering/positif/ diberi skor | 4 |
| 3) Ragu-ragu/kadang-kadang/netral diberi skor | 3 |
| 4) Tidak setuju/hampir tidak pernah/ negatif diberi skor | 2 |
| 5) Sangat tidak setuju/tidak pernah diberikan skor | 1 |

D. Populasi dan sampel

a) Populasi

Menurut Suharsimi Arikunto, populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi.³²

Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan konsumen berbelanja di pasar tradisional dan pasar swalayan di Kabupaten Barru. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1.5 Keadaan Populasi Konsumen dalam berbelanja dipasar Tradisional Kabupaten Barru

No.	Pasar Tradisional	Konsumen
1	Pasar cilellang	8 orang
2	Pasar ele	5 orang
3	Pasar sentral	9 orang
4	Pasar takkalasi	7 orang
5	Pasar mangkoso	10 orang
6	Pasar palandro	7 orang
Jumlah		46

³⁰Ibid. p.59

³¹Ibid. p.134

³²Suharsimin Arikunto. 1992. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Cetakan Ke-8. Jakarta: PT Rineka Cipta, hal. 102

Tabel 1.6 Keadaan Populasi Konsumen dalam berbelanja di pasar swalayan Kabupaten Barru

No.	Pasar Tradisional	Konsumen
1	Kecamatan Tanete Rilau	30 orang
2	Kecamatan Barru	10 orang
3	Kecamatan Soppeng Riaja	10 orang
Jumlah		30

b) Sampel

Menurut Husein Umar dalam Kracjie juga membuat suatu daftar seperti Slovin, hanya untuk α sebesar 5% dan jumlah populasi N mulai dari sebesar 10 sampai 100.000. berdasarkan N dan α tersebut di hasilkan besar sampelnya. Karena prinsipnya sama dan ternyata besar sampel dari pendapat Kracjie dan Slovin hampir sama besar.³³

Jika ukuran populasi relative sangat besar, misalnya diatas 100.000, kita tidak bisa menggunakan tabel. Ada rumus yang dapat dipakai, yang pertama dalam rangka menaksir parameter μ dan parameter P.

- a. Untuk menaksir parameter rata-rata μ Model interval taksiran untuk parameter μ adalah:

$$\bar{X} - Z_{\alpha/2}(\sigma/\sqrt{n}) < \mu < \bar{X} + Z_{\alpha/2}(\sigma/\sqrt{n})$$

$$\text{Atau } \mu = \bar{X} \pm Z_{\alpha/2}(\sigma/\sqrt{n})$$

Dimana $Z_{\alpha/2}(\sigma/\sqrt{n})$ dinggap error (e) dari hasil taksirannya. Jika error ini dikuadratkan, maka akan didapat:

$$e^2 = Z_{\alpha/2}^2 (\sigma^2/n)$$

Dengan perhitungan matematik sederhana, jumlah sampel n dapat ditentukan menjadi:

$$n = [(Z_{\alpha/2}\sigma)/e]^2$$

Karena standar deviasi populasi sering tidak diketahui, maka jalan keluarnya ada tiga cara, yaitu:

- 1. Diambil dari penelitian terdahulu, jika ada

- 2. Diambil dari prasurvei, yaitu terhadap beberapa data saja yang dianggap cukup mewakili.
- 3. Standar deviasi dapat didekati dengan range (R), yaitu selisih data terbesar-terkecil, sehingga σ dapat dicari dengan rumus:

$$\sigma = R/4$$

- 4. Untuk menaksir parameter proporsi P Model interval taksiran untuk parameter P adalah:

$$p - Z_{\alpha/2}\sqrt{(p \cdot q/n)} < P < p + Z_{\alpha/2}\sqrt{(p \cdot q/n)}$$

Atau

$$P = p \pm Z_{\alpha/2}\sqrt{(p \cdot q/n)}$$

Dimana

$$p = \frac{x}{n}$$

$$q = 1 - p$$

$$e = Z_{\alpha/2}\sqrt{(p \cdot q/n)}$$

Jumlah sampel n yang diperlukan adalah : 82 metode penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis

$$N > pq (Z_{\alpha/2}/e)^2$$

Jika p dan q tidak diketahui, maka dapat diganti dengan 0,25 sebagai perkalian antara 0,5 x 0,5.³⁴

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik penelitian yang digunakan berupa kegiatan: observasi , kuisisioner dan dokumentasi. Untuk lebih jelas, akan diuraikan berikut ini:

- a. Observasi, yaitu peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data peneliti. Sambil melakukan pengamatan, peneliti ikut melakukan apa yang dikerjakan oleh sumber data, dan ikut merasakan suka dukanya. Dengan observasi partisipan ini, maka data

³³ Husain Umar.2009.*Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*.cet.ke- 1 Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, hal. 80

³⁴ Ibid.p. 81

yang diperoleh akan lebih lengkap, tajam, dan sampai mengetahui pada tingkat makna dari setiap perilaku yang tampak.

- b. Kuisioner/Angket adalah metode pengumpulan data dengan cara menggunakan daftar pertanyaan yang diajukan kepada konsumen untuk dijawab dengan memberikan angket.
- c. Dokumentasi, yaitu catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*live histories*), ceritera, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar, misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film, dan lain-lain. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan dokumentasi dalam penelitian kualitatif. Dalam hal dokumen Bogdan menyatakan.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan dimana setelah data dari seluruh responden terkumpul dan merupakan kegiatan yang cukup penting dalam keseluruhan proses penelitian. Dengan pengolahan data dapat diketahui makna dari data yang berhasil dikumpulkan sehingga hasil penelitian segera diketahui.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis statistik deskriptif dan teknik analisis statistik inferensial yang bertujuan untuk mengkaji variabel penelitian.

a) Analisis Statistik Deskriptif

Teknik analisis statistik deskriptif merupakan teknik analisis data yang

bertujuan untuk mendeskripsikan kedua variabel dengan menggunakan analisis rata-rata (mean) serta standar deviasi.

a. Rata-rata (mean)³⁵

$$M = \frac{\sum xi}{N}$$

Dimana :

$$\begin{aligned} \sum xi &= \text{Jumlah Tiap Data} \\ N &= \text{Banyaknya data} \\ M &= \text{Rata-rata} \end{aligned}$$

b. Standar deviasi³⁶

$$SD = \sqrt{\frac{\sum FX^2}{N} - \left(\frac{\sum FX}{N}\right)^2}$$

Dimana :

$$\begin{aligned} SD &= \text{Standar Deviasi} \\ X &= \text{Nilai} \\ N &= \text{Jumlah Data} \end{aligned}$$

b) Analisis Statistik inferensial

1) Uji Normalitas Data

Uji normalitas yang digunakan adalah rumus dasar Chi Kuadrat yang dikemukakan oleh Sugiyono dengan rumus:³⁷

$$X^2 = \sum \left[\frac{(f_0 - f_h)^2}{f_h} \right]$$

Dimana:

X^2 : Harga Chi Kuadrat

f_0 : Frekuensi yang diobservasi

f_h : Frekuensi yang diharapkan

Kriteria pengujian ini dilakukan dengan membandingkan harga Chi Kuadrat hitung dengan Chi Kuadrat tabel. Bila harga Chi Kuadrat hitung lebih kecil atau sama dengan harga Chi Kuadrat tabel ($X_h^2 \leq X_i$), maka distribusi dinyatakan normal, dan apabila lebih besar ($>$) dinyatakan tidak normal.

2) Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis Regresi Linear Sederhana digunakan untuk mengetahui perbandingan kehidupan sosial ekonomi dalam konsumen berbelanja dipasar tradisional dan pasar swalayan di

³⁵Sugiyono. 2015. *Statistik untuk Penelitian*. Cetakan Ke-21. Bandung: Alfabeta, hal.49

³⁶Ibid. p. 76

³⁷Ibid. p. 241-243

Kabupaten Barru. Menurut Sugiyono, rumus analisis regresi sederhana adalah:³⁸

$$Y = a + bX$$

dimana:

Y =subyek/ nilai dalam variable dependen yang diprediksikan

a = harga Y ketika harga X = 0 (harga konstanta)

b = angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variable dependen yang didasarkan pada perubahan variable independen, bila b (+) arah garis naik, dan bila (-) maka arah garis turun.

X = subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

Untuk keperluan regresi liner sederhana digunakan Uji-F melalui table Anova. Hipotesis yang diterima adalah:

Ho : $\alpha : \beta = 0$, melawan

Hi : $\alpha \neq 0$ atau $\beta \neq 0$

Kriteria pengujian adalah bilamana F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} pada taraf signifikan 5%, maka H_0 ditolak yang menyatakan bahwa perbandingan kehidupan sosial ekonomi dalam konsumen berbelanja di pasar tradisional dan pasar swalayan di Kabupaten Barru, maka perlu penguji lanjutan, begitu pula sebaliknya apabila F_{hitung} lebih kecil dari F_{tabel} pada taraf signifikan 5%, maka H_0 diterima yang menyatakan tidak Ada perbandingan kehidupan sosial ekonomi dalam konsumen berbelanja di pasar tradisional dan pasar swalayan di Kabupaten Barru .

c) Analisis korelasi Product Moment

Analisis korelasi product moment dimaksudkan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan kedua variabel yaitu pasar terhadap kepuasan konsumen berbelanja keberadaan, Menurut Sugiyono, rumusan korelasi product moment sebagai berikut:³⁹

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi

N = Banyaknya subjek

X = Nilai variabel x

Y = Nilai variabel y

Selanjutnya penguji koefisien korelasi dengan menguji hipotesis, yaitu:

$H_0 : \rho = 0$ lawan $H_1 : \rho \neq 0$.

Kriteria pengujian yaitu dinyatakan bahwa hipotesis penelitian diterima jika nilai r hitung lebih besar daripada r tabel pada sampel (N) tertentu pada taraf signifikan 5 %, demikian juga sebaliknya. pengolahan data dilakukan dengan menggunakan komputer.

Untuk mengetahui besarnya hubungan antara kedua variabel, maka digunakan patokan interpretasi nilai r koefisien korelasi berdasarkan pendapat Sugiyono, sebagai berikut.

Interval Koefesien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. HASIL PENELITIAN

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitaian

a. Sejarah Barru

Kabupaten Barru dahulu sebelum terbentuk adalah sebuah kerajaan kecil yang masing- masing di pimpin oleh seorang raja, yaitu: kerajaan berru (Barru), kerajaan tanete, kerjaan soppeng riaja dan kerjaan mallusetasi.pada masa pemerintahan belanda dibentuk Sifil belanda di mana wilayah kerajaan Barru, Tanete dan Soppeng Riaja di masukkan dalam wilayah onder afdelling bernauang di bawah afdelling pere- pare. Sebagai kepala

³⁸Ibid. p. 262

³⁹Ibid. p. 255

pemerintahan onder afdelling diangkat seorang control belanda yang berkedudukan di Barru, Sedangkan ketiga bekas kerajaan tersebut di beri status sebagai self bestuur (pemerintahan kerajaan sendiri) yang mempunyai hak otonom untuk menyelenggarakan pemerintahan sehari-hari baik terhadap eksekutif maupun dibidang yudikatif. Seiring perjalan waktu, maka pada tanggal 24 februari 1960 merupakan tonggak sejarah yang menandai awal kelahiran kabupaten daerah tingkat II Barru dengan ibu kota Barru, berdasarkan undang-undang 229 tahun 1959 tentang pembentukan daerah-daerah tingkat II di Sulawesi-selatan. Kabupaten Barru terbagi dalam 7 kecamatan yang memiliki 40 desa dan 14 Kelurahan, Berada ± 102 Km Disebelah utara Kota Makassar, ibu kota Sulawesi-selatan.

b. Daftar nama-nama yang pernah memimpin Barru

Tabel 1.7

No	Nama	Tahun	Nama daerah
1.	Kapten TNI(Purn) La Nakka	1960-1965	Barru
2.	H.muhammad Sewang	1965-1970	Barru
3.	Andi Sukur	1970-1980	Barru
4.	Andi Pamadengrukka Mappayompa	1980-1990	Barru
5.	Andi Makkasau Razak	1990-2000	Barru
6.	H. Andi Muhammad Rum	2000-2010	Barru
7.	H. Andi Idris Syukur	2010-2015	Barru
8.	Ir. H. Suardi Saleh, M. Si	2015-skrng	Barru

c. Batas Wilayah Kabupaten Barru

1. Utara : Kota Pare- pare
2. Selatan : Kabupaten Bone
3. Barat: Kabupaten Pangkajenne dan Kepulauan dan Selat Makassar
4. Timur : Kabupaten Bone, Kabupaten Soppeng dan Kabupaten sidenreng Rappang

d. Letak Geografis Kabupaten Barru

Secara Geografis, Kabupaten Barru Terletak pada 4°00' - 5°35' Lintang Selatan dan 109°35' - 119°49' Bujur Timur. Wilayahnya Berada dibagian barat daratan pulau Sulawesi Sekitar kurang lebih 102 Km Sebelah Utara Kota Makassar Ibu Kota

Provinsi Sulawesi-selatan Kabupaten Barru mempunyai ketinggian antara 0-1.700 Meter diatas permukaan laut dengan bentuk permukaan sebahagian besar daerah kemiringan berbukit hingga bergunung-gunung. Wilayah bertopografi perbukitan hingga pengunungan berda di sebagian besar wilayah tengah hingga timur dan selatan yang sebagian juga merupakan kawasan kars. Sebahagian lainnya merupakan daerah datar, landai hingga pesisir. Kabupaten Barru Merupakan pesisir pantai yang cukup panjang. Garis pantai mencapai 87Km Sehingga merupakan Kabupaten dengan pesisir pantai terpanjang Di Sulawesi selatan.

e. Kondisi Iklim

Dikabupaten Barru Terdapat 21 sunagai yang tersebar di tujuh Kecamatan. Sungai jampue di Kecamatan Mallusetasi Merupakan sungai terpanjang Di Kabupaten Barru dengan panjang sungai 45,55 Km kemudian sungai sumpangbinggae Di Kecamatan Barru dengan panjang 44,95Km. di Kabupaten Barru Terdapat seluas 71,79% (84.340 Ha) denag tipe iklim C yakni mempunyai bulan basah berturut-turut 5-6 bulan (Oktober-Maret) dan bulan kering berturut-turut kurang dari 2bulan (April-September). Total hujan selama setahun di Kabupaten Barru sebanyak 113 Hari dengan jumlah curah hujan sebesar 5.252 mm. curah hujan di Kabupaten Barru berdasarakan hari hujan terbanyak pada bulan desamber- januari dengan jumlah curah hujan 1.335mm dan 1.138mm sedangkn hari hujan masing-masing 2 hari dengan jumlah curah hujan masing-masing 104mm dan 17mm.

f. Visi Misi Kabupaten Barru

Visi

“TERWUJUDNYA KABUPATEN BARRU LEBIH MAJU, SEJAHTERA, TAAT AZAZ DAN BERMARTABAT YANG BERNAFASKAN KEAGAMAAN”

Visi ini menjadi arah arah perjalanan pembangunan Kabupaten Barru

selama 2016-2020 dengan penjelasan makna visi sebagai berikut:

Lebih maju adalah kondisi dimana pada tahun 2017 Kabupaten Barru menjadi lebih baik dalam hal kualitas sumberdaya manusia yang meliputi angka harapan hidup, rata-rata lama sekolah, angka melek huruf dan daya beli masyarakat.

Sejahtera bermakna bahwa pembangunan Kabupaten Barru dilakukan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosial seluruh masyarakat Barru.

Taat azaz dimaksudkan bahwa pembangunan Kabupaten Barru yang dilakukan mengacu pada ketentuan hukum dan norma budaya/adat-istiadat sertakearifan lokal dalam rangka terpeliharanya kebersamaan antar berbagai unsur dalam tatanan daerah dan terjaminnya keberlanjutan pembangunan.

Bermartabat keagamaan bermakna bahwa seluruh aktivitas penyelenggaraan pemerintah, pembangunan dan pembinaan kemasyarakatan berlandaskan nilai-nilai keagamaan.

Misi

Berdasarkan visi tersebut di atas, maka misi pembangunan jangka menengah daerah yang ditetapkan sebagai berikut:

Meningkatkan kualitas manusia optimalisasi pemanfaatan sumberdaya pembangunan untuk kesejahteraan masyarakat menciptakan lingkungan yang kondusif mengembangkan interkoneksi wilayah. Mewujudkan tata kelola yang baik dan bersih berdasarkan visi dan misi, maka tujuan dan sasaran pembangunan jangka menengah daerah yang akan dicapai sebagai berikut:

1. Meningkatkan kualitas manusia

Sasaran yang ingin dicapai dari tujuan ini adalah:

Meningkatnya angka partisipasi murni dan angka partisipasi kasar anak usia dini SD, SLTP, dan SLTA dan angka melanjutkan sekolah menurunnya angka buta huruf secara signifikan meningkatnya kualitas guru meningkatnya sarana prasarana

meningkatnya proses belajar mengajar meningkatnya luaran pendidikan SD, SLTP, SLTA meningkatnya transparansi dan akuntabilitas pengelolaan pendidikan meningkatnya PHBS masyarakat serta terwujudnya lingkungan yang memenuhi syarat kesehatan meningkatnya efektifitas pelayanan perawatan dan pengobatan penyakit meningkatnya status gizi masyarakat menurunnya angka kematian bayi, balita dan ibu hamil/melahirkan terpenuhinya kebutuhan sarana/prasarana kesehatan, teknologi kesehatan dan tenaga kesehatan sesuai bidangnya terkendalikannya pertumbuhan penduduk meningkatnya kemampuan tangkal atas penyakit menular dan penyakit tertentu seperti HIV/AIDS/, flu burung serta potensi penyakit/gangguan kesehatan akibat pemanasan global.

2. Tercapainya kesejahteraan ekonomi dan sosial masyarakat

Sasaran yang ingin dicapai dari tujuan ini adalah:

Berkurangnya jumlah penduduk miskin, kedalaman kemiskinan, kedalaman kemiskinan dan kerentanan untuk miskin terjadinya transformasi struktur perekonomian yang berimbang antara sektor primer, sekunder dan tersier. Terciptanya jaringan kerja sama dengan lembaga mitra lainnya meningkatkan produksi dan produktivitas yang semakin berkualitas, meningkatkan populasi ternak besar yang bersinegri dengan intensifikasi tanaman pangan, meningkatnya produksi ternak unggas, meningkatnya produksi perikanan tangkap dan budidaya, meningkatnya sarana prasarana penangkapan, meningkatnya produksi dan penyerapan tenaga kerja industri, UMKM. Optimalnya eksploitasi sumber-sumber pertambangan bernilai ekonomis tinggi, meningkatnya kelestarian ekologi dan sumber daya alam tertanganannya jumlah penyandang masalah kesejahteraan sosial berkembangnya

- kegiatan kepemudaan, berkembangnya kegiatan keolahragaan, meningkat dan meluasnya apresiasi seni daerah. Teraktualisasikannya situs dan karya kebudayaan lokal asli, berkembangnya destinasi dan event wisata, berkembangnya partisipasi perempuan pada lembaga pemerintah, lembaga ekonomi dan penyelenggaraan pembangunan. Berkurangnya kasus kekerasan terhadap perempuan dan anak. Berkembangnya koperasi sebagai bagian dari gerakan sosial masyarakat.
3. **Terpeliharanya dan Semakin Meningkatnya Kebersamaan Antar Berbagai Unsur Dalam Tatanam Daerah**
Sasaran yang ingin dicapai dari tujuan ini adalah: Berkembang dan terpeliharanya saling kepercayaan, saling bantu serta kepatuhan kepada norma kebersamaan teraktualisasikannya nilai-nilai, norma-norma dan pengetahuan lokal asli, berkembangnya kualitas tatanan pada tingkat lokalitas desa/kelurahan. Tertanamnya nilai-nilai kesadaran berdemokrasi pada masyarakat dan pelaku politik.
 4. **Terjaminnya Kelestarian Lingkungan Dan Keberlanjutan Sumber Daya Alam**
Sasaran yang ingin dicapai dari tujuan ini adalah:
Terlestarikannya sumber daya alam, terpeliharanya kualitas lingkungan yang baik terciptanya sistem penanganan bencana yang tanggap, efektif dan efisien, terciptanya kesepian dalam mitigasi dan adaptasi dampak perubahan iklim terhadap produksi pertanian, ketahanan pangan, gangguan kesehatan dan keragaman hayati, terjaganya kehormonisan dalam bentuk interaksi antar kelompok, golongan, lapisan dan pemangku kepentingan, semakin harmonisnya kehidupan sosial dan tingginya kepatuhan kepada hukum. Terwujudnya kesadaran dan penghargaan terhadap hukum dan hak asasi manusia.
 5. **Meningkatnya Daya Saing Daerah**
Sasaran yang ingin dicapai dari tujuan ini adalah:
Terpenuhnya kebutuhan jalan-jembatan dan pelabuhan bagi angkutan dan perlintasan orang/barang, terpenuhnya fasilitas yang dapat mengakselerasi pertumbuhan dan transformasi perekonomian serta kemajuan/kemandirian wilayah, terpeliharanya keseimbangan antara kawasan lindung dengan kawasan budidaya. Berkembangnya wilayah perkotaan/agropolition, wilayah industri dan kawasan strategi. Tertanganinya wilayah banjir dan wilayah kekeringan, berkembangnya keadaan kondusif bagi penanaman modal dalam negeri dan asing, berkembangnya jaringan kerja sama antar daerah.
 6. **Semakin Fungsionalnya Nilai Dan Ajaran Agama Dalam Etos Dan Budaya Kerja Dalam Tatanan Pemerintah Dan Sosial Kemasyarakatan**
Sasaran yang ingin dicapai dari tujuan ini adalah:
Semakin tingginya kualitas penghayatan dan pengamalan ajaran agama.
 7. **Terwujudnya Pelayanan Umum Yang Efektif Dan Efisien Dan Memuaskan Masyarakat**
Sasaran yang ingin dicapai dari tujuan ini adalah:
Tercapainya efektifitas dan efisiensi pengelolaan program/kegiatan yang transparan, akuntabel dan partisipatif, meningkatnya kualitas fungsi legilasi, penganggaran dan pengawasan DPRD, meningkatnya pemerintah dan pembangunan, tercapainya kapasitas yang bersesuaian dengan tuntutan perwujudan pemerintahan yang baik dan saling memberdayakan dengan kelembagaan masyarakat, meningkatkan transparansi dan akuntabilitas pengelolaan keuangan dan aset daerah terciptanya pelayanan publik yang prima, terciptanya pengelolaan kependudukan dan catatan sipil yang tertib, berkembangnya sistem

pelayanan yang menjamin efektifitas,efisiensi dan kepuasan pelanggan, berkembangnya organisasi dan kelembagaan pemerintah daerah yang efektif, meningkatnya kemampuan manajerial dan teknis aparatur.

B. Tehnik Analisis Data

Untuk mengetahui perbandingan konsumen dalam berbelanja di pasar tradisioanl dan pasar swalayan digunakan angket sebagai teknik pengumpulan data untuk variabel X dan variabel Y. Dalam pengujian hipotesis dilakukan uji kuantitatif dengan menggunakan rumus – rumus statistik serta perangkat lunak komputer dengan program SPSS (statistical product standar sulotion) yang relevan.

1. Analisis Statistik Deskriptif

Untuk memperoleh gambaran perbandingan konsumen dalam berbelanja di pasar tradisional dan pasar swalayan di Kabupaten Barru, maka kedua variabel tersebut dibuatkan tabel frekuensi dan presentase. Dimana variabel kehidupan sosial ekonomi konsumen (Variabel X) menggunakan kategori sangat baik, baik, cukup baik, kurang baik dan tidak baik. Sedangkan variabel pasar tradisional dan pasar swalayan (Variabel Y) diukur dengan kategori sangat baik, baik, cukup baik, kurang baik dan tidak baik.

a) Gambaran Kehidupan sosial ekonomi konsumen di Kabupaten Barru (Variabel X)

Untuk mengetahui gambaran kehidupan sosial ekonomi konsumen di Kabupaten Barru, digunakan distribusi frekuensi dan presentase. Namun sebelumnya terlebih dahulu dianalisa satu persatu indikator-indikator yang digunakan.

Kehidupan sosial ekonomi konsumen mempunyai 3 indikator yaitu : 1) pendidikan, 2) pendapatan, 3) dan 4) kesehatan. Indikator-indikator tersebut diuraikan dalam bentuk pernyataan-pernyataan yang disajikan dalam bentuk angket.

1. Indikator Pendidikan

Pendidikan yaitu tuntunan di dalam hidup. Maksudnya, pendidikan menuntun segala kekuatan kodrat yang ada pada diri seseorang agar mereka sebagai manusia dan sebagai konsumen dalam pasar dapat mencapai keselamatan dan kebahagiaan setinggi-tingginya.

Tabel 1.8 Distribusi frekuensi dan persentase Pendidikan

No	Interval Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase
1.	25-29	Sangat Baik	0	0
2.	20-24	Baik	19	63,33%
3.	15-19	Cukup Baik	11	36,66%
4.	10-14	Kurang Baik	0	0
5.	5-9	Tidak Baik	0	0
Jumlah			30	100%

Sumber: Hasil Olahan Angket no. 1-5

Berdasarkan tabel diatas, frekuensi dari persentase tertinggi berada pada interval 20-24 dengan nilai 19 atau 63,33%. Hal ini menunjukkan bahwa pendidikan di Kabupaten Barru berada dalam kategori baik. Hal ini bisa dilihat dari item pernyataan angket yang diisi oleh responden.

2. Indikator pendapatan

pendapatan adalah sejumlah jenis balas jasa yang diterima, factor-faktor produksi yang turut serta dalam proses produksi yaitu upah dan gaji, sewa tanah, bunga, modal dan keuntungan”

Sedangkan menurut Prihadi “Pendapatan Adalah Barang atau Jasa Yang Sudah diserahkan kepada Pembeli. Artinya Hak atas barang tersebut sudah pindah ke pembeli, terlepas apakah sudah dibayar pembeli atau belum.

Tabel 1.9 Distribusi frekuensi dan persentase Pendapatan

No	Interval Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase
1.	25-29	Sangat Baik	3	10%
2.	20-24	Baik	17	56,60%
3.	15-19	Cukup Baik	9	30%
4.	10-14	Kurang Baik	1	3,33%
5.	5-9	Tidak Baik	0	0
Jumlah			30	100%

Sumber: Hasil Olahan Angket no. 6-10

Berdasarkan tabel diatas, frekuensi dari persentase tertinggi berada pada interval 20-24 dengan nilai 17 atau 56,60%. Hal ini menunjukkan bahwa pendapatan di Kabupaten Barru berada dalam kategori baik . Hal ini bisa dilihat dari item pernyataan angket yang diisi oleh responden.

3. Indikator Kesehatan

Kesehatan merupakan salah satu faktor penting untuk melakukan aktivitas sehari-hari. Sehat merupakan kondisi yang maksimal baik dari segi fisik, mental, dan sosial. Kesehatan yang baik dapat digambarkan sebagai kondisi dimana tubuh serta pikiran kita berfungsi dengan baik.

Tabel 1.10 Distribusi frekuensi dan persentase Kesehatan

No	Interval Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase
1.	25-29	Sangat Baik	0	0
2.	20-24	Baik	8	26,66%
3.	15-19	Cukup Baik	16	53,33%
4.	10-14	Kurang Baik	4	13,33%
5.	5-9	Tidak Baik	2	6,66%
Jumlah			30	100%

Sumber: Hasil Olahan Angket no. 11,15

Berdasarkan tabel diatas, frekuensi dari persentase tertinggi berada pada interval 15-19 dengan nilai 16 atau 53,33%. Hal ini menunjukkan bahwa Kesehatan di Kabupaten Barru berada dalam kategori cukup baik . Hal ini bisa dilihat dari item pernyataan angket yang diisi oleh responden.

Tabel 1.11 Distribusi frekuensi dan

No	Interval Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase
1.	67-79	Sangat Baik	3	10%
2.	54-66	Baik	20	66,66%
3.	41-53	Cukup Baik	7	23,33%
4.	28-40	Kurang Baik	0	0
5.	15-27	Tidak Baik	0	0
Jumlah			30	100%

Sumber: Hasil Olahan Angket Variabel X

Berdasarkan tabel diatas, frekuensi dari persentase tertinggi berada pada interval 54-66 dengan nilai 20 atau 66,66%. Hal ini menunjukkan bahwa Kesehatan di Kabupaten Barru berada dalam kategori baik. Hal ini bisa dilihat dari item pernyataan angket yang diisi oleh responden.

b) Gambaran Pasar Tradisional dan Pasar Swalayan di Kabupaten Barru (Variabel Y)

Untuk mengetahui gambaran Pasar tradisional dan pasar swalayan di Kabupaten Barru, digunakan distribusi frekuensi dan presentase. Namun sebelumnya terlebih dahulu dianalisa satu persatu indikator-indikator yang digunakan.

Pasar tradisional dan pasar swalayan mempunyai 4 indikator yaitu : 1) pasar tradisional, 2) pasar swalayan, 3) permintaan, dan 4) penawaran. Indikator-indikator tersebut diuraikan dalam bentuk pernyataan-pernyataan yang disajikan dalam bentuk angket.

1. Indikator pasar tradisional

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya antara pembeli dan penjual serta di tandai dengan adanya penjual dan pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar menawar, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios, gerai, losmen dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual ataupun pengelola pasar, dan masing-masing penjual saling menawarkan jualannya kepada pembeli, seperti pakaian, ikan, telur, sayuran, daging, barang elektronik, dan ada pula yang menawarkan jasa.

Tabel 1.12 Distribusi frekuensi dan pasar tradisional

No	Interval Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase
1.	25-29	Sangat Baik	0	10%
2.	20-24	Baik	20	66,66%
3.	15-19	Cukup Baik	9	30%
4.	10-14	Kurang Baik	1	3,33%
5.	5-9	Tidak Baik	0	0
Jumlah			30	100%

Sumber: Hasil Olahan Angket no 1-5

Berdasarkan tabel diatas, frekuensi dari persentase tertinggi berada pada interval 20-24 dengan nilai 29 atau 66,66%. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dalam berbelanja di pasar tradisional di Kabupaten Barru berada dalam kategori baik . Hal ini bisa dilihat dari item pernyataan angket yang diisi oleh responden.

2. Pasar swalayan

pasar swalayan secara umum adalah menempati ruang yang luas, dan karena ragam barang yang diujakan pasar swalyan itu dikenal dengan istilah supermarket. Istilah supermarket di Indonesiakan menjadi pasar swalayan, karena didalam transaksinya para pembeli melayani diri sendiri (swa-layan).

Tabel 1.13 Distribusi frekuensi dan pasar swalayan

No	Interval Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase
1.	25-29	Sangat Baik	2	6,66%
2.	20-24	Baik	18	60%
3.	15-19	Cukup Baik	8	26,66%
4.	10-14	Kurang Baik	2	6,66%
5.	5-9	Tidak Baik	0	0
Jumlah			30	100%

Sumber: Hasil Olahan Angket no 6-10

Berdasarkan tabel diatas, frekuensi dari persentase tertinggi berada pada interval 20-24 dengan nilai 18 atau 60%. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dalam berbelanja di pasar swalayan di Kabupaten Barru kategori baik

. Hal ini bisa dilihat dari item pernyataan angket yang diisi oleh responden.

3. Indikator permintaan

Permintaan adalah keinginan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga selama periode waktu tertentu supaya lebih akurat maka dalam pengertian tersebut perlu di tambahkan di mensi geografis, misalnya kita berbicara tentang berapa jumlah pakaian yang akan di beli pada berbagai tingkat harga dalam suatu periode waktu tertentu, perbulan atau pertahun,.Teori permintaan menerangkan tentang ciri hubungan antara jumlah permintaan dengan harga. Teori permintaan ini juga menerangkan tentang sifat permintaan para pembeli terhadap suatu barang

Tabel 1.14 Distribusi frekuensi dan persentase permintaan

No	Interval Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase
1.	15-17	Sangat Baik	4	13,33%
2.	12-14	Baik	12	40%
3.	9-11	Cukup Baik	14	46,66%
4.	6-8	Kurang Baik	0	0
5.	3-5	Tidak Baik	0	0
Jumlah			30	100%

Sumber: Hasil Olahan Angket no 11-13

Berdasarkan tabel diatas, frekuensi dari persentase tertinggi berada pada interval 9-11 dengan nilai 14 atau 46,66%. Hal ini menunjukkan bahwa permintaan konsumen di Kabupaten Barru berada dalam kategori cukup baik . Hal ini bisa dilihat dari item pernyataan angket yang diisi oleh responden.

4. Indikator penawaran

Penawaran adalah jumlah barang yang produsen ingin tawarkan (jual) ada berbagai tingkat harga selama periode tingkat tertentu. Teori penawaran memfokuskan pada hubungan diantara tingkat harga dengan jumlah barang yang di tawarkan. Faktor-faktor yang menentukan tingkat penawaran adalah harga jual barang yang bersangkutan

Tabel 1.15 Distribusi frekuensi dan penawaran

No	Interval Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase
1.	10-11	Sangat Baik	10	33,33%
2.	8-9	Baik	13	43,44%
3.	6-7	Cukup Baik	3	10%
4.	4-5	Kurang Baik	3	10%
5.	2-3	Tidak Baik	1	3,33%
Jumlah			30	100%

Sumber: Hasil Olahan Angket no 14-15

Berdasarkan tabel diatas, frekuensi dari persentase tertinggi berada pada interval 8-9 dengan nilai 13 atau 43,33%. Hal ini menunjukkan bahwa penawaran konsumen di Kabupaten Barru berada dalam kategori baik . Hal ini bisa dilihat dari item pernyataan angket yang diisi oleh responden.

Tabel 1.16 Distribusi frekuensi dan persentase Pasar Tradisional dan Pasar Swalayan

No	Interval Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase
1.	67-79	Sangat Baik	3	10%
2.	54-66	Baik	25	83,33%
3.	41-53	Cukup Baik	3	26,66%
4.	28-40	Kurang Baik	0	10%
5.	15-27	Tidak Baik	0	0
Jumlah			30	100%

Sumber: Hasil Olahan Angket Variabel Y

Berdasarkan tabel diatas, frekuensi dari persentase tertinggi berada pada interval 54-66 dengan nilai 25 atau 83,33%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen di Kabupaten Barru berada dalam kategori baik . Hal ini bisa dilihat dari item pernyataan angket yang diisi oleh responden.

2. Hasil analisis data infrensial

a) Uji Normalitas data

Sebelum dilakukan analisis data lebih lanjut, terlebih dahulu perlu diketahui apakah data penelitian ini sudah memenuhi persyaratan analisis untuk penggunaan statistik adalah data yang diperoleh sekurang – kurangnya terdistribusi normal.Uji normalitas data dimaksudkan

untuk mengetahui kenormalan data tentang perbandingan kehidupan sosial ekonomi dalam konsumen berbelanja di pasar tradisional dan pasar swalayan di Kabupaten Barru sehingga dapat dilanjutkan dengan perhitungan statistik parametris dengan menggunakan uji statistik Kolmogrov-Smirnov Test yang diolah menggunakan program SPSS 16

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		pasar	konsumne
N		30	30
Normal Parameters ^a	Mean	57.9000	59.7667
	Std. Deviation	6.38074	5.62435
Most Extreme Differences	Absolute	.102	.118
	Positive	.060	.109
	Negative	-.102	-.118
Kolmogorov-Smirnov Z		.557	.647
Asymp. Sig. (2-tailed)		.915	.796
a. Test distribution is Normal.			

Berdasarkan uji normalitas, dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel X dan variabel Y dalam analisis ini berdistribusi normal dimana nilai signifikan yang diperoleh adalah $0,915 > 0,05$ untuk variabel X, dan $0,796 > 0,05$ untuk variabel Y, sebagaimana dasar pengambilan keputusan yaitu apabila data berdistribusi normal apabila nilai sig $> 0,05$.

b) Uji korelasi product moment

Untuk menguji hipotesis dan mengetahui ada atau tidaknya perbandingan konsumen dalam berbelanja di pasar tradisional dan pasar swalayan di Kabupaten Barru, maka dilakukan uji korelasi product moment. Adapun hasil pengujian korelasi perbandingan kehidupan sosial ekonomi dalam konsumen berbelanja di pasar tradisional dan pasar swalayan di kabupaten barru sebagai berikut:

Correlations

		pasar	konsumnen
Pasar	Pearson Correlation	1	.515**
	Sig. (2-tailed)		.004
	N	30	30
Konsumne	Pearson Correlation	.515**	1
	Sig. (2-tailed)	.004	
	N	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel diatas dapat diperoleh korelasi antara perbandingan konsumen dalam berbelanja di pasar tradisional dan pasar swalayan di Kabupaten Barru dengan koefisien $r = 0,515$ kemudian dikonsultasikan Pada tabel interfrestrasi nilai r pada interval $0,40-0,599$ yang memiliki tingkat pengaruh yang Sedang , ini berarti terdapat hubungan korelasi yang positif antara kepuasan konsumen berbelanja di pasar tradisional dan pasar swalayan di Kabupaten Barru.

c) Analisis regresi linear sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	33.467	8.314		4.025	.000
	Pasar	.454	.143	.515	3.182	.004

a. Dependent Variable: konsumn

Untuk mengetahui seberapa signifikan kepuasan konsumen dalam berbelanja di pasar tradisional dan pasar swalayan kabupaten Barru dapat dilakukan dengan uji regresi linear sederhana. Berdasarkan hasil olah data SPSS 16, nilai signifikan variabel tempat kepuasan konsumen dalam berbelanja di pasar tradisional dan pasar swalayan di Kabupaten Barru yaitu $0,05$, sebagaimana dasar keputusan yaitu apabila nilai $\text{sig} > 0,05$, maka variabel dinyatakan tidak signifikan dan apabila nilai $\text{sig} < 0,05$ maka

variabel X terhadap variabel Y dinyatakan signifikan.

Adapun jika nilai signifikan variabel keberadaan Pasar (Variabel X) terhadap variabel Konsumen (Variabel Y) = $0.04 < 0,05$, maka hal tersebut menunjukkan bahwa variabel independen keberadaan pasar berpengaruh terhadap kepuasan berbelanja konsumen secara signifikan.

Adapun berdasarkan persamaan linearnya sebagai berikut :

$$Y = a + b X$$

$$Y = 33,467 + 0,454 X$$

Berdasarkan persamaan linear diatas, $0,454 X$ (keberadaan pasar) mempengaruhi variabel Y (Konsumen) sebesar $45,4\%$ atau berpengaruh positif.

C. Pembahasan

1. Gambaran Kehidupan Sosial Ekonomi Konsumen dalam berbelanja di Kabupaten Barru

Pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli yang kemudian terjadilah transaksi berupa tawar menawar. Pengertian pasar secara khusus ialah bukan sebuah tempat melainkan sebuah kegiatan, dikatakan demikian sebab tempat untuk bertemunya penjual dan pembeli bisa dimana saja, mereka bisa bertemu di toko, di warung, di bus, di jaan, di warung makan, dan dimana saja. Maka dari itu yang membedakan pasar dan bukan pasar adalah kegiatan yang dilakukan oleh penjual dan pembeli dalam pasar adalah transaksi jual beli. Dalam artian proses jual beli terjadi karena adanya tawar menawar yang dilakukan oleh konsumen dengan produsen, sedangkan produk yang di tawarkan di pasar kebanyakan berupa barang, tetapi ada juga produk yang di tawarkan berupa jasa.

Keberadaan pasar disekitar kita sudah tidak dapat dipungkiri lagi sebab hampir setiap hari dalam kehidupan kita pasti tidak luput dari yang namanya pasar, karena sebagian besar dari kita adalah konsumen terutama untuk kebutuhan sehari-hari seperti kebutuhan pangan, berupa konsumsi sehari hari seperti halnya

sayur-sayuran, ikan, beras, buah-buahan, dan lain sebagainya. Setra segala macam kebutuhan sehari-hari bisa kita jumpai di pasar-pasar disekitar kita.

Meningkatnya populasi yang kemudian menyebabkan peningkatan kebutuhan membuat keberadaan pasar sangat di perlukan sehingga perkembangan pasar amatlah pesat, ditambah lagi dengan majunya zaman di era globalisasi menyebabkan pasar turut beradaptasi dengan perkembangan zaman sehingga dapat ditemui pasar yang memiliki tampilan sangat berbeda dengan pasar pada umumnya yakni pasar swalayan yang juga memiliki cara bertransaksi sangat berbeda dengan pasar pada umumnya yakni pasar tradisional.

Keberadaan pasar swalayan yang merupakan perkembangan dari pasar tradisional yang menawarkan banyak kemudahan bagi konsumen sehingga memungkinkan untuk menarik lebih banyak konsumen untuk berbelanja dan bertransaksi di pasar swalayan dari pada pasar tradisional. Tapi tidak berarti keberadaan pasar tradisional lambat laun akan tersingkir dengan keberadaan pasar swalayan, sebab masing-masing masih memiliki daya tarik tersendiri, contohnya pasar swalayan yang memiliki tempat yang bersih serta barang dan produk tertata rapi sedangkan pasar tradisional tidak, tetapi pasar tradisional memiliki keberagaman produk serta harga yang bisa ditawar yang mana tidak dimiliki oleh pasar swalayan.

Konsumen pasar swalayan dan pasar tradisional kabupaten barru dalam berbelanja terbelang memiliki pilihannya masing-masing, sehingga untuk mengetahuinya ada beberapa indikator yang di gunakan untuk menilai konsumen dalam berbelanja, indikator tersebut ialah kehidupan sosial, kehidupan ekonomi, serta kehidupan sosial ekonomi. Maka dari itu hasil dari penelitian menunjukkan bahwa gambaran konsumen dalam berbelanja di pasar tradisional dan pasar swalayan kabupaten barru akan di jelaskan dalam masing-masing indikatornya.

a. Pendidikan

Pendidikan yaitu tuntunan di dalam hidup. Maksudnya, pendidikan menuntun segala kekuatan kodrat yang ada pada diri seseorang agar mereka sebagai manusia dan sebagai konsumen dalam pasar dapat mencapai keselamatan dan kebahagiaan setinggi-tingginya.

Pasar merupakan tempat dimana manusia saling berinteraksi, dengan kata lain keberadaan pasar merupakan akibat dari kebutuhan manusia untuk saling berinteraksi dan bersosial, interaksi yang terjadi di pasar merupakan interaksi tawar-menawar barang atau jasa, yang dilakukan oleh konsumen dan produsen

Berdasarkan hasil olah angket yang disebar kepada para konsumen di berbagai pasar di kabupaten barru bahwa persentase tingkat pendidikan berada pada kategori baik. Dimana konsumen dapat mengambil keputusan yang bijaksana dalam berbelanja barang. Pendidikan merupakan hal penting dalam berbelanja di pasar. Sebab konsumen dapat mengatur sumber keuangannya. Hal ini bisa dilihat dari item pernyataan angket yang di isi oleh konsumen.

b. pendapatan

Pendapatan adalah semua penghasilan yang dapat di gunakan untuk memenuhi kebutuhan. Pendapatan tersebut dapat berupa pendapatan tetap dan pendapatan sampingan.

Berdasarkan hasil olah angket menunjukkan bahwa pendapatan konsumen di kabupaten barru berada pada kategori baik. Konsumen di kabupaten barru terbelang kurang mampu dalam kehidupan untuk pemenuhan kebutuhan ekonominya. Sebab ada bermacam-macam sumber pendapatan konsumen antara lain seorang petani, nelayan, pegawai negeri, buruh bangunan, dan tukang ojek. Hal ini bisa dilihat dari item pernyataan angket yang diisi oleh konsumen.

c. Kesehatan

Kesehatan merupakan salah satu faktor penting untuk melakukan aktivitas sehari-hari seperti halnya saat berbelanja.

Sehat merupakan kondisi yang maksimal baik dari segi fisik, mental, dan sosial. Kesehatan yang baik dapat digambarkan sebagai kondisi dimana tubuh serta pemikiran kita berfungsi dengan baik.

Berdasarkan hasil data dari olah angket penelitian menunjukkan bahwa kondisi kesehatan dalam berbelanja di pasar swalayan maupun pasar tradisional di Kabupaten Barru berada pada kategori cukup baik. Hal ini bisa dilihat dari item pernyataan angket yang diisi oleh konsumen.

2. Gambaran pasar tradisional dan pasar swalayan di Kabupaten Barru

Konsumen adalah semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang atau jasa untuk dikonsumsi pribadi, atau setiap orang pemakai barang dan /atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Konsumen juga sangat dipengaruhi oleh ketersediaan dana yang dimiliki, selera dan harga produk itu sendiri. Konsumsi, dari bahasa Belanda *consumptie*, ialah suatu kegiatan yang bertujuan mengurangi atau menghabiskan daya guna suatu benda, baik berupa barang maupun jasa, untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan secara langsung. Sehingga dapat di simpulkan bahwa konsumen merupakan seseorang atau pun sekelompok orang yang bersifat konsumtif, yakni kegiatan yang bertujuan untuk mengurangi nilai barang dan jasa atau menghabiskannya.

Berdasarkan hasil olah data dari angket penelitian. Menunjukkan bahwa persentase tingkat konsumtif dari konsumen di kabupaten Barru berada pada kategori baik. Dimana konsumen pasar di kabupaten Barru rata-rata mampu untuk mengelola secara baik keinginan dan keperluan mereka sehingga perilaku konsumtif tidak berlebih. Konsumen hanya berbelanja sesuai dengan keperluan mereka dan dengan jumlah yang sewajarnya. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen di

Kabupaten Barru berada dalam kategori baik.

a. Pasar Tradisional

Tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual dan pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola. Dan pasar tradisional saling menawarkan jualannya kepada konsumen, seperti, pakaian, ikan, telur, sayuran, daging, dan ada pula yang menawarkan jasa. Dengan kondisi yang cukup terbuka dan bebas berinteraksi sesama penjual dan pembeli, memberikan kemudahan untuk konsumen agar dapat berbelanja dengan suasana kekeluargaan, karena harga dan jumlah barang bisa di tawarkan dinegosiasikan sesuai dengan keperluan konsumen tetapi tidak sampai merugikan produsen. Terdapat banyak produsen atau penjual dalam satu tempat serta beragam produk yang mungkin sama di antara para penjual tetapi harga yang berbeda tergantung dari kemampuan konsumen dalam berbelanja.

Berdasarkan hasil olah data dari angket penelitian bahwa kondisi perbandingan berbelanja di pasar tradisional dan pasar swalayan. Dimana pasar tradisional berada pada kategori baik. Yang mana tingkat kepuasan konsumen berada pada kenyamanan berbelanja dengan harga yang disesuaikan serta produk yang beragam, dengan kondisi yang pantas untuk di jual, dan keakraban dengan penjual atau keakraban antara konsumen dan produsen. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dalam berbelanja di pasar tradisional di Kabupaten Barru berada dalam kategori baik.

b. Pasar Swalayan

Pasar swalayan adalah tempat perbelanjaan berbentuk toko yang menjual bermacam-macam makanan, minuman segar maupun hasil olahan, serta macam-macam perlengkapan rumah tangga. Pada umumnya pasar swalayan menempati ruang

yang luas, dan arena ragam barang yang diujakan, pasar itu dikenal dengan istilah supermarket. Istilah supermarket diadaptasi ke Bahasa Indonesia menjadi pasar swalayan, karena didalam transaksinya para pembeli melayani diri sendiri sehingga disebut swalayan. Pasar swalayan di lebih unggul di pelayanan serta tempatnya yang bersih dan tertata rapi setiap produknya. Serta harga yang selisih tipis dengan harga di pasar tradisional, menjadikan pasar swalayan menjadi tempat perbelanjaan yang diminati oleh konsumen.

1. Berdasarkan dari hasil olah angket diperoleh data persentase frekuensi kepuasan konsumen dalam berbelanja di pasar swalayan di Kabupaten Barru berada dalam kategori baik. Walaupun tidak semua dari konsumen suka berbelanja di pasar swalayan dikarenakan proses pembayaran yang ramai mengakibatkan harus mengantri dan menunggu lama sebab proses pembayaran harus menggunakan mesin kasir yang apabila bermasalah akan mengakibatkan penundaan dan di pasar swalayan konsumen tidak dapat menawar harga barang.

c. Permintaan

Permintaan ialah sejumlah barang yang dibeli atau diminta pada suatu harga dan waktu tertentu. Permintaan berkaitan dengan keinginan konsumen akan suatu barang dan jasa yang ingin dipenuhi. Permintaan sendiri berpengaruh langsung dengan kebutuhan konsumen akan barang dan jasa serta kemampuan konsumen dalam pemenuhannya. Dalam hal ini sebagai faktor dalam perbandingan pasar tradisional dan pasar swalayan tentang diminatinya sebagai tempat perbelanjaan oleh konsumen. Sebab selain faktor selera yang tolak ukurnya sulit di tentukan faktor permintaan jauh lebih mudah. Sehingga dapat di pastikan dari hasilnya dapat diketahui pasar mana yang menjadi pilihan konsumen untuk berbelanja.

Berdasarkan hasil olah data dari angket yang disebar ke konsumen di

kabupaten barru. Dapat diketahui bahwa frekuensi dari persentase permintaan konsumen di Kabupaten Barru berada dalam kategori cukup baik. Hal ini bisa dilihat dari item pernyataan angket yang diisi oleh konsumen. yang berarti tingkat kebutuhan atau permintaan konsumen di kabupaten barru sangat mendukung kondisi pasar yang ramai akan permintaan dari konsumen.

d. Penawaran

Penawaran jumlah barang atau jasa yang tersedia dan dapat dijual oleh penjual pada berbagai tingkat harga, dan pada waktu tertentu. Faktor yang mempengaruhi harga barang dan penawaran suatu barang ialah harga barang itu sendiri. Seperti halnya ketersediaan barang dan dalam jumlah yang mencukupi harga barang dikatakan normal, dan apabila permintaan akan barang itu meningkat sedangkan ketersediaan barang tersebut tidak mencukupi maka harga barang akan meningkat, dan begitupula sebaliknya jika jumlah barang yang tersedia berlimpah tetapi permintaan akan barang tersebut rendah maka harga barang tersebut bisa jadi akan menurun. Maka dari itu faktor penawaran turut mempengaruhi dalam perbelanjaan konsumen dalam pasar swalayan atau pasar tradisional.

Berdasarkan data dari hasil olah angket diperoleh frekuensi dari persentase penawaran konsumen di Kabupaten Barru berada dalam kategori baik. Dimana barang yang tersedia di pasar mampu memenuhi kebutuhan permintaan dari konsumen.

3. Perbandingan kehidupan sosial ekonomi konsumen dalam berbelanja di pasar tradisional dan pasar swalayan di Kabupaten Barru

Hasil penelitian yang diolah dengan menggunakan SPSS 16 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara perbandingan kehidupan sosial ekonomi dalam konsumen berbelanja di pasar tradisional dan pasar swalayan di Kabupaten Barru. Hal tersebut sesuai dengan uji regresi linear dan hasil olah data nilai $r = 0,515$ kemudian

dikonsultasikan pada tabel interfrestrasi nilai r berada pada interval 0,40-0,599 yang memiliki tingkat pengaruh yang sedang. Selanjutnya setelah dilakukan uji regresi linear maka terdapat perbandingan kehidupan sosial ekonomi dalam konsumen berbelanja di pasar tradisional dan pasar swalayan, hal tersebut sesuai dengan hasil nilai $\text{sig} = 0,04 < 0,05$ maka keberadaan pasar tradisional dan pasar swalayan berpengaruh terhadap pendapatan masyarakat.

Berdasarkan hasil observasi di pasar tradisional dan pasar swalayan di Kabupaten Barru. Pasar tradisional dan pasar swalayan berdampak terhadap perbandingan kehidupan sosial ekonomi dalam konsumen yang tergolong sedang. Hal ini terlihat dari kondisi pasar tradisional dan pasar swalayan yang memiliki fasilitas, pelayanan dan kebersihan.

Kehidupan sosial ekonomi merujuk kepada kemandirian konsumen dalam mengelola pendapatan dalam perekonomian. Dapat di jumpai dari segi pekerjaan konsumen yang berbelanja di pasar tradisional dan pasar swalayan di Kabupaten Barru.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut:

1. Gambaran kehidupan sosial ekonomi konsumen di kabupaten Barru berada pada kategori “cukup baik”. Dilihat dari indikator pendidikan yang berada pada kategori baik, indikator pendapatan berada pada kategori baik, kemudian pada indikator kesehatan berada pada kategori cukup baik, dan indikator persentase konsumen berada pada kategori baik. Artinya kepuasan berbelanja konsumen di pasar Tradisional maupun di pasar swalayan di Kabupaten Barru dalam kategori “cukup baik”. Jika dilihat dari hasil olah angket.

2. Gambaran pasar tradisional dan pasar swalayan di kabupaten Barru, yakni faktor permintaan yang berada pada kategori “cukup baik” yang artinya permintaan konsumen sangat tinggi. Dan faktor penawaran yang berada pada kategori “baik”, yang berarti penawaran dari produsen sangat tinggi.
3. Gambaran perbandingan kehidupan sosial ekonomi konsumen dalam berbelanja di pasar tradisional dan pasar swalayan di kabupaten barru dapat di simpulkan bahwa konsumen lebih memilih untuk berbelanja di pasar tradisional karena di pasar tradisional bisa menawar dengan harga yang rendah sedangkan di pasar swalayan dalam proses pembayaran yang ramai mengakibatkan harus mengantri dan menunggu lama dan tidak dapat menawar harga barang.

B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan di atas tentang Perbandingan Kehidupan Sosial Ekonomi Konsumen Dalam Berbelanja Di pasar Tradisional Dan Pasar Swalayan Di Kabupaten Barru maka peneliti memberi saran, yaitu :

1. Diharapkan agar kehidupan sosial ekonomi konsumen dalam berbelanja di pasar tradisional dan pasar swalayan di Kabupaten Barru yang berada pada kategori baik agar dapat ditingkatkan terkhususnya pada aspek aspek yang terkait. Dan juga kepada konsumen agar berbelanja dengan bijak, berbelanja sesuai dengan keperluan dan kemampuan. Sehingga tidak mempersulit kondisi yang ada.
2. Diharapkan agar konsumen berbelanja di pasar tradisional dan pasar swalayan di kabupaten barru tidak menjadi kendala dalam berkembangnya pasar swalayan, serta tidak menjadi hambatan untuk pasar tradisional. Serta kepada pemerintah Kabupaten Barru agar senantiasa mendukung dan memperhatikan pasar swalayan, bukan hanya pasar tradisional. Sebab kehadiran

- swalayan telah membuka peluang usaha bagi masyarakat.
3. Sedangkan konsumen berbelanja di pasar tradisional dan pasar swalayan di kabupaten barru, dapat menjadi pertimbangan untuk pasar tradisional dan pasar swalayan untuk meningkatkan layanan serta mutunya agar dapat menarik minat konsumen. Dan untuk konsumen yang beraktivitas dalam pasar tradisional dan swalayan agar senang tiasa tetap menjaga keharmonisan, ketertiban, keamanan serta kebersihan.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Abu Hamid dkk. *Jurnal Budaya Walasuji Sulselra & Barat*. 2007. Makassar.
- Adji Wahyu. 2007. *Ekonomi*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Andy Munaraf. 2007. *Ekonomi Mikro, Teori Dan Aplikasi*. Makassar: Makassar: UNM.
- Damsar. 2009. *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Kencana.
- Damsar. 2011. *Pengantar Sosiologi Politik*. Jakarta: Kencana.
- Deliarinov. 2004. *Pengetahuan Sosial Ekonomi SMP*. Jakarta: Erlangga.
- Faisal Basri. 2002. *Perekonomian Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Husain Umar. 2009. *Metode penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Irsan Nasarudin dkk. 2011. *Aspek Hukum Pasar Modal Indonesia*. Jakarta: kencana purnada media group.
- Lia Amaliawati dkk. 2012. *ekonomika mikro*. Bandung.
- Suharsimin, Arikanto. 1992. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Suyanto. 2007. *IPS Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Syofian, Siregar. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif: dilengkapi perbandingan perhitungan*

manual & SPSS. Jakarta : Kencana.

- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Supriadi Torro. 2013. *kelompok strategi dalam masyarakat*. Makassar: UNM.
- Soejono Soekanto . 2013. *Sosiologi suatu pengantar*. Jakarta: PT RajaGrafindo persada.
- Suroso. 2004. *Pengetahuan Sosial Ekonomi*. Solo: Tiga Serangkai Pustaka Mandiri:.